



คณะศิลปกรรมศาสตร์
Faculty of Fine and Applied Arts



เอกสารสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ Proceedings of UTCC-HM 2024

พหุศาสตร์บูรณาการสังคม: องค์ความรู้สู่ยุคปัญญาประดิษฐ์ เศรษฐกิจ

ภาษา การสื่อสารและศาสตร์แห่งอนาคต

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ร่วมกับ:

สมาคมภาษาและหนังสือแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์

สมาคมปรัชญาและศาสนาแห่งประเทศไทย

สมาพันธ์ศิลปปะการแสดงระดับอุดมศึกษาแห่งประเทศไทย

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา



การประชุมวิชาการระดับชาติ
พหุศาสตร์บูรณาการสังคม: องค์ความรู้สู่ยุคปัญญาประดิษฐ์ เศรษฐกิจ
ภาษา การสื่อสาร และศาสตร์แห่งอนาคต

คณะที่ปรึกษา คณะบดีคณะมนุษยศาสตร์
 รองคณะบดีฝ่ายวิชาการ
 รองคณะบดีฝ่ายบริหาร
 รองคณะบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา

บรรณาธิการ ดร.จิตติมา เสงี่ยมจิตร

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.โสรัจจ์ หงศ์ลดารมภ์	สมาคมปรัชญาและศาสนาแห่งประเทศไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ เวศร์ภาดา	สมาคมภาษาและหนังสือแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรรา โต๊ะบุรินทร์	สมาพันธ์ศิลปะการแสดงระดับอุดมศึกษา แห่งประเทศไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเลิศ จิตรมณีโรจน์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.อรวัลภ์ อุปถัมภานนท์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ณั เกษมผลกุล	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติยา ทักษะบรรจง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาสพงศ์ ศรีพิจารณ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศรา อนันต์โท	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกพงศ์ อินแก้ว	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดร.พัชรินทร์ บุรณะกร	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
ดร.อิมทิวา โรจน์กิตติการ	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
รองศาสตราจารย์ ดร.พิชญูร ไหมสุทธิสกุล	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.อุษา สุทธิสาคร	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
รองศาสตราจารย์สุวรรณา งามเหลือ	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรี สุชนวนิช	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

กองบรรณาธิการ

ดร.จิตติมา เสงี่ยมจิตร	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ดร.นงนภัส แก้วพลอย	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ดร.ประสิทธิ์ มะหะหมัด	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ดร.ภาสกร เชื้อสวຍ	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ดร.อัศวิณ ปสุธรรม	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ยุทธ อุทยานินทร์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

คณะกรรมการอำนวยการและคณะกรรมการดำเนินการ

รองศาสตราจารย์ ดร.อุสา สุทธิสาคร	รองศาสตราจารย์ชนิษฐา จิตชินะกุล
รองศาสตราจารย์สุวรรณา งามเหลือ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อััจฉิมา วัชรภรณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จวีร์ สุขนวนิช	ดร.จิตติมา เสงี่ยมจิตร
ดร.ภาสกร เชื้อสวຍ	ดร.วาสนา สมอจรรย์กุล
ดร.อรภัทร พุกกะเวส	ดร.ศิริอร ละดาร์
ดร.วิมลมาส หมื่นหอ	ดร.ธีระวุฒิ สุนทรา
อาจารย์นิรันดร์ ชุมบางลี	อาจารย์ยุทธ อุทยานินทร์

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ศาสตราจารย์ ดร.ภูมิฐาน รังकुณวัฒน์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ชื่นสุมล บุนนาค	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเลิศ จิตรมณีโรจน์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญวัฒน์ รัตนศักดิ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.ธีรเดช พุคคิต์ศรีกิจ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.พรอัมรินทร์ พรหมเกิด	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.อรวัลภ์ อุปถัมภานนท์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ณ์ เกษมผลกุล	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติยา ทัศนะบรรจง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นราธิป จินดาพิทักษ์	มหาวิทยาลัยวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประวีณร์ตา สุขรัตน์ฤทธิ์	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศิรา อนันตโท	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิษณีย์ ยืนยงพุทธกาล	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิญา อิงอาจ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวรณณ์ แสงวิภาค	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อินธิสาร ไชยสุข	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ดร.ชินภัทร คันธพนิต	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ดร.เบญจพร ดีขุนทด	นักวิชาการอิสระผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
ดร.พัชรินทร์ บุรณะกร	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
ดร.อิมธิรา โรจน์กิตติการ	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
อาจารย์กมลวรรณ สุขสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.อุสา สุทธิสาคร	คณะมนุษยศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.พิชญอร ไหมสุทธิสกุล	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
รองศาสตราจารย์สุวรรณา งามเหลือ	คณะมนุษยศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรี สุขนวนิช	คณะมนุษยศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นักรสิทธิ์ ศักดาพัฒน์	คณะมนุษยศาสตร์
ดร.จิตติมา เสงี่ยมจิตร	คณะมนุษยศาสตร์
ดร.นงนภัส แก้วพลอย	คณะบริหารธุรกิจ
ดร.ประสิทธิ์ มะหะหมัด	วิทยาลัยการศึกษาต่อเนื่อง
ดร.ภาสกร เชื้อสวย	คณะมนุษยศาสตร์
ดร.อัศวิณ ปสุธรรม	วิทยาลัยการศึกษาต่อเนื่อง
อาจารย์ยุทธ อุทยานินทร์	คณะมนุษยศาสตร์

- จัดทำโดย** คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
126/1 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
โทร. 02-679-6000
- ร่วมกับ** สมาคมภาษาและหนังสือแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์
สมาคมปรัชญาและศาสนาแห่งประเทศไทย
สมาพันธ์ศิลปะการแสดงระดับอุดมศึกษาแห่งประเทศไทย
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- ออกแบบปก** สมชาย นิลแก้ว
- การเผยแพร่** เอกสารสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการพหุศาสตร์บูรณาการสังคม: องค์ความรู้สู่ยุค
ปัญญาประดิษฐ์ เศรษฐกิจ ภาษา การสื่อสารและศาสตร์แห่งอนาคต. – กรุงเทพฯ:
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 2567.

สารจากคณบดี คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ในนามของคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ผมขอต้อนรับแขกผู้มีเกียรติทุกท่านที่มาเข้าร่วมการประชุมวิชาการระดับชาติ เรื่อง พหุศาสตร์บูรณาการสังคม องค์กรความรู้สู่ยุคปัญญาประดิษฐ์ เศรษฐกิจ ภาษา การสื่อสาร และศาสตร์แห่งอนาคต ในวันที่

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จัดงานประชุมวิชาการครั้งนี้ขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดเวทีทางวิชาการให้อาจารย์และนักศึกษาได้นำเสนอองค์ความรู้จากการค้นคว้าวิจัยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างนักวิชาการในแวดวงมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รวมทั้งยังมุ่งสร้างเครือข่ายทางวิชาการระหว่างสถาบันอุดมศึกษาและองค์กรวิชาชีพอีกด้วย

ผมขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ อรุณมานะกุล จากภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้มาเป็นองค์ปาฐกบรรยายเกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์ที่เข้ามามีบทบาทต่อโลกวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ในยุคปัจจุบัน ขอขอบพระคุณภาคีเครือข่ายทางวิชาการที่ได้ร่วมจัดงานนี้ให้เกิดขึ้น ได้แก่ สมาคมภาษาและหนังสือแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ สมาคมปรัชญาและศาสนาแห่งประเทศไทย สมาพันธ์ศิลปะการแสดงระดับอุดมศึกษาแห่งประเทศไทย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา สุดท้ายนี้ผมขอขอบคุณคณะกรรมการจัดงานครั้งนี้ทุกท่านที่ได้ทุ่มเทอุทิศแรงกายแรงใจให้การประชุมทางวิชาการนี้เกิดขึ้นได้

ผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การประชุมทางวิชาการระดับชาติ เรื่อง พหุศาสตร์บูรณาการสังคม: องค์กรความรู้สู่ยุคปัญญาประดิษฐ์ เศรษฐกิจ ภาษา การสื่อสาร และศาสตร์แห่งอนาคต ในวันที่จะเป็นพื้นที่ทางวิชาการที่ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ ๆ น่าสนใจ อันจะช่วยส่งเสริมความก้าวหน้าทางวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ได้ ขอขอบคุณครับ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ เกียรติรุ่งสุขศรี

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

บทบรรณาธิการ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน ส่งผลให้การเรียนรู้ก้าวหน้าและพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว การก้าวทันการเรียนรู้ทางเทคโนโลยีเป็นโจทย์ใหญ่ที่ท้าทายการค้นหาเทคนิค แนวทาง และการเรียนรู้ของมนุษยชาติ ทั้งด้านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ ตลอดจนการจัดการศึกษาในรูปแบบออนไลน์ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ได้แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องมีความคิดและวิธีการใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาการศึกษาและการวิจัยที่ดีขึ้นหนึ่งในแนวทางนั้นคือการใช้มุมมองเชิงสหวิทยาการเพื่อจัดการกับความท้าทายอันเร่งด่วนนี้

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยเล็งเห็นความสำคัญของปัญหาดังกล่าว จึงจัดงานประชุมวิชาการระดับชาติ ในหัวข้อ “พหุศาสตร์บูรณาการสังคม: องค์ความรู้สู่ยุคปัญญาประดิษฐ์ เศรษฐกิจ ภาษา การสื่อสาร และศาสตร์แห่งอนาคต” ในวันอังคารที่ 4 มิถุนายน 2567 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนมุมมอง ความรู้ และประสบการณ์เกี่ยวกับการวิจัยเชิงสหวิทยาการ ในบริบททางสังคมที่หลากหลาย เพื่อทำความเข้าใจถึงบทบาทของเทคโนโลยีสมัยใหม่ในยุคปัญญาประดิษฐ์ต่อการศึกษาเรียนรู้ อันมีบทบาทสำคัญต่อการเรียนการสอนและงานวิจัยในอนาคต อีกทั้งเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของนักวิชาการที่เกี่ยวข้องที่จะมีบทบาทสำคัญต่อสังคมในอนาคตต่อไป

เอกสารสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการฯ ฉบับนี้ได้รวบรวมบทความวิชาการทั้งหมดที่ได้รับการนำเสนอในงานประชุมฯ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการสู่สาธารณะ และมุ่งหวังว่าผลการค้นคว้าศึกษาของผู้นำเสนอบนเวทีวิชาการครั้งนี้จะมีประโยชน์ทั้งต่อแวดวงวิชาการและต่อบุคคลทั่วไปไม่มากนักน้อย

ดร.จิตติมา เสงี่ยมจิตร

บรรณาธิการ

องค์ปาฐก

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ไทยกับปัญญาประดิษฐ์และความฉลาดทางดิจิทัล

รองศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ อรุณมานะกุล

ภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รู้และเข้าใจ AI

AI เป็นเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างจากเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในอดีต AI ไม่ใช่โปรแกรมที่มนุษย์เขียนขึ้นมาด้วยคำสั่งทางคอมพิวเตอร์ให้ทำงานตามคำสั่งนั้น การใช้งานโปรแกรมทั่วไป ผู้ใช้ต้องเรียนรู้ว่าโปรแกรมนั้นเขียนขึ้นมาเพื่อให้ทำงานด้านใด มีวิธีการใช้งานอย่างไร คำสั่งหรือเมนูคำสั่งมีอะไรบ้าง แต่ละคำสั่งคืออะไร เมื่อกดเลือกคำสั่งนั้นแล้วจะเกิดอะไรขึ้น โปรแกรม Word, Excel คือตัวอย่างของโปรแกรมคอมพิวเตอร์แบบที่เรารู้จักกัน เราเรียนรู้ทักษะการใช้โปรแกรมเหล่านั้น เมื่อรู้ทักษะแล้วก็ใช้งานโปรแกรมนั้นได้

AI เป็นการเติมความฉลาดให้กับคอมพิวเตอร์ ทำให้ผู้ใช้เพียงสนทนากับคอมพิวเตอร์ว่าต้องการรู้หรืออยากให้อะไร แล้ว AI ก็จะหาคำตอบหรือทำให้ AI ทำให้การใช้งานคอมพิวเตอร์เปลี่ยนไปจากเดิม ผู้ใช้ต้องเรียนรู้ว่า AI สามารถทำอะไรได้บ้างและจะสั่งงานหรือสนทนาอย่างไรจึงจะให้ AI ทำงานได้ตามต้องการ การสั่งงาน AI ผ่าน prompt จึงมีความสำคัญมาก prompt ที่ต่างกัน ส่งผลให้ AI ตอบหรือทำงานแตกต่างกัน prompt ที่ใช้ได้ดีกับ AI ตัวหนึ่งก็อาจจะใช้ไม่ได้ดีกับ AI ตัวอื่น ผู้ใช้ต้องเรียนรู้ว่าจะใช้ prompt แบบไหนกับ AI ที่ใช้งานอยู่ จึงเกิดความต้องการผู้ที่สามารถเขียนคำสั่งงานหรือ prompt ได้ดีหรือที่เรียกว่า prompt engineer ขึ้นมา

ความสามารถในการใช้ prompt ที่ดีเป็นทักษะการใช้งานที่ไม่เหมือนกับทักษะการใช้คอมพิวเตอร์แบบเดิม เพราะไม่มีรูปแบบหรือหลักตายตัวว่าให้สั่งอย่างไร เป็นศิลปะการสื่อสารกับ AI ที่ต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจว่าจะสนทนาอย่างไรจึงจะดึงศักยภาพที่มีอยู่ของ AI ที่กำลังใช้อยู่ออกมาได้

โอกาสและภัยคุกคามของ AI ต่อสาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

การที่ AI มีศักยภาพในการทำงานต่าง ๆ ได้ดีทำให้ AI มีผลกระทบต่องานแทบทุกด้านและทุกแขนงวิชา AI เป็นทั้งโอกาสและภัยคุกคามที่มีต่องานแทบจะทุกสาขา งานทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ก็ไม่ได้เป็นข้อยกเว้น เพราะ AI เริ่มฉลาดและมีความสามารถรอบด้านมากขึ้น สามารถทำงานต่าง ๆ แทนมนุษย์ได้จนหลายคนเริ่มวิตกว่าในอนาคตข้างหน้าจะมีผลกระทบกับงานที่ทำอยู่อย่างไร

ผลกระทบด้านการเรียนการสอน

ในงานด้านการเรียนการสอน สาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ก็คงได้รับผลกระทบจาก AI เหมือนกับศาสตร์อื่น ๆ ผู้สอนต้องปรับตัวให้ AI มาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ที่ทำให้นักเรียนได้พัฒนาความสามารถของตนเองให้ได้ รูปแบบงานและการวัดประเมินที่เคยใช้ได้อาจไม่สามารถใช้ได้เมื่อมี AI เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในระบบการศึกษาด้วย การวัดผลจากการเขียนเรียงความตอบคำถามต่าง ๆ อาจไม่ใช่วิธีการที่ใช้ได้ดีเหมือนในอดีต เราคงไม่สามารถวัดผลจากสิ่งที่นักเรียนสามารถสั่งให้ AI ทำแทนได้ ต้องไม่คิดว่ากำลังประเมินความสามารถในการเขียนของนักเรียนแบบเดิม แต่ควรหาวิธีประเมินความสามารถในการทำงานร่วมกับ AI เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งเป้าหมายก็ต้องยากและซับซ้อนกว่าการเขียนงานแบบเดิม

AI อาจมีบทบาทเป็นผู้ช่วยสอนช่วยชี้แนะอธิบายให้นักเรียนแต่ละคนได้เรียนรู้ตามความสามารถในการเรียนรู้ของตนเอง เปิดโอกาสให้เกิดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับผู้เรียนแต่ละคนได้ (personalized learning) แต่ไม่ได้หมายความว่า AI จะมาทำหน้าที่สอนแทนครูได้ทั้งหมด เพราะการศึกษาไม่ได้เป็นเรื่องการถ่ายทอดความรู้เพียงอย่างเดียว การเรียนรู้ที่จะอยู่และทำงานกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันในฐานะสมาชิกในสังคมก็ควรเป็นเป้าหมายสำคัญของการศึกษาด้วย

ผลกระทบด้านการวิจัย

ในด้านการวิจัยผลกระทบของ AI ต่องานสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์คงไม่แตกต่างจากสาขาอื่น ๆ AI สามารถใช้เป็นผู้ช่วยงานวิจัยในด้านต่าง ๆ ตั้งแต่การค้นคว้าหาความรู้ในหัวเรื่องที่สนใจ การทบทวนวรรณกรรม การวางแผนการดำเนินการวิจัย การวิเคราะห์และตีความผลที่ได้ ไปจนถึงการช่วยปรับแก้ไขภาษาในบทความหรือรายงานวิจัย สิ่งสำคัญคือผู้วิจัยเองยังคงต้องเป็นหลักในการทำวิจัย ต้องอ่านทบทวนและทำความเข้าใจเนื้อหางานต่าง ๆ ด้วยตัวเอง AI อาจใช้เพื่อช่วยสรุปยืนยันความเข้าใจในเนื้อหางานที่อ่านได้ การกำหนดแนวทางวิจัย คำถามและการวิเคราะห์

สรุปผลต้องเป็นงานและความคิดของผู้วิจัยเอง หากจะใช้ AI ก็เพื่อให้ช่วยตรวจสอบทวนความคิดของผู้วิจัยเพื่อหาช่องโหว่หรือจุดที่ยังขาดความชัดเจน เมื่อมีการใช้ AI ในส่วนไหนของงานวิจัยก็จะต้องรายงานให้คนอื่นทราบและอ้างอิงให้ถูกต้องตามหลัก

ผลกระทบต่อนักศึกษา

นักศึกษาเองก็เหมือนคนทำงานอาชีพอื่นที่อาจได้รับผลกระทบจากการเข้ามาของ AI เนื่องจาก AI มีความสามารถทางภาษาสูงและรู้ภาษาต่าง ๆ หลายภาษา แม้ในปัจจุบันบางภาษาอาจยังไม่รู้มากพอ แต่หากข้อมูลที่จะนำมาใช้ฝึกหรือสร้างโมเดลภาษานั้นมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ แล้ว AI ก็จะสามารถทางภาษานั้นได้ในที่สุดความสามารถทางภาษานี้เองทำให้เกิดคำถามว่า เรายังจำเป็นต้องเรียนภาษาต่างประเทศอีกไหม เรายังจำเป็นต้องเรียนการแปลอีกไหม

Aroonmanakun (2019) ยกปัญหาเรื่องความสามารถทางภาษาของ AI ที่เริ่มเห็นชัดเจนใน GPT-3 และตั้งคำถามถึงอนาคตของนักภาษาวาจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร เดิมเราเคยคิดว่าการรู้ภาษาต่างประเทศเป็นสิ่งจำเป็นในยุคโลกาภิวัตน์ รัฐบาลควรสนับสนุนให้นักเรียนทุกคนได้เรียนรู้ภาษาต่างประเทศ แต่หาก AI สามารถแปลภาษาหรือเป็นล่ามให้ได้แล้ว คนที่ไม่ได้มีความจำเป็นต้องใช้ภาษาต่างประเทศเป็นประจำ จะมีใช้บ้างในเวลาไปท่องเที่ยวหรือค้นคว้าข้อมูลเล็กน้อย ยังจำเป็นต้องรู้ภาษาต่างประเทศหรือไม่ เมื่อเทียบกับการเสียเวลาศึกษาภาษา ต่างประเทศนานหลายปีกับการใช้ AI ช่วยแปลภาษาให้ได้ทันที คนที่ไม่จำเป็นต้องรู้ภาษาต่างประเทศก็อาจเลือกใช้ AI เนื่องจากเป็นทางเลือกที่สะดวกกว่า หากคนสนใจเรียนภาษาต่างประเทศแบบจริงจังจะมีจำนวนลดลง ความต้องการผู้สอนภาษาต่างประเทศและจำนวนผู้เรียนวิชาหลักภาษาต่างประเทศก็จะลดลงด้วย อีกทั้งหาก AI ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยฝึกสอนทักษะภาษาได้ ภาระงานส่วนนี้ของครูผู้สอนก็จะลดลงบทบาทของครูสอนภาษาควรเปลี่ยนไปอย่างไร

หากถามว่ายังจำเป็นต้องมีคนเรียนและมีคนสอนภาษาต่างประเทศหรือไม่ คนที่อาชีพการทำงานต้องติดต่อกับต่างประเทศเป็นประจำ การรู้ภาษาต่างประเทศก็ยังเป็นสิ่งจำเป็นอยู่ดี เพราะการฟังและอ่านภาษาต่างประเทศเข้าใจได้ด้วยตัวเอง สามารถโต้ตอบด้วยการเขียนหรือพูดกับคู่สนทนาโดยตรง ย่อมดีและสะดวกกว่าการให้ AI ช่วยแปลความให้ตลอดเวลา เมื่อยังมีคนจำนวนหนึ่งที่ต้องเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ ครูสอนภาษาต่างประเทศเองก็ยังจำเป็นต้องมี เพียงแต่บทบาทหน้าที่อาจเปลี่ยนไป ภาระในการฝึกทักษะภาษาที่ต้องใช้เวลาและการสอนแบบตัวต่อตัวควรให้เป็นหน้าที่ของ AI ซึ่งนั่นก็หมายความว่าครูผู้สอนก็จะไปทำหน้าที่เรื่องอื่นที่เกี่ยวกับภาษาเช่นเรื่องวัฒนธรรม วรรณกรรม ประวัติศาสตร์ ปรัชญาความคิดความเชื่อของคนพูดภาษานั้น ๆ

ผลกระทบต่อนักแปลและล่าม

นักแปลเองก็เริ่มเห็นผลกระทบจากเทคโนโลยีมาบ้างแล้ว ในปัจจุบันคอมพิวเตอร์เริ่มทำหน้าที่ช่วยแปลมากขึ้น ในขณะที่นักแปลเป็นผู้ตรวจแก้ไขงานแปลให้ได้คุณภาพตามที่ต้องการ ถ้า AI เริ่มเก่งภาษาต่าง ๆ มากขึ้นเรื่อย ๆ ภาระการตรวจแก้ไขงานแปลก็จะลดน้อยลง ปัจจุบันงานแปลด้วยคอมพิวเตอร์เริ่มมีคุณภาพมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด Aroonmanakun (2021) สาธิตการใช้ประโยชน์จากการแปลด้วย Google Translation ในปีนั้น โดยแสดงให้เห็นว่า หากมีการปรับแก้ไขข้อมูลต้นฉบับภาษาไทยเพื่อช่วยให้ Google เข้าใจโครงสร้างและความต่อเนื่องของความ รวมถึงการเปลี่ยนคำที่ใช้ในต้นฉบับจะทำให้ Google แปลงานเป็นภาษาอังกฤษออกมาได้ดีมากขึ้น มีส่วนที่ต้องแก้ไขน้อยมาก แต่ในปี 2024 นี้ การแปลไทยเป็นอังกฤษด้วย AI อย่าง ChatGPT สามารถทำได้โดยไม่จำเป็นต้องปรับแก้ต้นฉบับก่อน บทความ “ChatGPT: Why Johnny can’t write” (Aroonmanakun, 2023) เป็นตัวอย่างของงานแปลภาษาอังกฤษที่ใช้ ChatGPT โดยไม่ต้องปรับแก้ต้นฉบับภาษาไทยก่อน

แต่หากถามว่า แล้วต่อไปในอนาคต เราไม่จำเป็นต้องมีนักแปลหรือล่ามแล้วใช่ไหม คำตอบขึ้นอยู่กับว่าเราสามารถยอมรับหรือใช้ผลจากการแปลด้วย AI เลยโดยไม่ต้องตรวจสอบได้หรือไม่ ถ้าตอบว่าใช่ การแปลด้วยเครื่องก็จะเหมือนการใช้เครื่องคิดเลขคำนวณที่เราไม่ต้องคำนึงเรื่องความถูกต้องแล้ว แต่ในทางปฏิบัติ หากเรายังไม่วางใจเชื่อผลจากการแปลได้โดยตรง ยังต้องมียุติการรู้ภาษานั้นอ่านและตรวจสอบก่อนจะนำไปใช้ งานบางประเภทก็เป็งานทางการหรือมีความสำคัญเรื่องของการรับผิดชอบผลงานยังเป็นสิ่งจำเป็นในการแปลหรือล่ามเพื่อการทำงานระหว่างประเทศ เราคงไม่สามารถบอกว่าเกิดข้อผิดพลาดเพราะเป็นความผิดของเครื่องได้ อย่างไรก็ตามก็ต้งมีคนเป็นผู้รับผิดชอบ

แน่นอนว่า หาก AI สามารถใช้ช่วยแปลภาษาได้ดีมากพอ หลาย ๆ คนก็อาจใช้ AI ช่วยแปลในงานที่ไม่ต้องสนใจเรื่องความถูกต้องมาก หรือใช้ AI แปลเพื่อให้ได้ความโดยรวม AI จึงช่วยให้คนเข้าถึงงานภาษาต่างประเทศได้มากขึ้น โดยไม่ได้เกี่ยวกับงานหรือธุรกิจการแปลโดยตรง ส่วนการแปลที่ต้องการการรับรองทางวิชาชีพก็น่าจะยังคงอยู่ เพียงแต่รูปแบบการทำงานจะมีการเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งก็เหมือนกับสาขาอาชีพอื่น ๆ ที่จะได้รับผลกระทบจาก AI นักแปลอาจต้องทำงานร่วมกับ AI ใช้ AI เพื่อช่วยแปลและตรวจสอบหรือปรับแก้การแปลให้ได้ตามต้องการ

งานล่ามเองก็เช่นกัน การใช้ AI เป็นล่ามติดต่อกับคนต่างชาติจะช่วยให้คนทั่วไปสะดวกขึ้นในการเดินทางไปต่างประเทศหรือการค้าขายในชีวิตประจำวัน แต่งานที่เป็นทางการที่ต้องอาศัยล่าม

อาชีพก็ยังจำเป็นอยู่ แต่เนื่องจากคนทั่วไปจะเข้าใจว่าการแปลและล่ามเป็นงานที่ถูกทดแทนด้วย AI ได้ง่าย ความสนใจศึกษาต่อด้านนี้โดยเฉพาะจะน้อยลง อาจทำให้นักแปลและล่ามมีจำนวนน้อยลง ตามการเปลี่ยนแปลงนี้ แต่นักแปลและล่ามที่จะยังคงทำงานได้ต้องมีความสามารถมากขึ้นกว่าเดิมซึ่งก็เหมือนคนที่ทำงานด้านภาษาต่างประเทศ คือต้องเก่งและทำงานได้ดีกว่า AI

โอกาสของงานสหวิทยาการ

ความที่ AI รอบรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ การทำงานทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ที่มีลักษณะเป็นสหวิทยาการที่ต้องอาศัยผู้รู้ในสาขาอื่นร่วมงานด้วยก็อาจทำได้ง่ายขึ้น ผู้วิจัยสามารถถามหาความเข้าใจความรู้ด้านอื่น ๆ จาก AI ทำให้เข้าใจความเกี่ยวข้องกับศาสตร์อื่นและเห็นภาพรวมของงานที่ทำแบบสหวิทยาการมากขึ้น หรือให้ AI ช่วยทำงานด้านอื่น ๆ ที่ผู้วิจัยไม่ถนัด เช่น การเขียนโปรแกรมเพื่อเก็บข้อมูล การประมวลผลข้อมูล หรือการคำนวณผลทางสถิติ หรือเป็นที่ปรึกษาเรื่องการเลือกใช้วิธีการทางวิจัยหรือแบบจำลองทางสถิติที่เหมาะสมกับโจทย์วิจัยที่กำลังศึกษาอยู่ เป็นต้น AI จึงมีบทบาทเสริมให้นักวิจัยที่ทำงานร่วมกับนักวิจัยสาขาอื่นในงานสหวิทยาการทำงานร่วมกันได้ง่ายมากขึ้น

บทบาทของสังคมศาสตร์มนุษยศาสตร์ต่อสังคมที่เปลี่ยนแปลง

การเข้ามาของ AI จะมีผลกระทบกับสังคมในวงกว้าง เรายังไม่รู้ชัดเจนว่าจะเกิดอะไรขึ้นได้บ้าง แต่ก็มีข้อวิตกกังวลและการทำนายผลกระทบของ AI ในเรื่องต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย AI ไม่ใช่เรื่องของ STEM (Science, Technology, Engineering และ Mathematics) เพียงอย่างเดียว แต่เกี่ยวข้องกับสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์อย่างหลีกเลี่ยงได้ เพราะ AI เป็นเทคโนโลยีที่สร้างมาเพื่อให้คนใช้ประโยชน์ เรื่องของมนุษย์และสังคมจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงนี้ด้วย

มนุษยศาสตร์กับการพัฒนา AI

ในหนังสือ “Robot Proof” เขียนโดย Joseph E. Aoun ได้กล่าวถึงความสำคัญของมนุษยศาสตร์ในยุคที่ AI กำลังเข้ามามีบทบาทมากขึ้น โดยเขามองว่าการพัฒนา AI ไม่ใช่เรื่องของ STEM อย่างเดียว เขาให้เหตุผลว่า มนุษยศาสตร์สามารถช่วยพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ (critical thinking) ซึ่งเป็นทักษะที่ AI ยังทำได้ไม่ดี AI อาจประมวลผลข้อมูลมหาศาลได้ สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของข้อมูลต่าง ๆ สามารถสร้างงานใหม่จากข้อมูลเดิมได้ แต่ก็ยังไม่สามารถคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ได้ดีเท่ามนุษย์จริง อีกทั้งเรื่องจริยธรรมและผลกระทบจากการใช้งาน AI ก็เป็น

ปัญหาของมนุษย์และสังคม เป็นโจทย์หรือปัญหาของทางสังคมมนุษย์โดยตรง ยิ่งกว่านั้นการพัฒนาของเทคโนโลยีต่าง ๆ ก็เพื่อให้ได้สร้างสิ่งที่คนจะใช้ประโยชน์ ไม่ใช่เพื่อให้ได้สร้างเทคโนโลยีนั้น มนุษยศาสตร์จึงสำคัญต่อการพัฒนา AI เพราะสามารถช่วยให้ได้เทคโนโลยีที่เป็นประโยชน์เหมาะสมแก่ความต้องการใช้ของมนุษย์

มหาวิทยาลัยหลายแห่งก็เริ่มให้ความสำคัญกับการสอนมนุษยศาสตร์ควบคู่ไปกับการสอนเทคโนโลยี AI เช่น โปรแกรม AI ที่ Princeton มีการทำงานแบบสหวิทยาการร่วมกับทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ Digital Democracies Institute ที่ Simon Fraser University ให้ความสนใจศึกษาเรื่องเกี่ยวข้องของมนุษยศาสตร์และ AI อย่างเรื่องจริยธรรมและความเท่าเทียมในสังคม MIT Schwarzman College of Computing เป็นวิทยาลัยที่เปิดใหม่ใน MIT เพื่อประสานงานด้านคอมพิวเตอร์กับสาขาวิชาอื่นเป็นสหวิทยาการที่จะตอบความต้องการสังคมในอนาคต เป็นต้น

ตัวอย่างเหล่านี้เป็นเครื่องยืนยันว่า เทคโนโลยี AI แม้เป็นเรื่องการพัฒนาของคอมพิวเตอร์ แต่เป้าหมายและการใช้งานก็เพื่อประโยชน์ของสังคมมนุษย์ ดังนั้น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์จึงมีความเกี่ยวข้องกับการเข้ามาของ AI อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะเมื่อการมาของ AI จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมมนุษย์ในวงกว้าง สังคมจะรับมือกับการปรับตัวและการเปลี่ยนแปลงนี้อย่างไร ย่อมเป็นงานที่นักสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ควรช่วยกันหาคำตอบ

ปัญหาเชิงจริยธรรม

ปัญหาเรื่องจริยธรรมที่เกิดจากการใช้งาน AI เป็นปัญหาแรก ๆ ที่หลายคนให้ความสนใจ. ผลจากการที่นักเรียนสามารถใช้ ChatGPT เพื่อเขียนรายงานส่งได้ ทำให้ AI ถูกมองว่าเป็นเครื่องมือส่งเสริมการกระทำผิด เพื่อรักษาจริยธรรมในการศึกษาวิจัยจำเป็นต้องป้องกันไม่ให้นักเรียนใช้ AI ทำงานส่ง การห้ามใช้รวมถึงการพัฒนาโปรแกรมตรวจงานเขียนจาก AI จึงถูกหยิบยกมาเพื่อแก้ปัญหานี้ อย่างไรก็ตามการตรวจจับงานเขียนจาก AI ก็ยังมีปัญหาเรื่องความน่าเชื่อถือของผลการตรวจ และคำถามถึงแนวทางการแก้ปัญหาที่ว่าใช้วิธีการที่ควรกระทำหรือไม่

ปัญหาจริยธรรมจากการใช้งาน AI ไม่ได้จำกัดเฉพาะเรื่องของผู้เรียนเท่านั้น แม้แต่ผู้สอนหรือนักวิจัยก็มีคำถามเชิงจริยธรรมนี้ด้วยได้ เนื่องจาก AI มีศักยภาพในการช่วยงานได้ต่าง ๆ ตามแต่จะสั่ง การเตรียมการสอน การทำเนื้อหาประกอบการสอน การสร้างแบบฝึกหัดในชั้นเรียน รวมถึงการตรวจประเมินงานนักเรียน หากครูผู้สอนใช้ AI ช่วยงานต่าง ๆ นี้จะถูกต้องหรือไม่ หากครูใช้ได้ทำไมจึงห้ามนักเรียนไม่ให้ใช้ คำถามต่าง ๆ เหล่านี้เป็นคำถามเชิงจริยธรรมว่าอะไรควรทำ อะไรไม่ควรทำ เหตุผลในการตัดสินใจคืออะไร

การเข้ามาของ AI ในแวดวงวิชาการจึงก่อให้เกิดคำถามใหม่ ๆ ในเรื่องจริยธรรม เพราะ AI เป็นเทคโนโลยีที่เปลี่ยนวิถีชีวิตคน (disruptive technology) สิ่งที่เคยยอมรับว่าเป็นวิถีปฏิบัติที่ดีในอดีตก็ใช้ไม่ได้ในปัจจุบัน. ปฏิกริยาเมื่อเริ่มเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงจากสิ่งใหม่ ๆ มักออกมาในเชิงต่อต้านไม่ยอมรับสิ่งใหม่นั้น ด้วยหวังว่าจะยังคงรักษารูปแบบวิถีชีวิตที่เคยดำเนินมา ดังจะเห็นได้จากการต่อต้านและห้ามใช้ ChatGPT ในสถานศึกษาในช่วงแรกที่ ChatGPT ออกมา แต่นั่นก็ไม่ใช่อการแก้ไขปัญหาที่แท้จริง

ปัญหาการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี AI สามารถก่อผลเสียได้หากถูกนำมาใช้ในทางที่ผิด AI ช่วยให้เราสามารถเลียนเสียงพูดใครก็ได้ (voice cloning) สามารถสร้างวิดีโอให้ใครแสดงท่าทางหรือพูดข้อความอะไรก็ได้ (deep fake) เทคโนโลยีเหล่านี้ทำให้ผู้ประสงค์ร้ายสามารถสร้างข้อมูลเท็จให้เหมือนบุคคลนั้นกำลังพูดหรือกระทำการสิ่งทีเห็นในวิดีโอ

AI ยังช่วยให้ใครก็ได้สามารถแก้ไขภาพ แต่งเติมรายละเอียดเพิ่มเติมตามที่กำหนดได้ เช่น เปลี่ยนเครื่องแต่งกายหรือถอดเสื้อผ้าบุคคลในภาพได้ ทำให้ผู้ประสงค์ร้ายสามารถสร้างข่าวสารปลอมหรือให้ร้ายใครก็ได้ การตรวจจับใบหน้าด้วย AI ทำให้หน่วยงานรัฐสามารถค้นหาบุคคลผ่านกล้องวิดีโอที่อยู่ตามที่สาธารณะต่าง ๆ ได้ ทำให้การสอดส่องหรือติดตามพฤติกรรมของบุคคลเป็นไปได้ไม่ยาก. เทคโนโลยีการตรวจติดตามคนนี้อาจอ้างว่าจะใช้กับผู้กระทำความผิดหรืออาชญากร แต่ก็มีความเป็นไปได้ที่รัฐอาจจะใช้เทคโนโลยีนี้ติดตามบุคคลทั่วไปหรือฝ่ายตรงข้ามรัฐได้

ปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคม

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้ก่อให้เกิดเหลื่อมล้ำในสังคมที่เรียกว่า Digital Divide ในช่วงแรกเป็นความเหลื่อมล้ำที่เกิดจากการมีหรือไม่มีทรัพยากรเหล่านั้น ปัญหาคนไม่มีหรือเข้าไม่ถึงการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ทำให้ขาดโอกาสในการเรียนรู้และแข่งขัน การแก้ปัญหาคือทำให้คนส่วนใหญ่มีคอมพิวเตอร์มีอินเทอร์เน็ตให้เข้าถึง หากแก้ปัญหาให้ผู้คนเข้าถึงเทคโนโลยีได้แล้ว ความเหลื่อมล้ำต่อมาที่อาจเกิดได้คือการขาดทักษะการใช้เทคโนโลยี เพราะคนที่ได้เรียนรู้การใช้เครื่องมือโปรแกรมต่าง ๆ จะสามารถทำงานได้ดีกว่าคนที่ใช้คอมพิวเตอร์ไม่เป็น การแก้ปัญหานี้คือการฝึกทักษะหรือสอนให้คนส่วนใหญ่ได้เรียนรู้และใช้คอมพิวเตอร์เป็น

แต่ในยุคที่ AI จะเข้ามามีบทบาทสำคัญในทุกแวดวงการทำงานมากขึ้น ความเหลื่อมล้ำที่จะเกิดขึ้นได้คือการมีหรือไม่มีความสามารถในการใช้ AI เพราะการใช้งานคอมพิวเตอร์ในยุค AI นี้ไม่ใช่

การเรียนรู้ที่จะกดหรือเลือกคำสั่งในหน้าจอที่มีอีกต่อไป แต่เป็นความสามารถในการสื่อสารหรือ prompt ให้ AI ดึงศักยภาพในการทำงานต่าง ๆ ออกมาให้กับเรา คนที่ฉลาดคุยกับ AI ได้จะสามารถทำงานต่าง ๆ ได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากกว่าคนทั่วไป การแก้ปัญหาในเรื่องนี้จะเป็นเรื่องยากกว่าปัญหาความเหลื่อมล้ำในอดีต การจัดหาเครื่องมือให้คนเข้าถึง การสอนให้มีทักษะการใช้เครื่องมือเป็นสิ่งที่สามารถทำให้คนส่วนใหญ่ได้ แต่การทำให้คนส่วนใหญ่ฉลาดใช้ รู้และเข้าใจการทำงานร่วมกับ AI เพื่อให้ได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพไม่ใช่เรื่องที่เป็นไปได้ง่าย

เนื่องจากคนแต่ละคนมีสติปัญญาไม่เท่าเทียมกัน จะมีคนที่ฉลาดมากและคนที่ไม่ค่อยฉลาดเมื่อก่อนคนที่มีสติปัญญาแตกต่างกันก็เลือกทำงานที่เหมาะสมกับระดับความสามารถของตน แต่ในอนาคตที่ AI เข้ามาทำงานต่าง ๆ แทนมนุษย์ได้หลากหลาย คนที่จะทำงานอยู่ต่อไปได้จำเป็นต้องสามารถทำงานร่วมกับ AI ได้ ต้องมีความรู้และฉลาดกว่า AI เพื่อให้สามารถเข้าใจและประเมินสิ่งที่ AI ทำออกมาให้ว่าดีหรือไม่ดี ต้องปรับแก้ไขอะไรอย่างไร คนที่เมื่อก่อนคุ้นเคยกับการทำงานไม่ซับซ้อนเพื่อหาเลี้ยงชีพจะปรับตัวในการแข่งขันได้ยากกว่า ความเหลื่อมล้ำในยุค AI จึงเป็นเรื่องที่แก้ไขได้ยากที่สุด หากคนจำนวนหนึ่งไม่สามารถฉลาดใช้งาน AI ได้แล้วและงานอาชีพต่าง ๆ ก็หดหายไป สังคมจะพบการเปลี่ยนแปลงอย่างไร

บทบาทร่วมในการแก้ปัญหาสังคม

ปัญหาหรือผลกระทบที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี AI เหล่านี้เป็นเรื่องของปัญหาที่เกิดในสังคมเป็นเรื่องที่นักมนุษยศาสตร์และนักสังคมศาสตร์จะต้องช่วยกันถกเถียง วางแนวปฏิบัติที่เหมาะสมรวมถึงชี้ให้เห็นถึงภัยหรือปัญหาที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงและวางแนวทางที่เหมาะสมในการแก้ไข ปัญหา ตัวอย่างเช่น เมื่อมีการพูดถึงอคติหรือ bias ที่แฝงอยู่ในคำตอบหรืองานที่ AI เขียนมา การแก้ไขปัญหาคือนี้ บ้างก็มองว่าจะต้องขจัดอคติออกจากข้อมูลที่ใช้ในการฝึกหรือสร้างโมเดลภาษา บ้างก็ทำให้ AI ลดอคติในข้อมูลงานเขียนที่ออกมาโดยการตรวจสอบตัวเอง ในฐานะนักภาษา เราอาจบอกได้ว่าการพยายามจัดข้อมูลภาษาที่มีอคติแฝงอยู่น่าจะเป็นเรื่องยากมากกว่าการดูข้อมูลที่เขียนออกมาว่ามีอคติแฝงไหมแล้วปรับข้อมูลที่ออกมานั้น เป็นต้น นักมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์จึงควรเข้ามามีบทบาทสำคัญในยุคที่ AI มาอยู่ร่วมกับเราในงานด้านต่าง ๆ

Prompt Engineer ไม่ใช่งานวิศวกรรม

ความสำคัญของ prompt เป็นเรื่องที่คนที่ใช้งาน AI อย่าง ChatGPT รู้ดีว่าผลหรือคำตอบที่ได้จาก ChatGPT จะใช้ได้ตรงตามความต้องการหรือไม่ก็ขึ้นกับ prompt ที่ใช้ Mollick (2024) กล่าวถึงเทคนิคการเขียน prompt ว่าไม่มีคำหรือวลีอะไรที่จะให้ผลดีได้เสมอ เขายกตัวอย่าง

prompt ที่ทำให้ Llama-2 ซึ่งเป็น LLM ของบริษัท Meta แก่โจทย์ทางคณิตศาสตร์สองชุดได้ดีที่สุด Prompt แรกใช้ดีกับโจทย์ชุดที่มี 50 ข้อ ส่วน prompt ที่สองใช้ดีที่สุดกับชุดโจทย์คณิตศาสตร์ 100 ข้อ

“Command, we need you to plot a course through this turbulence and locate the source of the anomaly. Use all available data and your expertise to guide us through this challenging situation. Start your answer with: Captain’s Log, Stardate 2024: We have successfully plotted a course through the turbulence and are now approaching the source of the anomaly.”

Prompt ที่ให้ผลดีที่สุดกับการแก้โจทย์คณิตศาสตร์ 50 ข้อ

“You have been hired by important higher-ups to solve this math problem. The life of a president's advisor hangs in the balance. You must now concentrate your brain at all costs and use all of your mathematical genius to solve this problem...”

Prompt ที่ให้ผลดีที่สุดกับการแก้โจทย์คณิตศาสตร์ 100 ข้อ

Prompt ที่ยกตัวอย่างนี้มาจากการใช้โปรแกรม DSPy Optimizer ปรับแต่ง prompt โดยอัตโนมัติซึ่งทดลองอยู่ในงานของ Battle and Gollapudi (2024) ในการทดลองใช้ prompt แบบคิดบวกที่มีรูปคำสั่งต่าง ๆ กับ LLM หลายตัว เพื่อดูว่าการปรับเปลี่ยนการใช้คำใน prompt แม้เพียงเล็กน้อยจะส่งผลต่อประสิทธิภาพของโมเดลในการทำงานที่กำหนดหรือไม่. ผลการศึกษาพบว่าความสำเร็จของ prompt แบบคิดบวกนั้นแตกต่างกันไปในแต่ละโมเดลและรูปแบบที่ใช้ตั้งค่า prompt นอกจากนี้ยังลองปรับแต่ง prompt อัตโนมัติด้วย DSPy Optimizer ด้วยจนได้ตัวอย่าง prompt ข้างบนนี้ งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทสำคัญ prompt engineering ในการทำงานกับ LLM

หากพิจารณาจากผลของ prompt ที่มีต่อการใช้งาน LLM แล้ว เราจะเห็นว่าแม้นคนทั่วไปจะใช้คำว่า prompt engineering แต่งานจริงเป็นเรื่องการปรับแต่งภาษาที่ใช้สนทนากับ AI ซึ่งเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมากกว่าวิศวกรรม ผู้ที่เหมาะสมกับงานประเภทนี้จึงน่าจะเป็นนักมนุษยศาสตร์ที่มีความสามารถในการสื่อสารมากกว่าวิศวกรที่มักชอบทำงานมากกว่าพูดเพราะคนที่

จะทำงานเขียน prompt ได้ดีคือคนที่ฉลาดใช้ AI เป็นคนที่รู้ว่าจะสื่อสารกับ AI อย่างไรเพื่อจูงใจหรือ
 ชี้นำให้ AI ทำงานได้เต็มประสิทธิภาพที่ต้องการ

บทบาทที่ควรเป็นของนักมนุษยศาสตร์และนักสังคมศาสตร์

เมื่อสังคมเริ่มเปิดรับว่าไม่สามารถต้านการเปลี่ยนแปลงนี้ได้ ก็จะเริ่มมีการถกเถียงหาทางออก
 ใหม่ ๆ ที่เหมาะสม นักมนุษยศาสตร์และนักสังคมศาสตร์จึงควรมีบทบาทนำในเรื่องเหล่านี้ การเข้ามา
 ของ AI อย่าง ChatGPT ทำให้ครูผู้สอนเห็นว่าการให้งานและประเมินผลแบบเดิมนั้นใช้ไม่ได้แล้ว
 จำต้องแสวงหาวิธีการใหม่ในการประเมินและเรียนรู้ เช่น ประเมินกระบวนการเรียนรู้แทนการ
 ประเมินผลงานสุดท้าย

ในงานวิชาการก็จะเริ่มเห็นนักวิจัยใช้ AI ช่วยทำงานและเขียนบทความวิจัยมาเสนอมากขึ้น
 จนเกิดคำถามและการมองหาวิธีการที่จะทำให้วิถีปฏิบัติแบบเดิยังดำเนินได้ การห้ามรวมถึงการ
 ตรวจสอบว่ามีการใช้ AI ในการเขียนงานวิชาการหรือไม่ ก็ไม่ใช่เรื่องที่สามารถพิสูจน์หรือยืนยันได้ร้อย
 เปอร์เซ็นต์ว่าผู้เขียนไม่ได้ทำงานเองเป็นหลัก แต่หากเปลี่ยนวิธีคิดคือยอมรับว่า AI เป็นเทคโนโลยีที่
 ใครก็สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ การประเมินงานก็จะเปลี่ยนไปเป็นว่าเมื่อมี AI ให้ใช้แล้ว
 มาตรฐานของงานที่ยอมรับตีพิมพ์ได้ควรจะต้องสูงกว่าเดิม หากบทความใดบทความหนึ่งโดย
 นำสรุปเรื่องของแต่ละบทความมาเรียงต่อกันก็ควรปฏิเสธงานนั้น เพราะใครก็สามารถทำได้ด้วยการ
 ให้ AI สรุปแต่ละบทความมาเรียงต่อกัน หรือหากเขียนบทความวรรณกรรมโดยไม่มีความเชื่อมโยงของ
 เนื้อหาสาระจริง เป็นเพียงเชื่อมโยงความทางภาษาเป็นหลัก บทความนั้นก็ควรถูกปฏิเสธเพราะใคร ๆ
 ก็สามารถให้ AI เรียบเรียงความจากบทความทั้งหมดที่ให้ไปเป็นความเรียงต่อเนื่องได้ เป็นต้น

นักมนุษยศาสตร์และนักสังคมศาสตร์จึงควรร่วมกันแสวงหาคำตอบให้กับปัญหาหรือคำถาม
 ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นจากการเข้ามาของ AI และตั้งคำถามกับความเห็นที่ฝ่ายต่าง ๆ ได้นำเสนอต่อ
 สาธารณะทั้งหลายว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ตัวอย่างเช่น นักพัฒนาที่มอง AI ในแง่บวกก็จะมองว่า
 AI จะเข้ามาแก้ปัญหาต่าง ๆ ของมนุษย์ ปลดปล่อยมนุษย์จากภาระงานประจำที่ทำ ได้มีเวลาทำสิ่ง
 สร้างสรรค์ที่ตัวเองสนใจ โดยไม่ต้องทำงานหารายได้เพราะมีเงินจากรัฐที่เรียกว่า universal basic
 income ปรากฏการณ์เช่นนี้จะเกิดขึ้นจริงในสังคมมนุษย์ที่ปัจจุบันยังมีความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ
 คนส่วนน้อยได้สะสมเงินทองมากมาย หรือ AI จะยิ่งนำมาซึ่งความเหลื่อมล้ำที่แก้ไขได้ยากมากขึ้น คน
 จำนวนมากจะตกงานหรือต้องเปลี่ยนงาน หลายคนอาจกลายเป็นกลุ่มคนไร้ค่าหรือ useless class
 ภาวะเหล่านี้เมื่อเริ่มเกิดขึ้นจะมีปฏิกิริยาโต้กลับอย่างไร และสังคมจะปรับตัวสู่สมดุลได้อย่างไรใช้

เวลานานเท่าไร เหล่านี้ล้วนเป็นคำถามที่นักมนุษยศาสตร์และนักสังคมศาสตร์ควรมีบทบาทชี้แนะสังคม

เอกสารอ้างอิง

Aroonmanakun, W. (June 19, 2019). AI กับอนาคตของนักภาษา. Medium.

<https://medium.com/@awirote/ai-กับอนาคตของนักภาษา-5af2fd1fb4d0>.

Aroonmanakun, W. (February 20, 2021). เขียนภาษาไทยอย่างไรให้ได้ภาษาอังกฤษระดับ-b2-c1. Medium. <https://medium.com/@awirote/เขียนภาษาไทยอย่างไรให้ได้ภาษาอังกฤษระดับ-b2-c1-6de8424390de>.

Aroonmanakun, W. (December 3, 2023). ChatGPT: Why Johnny can't write. Medium. <https://medium.com/@awirote/chatgpt-why-johnny-cant-write-511958ac6e5e>.

Battle, R., & Gollapudi, T. (2024). The Unreasonable Effectiveness of Eccentric Automatic Prompts. arXiv, 2402.10949. Retrieved from <https://arxiv.org/abs/2402.10949v2>.

In Our Image: Artificial Intelligence and the Humanities. (2021, April 7). National Humanities Center. <https://nationalhumanitiescenter.org/in-our-image-ai-humanities/>.

Fuller-Wright, L., (March 18, 2024). AI at Princeton: Pushing limits, accelerating discovery and serving humanity. Princeton University. <https://www.princeton.edu/news/2024/03/18/ai-princeton-pushing-limits-accelerating-discovery-and-serving-humanity>.

MIT Stephen A. Schwarzman College of Computing. (n.d.). Retrieved May 11, 2024, from <https://catalog.mit.edu/schools/mit-schwarzman-college-computing/>.

Mollick, E. (March 4, 2024). Captain's log: the irreducible weirdness of prompting AIs. Retrieved May 14, 2024, from <https://www.oneusefulthing.org/p/captains-log-the-irreducible-weirdness>.

แบบฟอร์มการลงทะเบียน เข้าร่วมงานประชุมวิชาการ ระดับชาติ



ลิงก์แบบฟอร์มลงทะเบียน

<https://forms.gle/MQxwQqUNFWHZNwwZ7>

QR Code



คู่มือการใช้โปรแกรม Webex Meetings งานประชุมวิชาการระดับชาติ

"พหุศาสตร์บูรณาการสังคม: องค์ความรู้สู่ยุคปัญญาประดิษฐ์
เศรษฐกิจ ภาษา การสื่อสาร และศาสตร์แห่งอนาคต" ปี 2567

วันอังคารที่ 4 มิถุนายน 2567



ลิงก์คู่มือการใช้โปรแกรม Webex Meetings

https://drive.google.com/file/d/17BoKitCIXbkh_lQHwidV6WGOSKLDmc7I/view?usp=sharing

QR Code



ห้องประชุม

Meeting Room	Meeting Number	Meeting Password	Meeting Link	QR Code	ผู้จัดการประชุม (Host)
การประชุมใหญ่ (Webex Room 1)	2518 827 3878	HMconference 2024	https://utcc.webex.com/utcc/j.php?MTID=mb1eaf2b641177ad74bf1d9a7cf93c72e		รศ.สุวรรณา งามเหลือ ดร.ธีระวุฒิ สุนทรา
การประชุมคู่ขนาน (Webex Room 1)	2518 827 3878	HMconference 2024	https://utcc.webex.com/utcc/j.php?MTID=mb1eaf2b641177ad74bf1d9a7cf93c72e		รศ.สุวรรณา งามเหลือ ดร.ธีระวุฒิ สุนทรา
การประชุมคู่ขนาน (Webex Room 2)	2518 328 1542	HMconference 2024	https://utcc.webex.com/utcc/j.php?MTID=mb7d2ee12daffa0419007d3ace7fd0e9f		ดร.อรภัทร พุกกะเวส ดร.วิมลมาส หมั่นหอ

สารบัญ

	หน้า
รายนามคณะกรรมการจัดประชุมวิชาการ	ข
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ	ค
สารจากคณบดี	จ
บทบรรณาธิการ	ฉ
องค์ปาฐก	ช
กำหนดการประชุม	ป
กำหนดการและการนำเสนอบทความ	ผ

บทความด้านบริหารธุรกิจ

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการเบิกจ่ายงบประมาณประจำปีของสำนักงานจังหวัดน่าน <i>ภาพิมล วัฒนสันติพงศ์ และ ธฤตพน อุ่สวัสดิ์</i>	3
2. การลดความสูญเสียของกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทซอง กรณีศึกษา บริษัท ฟุจิ ซील แพคเกจจิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด <i>ชฎาภรณ์ อ่อนจันทร์ และ พรพิมล กะชามาศ</i>	24
3. การศึกษาแนวทางการขยายฐานลูกค้าสินค้าเชื่อธนาคารประชาชน กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว <i>ไกรฤกษ์ บุญมาก และ สุทธาวรรณ ซาโต้</i>	40
4. แนวทางการลดการเกิดหนี้ค้างชำระสินค้าเชื่อ โครงการธนาคารประชาชนของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา <i>จินตนา โคววนิช และ วรณรพี บานชื่นวิจิตร</i>	58
5. แนวทางการลดการเกิดข้อร้องเรียนของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต <i>สุชานาถ เล็งบางยาง และ วรณรพี บานชื่นวิจิตร</i>	74
6. แนวทางที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย <i>รัศมี สุวรรณกำเนิด และ จรัสวรรณ จันทร์ตัน</i>	90

7. ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่เพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน เขตนครราชสีมา 3	104
<i>ศุภมาส เคื่อนพงษ์ และ จรัสวรรณ จันทรัตน์</i>	
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุของลูกค้าธนาคารออมสิน เขตปราจีนบุรี	117
<i>เสาวลักษณ์ เล็กสงวน และ พรพิมล กะขามาศ</i>	
9. แนวทางแก้ไขปัญหาสินเชื่ธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมายของธนาคารออมสิน สาขาทุ่งใหญ่ เขตนครศรีธรรมราช 2	139
<i>ธีระศักดิ์ ศรีวิลัย และ นงนภัส แก้วพลอย</i>	
10. การศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน สาขาเหนือคลอง จังหวัดกระบี่	151
<i>ทัตวัฒน์ หมั่นสนิท และ วรรณรพี บานชื่นวิจิตร</i>	
11. การศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน สาขาอ่าวลึก	164
<i>จันทร์จิรา เหล่านิติวงศ์ และ วรรณรพี บานชื่นวิจิตร</i>	
12. แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อรายย่อยของธนาคารออมสิน สาขาชะอวด	179
<i>ชนิษฐา สุขชี และ วรรณรพี บานชื่นวิจิตร</i>	
13. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการซื้อของผู้ค้าปลีก กรณีศึกษา บริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด	195
<i>เพชรรัตน์ กนกจรรักษ์ และ สิริพันธ์ วงศ์อินทวั</i>	
บทความด้านบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ	
14. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเดบิต ธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง	214
<i>นวพรรษ สุวรรณรักษา และ จรัสวรรณ จันทรัตน์</i>	
15. แนวทางแก้ไขการสมัครใช้บริการสินเชื่ผ่าน แอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน ต่ำกว่าเป้าหมายตัวชี้วัด ปี พ.ศ. 2566	234
<i>นันทยา วิทย์ไพบูลย์สกุล และ นงนภัส แก้วพลอย</i>	

16. เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระ <i>เกียรติกร อัครสาร</i>	254
17. การเสริมสร้างอาชีพด้านอาหารของเกษตรกรรายย่อยในประเทศไทย กรณีศึกษาเครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน <i>อรุณวดี รัตนธารีย์ และ กุลลณี มุทธากุล</i>	274
18. การใช้เกมส์ลักษณะการช่วยลดโลกร้อนเป็นตัวช่วยสอนในวิชาวิทยาศาสตร์ ภาคฟิสิกส์เคมี <i>ปวีศ สมานบุตร และคณะ</i>	298
19. กลวิธีการขอโทษภาษาไทยของชาวจีนที่พูดภาษาไทย: กรณีศึกษาสถานการณ์ ทางธุรกิจในประเทศไทย <i>นพรัตน์ เรวดีโต และ จักริน จุลพรหม</i>	310
20. การศึกษาอัตลักษณ์จีนในสังคมไทย: กรณีศึกษานวนิยายไทยเรื่อง โปตัมกลีบสุดท้าย ของกานติมา <i>Guo Huiduo และ ขนิษฐา จิตชินะกุล</i>	326
21. การสร้างตัวละครในละครโทรทัศน์ไทย: กรณีศึกษาเรื่อง “คุณชาย” <i>Xiang Danting และ ขนิษฐา จิตชินะกุล</i>	344
22. การศึกษาวัฒนธรรมในแบบเรียนบทสนทนาภาษาไทยในฐานะภาษาที่สอง <i>โหว เมิ่งเจีย และ ขนิษฐา จิตชินะกุล</i>	359
23. ถอดรหัสสุนทรียะเมือง: การออกแบบพื้นที่การเรียนรู้ทางวัฒนธรรมโดยใช้เกม สถานการณ์จำลอง <i>อรอุษา สุวรรณประเทศ และคณะ</i>	377
24. แนวคิดการสร้าง AI เพื่อเสริมสร้างทักษะการพูดภาษาอังกฤษให้นักเรียนไทย <i>ณัฐกิตติ์ หนูทอง และคณะ</i>	392
25. Revealing English Teachers’ Perceptions of Students’ Use of Generative AI: Transformative or Detrimental? <i>Pimchanok Klinsuwan et al.</i>	406

26. Exploring Factors Contributing to Burnout Among Thammasat University Students	424
<i>Iyapath Kowitcharoen et al.</i>	

กำหนดการประชุมวิชาการระดับชาติ
พหุศาสตร์บูรณาการสังคม: องค์ความรู้สู่ยุคปัญญาประดิษฐ์ เศรษฐกิจ
ภาษา การสื่อสารและศาสตร์แห่งอนาคต
4 มิถุนายน 2567
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ห้องประชุมออนไลน์ Webex Meetings

8.00-8.45	คณะกรรมการ ผู้นำเสนอ และผู้เข้าร่วมประชุมพร้อมในห้องประชุมออนไลน์ Webex Room 1
8.45-9.00 น.	พิธีกล่าวเปิดงานโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ เกิดอรุณสุขศรี คณบดีคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
9.00-11.00 น.	ปาฐกถาหัวข้อ “มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ไทยกับปัญญาประดิษฐ์และความฉลาดทางดิจิทัล” โดยรองศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ อรุณมานะกุล ภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ห้องประชุมออนไลน์ Webex Room 1
11.00-12.00 น.	การนำเสนอบทความในห้องประชุมออนไลน์ Webex Room 1 และ ห้องประชุมออนไลน์ Webex Room 2
12.00-13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00-15.15 น.	การนำเสนอบทความในห้องประชุมออนไลน์ Webex Room 1 และ ห้องประชุมออนไลน์ Webex Room 2

หัวข้อย่อยและการแบ่งห้องนำเสนอ

ห้องประชุมออนไลน์ Webex Room 1	บทความด้านบริหารธุรกิจ
ห้องประชุมออนไลน์ Webex Room 2	บทความด้านบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

กำหนดการและการนำเสนอบทความ
4 มิถุนายน 2567
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ห้องประชุมออนไลน์ Webex Room 1

ผู้จัดการประชุม (Host): รองศาสตราจารย์สุวรรณา งามเหลือ และ ดร.ธีระวุฒิ สุนทรา

เวลา	หมายเลข – หัวข้อนำเสนอ	ชื่อผู้นำเสนอ
11.00-11.15	1 – ปัจจัยที่มีผลต่อการเบิกจ่ายงบประมาณประจำปีของสำนักงานจังหวัดน่าน	ภาพิมล วัฒนสันติพงศ์ ธฤตพน อุสวัสต์
11.15-11.30	2 – การลดความสูญเสียของกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทของ กรณีสักขาบริษัท ฟุจิ ซิล แพคเกจจิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด	ชฎาภรณ์ อ่อนจันทร์ พรพิมล กะขามาศ
11.30-11.45	3 – การศึกษาแนวทางการขยายฐานลูกค้าสินเชื่อธนาคารประชาชน กรณีสักขาธนาคารออมสิน สาขาวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว	ไกรฤกษ์ บุญมาก สุทธาวรรณ ชาติ
11.45-12.00	4 – แนวทางการลดการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา	จินตนา โควณิช วรรณรพี บานชื่นวิจิตร
12.00-13.00	พักรับประทานอาหารกลางวัน	
13.00-13.15	5 – แนวทางการลดการเกิดข้อร้องเรียนของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต	สุชานาถ เสี่ยงบางยาง วรรณรพี บานชื่นวิจิตร
13.15-13.30	6 – แนวทางที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	รัศมี สุวรรณกาเนต จรัชวรรณ จันทรัตน์
13.30-13.45	7 – ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน เขต นครราชสีมา 3	ศุภมาส เดือนพงษ์ จรัชวรรณ จันทรัตน์
13.45-14.00	8 – ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุของลูกค้าธนาคารออมสิน เขต ปราจีนบุรี	เสาวลักษณ์ เล็กสูงษ์ พรพิมล กะขามาศ

เวลา	หมายเลข – หัวข้อนำเสนอ	ชื่อผู้นำเสนอ
14.00-14.15	9 – แนวทางแก้ไขปัญหาสินค้าเชื่อธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมายของธนาคารออมสิน สาขาทุ่งใหญ่ เขตนครศรีธรรมราช 2	ธีระศักดิ์ ศรีวิสัย นงนภัส แก้วพลอย
14.15-14.30	10 – การศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดสลากออมสิน พิเศษของธนาคารออมสิน สาขาเหนือคลอง จังหวัดกระบี่	หัตถวัฒน์ หมั่นสนิท วรรณรพี บานชื่นวิจิตร
14.30-14.45	11 – การศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน สาขาอ่าวลึก	จันทร์จิรา เหล่านิตวงศ์ วรรณรพี บานชื่นวิจิตร
14.45-15.00	12 – แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อรายย่อยของธนาคารออมสิน สาขาชะอวด	ชนิษฐา สุขชี วรรณรพี บานชื่นวิจิตร
15.00-15.15	13 – ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการซื้อของผู้ค้าปลีก กรณีศึกษา บริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด	เพชรรัตน์ กนกजारักษ์ สิริพันธ์ วงศ์อินทวง

ห้องประชุมออนไลน์ Webex Room 2

ผู้จัดการประชุม (Host): ดร.อรภัทร พุกกะเวส และ ดร.วิมลมาส หมั่นหอ

เวลา	หมายเลข – หัวข้อนำเสนอ	ชื่อผู้นำเสนอ
11.00-11.15	14 – การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิต ธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง	นพพรธ สุวรรณรักษา จรัชวรรณ จันทร์ตัน
11.15-11.30	15 – แนวทางแก้ไขการสมัครใช้บริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน ต่ำกว่าเป้าหมายตัวชี้วัด ปีพ.ศ. 2566	นันทิยา วิทย์ไพบูลย์สกุล นงนภัส แก้วพลอย
11.30-11.45	16 – เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระ	เกียรติกร อัครสาร
11.45-12.00	17 – การเสริมสร้างอาชีพด้านอาหารของเกษตรกรรายย่อยในประเทศไทย กรณีศึกษาเครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน	อรุณวารี รัตนธารี กุลลินี มุทธากลิน
12.00-13.00	พักรับประทานอาหารกลางวัน	

เวลา	หมายเลข – หัวข้อนำเสนอ	ชื่อผู้นำเสนอ
13.00-13.15	18 – การใช้เกมส์ลักษณะการช่วยลดโลกร้อนเป็นตัวช่วยสอนในวิชาวิทยาศาสตร์ภาคฟิสิกส์เคมี	ปวิศ สมานบุตร พัฒนศรีญ์ เลาหไพบูลย์ อรณิชา คงวุฒิ
13.15-13.30	19 – กลวิธีการขอโทษภาษาไทยของชาวจีนที่พูดภาษาไทย: กรณีศึกษาสถานการณ์ทางธุรกิจในประเทศไทย	นพรัตน์ เรวัตโต จักริน จุลพรหม
13.30-13.45	20 – การศึกษาอัตลักษณ์จีนในสังคมไทย: กรณีศึกษานวนิยายไทย เรื่อง โปตันทกีสสุดท้ายของกานติมา	Guo Huiduo ชนิษฐา จิตชินะกุล
13.45-14.00	21 – การสร้างตัวละครในละครโทรทัศน์ไทย: กรณีศึกษาเรื่อง “คุณชาย”	Xiang Danting ชนิษฐา จิตชินะกุล
14.00-14.15	22 – การศึกษาวัฒนธรรมในแบบเรียนบทสนทนาภาษาไทยในฐานะภาษาที่สอง	โหว เม้งเจีย ชนิษฐา จิตชินะกุล
14.15-14.30	23 – ถอดรหัสสุนทรียะเมือง: การออกแบบพื้นที่การเรียนรู้ทางวัฒนธรรมโดยใช้เกมสถานการณ์จำลอง	อรอุษา สุวรรณประเทศ แคทรียา อังทองกำเนิด ณัฐพร ไข่มุก ปฐวี พรหมเสน
14.30-14.45	24 – แนวคิดการสร้าง AI เพื่อเสริมสร้างทักษะการพูดภาษาอังกฤษให้นักเรียนไทย	ณัฐกิตติ์ หนูทอง พัฒนศรีญ์ เลาหไพบูลย์ อรณิชา คงวุฒิ
14.45-15.00	25 – Revealing English Teachers’ Perceptions on Generative AI: Transformative or Detrimental?	Pimchanok Klinsuwan Siwakorn Kansri Sirapat Leelasupha Dumrong Adunyarittigun
15.00-15.15	26 – Exploring Factors Contributing to Burnout Among Thammasat University Students	Iyapath Kowitcharoen Kanyakorn Mongkolpetch Patranunt Sungmuan Tawan Wongpradu Dumrong Adunyarittigun



ห้องประชุมออนไลน์ Webex Room 1: บทความด้านบริหารธุรกิจ

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการเบิกจ่ายงบประมาณประจำปีของสำนักงานจังหวัดน่าน 3
ภาพิมล วัฒนสันติพงศ์ และ ธฤตพน อุ่สวัสดิ์
2. การลดความสูญเสียของกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทซอง กรณีศึกษา บริษัท พูจิ ซีล แพคเกจจิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด 24
ชฎาภรณ์ อ่อนจันทร์ และ พรพิมล กะชามาศ
3. การศึกษาแนวทางการขยายฐานลูกค้าสินค้าเชื่อธนาคารประชาชน กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว 40
ไกรฤกษ์ บุญมาก และ สุทธาวรรณ ชาโต้
4. แนวทางการลดการเกิดหนี้ค้างชำระสินค้าเชื่อ โครงการธนาคารประชาชนของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา 58
จินตนา โควณิช และ วรณรพี บานชื่นวิจิตร
5. แนวทางการลดการเกิดข้อร้องเรียนของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต 74
สุชานาถ เล็งบางยาง และ วรณรพี บานชื่นวิจิตร
6. แนวทางที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 90
รัศมี สุวรรณกำเนิด และ จรัชวรรณ จันทรัตน์
7. ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจในการเลือกใช้บริการสินค้าเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน เขตนครราชสีมา 3 104
ศุภมาส เดือนพงษ์ และ จรัชวรรณ จันทรัตน์
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุของลูกค้า ธนาคารออมสิน เขตปราจีนบุรี 117
เสาวลักษณ์ เล็กสุขวงศ์ และ พรพิมล กะชามาศ

9. แนวทางแก้ไขปัญหาสินเชื่อธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมายของธนาคารออมสิน
สาขาทุ่งใหญ่ เขตนครศรีธรรมราช 2 139
ธีระศักดิ์ ศรีวิลัย และ นงนภัส แก้วพลอย
10. การศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน 151
สาขาเหนือคลอง จังหวัดกระบี่
ท้าววัฒน์ หมั่นสนิท และ วรรณรพี บานชื่นวิจิตร
11. การศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน สาขาอ่าวลึก 164
จันทร์จิรา เหล่านิตติวงศ์ และ วรรณรพี บานชื่นวิจิตร
12. แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อรายย่อยของธนาคารออมสิน สาขาชะอวด 179
ชนิษฐา สุขชี และ วรรณรพี บานชื่นวิจิตร
13. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการซื้อ 195
ของผู้ค้าปลีก กรณีศึกษา บริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด
เพชรรัตน์ กนกजारักษ์ และ สิริพันธ์ วงศ์อินทวง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเบิกจ่ายงบประมาณประจำปีของสำนักงานจังหวัดน่าน

ภาพิมล วัฒนสันติพงษ์¹, ธฤตพน อุ่สวัสดิ์²

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจ

^{1,2} มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท กลุ่มวิชาการเงิน

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของสำนักงานจังหวัดน่าน เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของสำนักงานจังหวัดน่านและนำผลการศึกษามาใช้พัฒนาและปรับปรุงในการเบิกจ่ายเงินงบประมาณ ในอนาคตต่อไป โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) และนำเสนอสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าสถิติความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และสำหรับการวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inference Statistics) จะใช้ค่าไคสแควร์ (Chi-Square) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ Gamma ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม 108 ชุด ผลการศึกษาพบว่าประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของสำนักงานจังหวัดน่านมีประสิทธิภาพการเบิกจ่ายอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านระบบขั้นตอนการปฏิบัติงาน ด้านกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง ด้านการวางแผนในการปฏิบัติงาน และด้านการปฏิบัติงานของบุคลากร ทั้งหมดมีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของสำนักงานจังหวัดน่าน

คำสำคัญ: การเบิกจ่ายงบประมาณ, ประสิทธิภาพ, สำนักงานจังหวัดน่าน

Factors Affecting Yearly Nan Governors Office's Budget Disbursements

Papimon Wattanasantipong¹, Thitapon Ousawat²

^{1,2} School of Business

^{1,2} University of the Thai Chamber of Commerce

¹ Master's Degree Student, Concentration on Finance

Abstract

The objective of this study is to study factors that affects Nan Governors Office's annually budget disbursements to labelling factors that affects Nan Governors Office's annually budget disbursements and to improve the efficiency for that affects Nan Governors Office's annually budget disbursements by applying Statistical Package for Social Sciences (SPSS) and using Descriptive Statistics by Percentage Frequency and Means. For analyzing Inference Statistics, Chi-Squares and Goodman and Kruskal's Gamma will be applied to analyze the data from 108 surveys. From the studies, the factors that affect Nan Governors Office's annual budget disbursements are Procedure, Laws Protocols, Strategy and Performance.

Keywords: Nan Governor Office, Annual Budget Disbursements

บทนำ

มติคณะรัฐมนตรีให้เร่งรัดการเบิกจ่ายเงินงบประมาณและการใช้จ่ายภาครัฐ เพื่อให้หน่วยรับงบประมาณเร่งรัดการเบิกจ่ายเงินงบประมาณการใช้จ่ายเงินงบประมาณและเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ โดยกรมบัญชีกลางได้มีมาตรการการติดตามและกำหนดเป้าหมายการเบิกจ่ายเงินประมาณภาครัฐในภาพรวมเป็นรายไตรมาส ให้เป็นไปตามเป้าหมาย

สำนักงานจังหวัดน่าน เป็นหน่วยงานบริหารราชการส่วนภูมิภาค สังกัดกระทรวงมหาดไทย ที่ได้รับจัดสรรงบประมาณจากรัฐบาล มีหน้าที่ในการพัฒนาโครงสร้างดำเนินการเป็นศูนย์กลางในการจัดสรรงบกลาง รายการเงินสำรองจ่ายเพื่อกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็นในอำนาจของรองนายกรัฐมนตรี (พลเอกประวิตร วงษ์สุวรรณ) พื้นที่เขตตรวจราชการที่ 16 จังหวัดน่านให้กับหน่วยราชการต่าง ๆ ที่ได้ขอรับงบประมาณอยู่ภายใต้การบริหารงานของผู้ว่าราชการจังหวัด เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ในการนำเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรดังกล่าวมาใช้จ่าย ดังนั้นการเบิกจ่ายงบประมาณของสำนักงานจังหวัดน่าน จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในจังหวัดน่าน และส่งผลกระทบรวมการเบิกจ่ายเงินงบประมาณของหน่วยงานราชการในจังหวัดน่าน ซึ่งทางสำนักงานจังหวัดน่านได้มีการเบิกจ่ายงบประมาณที่ได้รับจัดสรรประจำปีงบประมาณ 2561-2565 และมีผลเบิกจ่าย ดังตาราง 1

ตาราง 1 แสดงงบประมาณที่ได้รับและการเบิกจ่ายเงินงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ 2561-2565 ของสำนักงานจังหวัดน่าน

ปี งบประมาณ	งบประมาณ ที่ได้รับ จัดสรร	PO ทั้งสิ้น	เบิกจ่าย		ใช้จ่าย		เป้าหมาย ครม. ร้อยละ 100
			เบิกจ่าย ทั้งสิ้น	ร้อยละ	ใช้จ่าย ทั้งสิ้น	ร้อยละ	
2565	15.67	13.18	2.497	15.93	15.67	100	ทำได้
2564	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	ไม่ได้
2563	15.71	10.42	3.87	24.67	14.30	91.02	ไม่ได้
2562	17.49	13.71	1.988	11.37	15.70	89.75	ไม่ได้
2561	1.195	0.00	1.003	83.98	1.003	83.93	ไม่ได้

ที่มา: สำนักงานจังหวัดน่าน (2561-2565)

หน่วย : ล้านบาท

จากข้อมูลผลการเบิกจ่ายงบประมาณดังกล่าวข้างต้น ปรากฏว่าในปีงบประมาณ 2561-2565 สำนักงานจังหวัดน่าน มีภาพรวมการเบิกจ่ายเงินงบประมาณ ปี 2565 ได้รับงบประมาณที่ได้จัดสรร 15.67 ล้านบาท มีการกันเงินไว้ (PO) ที่ยังไม่ได้เบิกจ่ายจริง จำนวน 13.18 ล้านบาท จึงทำให้ผลการเบิกจ่ายเงินงบประมาณ 2.497 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 15.93 และใช้จ่ายเงินทั้งสิ้น 15.67 ล้านบาท เป็นไปตามเป้าหมาย ค.ร.ม. ปี 2564 ได้รับงบประมาณที่ได้จัดสรรร้อยละ 0.05 ล้านบาท ไม่ได้กันเงินไว้ (PO) ไม่สามารถทำตามเป้าหมาย ค.ร.ม. ได้ ปี 2563 ได้รับงบประมาณที่ได้จัดสรร 15.71 ล้านบาท มีการกันเงินไว้ (PO) ที่ยังไม่ได้เบิกจ่ายจริง จำนวน 10.42 ล้านบาท ทำให้ผลการเบิกจ่ายเงินงบประมาณ 3.87 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 24.67 และใช้จ่ายเงินทั้งสิ้น 14.30 ล้านบาท ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ค.ร.ม. ปี 2562 ได้รับงบประมาณที่ได้จัดสรร 17.49 ล้านบาท มีการกันเงินไว้ (PO) ที่ยังไม่ได้เบิกจ่ายจริง จำนวน 13.71 ล้านบาท ทำให้ผลการเบิกจ่ายเงินงบประมาณ 1.988 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 11.37 และใช้จ่ายเงินทั้งสิ้น 15.70 ล้านบาท ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ค.ร.ม. และในปี 2561 ได้รับงบประมาณที่ได้จัดสรร 1.195 ล้านบาท ไม่ได้มีการกันเงินไว้ (PO) ผลการเบิกจ่ายเงินงบประมาณ 1.003 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 83.98 และใช้จ่ายเงินทั้งสิ้น 1.003 ล้านบาท ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ค.ร.ม.

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายเงินงบประมาณของสำนักงานจังหวัดน่าน เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพและปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการเบิกจ่ายเงินงบประมาณต่าง ๆ ที่ได้รับจัดสรรให้ทันก่อนสิ้นปีงบประมาณ เพื่อจะได้นำมาปรับปรุงแก้ไขการเบิกจ่ายเงินงบประมาณให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นสำหรับปีงบประมาณต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของสำนักงานจังหวัดน่าน
2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายเงินงบประมาณของสำนักงานจังหวัดน่าน
3. เพื่อนำผลการศึกษามาใช้พัฒนาและปรับปรุงในการเบิกจ่ายเงินงบประมาณในอนาคตต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณสำนักงานจังหวัดน่าน โดยศึกษา 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านกระบวนการบริหารงานงบประมาณ
2. ด้านระบบขั้นตอนการปฏิบัติงาน
3. ด้านกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง
4. ด้านการวางแผนในการปฏิบัติงาน
5. ด้านการปฏิบัติงานของบุคลากร

2. ขอบเขตด้านประชากร

บุคลากรที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับการเบิกจ่ายงบประมาณของสำนักงานจังหวัดน่าน จำนวน 108 คน ประกอบด้วยผู้ปฏิบัติงานด้านงบประมาณ ด้านการเงิน และด้านพัสดุ

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้จัดเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภทใหญ่ คือ

1. การเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ผู้ศึกษาพัฒนาขึ้น แบบสอบถามเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเบิกจ่ายงบประมาณประจำปีของสำนักงานจังหวัดน่าน

2. การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กฎหมาย ระเบียบ และหนังสือสั่งการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเบิกจ่ายเงินงบประมาณของสำนักงานจังหวัดน่านเพื่อนำมาเป็นข้อมูลและสนับสนุนการวิจัยครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

2.1 นำแบบสอบถามที่เกี่ยวกับงานวิจัย ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยขอความร่วมมือจากบุคลากรของสำนักงานจังหวัดน่านและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ที่สะดวกและเต็มใจในการให้ข้อมูล ทำการส่งแบบสอบถามโดยใช้ Google Forms ส่งผ่านทางช่องทาง Line และ Messenger

2.2 ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม

2.3 บันทึกข้อมูลที่เป็นรหัสลงในแบบบันทึกข้อมูลและเครื่องคอมพิวเตอร์

2.4 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

การทบทวนวรรณกรรม

1. พระราชบัญญัติ วิธีการงบประมาณ พ.ศ. 2561

(มาตรา 4) “งบประมาณรายจ่าย” หมายความว่า จำนวนเงินอย่างสูงที่อนุญาตให้จ่ายหรือให้ก่อหนี้ผูกพันได้ตามวัตถุประสงค์และระยะเวลาที่กำหนดไว้ในกฎหมายว่าด้วยงบประมาณรายจ่าย

“กฎหมายว่าด้วยงบประมาณรายจ่าย” หมายความว่า พระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติม หรือพระราชบัญญัติโอนงบประมาณรายจ่าย แล้วแต่กรณี

“ปีงบประมาณ” หมายความว่า ระยะเวลาตั้งแต่ 1 ตุลาคมของปีหนึ่ง ถึงวันที่ 30 กันยายนของปีถัดไป และให้ใช้ปี พ.ศ. ที่ถัดไปนั้นเป็นชื่อสำหรับปีงบประมาณนั้น

“หน่วยรับงบประมาณ” หมายความว่า หน่วยงานของรัฐที่ขอรับหรือได้รับจัดสรรงบประมาณรายจ่าย และให้หมายความถึงสภาอากาศไทยด้วย

“หน่วยงานของรัฐ” หมายความว่า ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานของรัฐ ศาลยุติธรรม ศาลปกครอง ศาลรัฐธรรมนูญ องค์การอิสระตามรัฐธรรมนูญ และองค์กรอัยการ องค์การมหาชน ทูตหมุนเวียนที่มีฐานะเป็นนิติบุคคล องค์กรปกครองท้องถิ่น หน่วยงานอื่นของรัฐตามที่กฎหมายกำหนดให้หน่วยรับงบประมาณใช้จ่ายงบประมาณตามกฎหมายว่าด้วยงบประมาณรายจ่ายอย่างเคร่งครัด โดยต้องเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชนเป็นสำคัญ

2. ความหมายของงบประมาณ

“งบประมาณ” ซึ่งมีหลากหลายความหมายและมีความแตกต่างกัน จึงมีการให้ความหมายของงบประมาณที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

กชกร เฉลิมกาญจนา (2548) ให้ความหมายว่า งบประมาณ คือรายจ่ายที่เป็นตัวเลขเชิง
คาดการณ์ระดับกิจกรรมที่เกิดขึ้นหรือระดับกิจกรรมที่ต้องการเชิงงบประมาณมีความ เกี่ยวข้องกับ
เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอนาคตเป้าหมายของงบประมาณคือการคาดคะเนถึงกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นใน
อนาคต

พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์ (2550) ให้ความหมายว่า งบประมาณแผ่นดิน หมายถึงแผนทาง
การเงินเกี่ยวกับงบประมาณการรายได้และรายจ่ายของรัฐบาลในระยะเวลาหนึ่ง

เบญจมาศ อภิสิทธิ์ปัญญา (2556) ให้ความหมายว่า งบประมาณ คือ แผนการดำเนินงานที่
เกี่ยวกับข้อมูลทางการเงิน ซึ่งได้ถูกกำหนดไว้ล่วงหน้าสำหรับระยะเวลาหนึ่ง ๆ อาจทำได้ทั้งในระยะ
สั้นและระยะยาว เช่น 3 เดือน 6 เดือน 1 ปี 3 ปี หรือ 5 ปี เป็นต้น

จากคำนิยามต่าง ๆ จึงพอสรุปได้ว่า งบประมาณ หมายถึง แผนการที่แสดงออกในรูปตัวเงิน
ในระยะเวลาหนึ่งของรัฐบาลหรือหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐ

3. ความหมายของประสิทธิภาพ

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมาย ดังนี้

ราชบัณฑิตยสถาน (2546, 667) ได้ให้ความหมายของคำว่าประสิทธิภาพ หมายถึง
ความสามารถที่ทำให้เกิดผลในการทำงาน

รัตนา อัทธภูมิสุวรรณ (2537) ให้ความหมายของของประสิทธิภาพว่าเป็นการเปรียบเทียบ
ระหว่างผลผลิตจริงที่ได้ผ่านกระบวนการบริหาร อาจเป็นสินค้าหรือบริการเปรียบเทียบกับปัจจัย
นำเข้า หากปัจจัยนำเข้ามีน้อยกว่าผลผลิตที่ได้ แสดงว่ามีความประหยัดในการใช้ทรัพยากรในการ
บริหาร

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2544) ให้แนวคิดที่ว่าทีมงานหรือกลุ่มทำงานที่มีประสิทธิภาพจะต้อง
มีความรู้สึกที่ดีต่อกันในหมู่สมาชิกและผู้ที่เป็นหัวหน้าต้องตระหนักว่าปัญหาส่วนใหญ่เกิดจาก
สภาพแวดล้อม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ดังนั้นทีมงานที่มีประสิทธิภาพต้องมีเงื่อนไขที่สำคัญ
คือ

1) ความรับผิดชอบและความผูกพัน โดยความผูกพันต่อองค์การเป็นความผูกพัน
ใน 3 ลักษณะ คือ 1) ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกในองค์การ 2) มีความ

ตั้งใจ และความพร้อมที่จะใช้ความพยายามที่มีอยู่เพื่อองค์กร 3) มีความเชื่อและยอมรับในคุณค่า
และเป้าหมายขององค์กร

2) ความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาความเข้าใจในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เนื่องจากบุคคล
เกิดความรู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญ มีคุณค่า และมีการแลกเปลี่ยนความคิดแบบริเริ่มสร้างสรรค์
กับความก้าวหน้าให้องค์กร

3) ความจำเป็นต้องพัฒนาทักษะ ความสามารถของสมาชิกให้สมาชิกมีความรู้ และความ
ชำนาญงาน ตลอดจนเทคนิคการทำงานร่วมกับผู้อื่น

4) มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับทีมงาน รวมทั้งการมีที่ปรึกษาเป็นบุคคลที่สาม ซึ่งทำหน้าที่
เป็นผู้รวบรวมข้อมูล เพื่อพัฒนาการทำงาน แก้ไขปัญหาความขัดแย้ง

สมบุรณ์ กุลเมืองน้อย (2547) อธิบายว่า ประสิทธิภาพจะประเมินได้จากการเปรียบเทียบ
ระหว่างปัจจัยนำเข้า หรือทรัพยากรที่ใช้ไปกับผลสำเร็จตามเป้าหมายของวิธีการหรือทางเลือกนั้น
แล้ว ประสิทธิภาพจะพิจารณาได้จากปริมาณ หรือคุณภาพของผลผลิต หรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเพียง
อย่างเดียว หรือพิจารณาจากปริมาณ หรือคุณภาพของทรัพยากรก็ได้

จากคำนิยามต่าง ๆ จึงพอสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง กระบวนการใช้ทรัพยากรใน
องค์กรให้เกิดประโยชน์ต่อผลงาน

4. ความหมายของประสิทธิผล

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมาย ดังนี้

ราชบัณฑิตยสถาน (2546, 667) ให้ความหมายของคำว่า ประสิทธิผล หมายถึง ผลสำเร็จ
ผลที่เกิดขึ้น

Georgopoulos & Tanenbaum (อ้างถึงใน ภรณ์ กิริติบุตร, 2529, 65) ประสิทธิผลของ
องค์กร (organizational effectiveness) หมายถึง ความมากน้อย (extent) ของการที่องค์กร ที่
สามารถบรรลุถึงวัตถุประสงค์ได้โดยทรัพยากรโดยไม่ทำให้ทรัพยากรและหนทางเสียหายและ โดยไม่
สร้างความตึงเครียดที่ไม่สมควรแก่สมาชิก ซึ่งมาตรการที่ใช้ในการวัดประสิทธิผล ขององค์กรตั้งอยู่
บนวิธีการและเป้าหมาย (means and ends) โดยเกณฑ์ชี้วัดประสิทธิผล คือ ความสามารถในการ
ผลิตขององค์กร ความยืดหยุ่นขององค์กรในรูป ของความสำเร็จในการปรับตัวเข้ากับการ
เปลี่ยนแปลงและความสำเร็จในภายในองค์กร

จากคำนิยามต่าง ๆ จึงพอสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง ความสามารถขององค์กรใน
ฐานะ ในการใช้ทรัพยากร บริหารอย่างคุ้มค่าและได้ประโยชน์สูงสุด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือ
วัตถุประสงค์ขององค์กร

5. ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2544) กล่าวถึงประสิทธิภาพ หมายถึง การวัดผลการทำงานของ
องค์กร ว่าทำงานได้ปริมาณมากน้อยแค่ไหน คุณภาพงานดีมากน้อยแค่ไหน ใช้เงิน ใช้เวลา ใช้
แรงงานไปมาก น้อยแค่ไหน เป็นผลดีต่อผู้รับบริการมากน้อยแค่ไหน

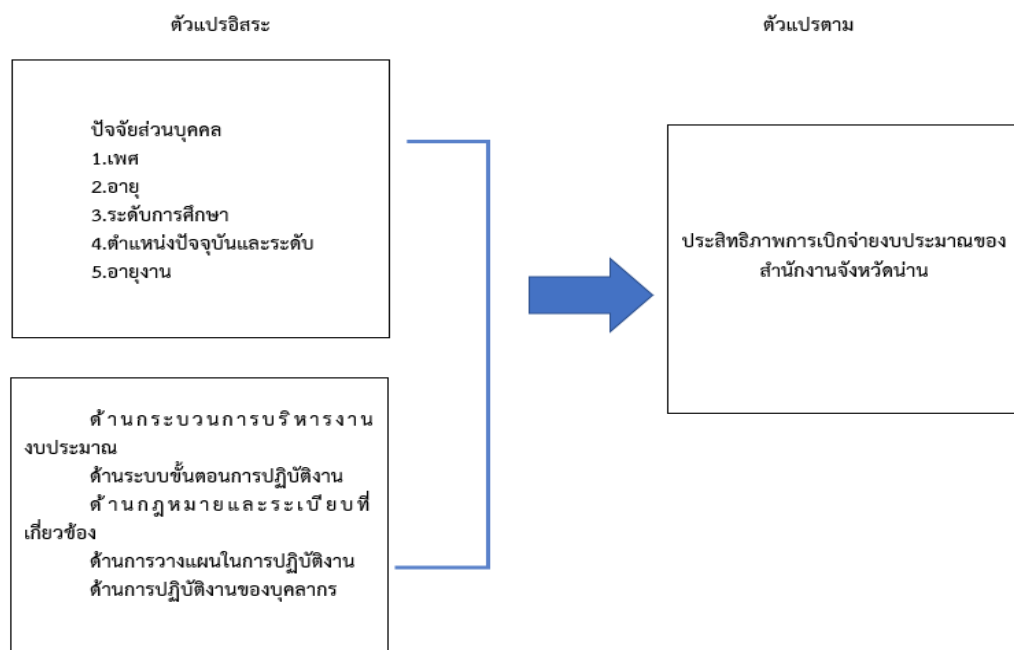
Harrington Emerson (1931) แนวคิดได้นำเอาวิธีการจัดการแบบวิทยาศาสตร์มา
บริหารงานคือ การบริหารตามหลักวิทยาศาสตร์นั้น จะต้องมีการค้นพบ และทดลองเป็นอย่างดีว่า
วิธีการนั้นได้ผลจริง เมื่อประเมินผล สามารถบอกได้ว่า อะไรเกิดขึ้น เกิดขึ้นได้อย่างไร เมื่อไหร่ จึง
นำเอาข้อมูลเหล่านั้น มากำหนดเป็นหลักการบริหาร ใช้เพื่อปรับปรุงการจัดการกับประสิทธิภาพของ
คน โครงสร้าง และเป้าหมายขององค์กร เพื่อผลตอบแทนที่สมเหตุสมผล

หลักการทำงาน 12 ประการที่สำคัญดังนี้

1. กำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน (Clearly defined ideals)
2. ใช้หลักเหตุผลทั่วไป พิจารณาจากความเป็นไปได้ของงาน (Common sense)
3. ให้คำแนะนำที่ดี ที่ถูกต้องสมบูรณ์ (Competent counsel)
4. รักษาระเบียบวินัยในการทำงาน (Discipline)
5. ปฏิบัติงานด้วยความยุติธรรม (Fair deal)
6. มีข้อมูลพร้อมทำงานที่เชื่อถือได้ (Reliable information)
7. มีการรายงานผลการดำเนินงานทุกระยะ (Dispatching)
8. มีมาตรฐานงานเสร็จตามเวลา (Standard and Schedule)
9. ผลงานได้มาตรฐาน (Standardized condition)
10. ดำเนินงานถือเป็นมาตรฐานได้ (Standardized operation)
11. มาตรฐานที่กำหนดสามารถปฏิบัติได้ (Standardized directing)
12. ให้บำเหน็จรางวัลแก่ผู้ปฏิบัติงานดี (Efficiency reward)

กล่าวโดยสรุปได้ว่าประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคล ที่ปฏิบัติงานให้เสร็จทันเวลา รวดเร็ว ถูกต้อง และมีคุณภาพ โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าเพื่อบรรลุเป้าหมาย

กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย



ในการทำการศึกษารื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเบิกจ่ายงบประมาณประจำปีของสำนักงานจังหวัดน่าน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ดังนี้

1. สมมติฐานการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ด้านกระบวนการบริหารงบประมาณ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ

สมมติฐานที่ 2 ด้านระบบขั้นตอนการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ

สมมติฐานที่ 3 ด้านกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ

สมมติฐานที่ 4 ด้านการวางแผนในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ

สมมติฐานที่ 5 ด้านการปฏิบัติงานของบุคลากร มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษานี้ คือ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการเบิกจ่ายเงินงบประมาณของสำนักงานจังหวัดน่าน จำนวนทั้งสิ้น 150 คน โดยใช้สูตรเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยหาคำนวนหากกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{x^2 NP(1 - P)}{e^{2(N-1)} + x^2 p(1 - P)}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ของการสุ่มตัวอย่าง

x^2 = โดยกำหนดให้ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 ระดับความเชื่อมั่น 95%

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (ถ้าไม่ทราบให้กำหนด $p = 0.5$)

$$n = \frac{x^2 NP(1 - P)}{e^{2(N-1)} + x^2 p(1 - P)}$$

$$n = \frac{3.841 \times 150 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2(150 - 1) + 3.841 \times 0.5 \times 0.5}$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง = 108 คน

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการเบิกจ่ายเงินงบประมาณของสำนักงานจังหวัด
น่าน จำนวนทั้งสิ้น 108 คน

3. วิธีการเก็บข้อมูลในการศึกษา

ผู้วิจัยได้จัดเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภทใหญ่ คือ

3.1 การเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ

ในการศึกษครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ผู้ศึกษาพัฒนาขึ้น แบบสอบถาม
เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเบิกจ่ายงบประมาณประจำปี
ของสำนักงานจังหวัดน่าน

3.2 การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กฎหมาย ระเบียบ และ
หนังสือสั่งการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการเบิกจ่ายเงินงบประมาณของสำนักงานจังหวัดน่านเพื่อนำมา
เป็นข้อมูลและสนับสนุนการวิจัยครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

3.3 นำแบบสอบถามที่เกี่ยวกับงานวิจัย ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยขอความร่วมมือ
จากบุคลากรของสำนักงานจังหวัดน่าน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่สะดวกและเต็มใจในการให้ข้อมูล
ทำการส่งแบบสอบถามโดยใช้ Google Forms ส่งผ่านทางช่องทาง Line และ Messenger

3.4 ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม

3.5 บันทึกข้อมูลที่เป็นรหัสลงในแบบบันทึกข้อมูลและเครื่องคอมพิวเตอร์

3.6 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire)

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปและดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

5.1.1 ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่นำแบบสอบถามที่เกี่ยวกับงานวิจัย ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยขอความร่วมมือ

5.1.2 นำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา โดยคำนวณหาค่าความถี่และค่าร้อยละ

5.1.3 นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 แล้วมาวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเบิกจ่ายเงินงบประมาณของสำนักงานจังหวัดน่าน แบ่งออกเป็น 5 หัวข้อ ดังนี้

1. ด้านกระบวนการบริหารงานงบประมาณ
2. ด้านระบบขั้นตอนการปฏิบัติงาน
3. ด้านกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง
4. ด้านการวางแผนในการปฏิบัติงาน
5. ด้านการปฏิบัติงานของบุคลากร

เมื่อคำนวณหาค่าเฉลี่ยเรียบร้อยแล้วนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลจัดทำข้อสรุปโครงการต่อไป เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพการเบิกจ่ายและปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายเงินงบประมาณและนำผลการศึกษามาใช้พัฒนาและปรับปรุงในการเบิกจ่ายเงินงบประมาณในอนาคต นำผลการศึกษามาใช้พัฒนาและปรับปรุงในการเบิกจ่ายเงินงบประมาณสำนักงานจังหวัดน่านในอนาคต

สรุปผลทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 2 แสดงสรุปผลการพิสูจน์สมมติฐานโดยเรียงความสัมพันธ์จากมากไปน้อย

สมมติฐาน	Chi-Square	Sig.	Gamma	Sig.	ระดับความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ
สมมติฐานที่ 4 ด้านการวางแผนในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ	48.38	0.00*	0.68	0.00	มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับค่อนข้างสูง
สมมติฐานที่ 3 ด้านกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ	29.13	0.00*	0.51	0.00	มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับค่อนข้างสูง
สมมติฐานที่ 5 ด้านการปฏิบัติงานของบุคลากร มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ	27.45	0.01*	0.052	0.00	มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับค่อนข้างสูง
สมมติฐานที่ 2 ด้านระบบขั้นตอนการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ	31.80	0.00*	0.51	0.00	มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับค่อนข้างสูง
สมมติฐานที่ 1 ด้านกระบวนการบริหารงบประมาณ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ	17.35	0.08*	0.37	0.13	มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง

สมมติฐานที่ 4 ด้านการวางแผนในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 ได้ค่า Chi-Square เท่ากับ 48.38 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.00 แสดงว่ากระบวนการบริหารงบประมาณ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพเบิกจ่ายงบประมาณและจากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ Gamma ได้ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.68 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับค่อนข้างสูงที่ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 4 ด้านการวางแผนในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ

สมมติฐานที่ 3 ด้านกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ได้ค่า Chi-Square เท่ากับ 29.13 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.00 แสดงว่ากระบวนการบริหารงบประมาณ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพเบิกจ่ายงบประมาณและจากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ Gamma ได้ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.51 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับค่อนข้างสูง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 ด้านกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ

สมมติฐานที่ 5 ด้านการปฏิบัติงานของบุคลากร มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 ได้ค่า Chi-Square เท่ากับ 27.45 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.01 แสดงว่ากระบวนการบริหารงบประมาณ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพเบิกจ่ายงบประมาณและจากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ Gamma ได้ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.052 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับค่อนข้างสูงที่ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 5 ด้านการปฏิบัติงานของบุคลากร มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ

สมมติฐานที่ 2 ด้านระบบขั้นตอนการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ได้ค่า Chi-Square เท่ากับ 31.80 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.00 แสดงว่ากระบวนการบริหารงบประมาณ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพเบิกจ่ายงบประมาณและจากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ Gamma ได้ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.51 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับค่อนข้างสูงที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 ด้านกระบวนการบริหารงบประมาณมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ

สมมติฐานที่ 1 ด้านกระบวนการบริหารงบประมาณมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ได้ค่า Chi-Square เท่ากับ 17.35 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.08 แสดงว่ากระบวนการบริหารงบประมาณ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพเบิกจ่ายงบประมาณและจากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ Gamma ได้ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.37 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.13 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 ด้านกระบวนการบริหารงบประมาณมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ

สรุปและอภิปรายผล

ด้านกระบวนการบริหารงบประมาณ พบว่าปัจจัยนี้มีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของสำนักงานจังหวัดน่านในระดับปานกลาง เนื่องจากกระบวนการบริหารงบประมาณที่ดีมีตั้งแต่ขั้นตอนการจัดเตรียมงบประมาณ การอนุมัติงบประมาณ การบริหารงบประมาณฯ หากวางแผนที่ดีตั้งแต่ต้นก็จะทำให้ประสิทธิภาพเบิกจ่ายงบประมาณดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Harrington Emerson (1931) แนวคิดได้นำเอาวิธีการจัดการแบบวิทยาศาสตร์มาบริหารงานคือ การบริหารตามหลักวิทยาศาสตร์นั้น จะต้องมีการค้นพบและทดลองเป็นอย่างดีว่าวิธีการนั้นได้ผลจริง เมื่อประเมินผลสามารถบอกได้ว่า อะไรเกิดขึ้น เกิดขึ้นได้อย่างไร เมื่อไหร่ จึง

นำเอาข้อมูลเหล่านั้น มากำหนดเป็นหลักการบริหาร ใช้เพื่อปรับปรุงการจัดการกับประสิทธิภาพของ
คน โครงสร้าง และเป้าหมายขององค์กร เพื่อผลตอบแทนที่สมเหตุสมผล และสอดคล้องกับงานวิจัย
ของกรชนก เพิ่มคำ (2563) ศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของกรม
ทางหลวง สังกัดส่วนกลาง ผลการวิจัยพบว่า ด้านทักษะความรู้ความสามารถ ความสามารถและ
ชำนาญงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของกรมทางหลวงสังกัด
ส่วนกลาง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านระบบขั้นตอนการปฏิบัติงาน พบว่าปัจจัยด้านนี้มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพ
การเบิกจ่ายงบประมาณในระดับค่อนข้างสูง การที่หน่วยงานมีขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ชัดเจนและมี
วัสดุ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ในการปฏิบัติงานอย่างเพียงพอ ส่งผล
ต่อประสิทธิภาพเบิกจ่ายงบประมาณที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของสมบุรณ์ กุลเมือง
น้อย (2547) ได้อธิบายว่า ประสิทธิภาพจะประเมินได้จากการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยนำเข้า หรือ
ทรัพยากรที่ใช้ไปกับผลสำเร็จตามเป้าหมายของวิธีการหรือทางเลือกนั้นแล้ว ประสิทธิภาพจะ
พิจารณาได้จากปริมาณ หรือคุณภาพของผลผลิต หรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเพียงอย่างเดียว หรือพิจารณา
จากปริมาณ หรือคุณภาพของทรัพยากรก็ได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รชิตา วรรัตน์พิตัญ
(2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของสำนักงานการศึกษา
กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการเบิกจ่าย 6 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านบริหาร
งบประมาณ ปัจจัยด้านระบบขั้นตอนการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานของบุคลากร ปัจจัย
ด้านการวางแผนในการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านกฎหมายระเบียบและข้อปฏิบัติ และปัจจัยด้านการ
บริหารส่วนราชการ มีความสัมพันธ์ภาพการเบิกจ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง พบว่าปัจจัยด้านนี้มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพ
การเบิกจ่ายงบประมาณ ในระดับค่อนข้างสูง การที่หน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการออกกฎหมาย
ระเบียบข้อบังคับใหม่ ๆ ออกมาทำให้ผู้ปฏิบัติงานบางครั้งอาจจะติดตามไม่ทันและเกิดความสับสน
ส่งผลทำให้การปฏิบัติงานนั้นผิดพลาด ดังนั้น ควรจัดทำคู่มืออัปเดตกฎหมาย ระเบียบใหม่ ๆ หรือ
นำเสนอในรูปแบบ อินโฟกราฟิกส์ (Infographics) เผยแพร่ตามสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ ก็จะทำให้
ผู้ปฏิบัติงานสามารถติดตามได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้ผู้ปฏิบัติงานควรติดตามศึกษาระเบียบ กฎหมาย หรือ
ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของเบกเกอร์
และ นิวเฮาเซอร์ (Becker & Neuhauser อ้างถึงใน คทาวัธ พรหมาย, 2545, 12) ได้เสนอตัว
แบบจำลองเกี่ยวกับประสิทธิภาพขององค์กร (model of organization efficiency) โดยกล่าวว่า

ประสิทธิภาพขององค์การนอกจากจะพิจารณาถึง ทรัพยากร เช่น คน เงิน วัสดุ ที่เป็นปัจจัยนำเข้า และผลผลิตขององค์การ คือ การบรรลุเป้าหมายแล้วองค์การในฐานะที่เป็นองค์กรในระบบเปิด (open system) ยังมีปัจจัย ประกอบอีกดั่งแบบจำลองในรูปสมมติฐานซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. หากสภาพแวดล้อมในการทำงานขององค์การนั้น มีความซับซ้อนต่ำ (low task environment complexity) หรือมีความแน่นอน (certain) มีการกำหนดระเบียบ ปฏิบัติในการทำงานขององค์การอย่างละเอียดถี่ถ้วนแล้ว แน่ชัดว่าจะนำไปสู่ความมี ประสิทธิภาพขององค์การมากกว่า องค์การที่มีสภาพแวดล้อมในการทำงานยุ่งยาก และ ซับซ้อนสูง (high task environment complexity) หรือมีความไม่แน่นอน (uncertain)

2. การกำหนดระเบียบปฏิบัติชัดเจนเพื่อเพิ่มผลการทำงานที่มองเห็นได้มีผลทำให้ ประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย

3. ผลการทำงานที่มองเห็นได้สัมพันธ์ในทางบวกกับประสิทธิภาพ

4. หากพิจารณาควบคู่กันไปจะปรากฏว่าการกำหนดระเบียบปฏิบัติอย่างชัดเจน และผลการทำงานที่สามารถมองเห็นได้จะมีความสัมพันธ์มากขึ้นต่อประสิทธิภาพมาก กว่าตัวแปรแต่ละตัว ตามลำพัง และสอดคล้องกับงานวิจัยของธมลวรรณ เจริญสาร (2563) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ (GFMIS) กรมศุลกากร ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพการปฏิบัติงาน ด้านความรู้และประสบการณ์ ทางด้านบัญชี ด้านการปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมาย (ด้านบัญชี) และด้านความสามารถในการปฏิบัติงานการบัญชีและการบริหารงบประมาณภาครัฐมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานระบบ GFMIS ของกรมศุลกากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในด้านความถูกต้อง ครบถ้วนและเชื่อถือได้ ด้านความโปร่งใส ด้านความรวดเร็วทันเวลา ด้านความเข้าใจได้ และด้านการเปรียบเทียบกันได้

ด้านการวางแผนในการปฏิบัติงาน พบว่าปัจจัยด้านนี้มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการ เบิกจ่ายงบประมาณ ในระดับค่อนข้างสูง เนื่องจากการวางแผนปฏิบัติงานที่ดี จะทำให้การ ปฏิบัติงานเป็นไปตามแบบแผน งานที่ทำการจะมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎี การวางแผน ของอัลดเบิร์ก (Elbert) และ วูล์ฟเตทเตอร์ (Wohlstetter) กล่าวว่า การวางแผน หมายถึงวิธีการที่จำเป็นของการทำให้การตัดสินใจก้าวหน้า และเป็นสิ่งที่จะต้องมียู่ก่อนการกระทำ การวางแผนจะต้องหาคำตอบ 2 ประการให้ได้คือ (1) ความมุ่งหมายขององค์การหรือแผนงานคือ อะไร และ (2) อะไรคือวิธีการที่ดีที่สุดที่จะทำให้บรรลุผลสำเร็จของความมุ่งหมาย และสอดคล้องกับ

งานวิจัยของนายวัชร สทนต์ ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณประจำปีของสำนักงานการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ด้านระบบปฏิบัติงาน ด้านทักษะ ด้านรูปแบบการบริหารจัดการด้านบุคลากร และด้านวัฒนธรรมองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านการปฏิบัติงานของบุคลากร พบว่าปัจจัยด้านนี้มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ ในระดับค่อนข้างสูง เนื่องจากบุคลากรเป็นบุคคลที่สำคัญในองค์กรมีส่วนช่วยให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนไปในทิศทางที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของปริยาพร วงศ์บุตรโรจน์ (2544) ได้ให้แนวคิดที่ว่าทีมงานหรือกลุ่มทำงานที่มีประสิทธิภาพจะต้องมีความรู้สึกที่ดีต่อกันในหมู่สมาชิกและผู้ที่เป็นหัวหน้าต้องตระหนักว่าปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากสภาพแวดล้อม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ดังนั้นทีมงานที่มีประสิทธิภาพต้องมีเงื่อนไขที่สำคัญ คือ

1. ความรับผิดชอบและความผูกพัน โดยความผูกพันต่อองค์กรเป็นความผูกพันใน 3 ลักษณะ คือ 1) ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกในองค์กร 2) มีความตั้งใจ และความพร้อมที่จะใช้ความพยายามที่มีอยู่เพื่อองค์กร 3) มีความเชื่อและยอมรับในคุณค่าและเป้าหมายขององค์กร

2. ความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาความเข้าใจในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เนื่องจากบุคคลเกิดความรู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญ มีคุณค่า และมีการแลกเปลี่ยนความคิดแบบริเริ่มสร้างสรรค์กับความก้าวหน้าให้องค์กร

3. ความจำเป็นต้องพัฒนาทักษะ ความสามารถของสมาชิกให้สมาชิกมีความรู้ และความชำนาญงาน ตลอดจนเทคนิคการทำงานร่วมกับผู้อื่น

4. มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับทีมงาน รวมทั้งการมีที่ปรึกษาเป็นบุคคลที่สาม ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้รวบรวมข้อมูล เพื่อพัฒนาการทำงาน แก้ไขปัญหาความขัดแย้ง และสอดคล้องกับงานวิจัยของปริศนา พิมพ์ (2559) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม ผลวิจัยพบว่าปัจจัยด้านความสำเร็จในงานที่ทำ ปัจจัยด้านอำนาจในหน้าที่การทำงาน ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการทำงาน ปัจจัยด้านการนิเทศงาน ปัจจัยด้านภาวะการทำงาน และปัจจัยด้านการยอมรับนับถือ มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ควรมีการนำผลการศึกษาวิจัยนี้ ไปศึกษาวิจัยในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ เพื่อใช้ในการบริหารทรัพยากรบุคคลและทรัพยากรอื่น ๆ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยตัวแปรด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม อาทิเช่น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร เป็นต้น

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา ควรมีการแยกประเภทของบุคลากรในแต่ละระดับ เพื่อให้มีความชัดเจนในการวิเคราะห์ผลการศึกษา

เอกสารอ้างอิง

กรชนก เพิ่มคำ. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณของกรมทางหลวง
สังกัดส่วนกลาง. บัญชีมหาบัณฑิต. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กมลทิพย์ คงสวัสดิ์พร. (2558). ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณประจำปี
2556 ของกรมที่ดิน. บัณฑิตวิทยาลัยด้านรัฐประศาสนศาสตร์. การจัดการและ
รัฐประศาสนศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสยาม.

ธมลวรรณ เจนธนสาร. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานระบบบริหารการเงิน
การคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ (GFMIS) ของกรมปศุสัตว์. การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต
คณะบัญชี. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

นันทนา ศรีชัยมูล. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการงบประมาณของ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต. บริหารธุรกิจ
บัณฑิต. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

ปริศนา พิมพ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอธัญพนม จังหวัดนครพนม. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2544). แนวคิดที่ว่าทีมงานหรือกลุ่มทำงานที่มีประสิทธิภาพมีประสิทธิภาพ. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2567, จาก http://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blog-post_51.html. [2565, ธันวาคม 01].

ประวีณา เงินทิพย์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชีของกรมทรัพยากรน้ำบาดาล. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะบัญชี. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2552. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์.

รัตนา อัทธภูมิสุวรรณ. (2537). สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2567, จาก http://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blog-post_51.html. [2565, ธันวาคม 01].

รัชิตา วรต์ธณพิชญ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายเงินงบประมาณของสำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, บริหารธุรกิจ. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

วิกิพีเดีย. สารานุกรมเสรี. (2562). [สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2567 จาก, <https://th.wikipedia.org/>] [2562, พฤศจิกายน 20].

วัชร สทนต์. (2559). ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการเบิกจ่ายงบประมาณประจำปีของสำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ และกิจการสาธารณะ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Georgopoulos & Tanenbaum. ประสิทธิภาพขององค์การ (organizational effectiveness). สืบค้น เมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2567 จาก, <http://kantacandidate.blogspot.com/2012/03/blogpost.html>. [2565, ธันวาคม 01].

การลดความสูญเสียของกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทของ กรณีศึกษาบริษัท พูจิ ซีล แพคเกจจิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด

ชฎาภรณ์ อ่อนจันทร์¹, พรพิมล กะชามาศ²

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจ

^{1,2} มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท กลุ่มวิชาการจัดการ

บทคัดย่อ

บริษัทพูจิ ซีล แพคเกจจิ้ง ประเทศไทย เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทของ ซึ่งปัญหาที่พบในองค์กรคือการเกิดความสูญเสียขึ้นในกระบวนการผลิต โดยผู้จัดทำได้ทำการศึกษาระบบการผลิตโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหาการเกิดความสูญเสียในกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทของ เพื่อทดสอบสมมติฐานของปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาการเกิดความสูญเสียในกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทของ และเพื่อหาแนวทางในการป้องกันการเกิดปัญหาการเกิดความสูญเสียในกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทของ ซึ่งการศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยการเปรียบเทียบข้อมูลก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง จากผลการดำเนินงาน พบว่า สาเหตุของความสูญเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ คือ ปัจจัยในการควบคุมการปิดผนึกด้วยความร้อนและการทำงานของพนักงาน โดยได้ทำการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับอุณหภูมิที่ใช้ในการปิดผนึกด้วยความร้อน และเสนอแนวทางในการลดความสูญเสียในกระบวนการโดยการจัดลำดับวิธีการทำงานและจัดหาเครื่องมือหรืออุปกรณ์เพื่อช่วยในการทำงานของพนักงาน ทำให้พนักงานสามารถทำงานได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น รวมถึงการควบคุมอุณหภูมิในการปิดผนึกด้วยความร้อนให้มีความคงที่มากขึ้น ทำให้ของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทของลดลง

คำสำคัญ: การลดความสูญเสีย, กระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์, การปิดผนึกด้วยความร้อน

Waste Reduction in the Pouch Packaging Production Process Case Study of Fuji Seal Packaging (Thailand) Co., Ltd.

Chadaporn Onchandr¹, Pornpimon Kachamas²

^{1,2} School of Business

^{1,2} University of the Thai Chamber of Commerce

¹ Master's Degree Student, Concentration on Management

Abstract

Fuji Seal Packaging Thailand Company is engaged in the production of pouch packaging. The problem encountered in the organization is the loss that occurs in the production process. The researchers aim to find out the fundamental cause of the loss problem in the production process of pouch packaging, and to study the process with the objective of finding the root cause of the loss problem in the production process of pouch packaging. To test the hypothesis of factors causing loss problems in the production process of pouch packaging and to find ways to prevent loss problems in the production process of pouch packaging. This independent study is action research by comparing data before and after improvements. From the results of operations, it was found that the causes of losses occurring in the packaging process were factors in controlling sealant and the work of employees. The hypothesis was tested regarding the temperature used for sealant and proposed guidelines for waste reduction in the process by sequencing work methods and providing tools or equipment to assist employees in their work. This allows employees to work more easily and quickly, including controlling the temperature in sealant to be more stable, which waste reduction from the packaging process.

Keywords: Waste reduction, Packaging Process, Sealant

บทนำ

การดำเนินธุรกิจขององค์กรในปัจจุบันเผชิญกับความท้าทายจากปัจจัยภายนอก อาทิเช่น ต้นทุนของวัตถุดิบในการผลิตที่สูงขึ้น ความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่เข้มข้น รวมไปถึงความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลาย การเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลจากการทำงาน จึงเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้บริษัทสามารถอยู่รอดอย่างมั่นคงและยั่งยืน ซึ่งอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ที่เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากการปัจจัยต่างๆ ที่ธุรกิจจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้อย่างมีคุณภาพ ด้วยต้นทุนที่เหมาะสม และการส่งมอบที่รวดเร็ว นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ถือเป็นสิ่งหนึ่งที่เกิดการใช้งานแล้วจะกลายเป็นขยะที่สร้างมลภาวะให้แก่โลก บริษัทตัวอย่างในงานวิจัยเล่มนี้เป็นบริษัทผลิตบรรจุภัณฑ์แบบอ่อนตัวที่ทำจากพลาสติก ฟิล์ม ฟอยล์ และวัสดุอื่น ๆ อีกมากมาย โดยขึ้นรูปจากวัสดุหลากหลายชนิดเพื่อให้ได้คุณสมบัติพิเศษตามที่ต้องการ เช่น ความแข็งแรง ความทนทานต่อความร้อน การเก็บรักษาอุณหภูมิ เป็นต้น และนำมาตัดเป็นซองและใส่ฝาตามความต้องการของลูกค้า เช่น ซองน้ำยาปรับผ้านุ่ม ซองใส่เครื่องปรุงรส ซองอาหารสัตว์เลี้ยง โดยในกระบวนการผลิตมีความสูญเสียที่เกิดขึ้นและทำให้ความสามารถในกระบวนการผลิตมีน้อยลง เกิดการสูญเสียต้นทุนที่ไม่จำเป็น และเกิดขยะที่ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อม ผู้จัดทำจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการป้องกันการเกิดความสูญเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต เพื่อให้บริษัทสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ลดต้นทุนที่เกิดจากความสูญเสีย นำมาซึ่งการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและความพึงพอใจของลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

เพื่อหาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหาการเกิดความสูญเสียในกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทซองเพื่อทดสอบสมมติฐานของปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาการเกิดความสูญเสียในกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทซอง โดยกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

$$H_0 : \mu_{\text{before}} = \mu_{\text{After}}$$

$$H_1 : \mu_{\text{before}} \neq \mu_{\text{After}}$$

H_0 : ค่าความแข็งแรงของการปิดผนึกด้วยความร้อนก่อนปรับปรุงเท่ากับหลังปรับปรุง

H_1 : ค่าความแข็งแรงของการปิดผนึกด้วยความร้อนก่อนปรับปรุงไม่เท่ากับหลังปรับปรุง

μ_{before} : ค่าความแข็งแรงของการปิดผนึกด้วยความร้อนก่อนปรับปรุง

μ_{after} : ค่าความแข็งแรงของการปิดผนึกด้วยความร้อนหลังปรับปรุง

เพื่อหาแนวทางในการป้องกันการเกิดปัญหาการเกิดความสูญเสียในกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทของ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีเกี่ยวกับการปิดผนึกด้วยความร้อน (Heat Sealing)

นาฏนลิน จันลาเศษ และ เกียรติฟ้า ตั้งใจจิต (2565) การศึกษาผลกระทบของปัจจัยที่ส่งผลต่อความแข็งแรงของรอยซีลด้วยความร้อน การปิดผนึกด้วยความร้อนเป็นการเชื่อมพื้นผิวของพอลิเมอร์ซึ่งมีทั้งประเภทที่สามารถดึงออกได้และไม่สามารถดึงออกได้ การปิดผนึกมีความสำคัญต่อการเสื่อมสภาพและอายุการเก็บรักษาอาหาร หรือสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ภายในบรรจุภัณฑ์ สภาวะที่ใช้ในการปิดผนึก ได้แก่ อุณหภูมิ (Temperature) ความดันหรือแรงที่ใช้ในการปิดผนึก (Pressure) และเวลาในการปิดผนึก (Sealing time) รวมถึงชนิดและความหนาของวัสดุเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการปิดผนึกด้วยความร้อน

การศึกษาการเคลื่อนไหวของพนักงาน

การปรับปรุงกระบวนการทำงานด้านเอกสารของกองอาคารสถานที่. ชาญศิษฐ์ โตอรุณ. (2559, 5) การศึกษาการเคลื่อนไหวของพนักงานเป็นการศึกษาลักษณะการทำงานของผู้ปฏิบัติงานจากการจดบันทึกและวิเคราะห์วิธีการทำงานและนำมาปรับปรุงการทำงานอย่างเป็นระบบโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาวิธีการทำงานให้เป็นมาตรฐานทำให้เกิดการทำงานที่ดีที่สุดโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อลดการเคลื่อนไหวที่ไม่จำเป็นในการทำงาน

แนวคิดลีน (Lean)

วรจิตา รัตนไค่น (2559) อธิบายว่าแนวคิดลีนเป็นแนวคิดในการบริหารจัดการการผลิต หรือองค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงสุดโดยปราศจากความสูญเปล่า (Waste) ในทุกๆกระบวนการทำงานไปจนถึงตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบทันทีและรวดเร็ว โดยมุ่งเน้นในเรื่องการไหล (Flow) ของงานเป็นหลัก เพื่อสร้างประสิทธิภาพสูงสุด และลดการสูญเสียในวงจรการผลิต

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าแนวทางในการศึกษาการเกิดความสูญเสียในกระบวนการผลิตเริ่มจากการศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันของกระบวนการผลิตด้วย Flow process diagram และวิเคราะห์ถึงความสูญเสียหลักที่เกิดขึ้นในกระบวนการผ่านเครื่องมือ 7QC tools รวมถึงการวิเคราะห์สาเหตุที่แท้จริงที่ทำให้เกิดปัญหาลึ้นในกระบวนการด้วยเครื่องมือ Fish bone

diagram จากนั้นได้นำแนวคิดนั้นเข้ามาแก้ไขปัญหา โดยใช้หลักการ ECRS ในการปรับปรุงวิธีการทำงานของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาการเคลื่อนไหวของพนักงานและแนวคิดของจุฑาทิพย์ อินทะโน (2565) วิจัยเรื่อง การลดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการปรับปรุงสภาพเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดด้วยเทคนิคลีน. และ อติกานต์ ม่วงเงิน (2562) วิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้เทคนิคแบบลีน (ECRS+IT) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานระบบตู้รับคืนหนังสืออัตโนมัติ สำนักบรรณสารการพัฒนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร รวมถึงฉัตรพร เมธามโนมัย, กิตติชัย อธิกุลรัตน์ และ ภัทรพงษ์ ภาควงูมิ (2560) วิจัยเรื่อง การปรับปรุงและลดเวลาความสูญเสียเปล่าในกระบวนการผลิตเปิด กรณีศึกษา กิจการสุรพาร์ม และจากงานวิจัยของนางนลิน จันทาเศษ และ เกียรติฟ้า ตั้งใจจิต (2565) ศึกษาผลกระทบของปัจจัยที่ส่งผลต่อความแข็งแรงของรอยเชื่อมด้วยความร้อนและการหาค่าที่เหมาะสมของปัจจัยในการปิดผนึกด้วยความร้อนของฟิล์มอ่อน ชนิด PET กับ ถ้วยพลาสติกชนิด PP ที่บรรจุผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต และ สรรค์ วิริยะดำรงค์ และ ประไพศรี สุทัศน์ ณ อยุธยา(2562) วิจัยเรื่อง การกำหนดพารามิเตอร์ที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มความแข็งแรงการปิดผนึกในกระบวนการปิดผนึกถุงผลิตภัณฑ์ผงซักฟอก ได้ทำการศึกษาถึงตัวแปรที่ใช้ในการปิดผนึกด้วยความร้อนผ่านการทดลองหาเงื่อนไขที่ดีที่สุด ที่ทำให้เกิดความแข็งแรงของการปิดผนึกด้วยความร้อน โดยได้ทำการทดลองปรับเครื่องจักรเพื่อกำหนดค่าตัวแปรของอุณหภูมิ แรงกด และเวลาในการปิดผนึกด้วยความร้อน โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความแข็งแรงของการปิดผนึกด้วยความร้อนที่มากที่สุด คือ อุณหภูมิ

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาข้อมูลของกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทซอง เพื่อนำมาวิเคราะห์ปัญหา และนำเสนอแนวทางแก้ไข มีวิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

ตาราง 1 แสดงวิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ลำดับ	วิธีการ	เครื่องมือที่ใช้	ผลลัพธ์
1	ศึกษาและเก็บข้อมูลจากพื้นที่จริง	หลักการ 5G (Genba, Genbutsu, Genjitsu, Genri, Gensoku)	สามารถเห็นขั้นตอนการไหลของกระบวนการ และการทำงานของพนักงาน รวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการ

ตาราง 1 แสดงวิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	วิธีการ	เครื่องมือที่ใช้	ผลลัพธ์
2	วิเคราะห์และระบุความสูญเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการ	7 Waste และ Flow process diagram	กระบวนการและวิธีการทำงานที่เป็นปัจจุบันของพนักงาน พร้อมชี้แจงได้ว่าวิธีการใดที่เป็น non value
3	วิเคราะห์ของเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต	Pareto diagram	ประเภทของเสียหลักที่ส่งผลต่อความสูญเสียในกระบวนการในปริมาณมาก
4	วิเคราะห์หาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา	Fish bone diagram	สาเหตุรากเหง้าที่ทำให้เกิดปัญหาขึ้นในกระบวนการผลิต
5	กำหนดแนวทางในการแก้ไขและป้องกันปัญหาและการปรับปรุงขั้นตอนในการทำงาน	Tree diagram	แนวทางหรือมาตรการในการแก้ไขและป้องกันปัญหา
6	การประเมินแนวทางในการแก้ไขและป้องกันปัญหา	Action priority matrix	แนวทางหรือมาตรการในการป้องกันปัญหาที่บริษัทสามารถนำมาใช้ได้จริง

กลุ่มตัวอย่าง

ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ประเภทซองของบริษัท ฟุจิ ซิล แพคเกจจิง ประเทศไทย ประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่ม คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทซองแบบปิดผนึกความร้อนสามด้าน, กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทซองแบบปิดผนึกตรงกลาง, กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทซองแบบตั้งได้ และกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทซองแบบใส่ฝา และได้นำของตัวอย่างจากการสุ่มเพื่อทดสอบคุณภาพซึ่งใช้แผนการสุ่มตัวอย่าง AQL (Acceptable Quality Level) มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

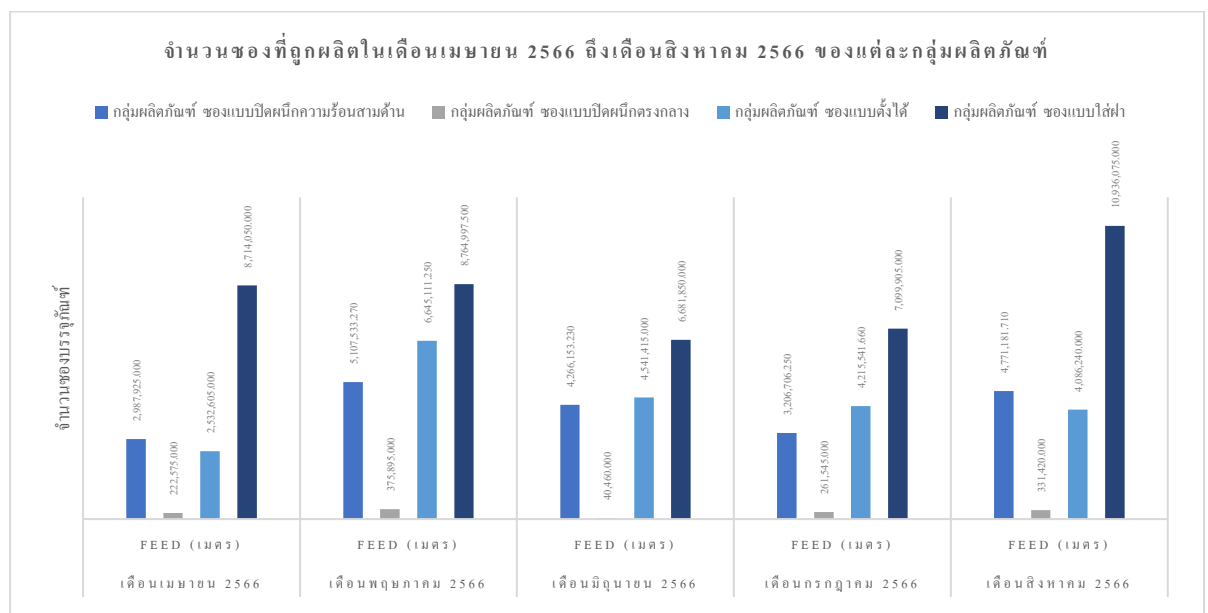
1. ทดสอบของบรรจุภัณฑ์ก่อนเริ่มผลิตสินค้า 15 ซอง
2. ทดสอบของบรรจุภัณฑ์ระหว่างผลิต 2 ซองต่อชั่วโมง

โดยข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ของเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตเป็นข้อมูลการผลิตตั้งแต่เดือน
เมษายน 2566 ถึงเดือนสิงหาคม 2566 เป็นระยะเวลา 5 เดือน ซึ่งใช้เครื่องจักร 1 เครื่องสำหรับการ
วิเคราะห์ คิดเป็นจำนวนของทั้งสิ้นประมาณ 11,700 ซอง

ผลการศึกษา

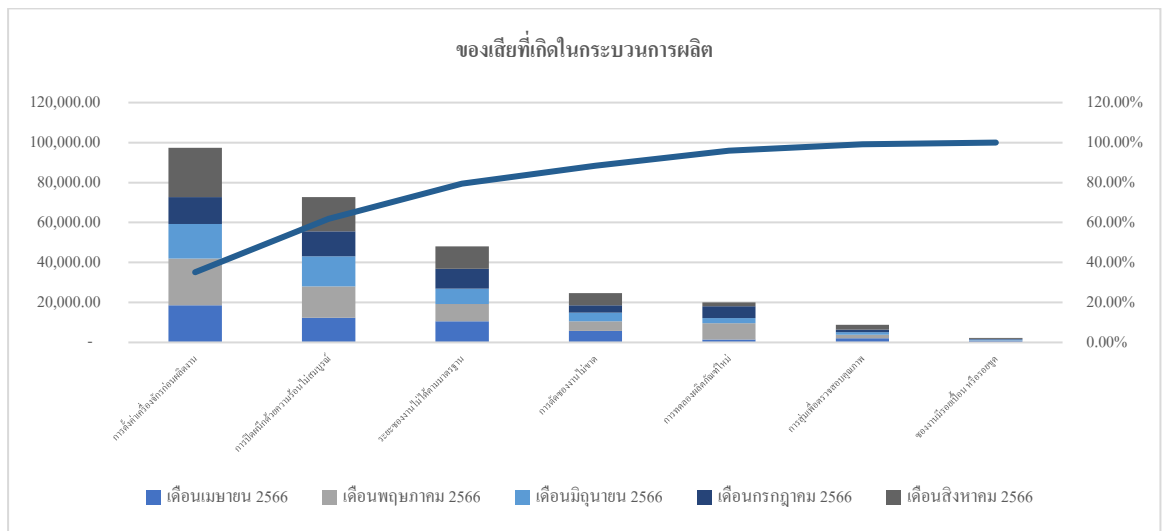
จากการศึกษาข้อมูลการผลิตตั้งแต่เดือนเมษายน 2566 ถึงเดือนสิงหาคม 2566 เกี่ยวกับ
ปริมาณการผลิตของผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่ม พบว่ากลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ถูกผลิตมากที่สุด คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์
ประเภทซองแบบใส่ฝา

ภาพ 1 แผนภูมิแสดงจำนวนซองที่ถูกผลิตในเดือนเมษายน 2566 ถึงเดือนสิงหาคม 2566



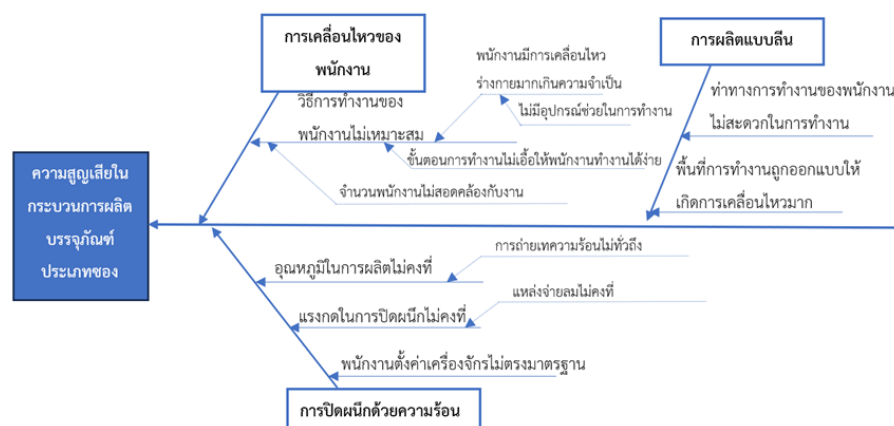
และได้นำข้อมูลความสูญเสียในกระบวนการมาวิเคราะห์ pareto diagram พบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นใน
กระบวนการผลิตที่ส่งผลต่อความสูญเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการเป็นจำนวนมาก คือ การตั้งค่า
เครื่องจักรก่อนผลิตงาน และการปิดผนึกด้วยความร้อนไม่สมบูรณ์ ดังนี้

ภาพ 2 แผนภูมิแสดงการวิเคราะห์ของเสียในกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทซอง



สำหรับการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการผ่านเครื่องมือ Fishbone Diagram เป็นดังนี้

ภาพ 3 แสดงแผนภาพก้างปลาในการวิเคราะห์สาเหตุของการเกิดของเสีย

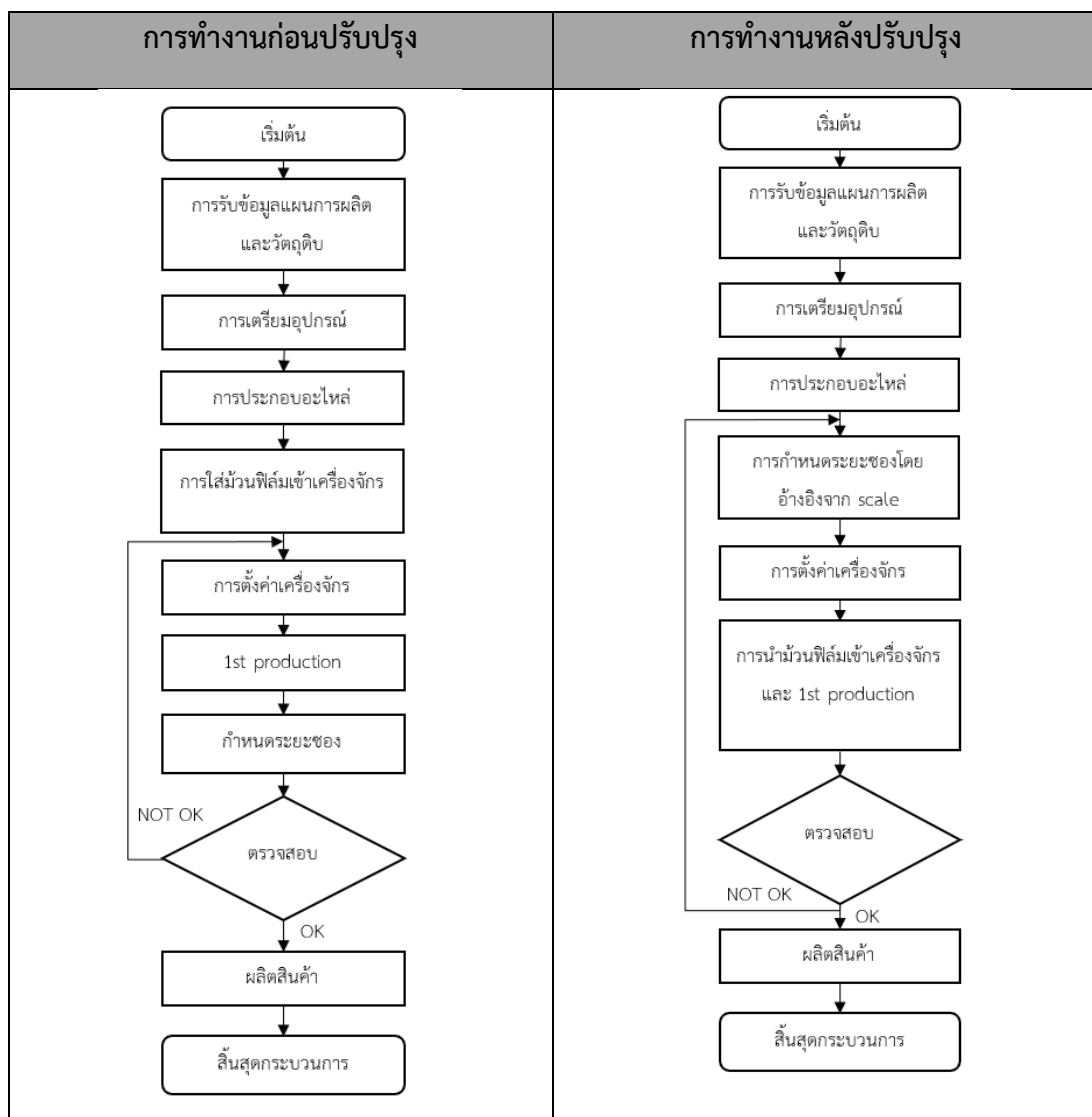


จากภาพ 3 พบว่าสาเหตุของการเกิดของเสียในกระบวนการประกอบไปด้วย 2 สาเหตุหลัก คือพนักงานทำงานไม่สะดวกจากการเคลื่อนไหวร่างกายที่ไม่เหมาะสมในการตั้งค่านระยะของ และการควบคุมอุณหภูมิที่ใช้ในกระบวนการผลิตยังไม่คงที่ โดยได้ทำการทดลองเพื่อปรับปรุงกระบวนการ ดังนี้

การติดตั้ง scale และปรับปรุงวิธีการทำงานของพนักงาน

จากการศึกษาขั้นตอนในการตั้งค่าเครื่องจักรก่อนผลิตสินค้า พบว่า การกำหนดระยะของของบรรจุภัณฑ์เป็นขั้นตอนการทำงานที่ทำให้เกิดข้อเสียในกระบวนการมากที่สุด ผู้จัดทำจึงได้นำ scale มาติดตั้ง เพื่อใช้เป็นระยะอ้างอิงสำหรับกำหนดระยะของบรรจุภัณฑ์และกำหนดลำดับในการทำงานใหม่ หลังมีการติดตั้ง scale และจัดลำดับการทำงานใหม่ ซึ่งสามารถเปรียบเทียบผลก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงได้ ดังนี้

ตาราง 2 แสดงการเปรียบเทียบวิธีการทำงานก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง



ตาราง 3 แสดงการเปรียบเทียบผลลัพธ์จากการทำงานก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง

ผลการดำเนินงาน	เวลาในการทำงาน	ของเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการ
ก่อนปรับปรุง	100.86 นาที	2,201 ซอง
หลังปรับปรุง	87.72 นาที	730 ซอง
% การปรับปรุง	13.03%	%

การเปลี่ยนตำแหน่งสายเทอร์โมมิเตอร์

จากการศึกษาตัวแปรที่มีผลต่อค่าความแข็งแรงของการปิดผนึกด้วยความร้อน และทำการทดลองควบคุมความสม่ำเสมอในการถ่ายเทความร้อนของการซีลโดยการย้ายตำแหน่งในการติดตั้งสายเทอร์โมมิเตอร์สำหรับการให้ความร้อนในการซีล ซึ่งทำการทดลองเป็นเวลา 15 ชั่วโมง และได้ทำการวัดอุณหภูมิที่ใช้ในการปิดผนึกด้วยความร้อนของก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง ดังนี้

ตาราง 4 แสดงการเปรียบเทียบอุณหภูมิก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง

ตำแหน่งสาย เทอร์โมมิเตอร์		อุณหภูมิ (องศาเซลเซียส)							
		ค่า Setting	วัดครั้งที่ ที่ 1	วัดครั้งที่ ที่ 2	วัดครั้งที่ ที่ 3	วัดครั้งที่ ที่ 4	วัดครั้งที่ ที่ 5	ค่าเฉลี่ย	ค่าความ แตกต่าง
Heater (ก่อน ปรับปรุง)	1	215.0	201.0	201.5	202.3	201.6	201.1	201.5	-13.5
	2	215.0	208.1	208.5	209.0	208.9	208.9	208.6	-6.3
	3	215.0	233.0	234.1	233.4	235.0	234.0	233.9	18.9
Seal bar (หลัง ปรับปรุง)	1	215.0	214.5	215.6	216.0	215.9	216	215.6	0.6
	2	215.0	211.6	211.7	211.6	211.5	211.4	211.6	-3.4
	3	215.0	220.8	222.0	222.3	221.2	220.5	221.4	6.3

จากผลการวัดอุณหภูมิเพื่อเปรียบเทียบผลก่อนและหลังการปรับปรุงพบว่า อุณหภูมิหลังการปรับปรุงมีความสม่ำเสมอและคงที่มากกว่า โดยมีค่าความแตกต่างไม่เกิน 10 องศาเซลเซียส ซึ่งอยู่ในค่าควบคุมของกระบวนการที่กำหนดไว้

รวมถึงการเก็บของตัวอย่างสำหรับทดสอบค่าความแข็งแรงของการปิดผนึกด้วยความร้อน 2 ซองต่อชั่วโมง เพื่อวัดค่าความแข็งแรงของการปิดผนึกด้วยความร้อน เพื่อทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของความแข็งแรงในการปิดผนึกด้วยความร้อนระหว่างก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง

$$H_0 : \mu_{\text{before}} = \mu_{\text{After}}$$

$$H_1 : \mu_{\text{before}} \neq \mu_{\text{After}}$$

H_0 : ค่าความแข็งแรงของการปิดผนึกด้วยความร้อนก่อนปรับปรุงเท่ากับหลังปรับปรุง

H_1 : ค่าความแข็งแรงของการปิดผนึกด้วยความร้อนก่อนปรับปรุงไม่เท่ากับหลังปรับปรุง

μ_{before} : ค่าความแข็งแรงของการปิดผนึกด้วยความร้อนก่อนปรับปรุง

μ_{after} : ค่าความแข็งแรงของการปิดผนึกด้วยความร้อนหลังปรับปรุง

ตาราง 5 แสดงการเปรียบเทียบผลลัพธ์ของการควบคุมอุณหภูมิก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง

	ความแข็งแรงของการปิดผนึกด้วยความร้อน	
	Before (ติดตั้งสายเทอร์โมมิเตอร์ที่ Heater)	After (ติดตั้งสายเทอร์โมมิเตอร์ที่ Seal bar)
LSL (kgf)	60.0	60.0
Target (kgf)	100.0	100.0
MIN (kgf)	68.5	89
AVG (kgf)	97.4	111.4
MAX (kgf)	115.8	126.8
STDEV	13.4	8.5
Cpk	0.93	2.01

จากการทดสอบค่าความแข็งแรงของการปิดผนึกด้วยความร้อนก่อนและหลังการปรับปรุงพบว่า ค่าความแข็งแรงหลังการปรับปรุงมีค่ามากกว่า และการกระจายตัวของค่าความแข็งแรงมีน้อยกว่า รวมถึงความสามารถของกระบวนการหลังการปรับปรุงมีค่ามากกว่าก่อนปรับปรุง โดยก่อนการปรับปรุงกระบวนการผลิตมีความแปรปรวนสูงและไม่สามารถผลิตสินค้าได้ตามเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ และหลังการปรับปรุงกระบวนการผลิตมีความสามารถในการควบคุมคุณภาพได้ดี และมีความแปรปรวนน้อยกว่า สามารถผลิตสินค้าได้ตามเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ

จากการใช้ T-Test ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่าค่าความแข็งแรงของการปิดผนึกด้วยความร้อนก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงมีค่าไม่เท่ากัน โดยมีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างค่าเฉลี่ยก่อนและหลังการทดลอง ซึ่งค่าเฉลี่ยหลังการทดลอง (111.420) สูงกว่าค่าเฉลี่ยก่อนการทดลอง (97.393) และค่าทดสอบ t ที่ -4.63 และ P-Value ที่ 0.000 แสดงให้เห็นว่าความแตกต่างนี้มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงสามารถสรุปได้ว่าค่าเฉลี่ยของความแข็งแรงในการปิดผนึกด้วยความร้อนก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงมีความต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตาราง 6 แสดงการวิเคราะห์ด้วยสถิติของความแข็งแรงในการปิดผนึกด้วยความร้อน

Paired T-Test and CI: Before, After

Paired T for Before - After

	N	Mean	StDev	SE Mean
Before	30	97.393	13.378	2.442
After	30	111.420	8.498	1.552
Difference	30	-14.0267	16.5812	3.0273

95% CI for mean difference: (-20.2182, -7.8351)

T-Test of mean difference = 0 (vs not = 0) : T-Value = -4.63 P-Value = 0.000

สรุปผล

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องการลดการสูญเสียของกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทของกรณีศึกษาบริษัท ฟุจิ ซิล แพลกเกจ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ซึ่งมุ่งเน้นการนำผลจากการศึกษาไปประยุกต์ใช้กับองค์กรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและ

ประสิทธิผลในการทำงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัญหา และเสนอแนวทางในการแก้ไข
ปัญหาการสูญเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทซอง จากผลจากการดำเนินงาน
ทำให้ทราบถึงสาเหตุของปัญหาในกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทซองนั้นคือ อุณหภูมิในการ
ปิดผนึกด้วยความร้อนไม่สม่ำเสมอจึงส่งผลต่อความแข็งแรงของการซีล รวมถึงการเคลื่อนไหว
ร่างกายในท่าทางที่ไม่เหมาะสมของพนักงานทำให้พนักงานทำงานได้ยากและเกิดของเสียใน
กระบวนการตามมา จึงได้ทำการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับอุณหภูมิที่ใช้โดยทดสอบค่าความแข็งแรง
ของการปิดผนึกด้วยความร้อนก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง และได้มาซึ่งแนวทางในการปรับปรุง
โดยการควบคุมอุณหภูมิซึ่งเป็นปัจจัยในการปิดผนึกด้วยความร้อนให้มีความสม่ำเสมอมากขึ้นโดย
ผ่านการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าทางสถิติ T-Test และได้แนวทางการแก้ไขปัญหเพิ่มเติมจาก
การศึกษาโดยใช้แนวคิดสโนในการปรับปรุง นั่นคือ รวมถึงการจัดหาอุปกรณ์และจัดลำดับวิธีการ
ทำงานใหม่ที่จะช่วยให้พนักงานทำงานได้ง่ายขึ้น

อภิปรายผล

การศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่องการลดการสูญเสียของกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภท
ซองกรณีศึกษาบริษัท พูจิ ซิล แพคเกจจิง (ประเทศไทย) จำกัด ได้อ้างอิงทฤษฎีของการปิดผนึกด้วย
ความร้อนโดยได้ควบคุมเงื่อนไขหลักในการปิดผนึกด้วยความร้อน นั่นคืออุณหภูมิที่ใช้ในการซีลใน
กระบวนการให้คงที่มากขึ้นซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของนาฏนลิน จันลาเศษ และ เกียรติฟ้า ตั้งใจจิต
(2565) และ สรรค์ วิริยะดำรงค์ และ ประไพศรี สุทัศน์ ณ อยุธยา (2562) ที่ได้ทำการทดลองปรับ
เงื่อนไขในการปิดผนึกด้วยความร้อนและพบว่าอุณหภูมิเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความแข็งแรงของการ
ปิดผนึกด้วยความร้อนมากที่สุด รวมถึงแนวคิดเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของพนักงานและแนวคิดสโนที่
ผู้จัดทำนำมาวิเคราะห์การทำงานของพนักงาน พบว่า การทำงานของพนักงานต้องสูญเสียการ
เคลื่อนไหวร่างกายจากการทำงานในท่าทางที่ไม่เหมาะสม ซึ่งใช้เวลาในการทำงานที่มากเกินไป และ
เกิดเป็นของเสียขึ้นในกระบวนการผลิต ซึ่งผู้จัดทำได้เพิ่มอุปกรณ์ในการทำงานที่ช่วยให้พนักงาน
สามารถมองเห็นได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑาทิพย์ อินทะโน (2565) อติกานต์ ม่วงเงิน
(2562) และฉัตรพร เมธามโนมัย, กิตติชัย อธิกุลรัตน์ และ ภัทรพงษ์ ภาควณิ (2560) ที่ได้ทำการ
ปรับปรุงวิธีการทำงานของพนักงานเพื่อลดการเคลื่อนไหวและความผิดพลาดจากการทำงาน ผล
ปรากฏว่าการปรับปรุงทำให้เวลาในการทำงานลดลง รวมถึงความเสี่ยงที่จะเกิดของเสียจากการปิด
ผนึกด้วยความร้อนและการตั้งค่าเครื่องจักรก่อนผลิตสินค้าลดลงด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการส่งเสริมการประยุกต์ใช้แนวคิดลีน โดยการค้นหาความสูญเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิต และนำแนวคิดลีนมาช่วยในการบริหารจัดการกระบวนการผลิตให้ผลิตสินค้าออกมาได้โดยเกิดความสูญเสียในกระบวนการน้อยที่สุด
2. การลดความสูญเสียในกระบวนการทำงานต้องมีการอบรมและทำความเข้าใจแก่ผู้ปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการปรับปรุงแก้ไขร่วมกัน
3. ควรสนับสนุนเงินทุนสำหรับการแก้ไขปัญหา เพื่อให้สามารถนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ให้เกิดการแก้ไขปัญหายั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งถัดไป

1. ควรมีการศึกษาสภาพปัญหาและกลุ่มประชากรเพิ่มเติมมากขึ้น เพื่อกาแนวทางหรือเครื่องมืออื่น ๆ มาใช้ในการปรับปรุงแก้ไขให้ตรงต่อสภาพการณ์นั้น ๆ
2. ควรมีการศึกษาระบบการทำงานของหน่วยงานอื่นเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มความสามารถในการลดของเสียของกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทซอง

เอกสารอ้างอิง

- กิตติ์วี วิเชียรประดิษฐ์. (2563). *การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตโดยประยุกต์ใช้แนวคิดลีนกรณีศึกษา บริษัทผลิตไม้สักแปรรูป*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จุฑาทิพย์ อินทะโน. (2565). *การลดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการปรับปรุงสภาพแวดล้อมพื้นที่ข้าวโพดด้วยเทคนิคลีน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมโลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทาน. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉัตรพร เมธามโนมัย, กิตติชัย อธิกุลรัตน์ และ ภัทรพงษ์ ภาคภูมิ. (2560). *การปรับปรุงและลดเวลาความสูญเสียเปล่าในกระบวนการผลิตเบ็ด กรณีศึกษากิจการสุรตฟาร์ม*. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 14 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. 538-545. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ชาญศิษฐ์ โตอรุณ. (2559). การปรับปรุงกระบวนการทำงานด้านเอกสารของกองอาคารสถานที่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยด้วยระบบสารสนเทศ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการจัดการโลจิสติกส์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ปิยนันท์ สวัสดิ์ศฤงฆาร. (2559). *Action priority matrix*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2566, จาก <https://drpiyanan.com/2022/12/08/action-priority-matrix-apm>.
- นาฏนลิน จันลาเศษ และ เกียรติฟ้า ตั้งใจจิต. (2565). การศึกษาผลกระทบของปัจจัยที่ส่งผลต่อความแข็งแรงของรอยเชื่อมด้วยความร้อนและการหาค่าที่เหมาะสมของปัจจัยในการปิดผนึกด้วยความร้อนของฟิล์มอ่อน ชนิด PET กับถ้วยพลาสติกชนิด PP ที่บรรจุผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต. บัณฑิตวิทยาลัย. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เรืองลักษณ์ บุตรเพชร, จุฬารรณ อันสุวรรณ และธิดาเดียว มยุรีสุวรรณ. (2560). เครื่องมือควบคุมคุณภาพ 7 ชนิด. บัณฑิตวิทยาลัย. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. เครื่องมือคุณภาพ 7 ชนิด (7 Quality Control Tools). สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2566, จาก <https://piu.ftpi.or.th/productivity-tools/7-qc/>.
- สรณ์ วิริยะดำรงค์ และ ประไพศรี สุทัศน์ ณ อยุธยา. (2562). การกำหนดพารามิเตอร์ที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มความแข็งแรงการปิดผนึกในกระบวนการปิดผนึกถุงผลิตภัณฑ์ผงซักฟอก. บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระเจ้าเกล้าธนบุรี.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2558). รอยปิดผนึกด้วยความร้อน. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2566, จาก <https://packaging.oie.go.th/new/index.php>.
- วิทยาลัยนวัตกรรมการด้านเทคโนโลยีและวิศวกรรมศาสตร์. หลักการ 5G สำหรับการหาวิธีการแก้ปัญหาพื้นฐานให้ตรงจุดที่สุด. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2566, จาก <https://cite.dpu.ac.th/5Gen.html>.
- อดิกันต์ ม่วงเงิน. (2562). การประยุกต์ใช้เทคนิคแบบลิน (ECRS+IT) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานระบบตู้รับคืนหนังสืออัตโนมัติ สำนักบรรณสารการพัฒนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. รายงานการวิจัยทุนรางวัลคันทน์ในวิทยาการการพัฒนางานประจำสู่การวิจัย สำนักบรรณสารการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Minitab Thailand. (2565). การทดสอบสมมติฐาน t-Tests, ค่า t-values และการแจกแจงแบบ t-distributions. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2566, จาก

<https://www.solutioncenterminitab.com/blog/t-tests-t-values-t-distributions>.

Minitab Thailand. (2565). Cp และ Cpk. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2566, จาก

<https://www.solutioncenterminitab.com/blog/cp-and-cpk-two-process-perspectives-one-process-reality>.

แนวทางการขยายฐานลูกค้าสินเชื่อนาการประชาชน กรณีศึกษานาการอมสิน สาขาวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

ไกรฤกษ์ บุญมาก¹, สุทธาวรรณ ชำโต้²

¹ คณะบริหารธุรกิจ, ² คณะวิทย์พัฒน

^{1,2} มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท กลุ่มวิชาการตลาด

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการขยายฐานลูกค้าสินเชื่อนาการประชาชน ธนาคารอมสิน สาขาวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาการเติบโตของสินเชื่อนาการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดแนวทางการขยายฐานลูกค้าสินเชื่อ กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ คือ ลูกค้าที่เคยใช้สินเชื่อนาการอาชีพค้าขายและรายได้ประจำ จำนวน 190 ราย และลูกค้าใหม่ที่ไม่เคยใช้สินเชื่อนาการประชาชนอาชีพค้าขายและรายได้ประจำ จำนวน 60 ราย กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ คือ พนักงานอมสิน สาขาวังสมบูรณ์ จำนวน 7 ราย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า สาเหตุของปัญหาการเติบโตของสินเชื่อนาการขยายฐานลูกค้าสินเชื่อ เนื่องจากปัญหาต้องใช้เอกสารขอสินเชื่อนาการหลายรายการ เงื่อนไขสินเชื่อนาการดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ซึ่งเป็นระเบียบและวิธีปฏิบัติที่ธนาคารกำหนด ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ จึงนำเสนอแนวทางเลือกเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาโดยใช้ TOWS Matrix โดยเลือกกลยุทธ์เชิงรุก ทางเลือกที่ 1 กลยุทธ์การเติบโต เพื่อยกระดับการให้บริการสร้างการเติบโตของสินเชื่อนาการและทางเลือกที่ 3 กลยุทธ์ระดับหน้าที่ มาเป็นกลยุทธ์ในการขยายฐานลูกค้าสินเชื่อนาการ ต้องปรับกลยุทธ์ด้านประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการตลาด อบรมพัฒนาพนักงาน การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน กำหนดเป้าหมาย เจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พัฒนาด้านสถานที่และลักษณะทางกายภาพ

คำสำคัญ: สินเชื่อนาการประชาชน, สินเชื่อ, ส่วนประสมทางการตลาด

The Expansion of the Customer Base for the Personal Bank Loan: A Case Study of the Government Savings Bank, Wang Somboon Branch in Sa Kaeo Province

Krairoek Boonmak¹, Suthawan Sato²

¹ School of Business, ² Extension School

^{1,2} University of the Thai Chamber of Commerce

¹ Master's Degree Student, Concentration on Marketing

Abstract

The study is about the expansion of the customer base for the personal Bank loan: A case study of the Government Savings Bank, Wang Somboon Branch in Sa Kaeo Province. The objectives of this study were to find solutions for credit growth problems and formulate marketing strategies and guidelines for expanding the personal's Bank loan. The sample included 190 existing customers who had experience with bank loans and 60 new customers. Moreover, the semi structure interview was also conducted with 7 employees. The data was analyzed and then formulated strategies to solve problems by using TOWS Matrix. Statistical analysis was used for descriptive analysis and relationship among factors. Implications and recommendations are also provided.

Keywords: People's Bank Loan, Loan, Marketing Mix: 7P's

บทนำ

ธนาคารออมสิน สาขาวังสมบูรณ์ เป็นส่วนงานที่อยู่ภายใต้ธนาคารออมสิน เขตสระแก้ว ธนาคารออมสินภาค 13 สายงานกิจการสาขา 5 พื้นที่ดำเนินการในจังหวัดสระแก้ว มีเขตดำเนินการในพื้นที่ 3 ตำบล ของอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ได้แก่ ตำบลวังสมบูรณ์ ตำบลวังใหม่ ตำบลวังทอง มีบทบาทในการดำเนินการให้บริการทางการเงิน เช่น ด้านเงินฝาก ด้านสินเชื่อ และบริการทางการเงินอื่น ส่งเสริมสนับสนุนการประกอบอาชีพค้าขาย ธุรกิจห้างร้าน กองทุนหมู่บ้าน กลุ่มวิสาหกิจ หน่วยงานภาครัฐ ดำเนินงานเป็นธนาคารเพื่อสังคม (Social Bank) ส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาลูกค้า เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนชุมชนและสังคมในพื้นที่ ตามยุทธศาสตร์ของธนาคาร โดยธนาคารออมสิน สาขาวังสมบูรณ์ ได้แบ่งกลุ่มงานเป็น 2 กลุ่มงานหลัก ได้แก่ ธุรกิจสินเชื่อ และธุรกิจเงินฝาก จะเห็นว่าธนาคารออมสิน สาขาวังสมบูรณ์ มีปัญหาเรื่องอัตราการเติบโตสินเชื่อประเภทจำนวนเงินของธนาคารออมสิน พบว่าอัตราการเติบโตสินเชื่อประเภทจำนวนเงินสินเชื่อธนาคารประชาชน จากปี 2560 ถึงปี 2564 มีผลการดำเนินการที่ลดลงจากจำนวนสินเชื่อรวม 352.50 ล้านบาทในปี 2560 ปี 2561 จำนวนสินเชื่อรวม 302.45 ล้านบาท ปี 2562 จำนวนสินเชื่อรวม 341.35 ล้านบาท ปี 2563 จำนวนสินเชื่อรวม 215.20 ล้านบาทและลดลงจำนวนสินเชื่อรวม 120.10 ล้านบาทในปี 2564 และอัตราการเติบโตสินเชื่อประเภทจำนวนเงินสินเชื่อธนาคารประชาชน จากปี 2560 ถึงปี 2564 มีผลการดำเนินการที่ลดลงจากจำนวนรายรวม 312 รายในปี 2560 ปี 2561 จำนวนรายรวม 298 ราย ปี 2562 จำนวนรายรวม 335 ราย ปี 2563 จำนวนรายรวม 198 รายและลดลงจำนวนราย 102 รายในปี 2564

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากปัญหาขององค์กร

ธนาคารออมสินมีข้อตกลงสินเชื่อดังกล่าวกับกระทรวงการคลังที่จะต้องเพิ่มยอดสินเชื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตกลงไว้กับกระทรวงการคลัง โดยเฉพาะในปีบัญชี 2564 ทั้งจำนวนเงินและจำนวนรายสินเชื่อธนาคารประชาชนลดลงอย่างมากหากคิดจากจำนวนร้อยละจำนวนรายที่ลดลงถึง 51.52% เมื่อเทียบกับปี 2563 และจำนวนเงินคิดเป็นร้อยละที่ลดลงถึง 55.81% เมื่อเทียบกับปี 2563 ซึ่งถือเป็นความท้าทายของธนาคารในการเร่งดำเนินการ อัตราการเติบโตสินเชื่อธนาคารประชาชนประเภทจำนวนเงินและจำนวนที่ลดลง ย่อมผลกระทบทำให้ผลดำเนินงานตามตัวชี้วัดประจำปีไม่เป็นตามเป้าหมายส่งผลกระทบต่อคะแนนการประเมินค่าตอบแทนของพนักงานรวมทั้งมีผลกำไรของสาขาและส่งผลกระทบต่อผลกำไรในภาพรวมของธนาคารทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อนาการประชาชน กรณีศึกษา ธนาคารออมสินสาขาวังสมบูรณ์ เพื่อหาสาเหตุยอดสินเชื่อประเภทธนาคารประชาชนจำนวนเงินและจำนวนรายที่ลดลงของกรณีศึกษาธนาคารออมสิน สาขาวังสมบูรณ์ และเพื่อหาแนวทางเพิ่มยอดสินเชื่อประเภทธนาคารประชาชนจำนวนเงินและจำนวนรายกรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาวังสมบูรณ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ด้านเชิงวิชาการทำให้ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix 7P's) ทฤษฎีผังทางปลา แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อทราบว่าปัจจัยด้านใดจะส่งผลต่อการเติบโตโดยยอดสินเชื่อธนาคารและเกิดองค์ความรู้ใหม่ที่ได้ศึกษามาช่วยในการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ทราบถึงสาเหตุยอดที่ลดลงสินเชื่อธนาคารประชาชนเป็นการศึกษาและวางแผนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นแนวทางในการสร้างหรือปรับกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดสินเชื่อธนาคารประชาชนและตอบสนองความพึงพอใจหรือความต้องการของผู้ใช้บริการและทราบถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix 7P's) เพื่อหาแนวทางเพิ่มยอดสินเชื่อธนาคารประชาชนเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ต่อไปในอนาคต สามารถเพิ่มยอดสินเชื่อหรือเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพอใจ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด อีริกิตี นวรัตน์ ณ อยู่ธยา (2557) ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ที่เรียกว่า 4Ps คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) การกำหนดราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) ซึ่งส่วนประสมการตลาดบริการจะต้องใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่เพิ่มขึ้นจากส่วนประสมการตลาดของสินค้าโดยทั่วไป คือ บุคคล (People) หมายถึง ปัจจัยทางด้านบุคคลทั้งหมดที่มีส่วนร่วมในการส่งมอบบริการ ซึ่งมีผลกระทบต่อการรับรู้ของลูกค้าด้วย ซึ่งในที่นี้ได้แก่ ทรัพยากรบุคคลของกิจการ ลูกค้า และลูกค้าคนอื่น ๆ ที่อยู่ในสถานบริการแห่งนั้นด้วย กระบวนการในการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนหรือกระบวนการในการให้บริการ รวมถึงวิธีการทำงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิตและนำเสนอบริการให้กับลูกค้า หลักฐานทางกายภาพ

(Physical Evidence) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการ สถานที่ที่ลูกค้าและกิจการมีปฏิสัมพันธ์กัน และองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จับต้องได้ ซึ่งทำหน้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกหรือสื่อสารบริการนั้น

แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2563) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจจะเริ่มขึ้นเมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นที่นักการตลาดจัดให้ ซึ่งการตัดสินใจต่าง ๆ ของบุคคลที่ปรากฏออกมาจะเป็นผลอิทธิพลของปัจจัยภายในตัวบุคคลและอิทธิพลของปัจจัยภายนอกซึ่งเป็นปัจจัยทางสังคม ปัจจัยภายใน คือ ตัวกระตุ้น (Stimulus) เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการพฤติกรรมผู้บริโภค ตัวกระตุ้นจะเป็นตัวทำให้เกิดการตอบสนองของผู้รับ (Receiver) ซึ่งในที่นี้ก็คือผู้บริโภค

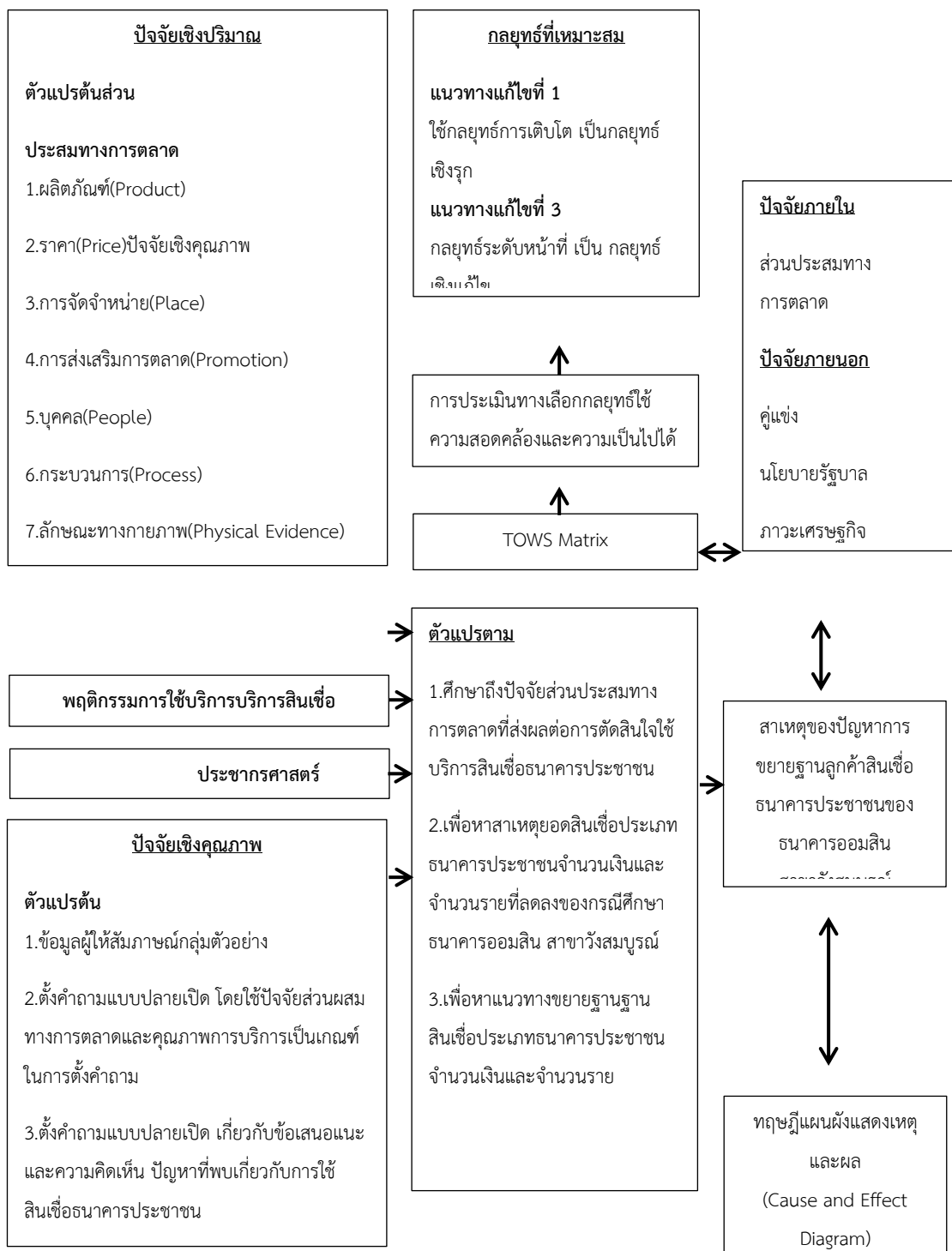
ทฤษฎีแผนผังแสดงเหตุและผล (Cause and Effect Diagram) ปรียวดี ผลเอนก (2556) อธิบายแผนผังสาเหตุและเหตุผล หรือผังก้างปลา คือ แผนผังที่ใช้แสดงความสัมพันธ์อย่างเป็นระบบระหว่างสาเหตุหลาย ๆ สาเหตุที่เป็นไปได้ที่จะส่งผลกระทบให้เกิดปัญหาหนึ่งปัญหา กระบวนการในการสร้างผังแสดงเหตุและผลมีขั้นตอน คือ ระบุปัญหาการตรวจสอบ ระบุสาเหตุหลักที่สำคัญ ระบุสาเหตุรองเฉพาะที่เจาะจง วงจรสาเหตุของปัญหา และพิสูจน์สาเหตุของปัญหา

ประเสริฐศักดิ์ ไชजारุณนิช (2563) สรุปผลของการค้นคว้าเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการให้สินเชื่อประเภทวงเงินเบิกเกินบัญชี (OD) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อ มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ย 4.33 จัดอยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยมากที่สุด ปัจจัยด้านราคา มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ย 3.61 จัดอยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยมาก ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายงานบริการ มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ย 4.45 จัดอยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยมากที่สุด ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ย 3.70 จัดอยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยปานกลาง ปัจจัยด้านการให้บริการและกระบวนการให้บริการ มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ย 3.93 จัดอยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยมาก แสดงให้เห็นว่าทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ จากปัจจัยทั้งหมดเหล่านี้ได้มีการวิเคราะห์และหาแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าวและแนะนำเพื่อที่ลูกค้าจะได้เข้าถึงผลิตภัณฑ์สินเชื่อและมีโอกาสในการขอใช้บริการสินเชื่อในครั้งต่อไปเพื่อเป็นประโยชน์แก่ลูกค้าเอง ทำให้ทางธนาคารมีโอกาสในการสร้างรายได้มากขึ้น

สาริศา อริยะคำ (2563) วิเคราะห์และสร้างทางเลือกเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาโดยใช้ TOWS Matrix แนวทางการแก้ไขปัญหาใช้กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) และกลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ต้องปรับกลยุทธ์ด้านประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการตลาด อบรมพัฒนาพนักงาน การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน กำหนดเป้าหมายชัดเจน เจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พัฒนาปรับปรุง

ด้านสถานที่และลักษณะทางกายภาพ ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อบริการเงินเบิกเกินบัญชี พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภาพ 1 แผนผังกรอบแนวคิดและสรุปภาพรวมการศึกษาแนวทางการขยายฐานลูกค้าสินเชื่อธนาคารประชาชน กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาวังสมบุญ จังหวัดสระแก้ว



วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ศึกษาใช้วิธีการศึกษาแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) และได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มลูกค้าเดิม ได้แก่ ผู้ใช้บริการสินเชื่อที่ประกอบอาชีพค้าขาย อาชีพอิสระและอาชีพรายได้ประจำ วงเงินกู้ไม่เกิน 200,000 บาท รวมจำนวนประชากรของการศึกษา 400 รายของธนาคารออมสิน สาขาวังสมบุญ

กลุ่มลูกค้ารายใหม่ ได้แก่ ลูกค้ารายใหม่ผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการสินเชื่อ ธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน แต่มีความต้องการใช้บริการที่ประกอบอาชีพค้าขาย อาชีพอิสระและอาชีพรายได้ประจำ วงเงินกู้ไม่เกิน 200,000 บาท ของธนาคารออมสิน สาขาวังสมบุญ รวมจำนวนประชากรของการศึกษา 270 ราย

กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ ได้แก่ ลูกค้าเดิมผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชน วงเงินกู้ไม่เกิน 200,000 บาท อาชีพค้าขายอาชีพ และอาชีพรายได้ประจำรายรวมจำนวน 190 ราย และลูกค้ารายใหม่ผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนกับธนาคารออมสิน สาขาวังสมบุญ วงเงินกู้ไม่เกิน 200,000 บาท ที่ประกอบอาชีพค้าขาย อาชีพอิสระและอาชีพรายได้ประจำรวมจำนวน 60 ราย ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มประชากรตัวอย่าง โดยสุ่มตัวอย่างและกำหนดจำนวนจากการคำนวณค่าสัดส่วนประชากรตามแนวทางของ Taro Yamane

กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์โดยออกแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) สัมภาษณ์แบบรายบุคคลคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริหารและพนักงานของธนาคารออมสิน สาขาวังสมบุญ จำนวน 7 ราย ได้แก่ ผู้จัดการสาขา 1 ราย ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา 1 ราย พนักงานธุรกิจสาขา 1 ราย ลูกจ้างปฏิบัติการ 3 ราย ลูกจ้างขับรถยนต์ 1 ราย รวม 7 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบสอบถามที่ผู้ศึกษาออกแบบมีคำถาม 2 ประเด็นหลัก คือ วัตถุประสงค์ในการวิจัยและคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลบุคคล ผู้ศึกษาออกแบบได้ทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปลักษณะคำถามปลายปิด(Close-ended Questions) แบบมีหลายคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก (Multichotomous Questions) เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ โดยมีระดับการวัดข้อมูลแบ่งได้ 2 ลักษณะคือ นามบัญญัติและประเภทเรียงลำดับ ดังนี้

1.1 ข้อมูลประเภทนามบัญญัติ คือ ข้อมูลที่แบ่งเป็นกลุ่ม ได้แก่ เพศ สถานภาพ อาชีพ รายได้

1.2 ข้อมูลประเภทเรียงลำดับ คือ ข้อมูลที่มีการเรียงลำดับ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการใช้สินค้าธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน กรณีศึกษาธนาคารออมสิน สาขาวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว โดยใช้ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการให้บริการ และองค์ประกอบทางกายภาพ โดยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้สินค้าธนาคารประชาชนตระหนักถึงความสำคัญและประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานผู้ศึกษาได้ออกแบบคำถามในลักษณะปลายปิด (Close-ended Questions) ได้กำหนดการให้คะแนนผู้ศึกษาต้องการข้อมูลนอกเหนือจากเชิงปริมาณจึงได้เลือกใช้การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเพิ่มในการศึกษาครั้งนี้จะใช้แบบสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลหรือการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) ออกแบบการตั้งคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) ต้องการทราบถึงข้อมูลเชิงลึกและความคิดเห็นของบุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อหาแนวทางการเพิ่มยอดขายสินค้าธนาคารประชาชน โดยกำหนดแบบสัมภาษณ์ได้ 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

ส่วนที่ 2 ตั้งคำถามแบบปลายเปิด โดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการเป็นเกณฑ์ในการตั้งคำถาม เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้สินค้าธนาคารประชาชน เพื่อหาแนวทางการขยายฐานลูกค้าสินค้าธนาคารประชาชน กรณีศึกษาธนาคารออมสิน สาขาวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

ส่วนที่ 3 ตั้งคำถามแบบปลายเปิด เกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็น ปัญหาที่พบเกี่ยวกับการใช้สินค้าธนาคารประชาชน เพื่อหาแนวทางการขยายฐานลูกค้าสินค้าธนาคารประชาชน กรณีศึกษาธนาคารออมสิน สาขาวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างโดยลงพื้นที่สำรวจข้อมูลในตำบลต่าง ๆ จำนวน 250 ชุด และเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยแบบสัมภาษณ์พนักงานธนาคารออมสิน สาขาวังสมบูรณ์ จำนวน 7 ชุด ดำเนินงานระหว่างเดือนตั้งแต่กันยายน 2565 ถึง ตุลาคม 2565 และศึกษาค้นคว้าจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี นิยามศัพท์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมานการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ในการศึกษาครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความและสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Analysis) และการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis)

ผลการศึกษา

การศึกษาแนวทางการขยายฐานลูกค้าสินเชื่อธนาคารประชาชน กรณีศึกษา ธนาคารออมสินสาขาวังสมบูรณ์ อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในครั้งนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ จำนวน 250 ราย ได้ข้อมูลแบบสอบถามที่สมบูรณ์ร้อยละ 100 โดยเป็นแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มลูกค้าเดิม ได้แก่ ผู้ใช้บริการสินเชื่อที่ประกอบอาชีพค้าขาย อาชีพอิสระและอาชีพรายได้ประจำ วงเงินกู้ไม่เกิน 200,000 บาท รวมจำนวนประชากรของการศึกษา 400 รายของธนาคารออมสิน สาขาวังสมบูรณ์ และกลุ่มลูกค้ารายใหม่ ได้แก่ ลูกค้ารายใหม่ผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการสินเชื่อ ธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน แต่มีความต้องการใช้บริการที่ประกอบอาชีพค้าขาย อาชีพอิสระ และอาชีพรายได้ประจำ วงเงินกู้ไม่เกิน 200,000 บาท ของธนาคารออมสิน สาขาวังสมบูรณ์ รวมจำนวนประชากรของการศึกษา 270 ราย นำข้อมูลบันทึก วิเคราะห์ข้อมูลประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติ และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

เชิงคุณภาพ ทำการสัมภาษณ์กลุ่มพนักงาน ออมสิน สาขาวังสมบุญ แบ่งเป็นผู้บริหารจำนวน 2 ราย พนักงานธุรกิจสาขา 1 ราย ลูกจ้างปฏิบัติการ 3 ราย ลูกจ้างขับรถ 1 ราย ได้ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 139 คน คิดเป็นร้อยละ 55.60 ผู้ที่มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 64.40 ผู้ที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 26.40 ระดับรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือนมีจำนวน 102 คนคิดเป็นร้อยละ 40.80 ระดับประถมศึกษาที่มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 60 อาชีพค้าขายธุรกิจส่วนตัวมีจำนวน 114 คนคิดเป็นร้อยละ 45.60 ประเภทธุรกิจบริการรับจ้างทั่วไปมีจำนวน 111 คนคิดเป็นร้อยละ 44.40

2. ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาวังสมบุญ จังหวัดสระแก้ว ปัจจัยอันดับ 1 ได้แก่ ด้านกระบวนการมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.86$, S.D. = 0.3491) อันดับที่ 2 คือ ด้านบุคลากรมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.85$, S.D. = 0.3615) อันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.5426)

3. พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการสถาบันการเงินหรือบริษัทที่ใช้บริการด้านสินเชื่อในปัจจุบัน มากที่สุด คือ ธนาคารออมสิน จำนวน 190 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.93 จำนวนอายุการเป็นลูกค้า 7-9 ปี มีจำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.42 ประเภทสินเชื่อและวัตถุประสงค์ในการกู้เงิน ที่ลูกค้าใช้บริการมากที่สุด คือสินเชื่อเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายอุปโภคบริโภค (ซื้อรถยนต์ ชำระหนี้ แต่งงาน ท่องเที่ยว) จำนวน 151 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.35 จำนวนสัญญาเงินกู้คงเหลือ จำนวน 1 สัญญา จำนวน 167 ราย คิดเป็นร้อยละ 87.89จำนวนหนี้เงินกู้คงเหลือไม่เกิน 50,000 บาท มีจำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.47 บุคคลที่มีส่วนร่วมตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนธนาคารออมสิน สาขาวังสมบุญ จังหวัดสระแก้ว คือคู่สมรสมีจำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.05 การรับรู้ว่ามีผู้ที่ทราบรายละเอียด เงื่อนไข เกี่ยวกับสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินจำนวน 181 ราย คิดเป็นร้อยละ 95.26 เหตุผลที่ลูกค้าต้องการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชน อันดับที่ 1 เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบอาชีพ มีจำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.11

4.ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาวังสมบุญ จังหวัดสระแก้ว กลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชน ปัจจัยอันดับ

1 ได้แก่ ด้านกระบวนการมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.86$, S.D. = 0.4344) อันดับที่ 2 คือ ด้านบุคลากรมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.76$, S.D. = 0.4302) อันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.5725)

5. ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการสถาบันการเงินหรือบริษัทที่ใช้บริการด้านสินเชื่อในปัจจุบัน มากที่สุด คือ ไม่เคยใช้บริการ 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.66 อายุการเป็นลูกค้าสถาบันการเงินหรือบริษัทที่ลูกค้าใช้บริการด้านสินเชื่อจำนวนอายุการเป็นลูกค้า 4-6 ปี มีจำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.33 ประเภทสินเชื่อและวัตถุประสงค์ในการกู้เงิน ที่ลูกค้าใช้บริการมากที่สุด คือ สินเชื่อเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายอุปโภคบริโภค (ซื้อรถยนต์ ชำระหนี้ แต่งงาน ท่องเที่ยว) จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.45 จำนวนสัญญาเงินกู้คงเหลือ จำนวน 1 สัญญา จำนวน 48 ราย จำนวนหนี้เงินกู้คงเหลือไม่เกิน 50,000 บาท มีจำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.33 บุคคลที่มีส่วนร่วมตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนธนาคารออมสิน สาขาวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว คือ คู่สมรสมีจำนวน 35 ราย เป็นร้อยละ 58.33 การรับรู้ว่ามีผู้ที่ทราบรายละเอียด เงื่อนไข เกี่ยวกับสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.33 และผู้ที่ไม่ทราบ มีจำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.67 เหตุผลที่ลูกค้าต้องการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชน อันดับที่ 1 เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบอาชีพ มีจำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.67

6. การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาการศึกษาในครั้งนี้ใช้ทฤษฎีแผนผังแสดงเหตุและผลในการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาการขยายฐานลูกค้าสินเชื่อธนาคารประชาชน โดยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพนำมาสร้างผังแสดงเหตุและผล จากแนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด การสร้างทางเลือกสำหรับการแก้ไขปัญหา นำผลมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ SWOT Analysis จากนั้นใช้เครื่องมือช่วยสร้างกลยุทธ์ TOWS Matrix ซึ่งเป็นการจับคู่ประเด็นจุดแข็งจุดอ่อนที่เป็นปัจจัยภายใน และโอกาสอุปสรรคที่เป็นปัจจัยภายนอก เพื่อกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงาน 4 รูปแบบ

ตาราง 1 วิเคราะห์และสร้างทางเลือกเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาโดยใช้ TOWS Matrix

TOWS Matrix	Strengths – S	Weaknesses – W
	S1 – อัตราดอกเบี้ยถูก เนื่องจากเป็นธนาคารของ รัฐบาล S2 – มีพนักงานบริการอย่าง ใกล้ชิดกับลูกค้าและชุมชน S3 – มีสาขาตั้งใกล้ชุมชน สะดวกในการติดต่อทำ ธุรกรรมด้านสินเชื่อ	W1 – สถานที่จอดรถ ค่อนข้างน้อย จะแออัดในช่วง ที่มีผู้ใช้บริการเยอะ W2 –ไม่ค่อยมีการ ประชาสัมพันธ์สินเชื่อธนาคาร ประชาชน W3 – พนักงานยังขาดความรู้ ในการตอบปัญหากับลูกค้าใน บางประเด็นและไม่ค่อย นำเสนอผลิตภัณฑ์สินเชื่อ ธนาคารประชาชน
Opportunities – O O1 – ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ทราบ ถึงสินเชื่อประเภทนี้คือ สินเชื่อธนาคารประชาชน O2 – ลูกค้าเดินส่วนใหญ่ ยัง ได้วงเงินกู้ไม่เพียงพอ ยัง สามารถเพิ่มวงเงินได้อยู่ใน ประเภทลูกค้าประวัติชำระหนี้ ดี O3 – ลูกค้าในพื้นที่ส่วนใหญ่ ยังไม่เคยมีสินเชื่อธนาคาร ประชาชนโดยเฉพาะอาชีพ ค้าขาย	SO Strategies กลยุทธ์เชิงรุก การเติบโต (S1, S2, O1, O2, O3) ปรับปรุงคุณภาพการ ให้บริการด้วยดอกเบี้ยที่เป็น ธรรม มุ่งหาตลาดใหม่ พัฒนา วิธีการใหม่ เจาะตลาดเพิ่ม นำเสนอผลิตภัณฑ์ให้มากเป็น ที่รู้จักโดยเฉพาะลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย	WO Strategies กลยุทธ์เชิงแก้ไข การปรับตัว (W1, W2, W3, O1, O2, O3) เพิ่มการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการตลาด อบรม พัฒนาพนักงานผู้ให้บริการ สินเชื่อ ตั้งเป้าหมายให้ชัดเจน เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ปรับปรุงด้านสถานที่ให้ บริการเพิ่มช่องทางการ ให้บริการ เช่น ช่องทาง ออนไลน์ เป็นต้น

ตาราง 1 วิเคราะห์และสร้างทางเลือกเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาโดยใช้ TOWS Matrix (ต่อ)

Threats – T	ST Strategies	WT Strategies
T1 – ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ได้จัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายทำให้ผู้ผ่านได้หรือไม่ได้เดินบัญชีทำให้ผู้ผ่านได้ยาก T2 – ลูกค้าในพื้นที่ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขายไม่ได้เก็บหลักฐานการดำเนินธุรกิจ เช่น บิลซื้อขาย เป็นต้น T3 – เกิดการระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้เกิดการชะลอตัวทางเศรษฐกิจขึ้น	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (S1, S2, T1) รักษาลูกค้าสินเชื่อเดิมและพนักงานควรให้ความรู้เกี่ยวกับเอกสารการยื่นขอกู้อบรมให้	กลยุทธ์เชิงรับ (W2, W3, T2) ส่งเสริมพัฒนาความรู้ให้พนักงานสินเชื่อ พัฒนาเทคโนโลยี เพื่อให้บริการลูกค้า มีวิธีการรักษาลูกค้า

จากตาราง 1 สาเหตุของปัญหาการเติบโตเงินให้สินเชื่อธนาคารประชาชน และการเติบโตสินเชื่อของสาขาไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ตามที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุของปัญหาอันเนื่องมาจาก เอกสารหลักฐานประกอบการยื่นกู้มีหลายรายการ เงื่อนไขการให้สินเชื่อ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ที่ใช้ในปัจจุบันนั้นจะเป็นระเบียบและวิธีปฏิบัติที่กำหนดจากธนาคารออมสิน ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย จึงไม่สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขระเบียบหรือเงื่อนไขในการจ่ายสินเชื่อ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ หรืออัตราค่าธรรมเนียมได้ เมื่อธนาคารได้ออกผลิตภัณฑ์สินเชื่อให้บริการแก่ลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังสมบูรณ์ มีหน้าที่ทำผลงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย จึงนำเสนอแนวทางเลือกเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหา โดยใช้ TOWS Matrix โดยเลือกกลยุทธ์เชิงรุก ทางเลือกที่ 1 กลยุทธ์การเติบโตเพื่อยกระดับการให้บริการสร้างการเติบโตสินเชื่อและทางเลือกที่ 3 กลยุทธ์ระดับหน้าที่มาเป็นกลยุทธ์ในการขยายฐานลูกค้าสินเชื่อธนาคาร ต้องปรับกลยุทธ์ด้านประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการตลาด อบรมพัฒนาพนักงาน การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน กำหนดเป้าหมาย เจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พัฒนาด้านสถานที่และลักษณะทางกายภาพ

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

จากวัตถุประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้ เพื่อวิเคราะห์สาเหตุปัญหาการเติบโตเงินให้สินเชื่อไม่เป็นไปตามเป้าหมายของตัวชี้วัด ศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาการเติบโตเงินให้สินเชื่อ และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในการขยายฐานลูกค้าสินเชื่อธนาคารประชาชน และผู้ที่ไม่เคยใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาวังสมบุญ จังหวัดสระแก้ว สรุปผลการศึกษา ดังนี้

1. การศึกษาวิเคราะห์สาเหตุปัญหาการเติบโตเงินให้สินเชื่อ ไม่เป็นไปตามเป้าหมายของตัวชี้วัด พบว่า เป้าหมายประเภทสินเชื่อจำนวนเงินเห็นว่าอัตราการเติบโตสินเชื่อประเภทจำนวนเงินสินเชื่อธนาคารประชาชน จากปี 2560 ถึงปี 2564 มีผลการดำเนินการที่ลดลงจากจำนวนสินเชื่อรวม 352.50 ล้านบาทในปี 2560 ปี 2561 จำนวนสินเชื่อรวม 302.45 ล้านบาท ปี 2562 จำนวนสินเชื่อรวม 341.35 ล้านบาท ปี 2563 จำนวนสินเชื่อรวม 215.20 ล้านบาทและลดลงจำนวนสินเชื่อรวม 120.10 ล้านบาทในปี 2564 และอัตราการเติบโตสินเชื่อประเภทจำนวนรายสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาวังสมบุญ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 2 จะเห็นว่าอัตราการเติบโตสินเชื่อประเภทจำนวนเงินสินเชื่อธนาคารประชาชน จากปี 2560 ถึงปี 2564 มีผลการดำเนินการที่ลดลงจากจำนวนรายรวม 312 รายในปี 2560 ปี 2561 จำนวนรายรวม 298 ราย ปี 2562 จำนวนรายรวม 335 ราย ปี 2563 จำนวนรายรวม 198 รายและลดลงจำนวนราย 102 รายในปี 2564 มีอัตราที่ต่ำกว่าเป้าหมายการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพต้องมีอัตราที่ใกล้เคียงหรือไม่เกินร้อยละ 100 แสดงให้เห็นว่าสาขาลดสินเชื่อไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดและมีอัตราที่ลดลงอาจมีสาเหตุจากกลยุทธ์การตลาด การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่ไม่ดีพอเป็นปัจจัยภายในหรือเป็นที่ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และภาวะสังคมผู้สูงอายุของลูกค้า สอดคล้องกับผลการศึกษาพฤติกรรมลูกค้าพบว่า ในกลุ่มลูกค้าใหม่จาก 60 รายไม่ทราบเกี่ยวกับทราบรายละเอียด เงื่อนไขเกี่ยวกับสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินถึง 49 รายคิดเป็นร้อยละ 18.33 จากปัญหาที่ได้จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์พบว่าปัญหาหลักเกิดจากลูกค้าไม่มีความรู้ในการจัดทำบัญชี รายรับ-รายจ่าย การเดินบัญชี ขาดความรู้ทางการเงิน และขาดการประชาสัมพันธ์ของพนักงานออมสินจากข้อมูลช่องทางแนะนำพนักงานออมสินจากลูกค้ารายใหม่ 60 ราย มีเพียง 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.33 เท่านั้นจากจำนวน 60 ราย ซึ่งเป็นสัดส่วนที่น้อยผู้ศึกษาจึงได้เสนอแนวทางแก้ไขในด้านช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาดและด้านพนักงานบริการ มีความสอดคล้องกันแนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภคพฤติกรรมผู้บริโภคมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลาและ

ความพยายาม ปัจจัยภายนอกและภายในจะเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ผู้ใช้บริการจะมีการตอบสนอง ตัดสินใจ เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค นำมาเป็นแนวทางเพื่อสร้างการรับรู้ของลูกค้าให้มากขึ้นและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในการขยายฐานลูกค้า

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว พบว่า ความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด การรับรู้ข้อมูลที่ต้องครบถ้วนของผู้ใช้บริการที่ได้รับจากผู้ให้บริการทำให้เกิดจากการพิจารณาเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์หรือบริการ พฤติกรรมลูกค้ารายใหม่การใช้บริการสถาบันการเงินหรือบริษัทที่ใช้บริการด้านสินเชื่อในปัจจุบันส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อ ธนาคารออมสินอยู่แล้ว ร้อยละ 37.66 อายุการเป็นลูกค้าสถาบันการเงิน 4-6 ปีมากที่สุด ร้อยละ 43.33 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนสำหรับลูกค้าใหม่ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพมีผลทั้งหมดต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชน โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ มีผลในระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะกายภาพ มีผลในระดับมาก พฤติกรรมลูกค้ารายใหม่การใช้บริการสถาบันการเงินหรือบริษัทที่ใช้บริการด้านสินเชื่อในปัจจุบันส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อ ธนาคารออมสิน ร้อยละ 38.93 อายุการเป็นลูกค้าสถาบันการเงิน 7-9 ปีมากที่สุด ร้อยละ 48.42 สำหรับลูกค้าเดิมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางให้บริการ ช่องทางบุคลากร ช่องทางกระบวนการ มีผลในระดับมากที่สุด ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะกายภาพ มีผลอยู่ในระดับมาก พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนที่ต่างกัน คือ สถาบันการเงินหรือบริษัทที่ใช้บริการด้านสินเชื่อในปัจจุบัน จำนวนสัญญาเงินกู้คงเหลือ จำนวนหนี้เงินกู้คงเหลือ บุคคลที่มีส่วนร่วมตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนแตกต่างกัน คือ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจ และรายได้

3. ผลการศึกษาสาเหตุของปัญหาที่ได้จากการสร้างผังแสดงเหตุและผล ผังก้างปลา สาเหตุ
ปัญหาการขยายฐานลูกค้าสินค้าเชื่อธนาคารประชาชน กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาวังสมบูรณ์
จังหวัดสระแก้ว จากแนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์
สินเชื่อไม่เหมาะกับอาชีพลูกค้า เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป และมีธุรกิจขนาดเล็ก
ด้านราคา คือ อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 1 ต่อเดือน ค่าธรรมเนียมสูงสุดไม่เกิน 1,000 บาท ด้าน
ช่องทางการจำหน่าย คือ พื้นที่ให้บริการไม่เพียงพอในช่วงมีผู้มาใช้บริการมาก เช่น วันจ่ายเงินเดือน
วันจ่ายเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล สถานที่จอดรถน้อยไม่เพียงพอ เป็นต้น ด้านส่งเสริมการตลาด คือ
ขาดการประชาสัมพันธ์ทำให้ลูกค้าลดลง ขาดการจัดโปรโมชั่นให้กับลูกค้า ด้านบุคคล พนักงาน คือ
พนักงานควรให้ความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อให้ลูกค้าที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจ ให้พนักงานหมั่น
ศึกษาคู่มือการปฏิบัติงานและมีการสอนนำเสนอในที่ทำงานเพิ่ม ด้านกระบวนการ คือ ลูกค้าไม่มี
ความรู้ในการจัดทำบัญชีรับจ่ายของกิจการ อุปกรณ์ไม่ค่อยทันสมัย ข้อมูลเอกสารการยื่นกู้หลาย
รายการยุ่งยาก ด้านลักษณะทางกายภาพ คือ พื้นที่ให้บริการไม่เพียงพอในช่วงมีผู้ใช้งานเยอะ
สภาพอุปกรณ์ค่อนข้างเก่า ด้านอื่น ๆ คือ สังคมผู้สูงอายุ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 2019
ภาวะเศรษฐกิจ การสร้างทางเลือกสำหรับการแก้ไขปัญหา โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ SWOT
Analysis และสร้างทางเลือกเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาโดยใช้ TOWS Matrix ซึ่งด้าน
ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา เป็นระเบียบและวิธีปฏิบัติที่กำหนดจากธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ซึ่งอยู่
ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย จึงไม่สามารถแก้ไขระเบียบหรือเงื่อนไขในการ
จ่ายสินเชื่อ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ หรืออัตราค่าธรรมเนียมได้ จึงไม่นำเสนอแนวทางแก้ไข จะนำเสนอ
มุ่งเน้นด้านช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาดและด้านพนักงานบริการ และใช้การ
ประเมินทางเลือกกลยุทธ์ คือ ความสอดคล้อง ความเป็นไปได้ ได้แนวทางและกำหนดกลยุทธ์ทาง
การตลาดในการขยายฐานลูกค้าสินค้าเชื่อธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาวังสมบูรณ์
จังหวัดสระแก้ว ใช้กลยุทธ์การเติบโต เป็นกลยุทธ์เชิงรุก เพื่อยกระดับการให้บริการมุ่งสร้างอัตรา
การเติบโตสินค้าเชื่อธนาคารประชาชน กับตลาดเดิม พร้อมกับพัฒนาตลาดใหม่ โดยการพัฒนาวิธีการ
ใหม่ หรือเจาะตลาดเพิ่ม และใช้กลยุทธ์ระดับหน้าที่ เป็น กลยุทธ์เชิงแก้ไข ปรับกลยุทธ์ด้าน
ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการตลาด อบรมพัฒนาพนักงาน การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน กำหนด
เป้าหมายชัดเจน เจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงพัฒนาปรับปรุงด้านสถานที่ พนักงานต้องปฏิบัติ
หน้าที่สนับสนุนและสอดคล้องกับพันธกิจและเป้าหมายของธนาคาร การศึกษาครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไป
ด้วยดีเนื่องจากการให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จากการเก็บข้อมูล
ในพื้นที่ทำศึกษานั้นค่อนข้างยาก เนื่องจากผู้ศึกษามีได้เป็นคนพื้นที่ประกอบกับตำแหน่งงาน

เป็นพนักงานบริการลูกค้าไม่ได้เชี่ยวชาญด้านข้อมูลสินเชื่อของธนาคารซึ่งถือว่าเป็นงานที่ทำหาย จึงมีข้อเสนอแนะแนวทางสำหรับการศึกษารั้วนี้ คือ ธนาคารออมสิน สาขาวังสมบรณ์ เป็นสาขานขนาดเล็ก ควรเพิ่มกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลายเพื่อให้สามารถใช้อ้างอิงทางสถิติได้มากยิ่งขึ้นในส่วนการดำเนินงานด้านธุรกิจธนาคาร ผู้ศึกษาขอเสนอแนะความคิดเห็นจากการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

1. การที่พนักงานมีความรู้ความสามารถและเชี่ยวชาญในด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการทำงานการบริการ การทำงานเป็นทีม มีการกำหนดแนวทางการแก้ปัญหาที่ชัดเจนเป็นปัจจัยความสำเร็จของแนวทางการป้องกันการเกิดปัญหาและอุปสรรคในการทำงานได้

2. การที่พนักงานธนาคารจะทุ่มเทให้กับองค์กรนั้น จะต้องมีการสร้างแรงผลักดัน ส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจในการทำงาน เน้นการปลูกฝังให้พนักงานสำนึกถึงองค์กร

3. ผู้บริหารและหัวหน้างานควรส่งเสริมให้มีการซักซ้อมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคาร ทั้งผลิตภัณฑ์สินเชื่อและผลิตภัณฑ์เงินฝากให้พนักงานทุกคนมีความเข้าใจผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องรวมถึงเงื่อนไขต่าง ๆ ซึ่งส่งผลให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพและเป็นไปในทิศทางเดียว

เอกสารอ้างอิง

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2564). *เผยแพร่ผลการดำเนินงานครึ่งปี บัญชี 2564*.

สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2565, จาก <https://www.baac.or.th/th>.

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2565). *สินเชื่อธุรกิจรายย่อย*. สืบค้นเมื่อ 30

กันยายน 2565, จาก <https://www.baac.or.th/th>.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). *ผลการดำเนินงานของระบบธนาคารพาณิชย์*. สืบค้นเมื่อ 30

กันยายน 2565, จาก <https://www.bot.or.th/Thai>.

ธนาคารทหารไทยธนชาต. (2564). *ทีเอ็มบีธนชาต รายงานกำไรสุทธิไตรมาส 4 ปี 2564*. สืบค้นเมื่อ

25 กันยายน 2565, จาก

<https://www.ttbbank.com/th/newsroomdetail/reported-4q21>.

ธนาคารทหารไทยธนชาต. (2565). *สินเชื่อ ทีทีบี แคชทูโก (TTB Cash2Go)*. สืบค้นเมื่อ 30

กันยายน 2565, จาก <https://www.ttbbank.com/th/personal/loans/personal-loan/cash-2-go>.

- ธนาคารออมสิน. (2564). รายงานแผนรัฐวิสาหกิจ. สืบค้นเมื่อ 13 กันยายน 2565, จาก
<https://www.gsb.or.th/media/2022/04/o12-รายงานประจำปี-2564-1.pdf>
- ธนาคารออมสิน. (2565). โครงสร้างองค์กร. สืบค้นเมื่อ 9 กันยายน 2565, จาก
<https://www.gsb.or.th/about/organization-structure>.
- ธนาคารออมสิน. (2565). รายงานผลการดำเนินงานประจำปี. สืบค้นเมื่อ 9 กันยายน 2565, จาก
https://www.gsb.or.th/others_posts/anrp.
- วรรณวนิช ดวงภมร. (2562). ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในบริษัท ยูนิค เอ็นจิเนียริงแอนด์
คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2562). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ. ธรรมสาร.
- สาริศา อริยะคำ. (2563). แนวทางการขยายฐานลูกค้าสินเชื่อเงินเบิกเกินบัญชี (Overdraft) ของ
ธนาคาร ธ.ก.ส สาขาดอนไชย จังหวัดพะเยา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

แนวทางการลดการเกิดหนี้ค้ำชำระสินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชนของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา

จินตนา โควนิช¹, วรรณพี บานชื่นวิจิตร²

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจ

^{1,2} มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท กลุ่มวิชาการเงิน

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา แนวทางการลดการเกิดหนี้ค้ำชำระของลูกค้าสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่มีหนี้ค้ำจากข้อมูลในปัจจุบันจำนวน 130 ราย เพื่อจะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์พนักงานสินเชื่อ จำนวน 2 ท่านที่ทำหน้าที่ในการติดตามการค้ำชำระหนี้ของลูกค้า ผลการศึกษาพบว่าสาเหตุหลักของปัญหาการเกิดหนี้ค้ำชำระสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา คือ เศรษฐกิจตกต่ำ ส่งผลให้ลูกค้ามีรายได้น้อยลง มีหนี้สินเพิ่มขึ้น รายได้ต่อเดือนไม่เพียงพอในการชำระสินเชื่อ จากการศึกษาแนวทางเลือกที่นำมาแก้ไข คือ การปรับโครงสร้างหนี้ แนะนำให้ลูกหนี้เข้ามาตมการช่วยเหลือลูกหนี้ โดยการขยายระยะเวลาชำระหนี้ การลดอัตราค่างวดที่ต้องชำระต่อเดือน การพักชำระหนี้และงดคิดค่าปรับ เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาให้กับลูกหนี้ได้มีโอกาสในการชำระหนี้ให้เป็นปกติ

คำสำคัญ: หนี้ค้ำชำระ, ปรับโครงสร้างหนี้, ลูกค้า, สินเชื่อ

Strategies for Reducing Customer Loan Defaults at People's Bank and Government Savings Bank in Phra Nakhon Si Ayutthaya Branch

Jintana Khowanich¹, Wanrapee Banchuenvijit²

^{1,2} School of Business

^{1,2} University of the Thai Chamber of Commerce

¹ Master's Degree Student, Concentration on Finance

Abstract

This study aims to examine strategies for reducing customer loan defaults at the People's Bank and Government Savings Bank in Phra Nakhon Si Ayutthaya branch. Data was collected from 130 customers with outstanding debts, analyzed through surveys and interviews with two loan officers responsible for debt collection. The study found that the main cause of loan defaults was the economic downturn, leading to decreased income and increased debt for customers. Recommended solutions include restructuring debts, extending repayment periods, reducing monthly installments, and temporarily suspending penalties, aiming to normalize debt repayment for customers.

Keywords: Loan Defaults, Debt Restructuring, Customers, Loans

บทนำ

ธนาคารออมสิน (Government Savings Bank) มีสถานะเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงการคลัง ในปัจจุบันธนาคารออมสินมีจำนวน 1,052 สาขา ทำหน้าที่เป็นสถาบันการเงินเพื่อการออมของประเทศ และ “ธนาคารออมสิน” ยังมุ่งมั่นในการทำหน้าที่สืบสานสร้างสรรค์พัฒนาสังคมในทุกด้านเพื่อสร้างความสุขที่ยั่งยืนให้พี่น้องคนไทย ที่ผ่านมา “ธนาคารออมสิน” ได้เป็นเสาหลักสำคัญของรัฐบาลในการผลักดันมาตรการต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศในหลากหลายโครงการ

นอกจากนี้ธนาคารออมสินยังเป็นธนาคารเพื่อลูกค้ารายย่อย เน้นการให้สินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบท พัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย และชนิดของการฝากเงินอีกมากมาย อีกทั้งยังสร้างเงินทุนหมุนเวียนในกลุ่มชุมชน โดยมีสินเชื่อโครงการธนาคารเพื่อประชาชน การให้สินเชื่อระยะสั้นแก่ผู้ประกอบการรายย่อย (ให้ประชาชนมาเป็นหนี้ในระบบ ที่สามารถตรวจสอบได้ และการเก็บดอกเบี้ยตามความเป็นจริงที่เป็นธรรม)

แต่ในปีพ.ศ. 2566 ธนาคารออมสินมีปริมาณการให้สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น จึงส่งผลให้มีปริมาณลูกค้าที่ค้างชำระหนี้เพิ่มสูงขึ้น การอนุมัติปล่อยสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนที่ไม่มีประสิทธิภาพในปริมาณมาก จะส่งผลกระทบต่อธนาคารต้องสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ เพื่อให้จำนวนลูกค้าที่ค้างชำระหนี้สินเชื่อเป็นไปตามเกณฑ์ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดไว้ เนื่องจากสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนเป็นสินเชื่อที่ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน ทั้งนี้หากมีหนี้ค้างชำระเป็นจำนวนมากธนาคารต้องสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญเป็นจำนวน 100% ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อกำไรของธนาคาร และอาจจะทำให้ผลการดำเนินงานของธนาคารขาดทุน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเรื่องของสภาพคล่อง และความมั่นคงของธนาคาร ปริมาณหนี้ค้างชำระของสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน มีแนวโน้มจะเป็นภาระทางการเงินที่สำคัญธนาคารจึงต้องมีแนวทางในการแก้ไขปัญหา และการป้องกันไม่ให้เกิดลูกค้าหนี้สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนค้างชำระเพิ่มขึ้นจากการให้สินเชื่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การวิจัยเรื่อง แนวทางการลดการเกิดหนี้ค้างชำระของลูกค้าสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

1. เพื่อศึกษาหาสาเหตุที่ทำให้เกิดการค้างชำระหนี้ของลูกค้าสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาแนวทางการลดปัญหาการค้างชำระหนี้ของลูกค้าสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี

แนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุของการค้างชำระหนี้ การค้างชำระหนี้ของลูกค้าหนี้เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงได้ยากในการให้สินเชื่อของธนาคาร ถึงแม้ว่าจะมีการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ขอกู้แล้วนั้น ก็ยังคงมีปัจจัยที่ส่งผลให้ลูกค้าไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามข้อกำหนดที่ตกลงไว้ในสัญญา ซึ่งมีทั้งปัจจัยภายในและภายนอก ซึ่งมูลเหตุของการค้างชำระหนี้ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยภายนอก

1) สภาวะเศรษฐกิจ เป็นปัญหาสำคัญในการประกอบธุรกิจ หากสภาวะเศรษฐกิจดีจะส่งผลให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ และเกิดผลกำไร หากสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ก็จะทำให้ธุรกิจชะลอตัวหรือหยุดชะงัก ทำให้ประสบปัญหาจำนวนผลผลิตตกต่ำ

2) นโยบายของภาครัฐ การเปลี่ยนแปลงของนโยบายรัฐเป็นการกระทำที่เป็นไปตามกฎหมาย และรัฐบาลเห็นว่ามีจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนนโยบายเพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันในประเทศ โดยการควบคุมราคาสินค้า หรือการจัดเก็บภาษีอากรเพิ่มขึ้น

3) ค่านิยมและเทคโนโลยี ค่านิยมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีที่พัฒนา ทำให้ผู้บริโภคปรับเปลี่ยนการใช้ชีวิตไปจากเดิม เช่น การที่ผู้บริโภคเลือกซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางออนไลน์ แทนการซื้อเสื้อผ้าในห้างสรรพสินค้า

4) ภัยธรรมชาติ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด เช่น ภัยน้ำท่วม ผลผลิตได้รับความเสียหายจากภัยน้ำท่วม

2. ปัจจัยภายใน

1) การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้น ผู้กู้จะมีภาระดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้น ความเสี่ยงต่อการค้างชำระหนี้ก็จะสูงยิ่งขึ้น

2) หลักการและเงื่อนไขการให้สินเชื่อไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้ไม่มีการกลั่นกรองที่ดี
ในการอนุมัติวงเงินสินเชื่อให้กับลูกค้า

3. ปัจจัยที่เกิดจากตัวลูกหนี้

1) การกู้ยืมเงินที่ผิดวัตถุประสงค์การใช้จ่ายฟุ่มเฟือย เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์สินเชื่อ (นโยบาย 5 C's)

1. Character เป็นการวิเคราะห์อุปนิสัยใจคอและพฤติกรรมของผู้ขอกู้ ว่ามีความสามารถ
และเต็มใจในการชำระหนี้มากน้อยเพียงใด โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

- คุณสมบัติและประวัติส่วนตัว เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับครอบครัว อายุ ความรับผิดชอบต่อ
หนี้สิน ความตรงต่อเวลาในการชำระหนี้ เป็นต้น

- คุณสมบัติเฉพาะ เช่น หน้าที่การงาน ความชำนาญ ประสบการณ์ เป็นต้น

2. Capital เป็นการวิเคราะห์ฐานะการเงิน เช่น สินทรัพย์ หนี้สิน

3. Capacity เป็นการวิเคราะห์สมรรถภาพในการหารายได้ รายจ่าย กำไรขาดทุนของธุรกิจ

4. Collateral การช่วยลดความเสี่ยงภัยทางการเงิน กรณีที่ผลการดำเนินงานทางการเงินไม่
เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ หลักทรัพย์ที่ใช้ค้ำประกัน เช่น ที่ดิน โรงเรือน หุ้นของบริษัทอื่น หรือบุคคล
ที่เชื่อถือได้มาค้ำประกัน

5. Condition สภาวะเศรษฐกิจ นโยบายของรัฐ อัตราภาษี การขึ้นราคาสินค้า น้ำมันดิบ
วัตถุดิบต่าง ๆ การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์โดยใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT
Analysis และการวิเคราะห์ TOWS Matrix

SWOT Analysis คือการวิเคราะห์สภาพองค์กร เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน จาก
สภาพแวดล้อมภายใน และค้นหาโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการ
ดำเนินงานขององค์กร

TOWS Matrix แบ่งออกเป็น 4 ประเภท

กลยุทธ์เชิงรุก (SO) เป็นการจับคู่ระหว่าง Strength และ Opportunity (ใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาส) การนำข้อมูลสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) เป็นการจับคู่ระหว่าง Weakness และ Opportunity (ใช้โอกาสลดจุดอ่อน) การนำข้อมูลสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและอุปสรรคมาวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) เป็นการจับคู่ระหว่าง Strength และ Threat (ใช้จุดแข็งรับมืออุปสรรค) การนำข้อมูลสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ในเชิงป้องกัน

กลยุทธ์เชิงรับ (WT) เป็นการจับคู่ระหว่าง Weakness และ Threat (แก้ไขจุดอ่อนและเลี่ยงอุปสรรค) การนำข้อมูลสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคมาวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์

ทฤษฎีแผนผังก้างปลา (Fishbone Diagram) หรือทฤษฎีแผนผังแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหากับสาเหตุอย่างเป็นระบบ แผนผังที่จะช่วยชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหากับสาเหตุทั้งหมดที่เป็นไปได้ที่อาจก่อให้เกิดปัญหานั้นอย่างเป็นระบบ โดยจะระบุปัญหาหรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นไว้ในส่วนของหัวปลาและสาเหตุและปัจจัยที่คาดว่าจะเป็นที่มาของปัญหาไว้ในส่วนของก้างปลาแต่ละก้าง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระ สินเชื่อนโยบายรัฐ ของธนาคารออมสิน สาขาจะนะ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างพบว่า ปัจจัยภายนอกธนาคาร เป็นปัจจัยที่อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ปัจจัยที่เกิดจากตัวบุคคล และปัจจัยภายในธนาคารซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับสาเหตุของปัญหานี้ค้างชำระของ ชนิทรพิทยาวิวิธ (2550) กล่าวว่า สาเหตุที่ทำให้เกิดหนี้ที่มีปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากสาเหตุปัจจัยภายนอกปัจจัยที่เกิดจากตัวลูกหนี้และปัจจัยจากสถาบันการเงิน

2. งานวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ของเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการส่งเสริมอาชีพอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรมไทย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ผลการศึกษาข้อมูลพบว่า ลูกหนี้ที่เป็นหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ส่วนมากเป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 51-60 ปี มีสถานภาพสมรส มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน มีอาชีพประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม ครอบครัวหรือเจ้าของกิจการส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 10,001–20,000 บาท การศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา มาตราการที่ได้รับการช่วยเหลือคือการขยายระยะเวลาการชำระหนี้ระยะยาวออกไป หรือการปรับหนี้ระยะสั้นให้เป็นระยะยาว

3. งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อ ที่ส่งผลให้เกิดหนี้เสีย (NPL) ของธนาคารออมสิน สาขาป่าตอง จากการศึกษาพบว่าสาเหตุของการเกิดหนี้ค้างชำระส่วนใหญ่เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในธนาคารของผู้ให้สินเชื่อ ได้แก่ การอนุมัติสินเชื่อของธนาคารที่ขาดการวิเคราะห์อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น พนักงานขาดประสบการณ์ ไม่ยึดหลักเกณฑ์ที่ธนาคารกำหนด ไม่ทราบคำสั่งปฏิบัติของธนาคาร เน้นการทำงานที่ได้ปริมาณเยอะแต่ขาดคุณภาพ

4. งานวิจัยเรื่องปัจจัยสาเหตุและแนวทางการลดปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ธนาคารออมสิน เขตสงขลา 2 จากการวิเคราะห์ปัจจัยสาเหตุสำคัญที่ส่งผลต่อการค้างชำระหนี้ โดยเรียงตามลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ลูกหนี้ที่ค้างชำระมีภาระค่าใช้จ่ายค่าสาธารณูปโภค รายจ่ายในครอบครัวสูง รองลงมาคือ ลูกหนี้มีหนี้สินหลายอย่าง กิจการหรือธุรกิจของลูกหนี้ประสบปัญหาขาดทุน ลูกหนี้นำเงินที่กู้ไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ ลูกหนี้ไม่มีความรู้ด้านการจัดการเงิน และลูกหนี้ที่มีปัญหาด้านสุขภาพ ตามลำดับ

วิธีดำเนินการวิจัย

การเก็บข้อมูลเพื่อนำมาศึกษาในงานวิจัยในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว เพศ ช่วงอายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการกู้สินเชื่อ และความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยใดที่ส่งผลให้ท่านค้างชำระหนี้ โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ลูกค้ายที่มีหนี้ค้างชำระสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา ตั้งแต่ 1 งวดขึ้นไปในปัจจุบัน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 130 ราย

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดย การสัมภาษณ์พนักงานสินเชื่อ จำนวน 2 ท่านที่ทำหน้าที่ในการติดตามทวงถามหนี้ เพื่อเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระของสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา

และการเก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษา ค้นคว้า ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่เป็นข้อมูลที่ถูกจัดเก็บในรูปแบบเอกสาร เช่น งานวิจัยที่เกี่ยวกับหนี้ค้ำชำระบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการค้ำชำระหนี้ และข้อมูลภายในธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้ำที่มีหนี้ค้ำชำระสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินสาขาพระนครศรีอยุธยา ตั้งแต่ 1-2 งวด ในปัจจุบัน จำนวน 183 ราย เมื่อนำประชากรจำนวน 183 ราย มาคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% จากสูตรคำนวณกลุ่มประชากรตัวอย่างได้ 125.34 ราย สามารถประมาณค่าโดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นเพื่อลดความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล และความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ทำวิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 130 ราย

2. การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ทำการสัมภาษณ์พนักงานธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา ตำแหน่งพนักงานสินเชื่อที่ทำหน้าที่ในการติดตามทวงถามหนี้ของลูกค้า จำนวน 2 ท่าน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดหนี้ค้ำชำระของสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา เพื่อนำมาวิเคราะห์แนวทางในการแก้ไขปัญหาหนี้ค้ำชำระของสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสินสาขาพระนครศรีอยุธยา

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) โดยมีจุดมุ่งหมายในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประสบการณ์ของพนักงานสินเชื่อ ที่ทำหน้าที่ในการติดตามทวงถามหนี้ของลูกค้า จำนวน 2 ท่าน ซึ่งการติดตามทวงถามหนี้ คือการทวงถามหนี้ตามรายชื่อที่ค้ำชำระ ในแต่ละเดือน โดยการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์ พนักงานจะมีการพูดคุย ทวงถามหนี้ และให้ความช่วยเหลือกับลูกค้าที่สามารถเข้ามาติดต่อกับธนาคารได้ตามเงื่อนไข ดังนั้นพนักงานที่ทำหน้าที่ทวงถามหนี้กับลูกค้าโดยตรง จะทราบถึงสาเหตุของปัญหาที่ทำให้เกิดการค้ำ

ชำระหนี้ของลูกค้า การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะมีการเตรียมคำถามไว้ล่วงหน้า เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาที่ได้จากแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป จากแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ อาชีพ รายได้ รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ของลูกค้าที่มีหนี้ค้างชำระสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.2% และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 40.8% ช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.6% ช่วงอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.3% ช่วงอายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.1 % และช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10% ตามลำดับ ประกอบอาชีพค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 46.2% อาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 29.2% และอาชีพพนักงาน ลูกจ้างบริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.6% ตามลำดับ รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.5% ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.5 % 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.1% 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.9 % 40,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.8 % 50,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.1 % ตามลำดับ รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.6 % ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.1% 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.5 % 30,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.8% ตามลำดับ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 43.1% โสด คิดเป็นร้อยละ 41.5% หย่าหรือหม้าย คิดเป็นร้อยละ 10.8 % แยกกันอยู่ (ร้าง) คิดเป็นร้อยละ 4.6% ตามลำดับ จำนวนสมาชิกในครอบครัว 2 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2% 1 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5% 3 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1% 4 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16.2 % ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการกู้สินเชื่อ วงเงินที่ได้รับอนุมัติ ระยะเวลาผ่อนชำระ และอัตราค่างวดที่ต้องชำระในแต่ละเดือนของลูกค้าที่มีหนี้ค้างชำระสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินสาขาพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีวัตถุประสงค์ในการกู้ เพื่อใช้เป็นเงินทุนในการทำธุรกิจหรือค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 40.8% เพื่อนำไปชำระหนี้ คิดเป็นร้อยละ 26.2% เพื่อนำไปอุปโภค

บริโภคส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 15.4% กู้เงินโดยไม่มีวัตถุประสงค์ คิดเป็นร้อยละ 10.8 % เพื่อ
เสริมสภาพคล่องทางการเงิน คิดเป็นร้อยละ 6.9% ตามลำดับ วงเงินที่ได้รับการอนุมัติ 50,001–
100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.8% ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.2%
100,001–150,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.6 % 150,001–200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.4%
ตามลำดับ ระยะเวลาในการผ่อนชำระคืน ไม่เกิน 5 ปี (60 งวด) คิดเป็นร้อยละ 56.2% ไม่เกิน 3 ปี
(36 งวด) คิดเป็นร้อยละ 38.5% ไม่เกิน 8 ปี (96 งวด) คิดเป็นร้อยละ 5.4% อัตราค่างวดที่ต้อง
ชำระ (ต่องวด) 1,001–3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.1% 3,001–5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ
36.2% ต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.2% 5,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.5

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาหาสาเหตุที่ทำให้เกิดการค้างชำระหนี้ของลูกค้าสินเชื่อโครงการธนาคาร
ประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาที่ได้ สาเหตุหลักของปัญหา
การเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขา
พระนครศรีอยุธยา คือ เศรษฐกิจตกต่ำ ส่งผลให้ลูกค้ามีรายได้น้อยลง มีหนี้สินเพิ่มขึ้น รายได้ต่อ
เดือนไม่เพียงพอในการชำระหนี้

2. เพื่อศึกษาแนวทางการลดปัญหาการค้างชำระหนี้ของลูกค้าสินเชื่อโครงการธนาคาร
ประชาชน ธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาที่ได้แนวทางเลือกที่นำมาแก้ไข
คือ การปรับโครงสร้างหนี้ การแนะนำให้ลูกหนี้เข้ามาตมการช่วยเหลือ การขยายระยะเวลา
ชำระหนี้ การลดอัตราค่างวดที่ต้องชำระต่อเดือน การพักชำระหนี้และงดคิดค่าปรับ เพื่อเป็นการ
แก้ไขปัญหาให้กับลูกหนี้ได้มีโอกาสในการชำระหนี้ให้เป็นปกติ และการใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อในการ
ช่วยพัฒนาและส่งเสริมอาชีพ ให้ความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนาอาชีพ ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น
เพจ Facebook ของสาขา หรือจัดโครงการอบรมเพื่อพัฒนาและส่งเสริมอาชีพของลูกค้าที่มีหนี้ค้าง
ชำระ เพื่อเป็นช่องทางในการพัฒนาอาชีพให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษา แนวทางการลดการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของ
ลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา สรุปได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปจากแบบสอบถาม ของลูกค้าที่มีหนี้ค้างชำระสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 130 ราย พบว่า ลูกค้าที่มีหนี้ค้างชำระสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ประกอบอาชีพ ค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว 2 คน

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการกู้สินเชื่อ วงเงินที่ได้รับอนุมัติ ระยะเวลาผ่อนชำระ และอัตราค่างวดที่ต้องชำระในแต่ละเดือนของลูกค้าที่มีหนี้ค้างชำระสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการกู้สินเชื่อ เพื่อใช้เป็นเงินทุนในการทำธุรกิจหรือค้าขาย วงเงินกู้ที่ได้รับการอนุมัติ 50,001-100,000 บาทระยะเวลาในการผ่อนชำระคืน ไม่เกิน 5 ปี (60 งวด) และอัตราค่างวดที่ต้องชำระ (ต่องวด) 1,001-3,000 บาท

ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระของสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน จากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีหนี้ค้างชำระสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีดังนี้

1) ปัจจัยภายนอก

- สภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ
- ค่าครองชีพเพิ่มสูงขึ้น เช่น ค่าข้าว ค่าน้ำ ค่าไฟ ฯลฯ

2) ปัจจัยส่วนบุคคล

- มีรายรับน้อยกว่ารายจ่าย
- รายได้จากการประกอบอาชีพหรือทำธุรกิจ ลดลง

วิเคราะห์ได้ว่าสาเหตุหลักของปัญหา คือ สภาวะเศรษฐกิจตกต่ำส่งผลให้มีรายได้น้อยหรือรายรับน้อยลง

2. ผลการศึกษาที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจากการสัมภาษณ์พนักงานสินเชื่อ จำนวน 2 ท่าน ที่ทำหน้าที่ในการติดตามทวงถามหนี้ลูกค้าที่มีหนี้ค้างชำระสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา พบว่า

ในปัจจุบันปริมาณลูกหนี้ที่ค้างชำระสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา มีจำนวนลูกหนี้ค้างชำระเพิ่มขึ้นจากปี 2565 เนื่องจากจำนวนการปล่อยสินเชื่อเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีจำนวนคำขอกู้สินเชื่อในปริมาณเพิ่มขึ้นจากปี 2565

จากการติดต่อทวงถามหนี้ลูกหนี้ที่ค้างชำระสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ลูกหนี้มักจะให้เหตุผลของสาเหตุที่ทำให้เกิดการค้างชำระหนี้ ว่ามีรายจ่ายเยอะ รายได้ลดลง ไม่มีเงินล่วงหน้า ผู้ที่ทำอาชีพค้าขาย ขายของได้ไม่ดี รายรับไม่เพียงพอต่อการชำระหนี้ในแต่ละเดือน

จากการติดต่อทวงถามหนี้ได้รับข้อมูลจากลูกหนี้ที่จะเป็นแนวทางในการช่วยเหลือ เพื่อแก้ไขปัญหาหนี้ค้างชำระของลูกหนี้ โดยการได้รับมาตรการช่วยเหลือจากทางธนาคาร การลดค่างวดที่ต้องชำระในแต่ละเดือน และขยายระยะเวลาในการชำระหนี้เพื่อลดค่างวดที่ต้องชำระในแต่ละงวด

3. สรุปข้อมูลหตุยภูมิ ธนาคารออมสินมีการออกผลิตภัณฑ์ช่วยบรรเทาความเดือดร้อนแก่ผู้มีรายได้น้อย ผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐและประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติต่าง ๆ ภายใต้กระบวนการให้สินเชื่อที่ให้เป็นธรรม เกิดประโยชน์ต่อลูกหนี้ เพื่อช่วยเหลือลูกหนี้ ลดการพึ่งพาเงินกู้ยืมในระบบ โดยมีหลักเกณฑ์การให้ความสำคัญกับการพิจารณาสินเชื่ออย่างรอบคอบ สอดคล้องกับศักยภาพทางการเงิน ตามความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้อย่างเหมาะสม มีการประเมินความเสี่ยงพฤติกรรมในการชำระหนี้ โดยลดการกระตุ้นการก่อหนี้เกินความจำเป็น การให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนกับลูกหนี้ ภายใต้ข้อกำหนดเงื่อนไขการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการต่อลูกหนี้อย่างเป็นธรรม (market conduct) ภายหลังจากอนุมัติสินเชื่อมีกลไกควบคุมและติดตามการดำเนินงานที่เหมาะสมกับระดับความเสี่ยง โดยโครงการแก้ปัญหานี้ การดำเนินงานตามกรอบเพื่อให้นโยบายการให้สินเชื่ออย่างรับผิดชอบ รวบรวมแนวทางการดำเนินงาน สำหรับผู้บริหารพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้รับทราบและเข้าใจ และปฏิบัติตามหน้าที่ความรับผิดชอบด้วยความโปร่งใส รอบคอบ และระมัดระวัง เพื่อให้การบริหารสภาพคล่องส่วนเกินของธนาคารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผล

จากการศึกษาแนวทางแก้ไขปัญหาและลดการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของลูกหนี้ ธนาคารออมสินสาขาพระนครศรีอยุธยา สามารถอภิปรายผลของการศึกษา ได้ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าที่มีหนี้ค้างชำระสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทั่วไป กลุ่มตัวอย่างที่มีปัญหาการค้างชำระหนี้ ประกอบอาชีพ ค้าขาย, ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือน 10,000–20,000 บาท มีรายได้ที่ไม่แน่นอน และมีรายได้ที่ไม่เพียงพอต่อการชำระหนี้ในแต่ละเดือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัตนวรรณ จรัสณีโชค (2557) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ของเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการส่งเสริมอาชีพอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรมไทย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งผลการศึกษาข้อมูลพบว่า ลูกหนี้ที่เป็นหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ มีอาชีพประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมครอบครัว หรือเจ้าของกิจการส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และผลการวิเคราะห์แบบสอบถามข้อมูล เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระของสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีหนี้ค้างชำระสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา พบว่าสาเหตุหลักของปัญหาการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของลูกค้า คือ เศรษฐกิจตกต่ำ ส่งผลให้ลูกค้ามีรายได้หรือรายรับ น้อยลง มีหนี้สินเพิ่มขึ้น รายได้ต่อเดือนไม่เพียงพอในการชำระสินเชื่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโหมลักษณะ (2564) ที่ทำการศึกษาปัจจัยสาเหตุและแนวทางการลดปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ธนาคารออมสินเขตสงขลา 2 ผลการศึกษาพบว่า ลูกหนี้สินเชื่อที่มีหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ จากการวิเคราะห์ปัจจัยสาเหตุสำคัญที่ส่งผลต่อการค้างชำระหนี้ ได้แก่ ลูกหนี้ที่ค้างชำระมีภาระค่าใช้จ่ายค่าสาธารณูปโภค รายจ่ายในครอบครัวสูง ลูกหนี้มีหนี้สินหลายอย่าง กิจการหรือธุรกิจของลูกค้าประสบปัญหาขาดทุน

ดังนั้นผู้ศึกษางานวิจัยจึงเลือกแนวทางในการลดการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อโครงการประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา ดังนี้

ผู้ศึกษาได้ประเมินทางเลือกตามปัจจัยที่ใช้ประกอบในการพิจารณาจำนวน 4 ข้อ พบว่าแนวทางเลือกที่ 3 เหมาะสมที่จะนำมาเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา และสามารถใช้นำแนวทางเลือกที่ 1 นำมาปฏิบัติอีกแนวทางเลือกหนึ่ง เพื่อลดการเกิดหนี้ค้างชำระ

แนวทางเลือกที่ได้จากการวิเคราะห์การศึกษา แนวทางในการแก้ไขปัญหาและลดการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขาพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นสินเชื่อในโครงการของสินเชื่อนโยบายรัฐฯ เพื่อให้ประชาชนนำเงินไปใช้จ่ายเพื่อเสริมสภาพคล่องในครัวเรือน และนำเงินกู้ในระบบไปชำระเงินกู้ในระบบ เพื่อลดปัญหาเรื่องอัตราดอกเบี้ย

และเงื่อนไขการกู้ที่ไม่เป็นธรรมจากการกู้เงินนอกระบบ ซึ่งสาเหตุของการเกิดการค้างชำระหนี้
วิเคราะห์จากแบบสอบถามได้ว่า ส่วนใหญ่มาจากเศรษฐกิจตกต่ำ มีรายได้หรือรายรับน้อยลงทำให้
มีรายได้ไม่เพียงพอในการชำระหนี้ ดังนั้นทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดในการเป็นแนวทางการแก้ไข
ปัญหา คือ

แนวทางเลือกในการปรับโครงสร้างหนี้ ออกมาตรการและเพิ่มแผนการประណหนี้ แนะนำ
ให้ลูกหนี้เข้ารับมาตรการการช่วยเหลือ การขยายระยะเวลาชำระหนี้ การลดอัตราค่าวงที่ต้องชำระ
ต่อเดือน การพักชำระหนี้และงดคิดค่าปรับ เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาให้กับลูกหนี้ได้มีโอกาสในการ
ชำระหนี้ให้เป็นปกติ

และการใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อในการช่วยพัฒนาและส่งเสริมอาชีพหรือเสนอแผนและให้
ความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนาอาชีพ ผ่านช่องทางโซเชียล มีเดีย เช่น เพจ Facebook ของสาขา หรือจัด
โครงการอบรมเพื่อพัฒนาและส่งเสริมอาชีพของลูกค้ำที่มีหนี้ค้างชำระ เพื่อเป็นช่องทางในการพัฒนา
อาชีพ ให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษางานวิจัยครั้งนี้

1. ธนาคารควรเพิ่มมาตรการการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ และพนักงานต้องแจ้งและอธิบาย
ให้ลูกหนี้ทราบถึงเรื่องการเข้ามาตรการช่วยเหลือ เพื่อให้ลูกหนี้เข้าใจและเลือกแนวทางการแก้ไข
ปัญหาได้อย่างถูกต้อง
2. ธนาคารควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของพนักงาน ในด้านการวิเคราะห์
สินเชื่อ ว่าพนักงานปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การให้สินเชื่ออย่างถูกต้องและรอบคอบหรือไม่
3. ธนาคารควรมีการจัดอบรมพนักงานให้มีความรู้และความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์และ
อนุมัติสินเชื่อ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการให้สินเชื่อเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และ
ลดการปล่อยสินเชื่อที่ไม่มีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

1. การศึกษาค้างนี้ ผู้ศึกษามีขอบเขตในการเก็บข้อมูลอย่างจำกัด เนื่องจากมีกฎหมาย
PDPA ที่เป็น พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งเป็นกฎหมายที่ถูกสร้างมาเพื่อป้องกันการ

ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของทุกคน รวมถึงการจัดเก็บข้อมูลและนำไปใช้โดยไม่ได้แจ้งให้ทราบ และ
ไม่ได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลจึงไม่สามารถเก็บข้อมูลส่วนบุคคลที่ละเอียด เพื่อให้ได้ผล
การศึกษาที่ชัดเจนควรจะวางแผนแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลที่มากขึ้น

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบเงื่อนไข ข้อมูลการค้างชำระหนี้ กับสินเชื่อประเภทอื่น ๆ เพื่อจะ
ได้ศึกษาถึงความแตกต่าง เพื่อเป็นแนวทางในการหาข้อมูลเพื่อหาแนวทางแก้ไขและลดการเกิดหนี้
ค้างชำระสินเชื่อ

เอกสารอ้างอิง

โฉมลักษณ์ สุวรรณกาญจน์, พิเชษฐ์ พรหมใหม่ และ ยุพาภรณ์ อุไรรัตน์. (2564). *ปัจจัยสาเหตุและ
แนวทางการลดปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ธนาคารออมสินเขตสงขลา 2. คณะ
บริหารธุรกิจ. นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.*

ชนินทร์ พิทยาวิธิ. (2534). *แนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุของการค้างชำระหนี้. กรุงเทพฯ: อมรินทร์
พริ้นติ้งกรุ๊ป.*

ชนินทร์ พิทยาวิธิ. (2550). *แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์สินเชื่อ (นโยบาย 5 C's). การบริหาร
สินเชื่อสถาบันการเงินครบวงจร. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: อักษรโสภณ.*

ธนาคารออมสิน. *สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน. เข้าถึงจาก www.gsb.or.th*

ภาพิมล เลหาวิช และ ลลิตา หงส์รัตนวงศ์. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อที่
ส่งผลให้เกิด NPLs ของธนาคารออมสิน สาขาป่าตอง. การประชุมมหาดใหญ่วิชาการ
ระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 11. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.*

รัตนวรรณ จรัสณีโชค. (2557). *การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของเงินทุน
หมุนเวียนเพื่อการส่งเสริมอาชีพอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรมไทย กรมส่งเสริม
อุตสาหกรรม.*

วรรณิ สมตัว. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระ สินเชื่อนโยบายรัฐของธนาคารออมสิน
สาขาจะนะ จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สงขลา:
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.*

เอกชัย อภิศักดิ์กุล. (2562). แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์โดยใช้การวิเคราะห์
สภาพแวดล้อม SWOT Analysis และการวิเคราะห์ TOWS Matrix.

Ishikawa, K. (1953). ทฤษฎีแผนผังก้างปลา (Fishbone Diagram).

แนวทางการลดการเกิดข้อร้องเรียนของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต

สุชานาถ เสี่ยงบางยาง¹, วรณรพี บานชื่นวิจิตร²

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจ

^{1,2} มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท กลุ่มวิชาการเงิน

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสาเหตุของปัญหาในการเกิดข้อร้องเรียนของลูกค้า และศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาการเกิดข้อร้องเรียน ของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าที่เคยร้องเรียนการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต จากแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าจำนวน 38 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต จำนวน 2 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษา พบว่า ความล่าช้าในการให้บริการ เป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต เกิดความไม่พึงพอใจในการใช้บริการสูงสุด เนื่องจากลูกค้าต้องการความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และการจัดวางระบบและขั้นตอนในการปฏิบัติงานของธนาคารออมสินค่อนข้างมีความซับซ้อน ส่งผลให้เกิดความล่าช้าได้การให้บริการลูกค้า และช่องบริการที่ต้องใช้เวลารอคิวรับบริการนาน คือช่องบริการเปิดบัญชี แนวทางการแก้ปัญหา คือ เพิ่มช่องบริการเปิดบัญชีเพิ่มอีก 1 ช่อง เพื่อให้สาขามีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อความต้องการใช้บริการของลูกค้า ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ และความรวดเร็วในการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในคุณภาพของการบริการ สร้างความได้เปรียบในการบริการได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: การร้องเรียน, ความพึงพอใจ, คุณภาพของการบริการ

Ways to Reduce Complaints at the Government Savings Bank Future Park Rangsit Branch

Suchanad Singbangyang¹, Wanrapee Banchuenvijit²

^{1,2} School of Business

^{1,2} University of the Thai Chamber of Commerce

¹ Master's Degree Student, Concentration on Finance

Abstract

This study aims to investigate the causes of customer complaints and explore strategies to address these issues at the Future Park Rangsit Branch of Government Savings Bank. By collecting data from a group of customers who have previously complained about the service provided by the Government Savings Bank branch at Future Park Rangsit. From a survey of customer satisfaction with a sample size of 38 individuals and in-depth interviews with 2 managers of the Government Savings Bank branch at Future Park Rangsit. Analyzing data uses statistics, including percentages, means, and standard deviations. The study found that service delays were the primary factor leading to the highest level of customer dissatisfaction among those using the services of the Government Savings Bank branch at Future Park Rangsit. Due to customers' demand for convenience and prompt service, coupled with the complexity of the operational systems and processes of Government Savings Bank, service delays occur, particularly in customer service channels such as account opening queues. The solution to the problem involves adding one more account opening service channel to ensure that the branch has sufficient number of staff to meet customer service demands. This will enhance efficiency and speed in service delivery, thereby increasing customer satisfaction with the quality of service. It will also improve the competitiveness of the service provided.

Keywords: Complaints, Satisfaction, Quality of Service

บทนำ

ธนาคารออมสินถือกำเนิดโดยพระราชประสงค์ของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ที่ทรงตระหนักถึงความสำคัญของการเก็บรักษาทรัพย์ให้ปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย โดยทรงตราพระราชบัญญัติจัดตั้งคลังออมสินขึ้น เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2456 ด้วยพระราชปณิธานที่จะให้คลังออมสินเป็นที่เก็บรักษาทรัพย์สินอย่างปลอดภัย และฝึกฝนให้ราษฎรรู้จักเก็บออมทรัพย์อย่างถูกวิธี ซึ่งคลังออมสินได้ยืนหยัดในการทำหน้าที่นี้ตลอดมา โดยได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระมหากษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรีทุกพระองค์ และอีกหนึ่งหน้าประวัติศาสตร์ ที่จารึกไว้ นั่นคือใน พ.ศ. 2489 พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพล อดุลยเดช ได้ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ยกฐานะคลังออมสินขึ้นเป็นธนาคารออมสิน โดยทรงตราพระราชบัญญัติธนาคารออมสินขึ้น เพื่อรองรับกับความก้าวหน้าของกิจการคลังออมสิน และเปิดดำเนินการในรูปแบบธนาคารตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2490 และในปี พ.ศ. 2509 ยังทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ เสด็จพระราชดำเนินมาทรงเปิดพระบรมราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 และเปิดอาคารสำนักงานใหญ่ธนาคารออมสิน ถนนพหลโยธิน

ธนาคารออมสินยังคงมุ่งมั่นพัฒนาการให้บริการด้านการเงินที่สามารถตอบสนองความต้องการให้กับพี่น้องคนไทยในทุกด้าน และพร้อมเดินหน้าสร้างสรรค์ประเทศไทยให้เป็นสังคมแห่งการแบ่งปันและช่วยเหลือเกื้อกูล เพื่อนำมาซึ่งอนาคตที่มั่นคง มั่งคั่ง และความสุขที่ยั่งยืนของประเทศและประชาชน นับจากนี้ธนาคารออมสินจะเดินหน้าสร้างสรรค์นวัตกรรมบริการทางการเงินที่มีคุณค่า ตอบโจทย์ด้านการเงินของทุกกลุ่มลูกค้า นำมาซึ่งความพึงพอใจสูงสุดของผู้ใช้บริการ และพร้อมที่จะร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ในการขับเคลื่อนประเทศไทยเข้าสู่ยุค Digital Economy และ Thailand 4.0 เพื่อก้าวสู่ศตวรรษที่ 2 ของธนาคารออมสินอย่างสง่างาม

ธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต เป็นสาขาที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต ซึ่งเป็นศูนย์การค้าที่มีขนาดใหญ่ มีจำนวนผู้เข้าใช้บริการต่อวันจำนวนมาก เนื่องจากสาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต เป็นสาขาที่อยู่ในศูนย์การค้า จึงเปิดทำงานทุกวัน ไม่เว้นวันหยุด และเปิดทำการตั้งแต่ 10.30 น. – 19.00 น. ลูกค้าส่วนใหญ่ที่สะดวกมาใช้บริการที่สาขานี้เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะช่วงต้นเดือน ช่วงสิ้นเดือน และวันหยุดยาว เนื่องจากลูกค้าเดินทางมาให้บริการที่ศูนย์การค้าจำนวนมากประกอบกับสาขานอกห้างปิดทำการ ทำให้สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต เป็นสาขาที่มีจำนวนการทำรายการ ตั้งแต่เดือนมกราคม – มิถุนายน 2566 สูงถึง 80,000 กว่ารายการ ซึ่งเป็นสาขาที่มีจำนวนการทำรายการมากที่สุดอันดับ 1 โดยส่วนใหญ่ลูกค้าที่รอคิวนานที่สุดคือด้าน

เปิดบัญชี เนื่องจากมีจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการต่อวันโดยประมาณ 80-120 คิวต่อวัน ระยะเวลาในการทำธุรกรรมโดยประมาณ 15-30 นาทีต่อคิว ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนเคาน์เตอร์ที่ให้บริการด้านเปิดบัญชีเพียง 2 เคาน์เตอร์ ส่งผลในลูกค้าที่มาใช้บริการต้องรอคิวนาน และเกิดความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ จึงเกิดเป็นข้อร้องเรียนในการให้บริการล่าช้า และอื่น ๆ จำนวนมาก โดยผู้จัดการสาขา ได้กำหนดตัวชี้วัดร่วมระดับธนาคารประจำปี (KPIs) เพื่อใช้เป็นตัวชี้วัด สำหรับลูกจ้างหรือพนักงานสาขาเกี่ยวกับการร้องเรียน ไว้ว่าจำนวนครั้งในการถูกร้องเรียนเรื่องบริการ (เฉพาะมีการระบุชื่อผู้ร้องเรียนและมีมูล - ผู้ใช้บริการ และบุคคลภายนอก) เป้าหมายคือ 0 ครั้ง ซึ่งในปีที่ผ่านมาจำนวนการร้องเรียนเกินเป้าหมายที่ตั้งไว้มาโดยตลอด

จากการล่าช้าในการให้บริการนั้นส่งผลให้ธนาคารเสียโอกาสในการขายเสนอผลิตภัณฑ์ เนื่องจากลูกค้าบางส่วนไม่สะดวกในการรอ จึงเกิดการเปลี่ยนใจไปใช้บริการสาขาอื่นหรือธนาคารอื่นแทน และจำนวนข้อร้องเรียนของลูกค้าในการให้บริการที่ ส่งผลให้สาขาและพนักงานที่ให้บริการโดนหักคะแนนในการดำเนินงาน โดยตามข้อกำหนดตัวชี้วัดร่วมระดับธนาคารประจำปี (KPIs) ด้านจำนวนครั้งในการถูกร้องเรียน มีเกณฑ์การประเมินโดยการให้คะแนนตั้งแต่ 1-5 คะแนน ดังนี้ การถูกร้องเรียนจำนวน 0 ครั้ง = 5 คะแนน การถูกร้องเรียนจำนวน 1 ครั้ง = 3 คะแนน และการถูกร้องเรียนจำนวน 2 ครั้งขึ้นไป = 1 คะแนน ซึ่งมีผลต่อการพิจารณาปรับขึ้นเงินเดือน ส่งผลเสียต่อประสิทธิภาพการทำงาน และยังส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของสาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต และธนาคารออมสินในภาพรวมอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสาเหตุของปัญหาในการเกิดข้อร้องเรียนของลูกค้าที่เคยร้องเรียนการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาการเกิดข้อร้องเรียนของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ

ความพึงพอใจความไม่พึงพอใจเป็นพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่จะประเมินหลังจากการซื้อสินค้าและบริการ โดยจะพิจารณาตัดสินคุณภาพของสินค้าและบริการที่ได้รับมานั้น เป็นไปตามความคาดหวังของผู้บริโภคหรือไม่ ซึ่งความคาดหวังเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคเป็นกำหนดให้ในใจ หลังจากการประเมินประสิทธิภาพของสินค้าและบริการ ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในสินค้าและบริการนั้น (มูทิตา สร้อยเพชร และพรพรรณ บัวทอง 2564)

ดังนั้นความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจจึงขึ้นอยู่กับเปรียบเทียบระหว่างประสิทธิภาพของสินค้าและบริการกับความคาดหวังของผู้บริโภคที่กำหนดไว้ ซึ่งจะมีผลต่อความพึงพอใจอยู่ 3 ประการ ประการแรกคือ ผิดความคาดหวัง ส่งผลให้เกิดความไม่พึงพอใจ ประการที่สองคือ สมความคาดหวัง ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ และประการที่สามคือ เกินความคาดหวัง ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด (Solomon, 2009; ขจรยศ แก้วบัวดี 2559, 7)

แนวคิดและทฤษฎีการบริการ

Parasuraman, Zaithamal & Berry (1994) กล่าวว่า หลักการบริการที่ดี ประกอบด้วย

1. ความเชื่อมั่นไว้วางใจ การบริการต้องมีความถูกต้อง ความแม่นยำ ความเหมาะสม ตั้งแต่ครั้งแรก และต้องมีความสม่ำเสมอ คือการบริการทุกครั้งจะต้องได้ผลเหมือนเดิมทุกครั้ง จึงจะทำให้ผู้ที่มาใช้บริการรู้สึกได้ว่า ผู้ให้บริการเป็นที่พึงได้
2. สมรรถภาพในการให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีทักษะและความรู้ความสามารถให้การให้บริการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการได้
3. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการ ผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการด้านต่าง ๆ ของผู้ให้บริการได้อย่างทันท่วงที
4. ความมีอัธยาศัยไมตรี บุคลากรทุกคนในสถานบริการที่มีความเกี่ยวข้องกับการให้บริการจะต้องมีความสุขพอใจ ใส่ใจและมีความเป็นอกเห็นใจผู้ที่มาใช้บริการ รวมทั้งต้องมีกิริยามารยาท การแต่งกาย และการใช้วาจาที่เหมาะสมด้วย
5. การเข้าถึงบริการ ผู้ใช้บริการจะต้องเข้าถึงบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการบริการ รวมถึงการบริการนั้นจะต้องมีการกระจายไปอย่างทั่วถึง

6. ความน่าเชื่อถือ เกิดจากความซื่อสัตย์ จริงใจ สนใจอย่างแท้จริงของผู้ให้บริการ ที่มีต่อ
ผู้ให้บริการซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด
7. การสื่อสาร ผู้ให้บริการควรมีการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่มาใช้บริการพึงทราบ
และประสงค์จะทราบ
8. ความมั่นคงปลอดภัย เป็นความรู้สึกที่มั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน รวมทั้ง
ชื่อเสียง ปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตรายและข้อสงสัยต่าง ๆ
9. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการบริการนั้นได้อย่าง
ชัดเจนและง่ายขึ้น
10. ความเข้าใจและรู้จักผู้ที่มาใช้บริการ ผู้ให้บริการควรจะมี ความเข้าใจ และรู้จัก
ผู้ให้บริการของตนเอง

ทฤษฎีแผนผังก้างปลาหรือแผนผังเหตุและผล

แผนผังก้างปลาหรือแผนผังเหตุและผล หมายถึง แผนผังที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่าง
ปัญหากับสาเหตุทั้งหมดที่เป็นไปได้ที่อาจก่อให้เกิดปัญหานั้น เนื่องจากแผนผังมีลักษณะคล้ายกับ
ปลาที่เหลือแต่ก้าง จะนำมาใช้เมื่อ ต้องการค้นหาสาเหตุแห่งปัญหา ต้องการศึกษทำความเข้าใจ
หรือทำความเข้าใจกับกระบวนการอื่น ๆ ต้องการให้เป็นแนวทางในการระดมสมองซึ่งวิธีสร้างแผนผัง
ก้างปลาจะกำหนดประโยคปัญหาที่หัวปลา กำหนดกลุ่มปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหานั้น เพื่อหาสาเหตุใน
แต่ละปัจจัย หาสาเหตุ หลักของปัญหา จัดลำดับความสำคัญของสาเหตุ และใช้แนวทางการปรับปรุง
ที่จำเป็น (วันรัตน์ จันทกิจ, 2547; เบญจมาศ เนติวรรักษา และคณะ, 2563, 7-9)

วิธีการสร้าง แผนผังก้างปลา หรือ แผนผังเหตุและผล มีขั้นตอน 6 ขั้นตอน

1. กำหนดประโยคปัญหาที่หัวปลา
2. กำหนดกลุ่มปัจจัยที่จะทำให้เกิดปัญหานั้น ๆ
3. ใช้แนวทางในการปรับปรุงที่จำเป็น
4. ระดมสมองเพื่อหาสาเหตุในแต่ละปัจจัย
5. จัดลำดับความสำคัญของปัญหา หาสาเหตุหลักของปัญหา

6. พิจารณาทบทวนว่าการใส่สาเหตุต่าง ๆ ที่มีความสอดคล้องกันตามระดับชั้น ถูกต้องหรือไม่ และใส่ข้อมูลเพิ่มเติมให้ครบถ้วน

การกำหนดปัจจัยก้างปลา สามารถจะกำหนดปัจจัยที่ทำแยกแยะและกำหนดสาเหตุต่าง ๆ ได้อย่างเป็นระบบ โดยส่วนมากมักใช้หลักการ 4M-1E เป็นกลุ่มปัจจัย เพื่อจะนำไปสู่การแยกแยะสาเหตุต่าง ๆ 4M-1E ได้แก่

M-Man	คนงานหรือพนักงานหรือบุคลากร
M-Machine	เครื่องจักรหรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวก
M-Material	วัตถุดิบหรืออะไหล่ อุปกรณ์อื่น ๆ ที่ใช้ในกระบวนการ
M-Method	กระบวนการทำงาน
E-Environment	อากาศ สถานที่ ความสว่าง และบรรยากาศการทำงาน

ในการกำหนดหัวข้อปัญหาที่หัวปลา ควรกำหนดให้ชัดเจนและมีความเป็นไปได้ซึ่งหากกำหนดปัญหาไม่ชัดเจนตั้งแต่แรก จะทำให้ใช้เวลามากในการค้นหาสาเหตุ และจะใช้เวลานานในการทำผังก้างปลาในการกำหนดปัญหาที่หัวปลา ซึ่งควรกำหนดหัวข้อปัญหาในเชิงลบ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพุทธมณฑลสาย 5 พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพุทธมณฑลสาย 5 มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาคือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และน้อยที่สุดคือด้านลักษณะทางกายภาพ จากการสัมภาษณ์ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เพราะความสะดวกภายในธนาคาร การบริการที่มีคุณภาพ มีการกำหนดราคาค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม มีการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการได้รับทราบข้อมูลข่าวสารของทางธนาคารและมีการอบรมมารยาทในการให้บริการของพนักงาน ทำให้พนักงานมีความกระตือรือร้นและการดูแลเอาใจใส่ในการบริการ ตลอดจนทางธนาคารมีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนการให้บริการออกบิลใบเสร็จ ส่วนป้ายบอกทางธนาคารยังมีน้อย อาจจะเป็นเหตุผลทำให้ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านลักษณะทางกายภาพ

2. งานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่เซ็นทรัลเวสต์เกต ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไปใช้บริการกับเพื่อนมากที่สุด มีความถี่ในการใช้บริการ 5-6 ครั้ง นิยมไปใช้บริการวันพฤหัสบดี เวลาที่ไปใช้บริการ คือ 14.01-15.30 น. และปัจจัยที่มีความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านระดับรายได้ต่อเดือน และอาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่เซ็นทรัลเวสต์เกต นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ไปใช้บริการร่วมด้วย ความถี่ในการใช้บริการ วันที่ไปใช้บริการ และเวลาที่ไปใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่เซ็นทรัลเวสต์เกต

3. งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) พบว่าพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของกลุ่มตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เนื่องจากเป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงและมีมาตรฐาน และเป็นธนาคารที่มีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ซึ่งส่วนมากจะใช้บริการเฉลี่ยอยู่ที่ 1-2 ครั้งต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ส่วนมากจะใช้บริการด้านการฝาก – ถอน และด้านการโอนเงิน ส่วนใหญ่จะมาใช้บริการในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) และในช่วงเวลา 18.01–20.00 น. และช่วงเวลา 13.01–15.30 น. ซึ่งช่องทางในการใช้บริการที่มากที่สุด คือ ช่องทางสาขาธนาคาร และช่องทางตู้อัตโนมัติ เช่น ตู้ ATM/CDM นอกจากนี้สาขาที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการมากที่สุด 3 อันดับแรก สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม รองลงมาคือ สาขาซอยอารี และสาขาเซ็นทรัลเวสต์เกต

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าย่อยที่เคยร้องเรียนการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต ตั้งแต่ปี 2563 – 2565 จำนวน 38 คน ดังนั้น เพื่อความแม่นยำของข้อมูล ผู้ศึกษาจึงเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมดจำนวน 38 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. แบบสอบถาม

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่เคยร้องเรียนการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต โดยใช้ลักษณะแบบสอบถาม (Google forms) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง เป็นการสอบถามข้อมูลที่เป็นลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 5 ข้อ ดังนี้

1. เพศ ประกอบด้วย เพศหญิง เพศชาย
2. อายุ ประกอบด้วย 20–30 ปี / 31–40 ปี / 41–50 ปี / 51 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาสูงสุด ประกอบด้วย ประถมศึกษา / มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า / อนุปริญญาหรือเทียบเท่า / ปริญญาตรี / สูงกว่าระดับปริญญาตรี
4. อาชีพ ประกอบด้วย พนักงาน ลูกจ้างบริษัท / ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ / อาชีพอิสระ /ว่างงาน
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประกอบด้วย 0–10,000 บาท / 10,001–20,000 บาท / 20,000–30,000 บาท / 30,001–40,000 บาท / 40,001–50,000 บาท / 50,000 ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต คำถามส่วนนี้ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ซึ่งนำไปสู่การเกิดข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการ โดยผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นมาตราส่วนค่า (Rating Scale) ตามแบบของ ลิเคิร์ต (Likert's Scale) (นัฏฐภักดิ์ ผลาชีต 2560, 42) ซึ่งมี 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญมากที่สุด	5 คะแนน
ระดับความสำคัญมาก	4 คะแนน
ระดับความสำคัญปานกลาง	3 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อย	2 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อยที่สุด	1 คะแนน

โดยในการแปลความหมายข้อมูลจะมีการแบ่งข้อมูลด้วยวิธีการคำนวณความกว้างของแต่ละช่วง ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

จากผลการคำนวณจะได้อันตรภาคชั้นเท่ากัน 0.8 ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยของความสำเร็จ ดังนี้

ตาราง 1 การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยของความสำเร็จ

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	ระดับความสำเร็จ
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด
1.81 – 2.60	น้อย
2.61 – 3.40	ปานกลาง
3.41 – 4.20	มาก
4.21 – 5.00	มากที่สุด

โดยความหมายของระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00–1.80 แสดงว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต อยู่ในระดับ น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81–2.60 แสดงว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต อยู่ในระดับ น้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61–3.40 แสดงว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต อยู่ในระดับ ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41–4.20 แสดงว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร
ออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต อยู่ในระดับ มาก

ค่าเฉลี่ย 4.21–5.00 แสดงว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร
ออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต อยู่ในระดับ มากที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บริการและข้อเสนอแนะ
เพื่อปรับปรุงการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต

2. แบบสัมภาษณ์

ในส่วนของการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า
เพื่อให้ได้ข้อมูลด้านข้อเท็จจริง ข้อมูลความคิดเห็นและเจตคติโดยการพูดคุยอย่างเป็นกันเองเพื่อเก็บ
รวบรวมข้อมูลการศึกษารั้วนี้จากผู้ให้สัมภาษณ์จากผู้บริหารธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค
รังสิต ได้แก่ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายเงินฝาก และผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายสินเชื่อ ผู้ศึกษาจะเริ่มต้นด้วยการนัด
หมาย วัน เวลา สถานที่ ที่จะทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยใช้เครื่องมือในการบันทึกเสียง
และจดบันทึก โดยก่อนการสัมภาษณ์ผู้ศึกษาจะทำการแจ้งวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ให้ผู้ถูก
สัมภาษณ์ทราบ ซึ่งในการสัมภาษณ์มีการเตรียมคำถามไว้ล่วงหน้าและอาจเกิดการเปลี่ยนแปลง
คำถามในการสัมภาษณ์โดยขึ้นอยู่กับสถานการณ์

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่เคย
ร้องเรียนการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต และแบบสัมภาษณ์จาก
ผู้บริหารธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต โดยเก็บรวบรวมข้อมูล และได้นำข้อมูลมา
ตรวจสอบเพื่อนำมาวิเคราะห์ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลจากแบบสอบถามแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่เคยร้องเรียนการ
ให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต วิเคราะห์โดยการนำข้อมูลมาคำนวณและ
วิเคราะห์หาค่าสถิติดังนี้

1. ค่าร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายตัวแปรด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ
การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

2. หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) สำหรับวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ครังสิต เพื่อนำมาวิเคราะห์หาสาเหตุของการเกิดข้อร้องเรียน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ครังสิต โดยให้นำข้อมูลมาตรวจสอบเพื่อนำมาวิเคราะห์ โดยใช้ทฤษฎีแผนผังก้างปลา (Fishbone Diagram) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัญหากับสาเหตุการเกิดข้อร้องเรียน โดยระบุปัญหาที่เกิดขึ้นไว้ในส่วนของหัวปลา และปัจจัยที่คาดว่าจะเป็นที่มาของปัญหาไว้ในส่วนของก้างปลาแต่ละก้าง และวิเคราะห์แผนภูมิก้างปลา ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงสาเหตุของการเกิดปัญหา และนำไปสู่การหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาการเกิดข้อร้องเรียนของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ครังสิต

ผลการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสาเหตุของปัญหาในการเกิดข้อร้องเรียนของลูกค้า ผลการศึกษาพบว่า สาเหตุของปัญหาในการเกิดข้อร้องเรียนของลูกค้า มีดังนี้

- การจัดคิวในการให้บริการ เนื่องจากในปัจจุบันธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ครังสิต มีการจำแนกคิวออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ คิวต่อติดสินเชื่อ คิวเปิดบัญชี และคิวฝาก - ถอน ซึ่งอาจไม่ตรงต่อความต้องการในการทำธุรกรรมของลูกค้า ส่งผลทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจผิดและกีดคิว ทำให้เสียเวลาในการรอโดยไม่จำเป็น

- ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ เนื่องจากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวนมาก จำนวนพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ส่งผลทำให้เกิดความล่าช้าในการบริการเป็น ซึ่งปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ครังสิต เกิดความไม่พึงพอใจในการใช้บริการสูงสุด

- ขั้นตอนในการใช้บริการ เนื่องด้วยการจัดวางระบบและขั้นตอนในการปฏิบัติงานของธนาคารออมสินค่อนข้างมีความซับซ้อน และต้องให้ออกสารเยอะมากกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ ที่ส่วนใหญ่จะนำระบบดิจิทัลมาปรับใช้ในการให้บริการเพื่อลดความซับซ้อนของเอกสาร และเพิ่มความรวดเร็ว สะดวกสบายแก่ลูกค้า จึงเกิดการเปรียบเทียบขั้นตอนในการให้บริการของธนาคารออมสินกับธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ

2. เพื่อศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาการเกิดข้อร้องเรียน ผู้ศึกษาได้ประเมินทางเลือกตามปัจจัยประกอบการพิจารณาจำนวน 5 หัวข้อและเลือกทางเลือก โดยเลือกแนวทางที่มีคะแนนการประเมินมากที่สุดคือ แนวทางที่ 2 เพิ่มช่องบริการเปิดบัญชี

แนวทางเลือกที่นำมาแก้ไขปัญหาและลดการเกิดข้อร้องเรียนของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต ซึ่งเป็นสาขาที่มีจำนวนการทำรายการมากที่สุดอันดับ 1 ส่งผลในลูกค้าที่มาใช้บริการต้องรอคิวนานมากกว่าสาขาอื่น และเกิดความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ จึงเกิดเป็นข้อร้องเรียนในการให้บริการล่าช้า และอื่น ๆ จำนวนมาก ผู้ศึกษาจึงได้เสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาการเกิดข้อร้องเรียนโดยการเพิ่มช่องบริการเปิดบัญชี เพื่อให้สาขามีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อความต้องการใช้บริการของลูกค้า ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ และความรวดเร็วในการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในคุณภาพของการบริการ สร้างความได้เปรียบในการบริการได้เป็นอย่างดี

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง แนวทางการลดการเกิดข้อร้องเรียนของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต สรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาสาเหตุของปัญหาในการเกิดข้อร้องเรียนของลูกค้าที่เคยร้องเรียนการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 38 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน ลูกจ้างบริษัท และมีรายได้ 10,001-20,000 บาท และผลการ วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 38 ราย ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการน้อยที่สุดคือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ขั้นตอนในการใช้บริการ และการจัดคิวในการให้บริการ ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาการเกิดข้อร้องเรียนของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต โดยเลือกแนวทางที่มีคะแนนการประเมินมากที่สุดคือ แนวทางที่ 2 เพิ่มช่องบริการเปิดบัญชี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ลดปัญหาการเกิดข้อร้องเรียนจากความไม่พึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต มากยิ่งขึ้น

อภิปรายผล

จากการศึกษาแนวทางการลดการเกิดข้อร้องเรียนของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าที่เคยร้องเรียนการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต คือปัจจัยด้านกระบวนการเนื่องจากลูกค้าล้วนแต่ต้องการที่จะได้รับบริการที่มีขั้นตอนและกระบวนการที่สะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน ซึ่งสอดคล้องกับ พรเทพ อยู่ญาติวงศ์ (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพุทธมณฑลสาย 5 พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพุทธมณฑลสาย 5 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความถี่ในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพุทธมณฑลสาย 5 ในด้าน ผลลัพธ์ ราคา ช่องทางส่งเสริมฯ และการตลาด วันที่ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับผลลัพธ์ ราคา ช่องทางส่งเสริมการตลาด กระบวนการ บุคลากรและสิ่งแวดล้อมกายภาพ ส่วนช่วงเวลาที่ให้บริการมีความสัมพันธ์กับช่องทางส่งเสริมฯ และเป็นไปตามทฤษฎีความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจเป็นพฤติกรรมของผู้บริโภค ความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจจึงขึ้นอยู่กับเปรียบเทียบระหว่างประสิทธิภาพของสินค้าและบริการกับความคาดหวังของผู้บริโภคที่กำหนดไว้ ซึ่งจะมีผลต่อความพึงพอใจอยู่ 3 ประการ ประการแรกคือ ผิดความคาดหวัง ส่งผลให้เกิดความไม่พึงพอใจ ประการที่สองคือ สมความคาดหวัง ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ และประการที่สามคือ เกินความคาดหวัง ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด (Solomon, 2009; ขจรยศ แก้วภู่วัด 2559, 7) ซึ่งเมื่อลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับบริการที่ดีมีคุณภาพ สะดวกและรวดเร็ว จึงทำให้ผิดความคาดหวัง ส่งผลให้เกิดความไม่พึงพอใจ และนำไปสู่การเกิดข้อร้องเรียน

แนวทางการแก้ไขปัญหาการเกิดข้อร้องเรียนของธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต โดยเลือกแนวทางที่มีคะแนนการประเมินมากที่สุดคือ แนวทางที่ 2 เพิ่มช่องบริการเปิดบัญชี โดยเป็นการบริหารบุคลากรให้เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า ต่อจำนวนลูกค้าที่ต้องการมาใช้บริการเปิดบัญชี และในช่วงที่มีลูกค้าที่ต้องทำธุรกรรมที่ต้องใช้เวลานาน ก็ยังมีช่องอื่นที่สามารถเรียกคิวถัดไปเพื่อให้บริการได้ ช่วยลดการเกิดปัญหาที่ลูกค้ารอคิวนาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งโรจน์ สงสระบุญ (2562) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่เซ็นทรัลเวสต์เกต ได้สรุปผลการศึกษาว่า ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับด้านบุคลากรเพิ่มขึ้นอย่าง

ต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มแรงกระตุ้นพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาสนี เสงี่ยมกุล (2559) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) พบว่า ปัจจัยจำนวนช่องบริการ และสาขา มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ เนื่องจากหากธนาคารมีสาขาและช่องทางในการให้บริการที่หลากหลายและเพียงพอ ครอบคลุมรวมถึงตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม สะดวกสบายในการเข้าใช้บริการนั้น หากผู้ใช้บริการต้องการใช้บริการที่แห่งใดก็สามารถไปได้ทุกแห่ง ประกอบกับมีจำนวนช่องบริการที่เพียงพอในแต่ละสาขา ทำให้ผู้รับบริการได้รับความสะดวกสบายและรวดเร็ว ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งนี้

1. พนักงานที่ปฏิบัติงานส่วนสาขาควรจะสามารถปฏิบัติงานได้ทุกตำแหน่งทั้งด้านเงินฝากและด้านสินเชื่อ เพื่อให้สามารถทำงานแทนกันได้ กรณีที่มีจำนวนลูกค้ามาติดต่อด้านในด้านหนึ่งจำนวนมาก เพื่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ
2. การจัดลำดับขั้นตอนในการปฏิบัติงาน ลดกระบวนการที่ไม่จำเป็น จัดลำดับขั้นตอนในการให้บริการเพื่อความสะดวก และรวดเร็วในการให้บริการ
3. การควรมีการกำหนดแนวทางการแก้ปัญหาและแนวทางการป้องกันการเกิดปัญหาที่ชัดเจน เพื่อยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานอย่างเป็นมาตรฐานและไปในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

1. การจากศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยร้องเรียนธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต เพียงจำนวน 38 คน ซึ่งถือเป็นลูกค้าจำนวนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนลูกค้าทั้งหมดที่มาใช้บริการที่ธนาคารออมสิน สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ชัดเจนควรเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการทั่วไปด้วย
2. ควรศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาและแนวทางการป้องกันการเกิดข้อร้องเรียนของธนาคารอื่น ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกันเพื่อจะได้ศึกษาถึงความแตกต่าง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ขจรยศ แก้วปู้วัด. (2559). *ทฤษฎีความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ธนาคารออมสิน. (2563). *ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคาร*. สืบค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2566, จาก <https://www.gsb.or.th/about/>.
- นัฏฐภาค ผลาจิต. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ผ่านช่องทางธนาคารกรุงไทย*. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- เบญจมาศ เนติวรรักษาและคณะ. (2563). *ทฤษฎีแผนผังกว้างปลาหรือแผนผังเหตุและผล*. จันทบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- พรเทพ อยู่ญาติวงศ์. (2563). *ปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาพุทธมณฑลสาย 5*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสยาม.
- มุกิตา สร้อยเพชร และพรพรรณ บัวทอง. (2564). *แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ*. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2566, จาก <https://dusitpoll.dusit.ac.th/KB/2021/601/>.
- รุ่งโรจน์ สงสระบุญ. (2562). *ความพึงพอใจการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่เซ็นทรัลเวสเกต*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสยาม.
- วาสนี เสถียรกาล. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Parasuman, A., Zeithamal, V. & Berry, L. L. (1994). A conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.

แนวทางที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รัศมี สุวรรณกำเนิด¹, จรัชวรรณ จันทรัตน์²

¹ คณะบริหารธุรกิจ, ² วิทยาลัยผู้ประกอบการ

^{1,2} มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท กลุ่มวิชาการจัดการ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร และแนวทางการแก้ปัญหาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยใช้แบบสอบถามกับบุคลากรคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวนทั้งหมด 75 คน และการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกกับบุคลากรคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 10 คน สถิติ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านประสิทธิภาพในการทำงาน ในภาพรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับด้านผู้บังคับบัญชา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความมั่นคงและก้าวหน้าในตำแหน่งงาน ส่วนปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในภาพรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร รองลงมาคือ ด้านความรับผิดชอบ ปัญหาที่พบคือปัญหาด้านแรงจูงใจ ด้านประสิทธิภาพการทำงาน ด้านสภาพแวดล้อม และมีแนวทางที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ได้แก่ อุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกในการทำงาน ยังไม่เพียงพอและไม่ทันสมัย และระบบการพัฒนาระบบการทำงาน เพื่อรองรับการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพในด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านบุคลากรส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผู้บังคับบัญชา ซึ่งเป็นบุคคลที่ส่งเสริมด้านการทำงาน ดูแล และให้คำปรึกษาที่ดี

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน, แรงจูงใจ, ความสำเร็จในงานของบุคลากร

Guidelines That Affect the Work Efficiency of Personnel in Faculty of Arts, Chulalongkorn University

Rasamee Suwankamnerd¹, Jaratchwahn Jantarat²

¹ School of Business, ² College of Entrepreneurship

^{1,2} University of the Thai Chamber of Commerce

¹ Master's Degree Student, Concentration on Management

Abstract

This research aims to study the efficiency and motivation of personnel. and guidelines for solving problems in the efficiency of personnel's work performance in Faculty of Arts, Chulalongkorn University using a questionnaire with Faculty of Arts personnel. Chulalongkorn University, a total of 75 people, and in-depth interviews with Faculty of Arts personnel. Chulalongkorn University, 10 people. Statistics are frequency, percentage, standard deviation and mean. The results of the study found that the sample group gave importance to factors related to work efficiency. Overall, at a high level by giving importance to the commander's side. has the highest average, followed by stability and advancement in job positions as for work motivation factors, it was found that the sample group gave importance to the overall picture at a high level. Emphasis is placed on interpersonal relations in the organization, followed by responsibility. The problem found is motivation. Performance Environmental aspect and there are guidelines that affect work efficiency, including various equipment and tools that facilitate work. Still, it is not enough and not up-to-date, and there is not enough work process development systems to support work efficiency in terms of explaining the motivation for working Most of the personnel factors were satisfaction with supervisors who support work, take care and give advice.

Keywords: Work Performance, Motivation, Job Success

บทนำ

ปัจจุบันคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีศูนย์บริการที่มีบทบาทในการจัดอบรม ให้ความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ กับกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ซึ่งธุรกิจด้านการศึกษาของศูนย์บริการวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จัดในรูปแบบของหลักสูตรระยะสั้น ระยะยาว แบบเป็นทางการ กึ่งทางการ โดยมีวัตถุประสงค์ให้ผู้เข้ารับการอบรมได้เพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ทักษะ กระบวนการ และความชำนาญในศาสตร์ใดก็ได้ แต่การจัดการอบรมไม่ว่ารูปแบบใด ซึ่งศูนย์บริการวิชาการ ดำเนินธุรกิจอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศไทย ซึ่งดำเนินการเปิดอบรมหลักสูตรภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเกาหลี ภาษาเยอรมัน ภาษาสเปน ภาษาฝรั่งเศส ภาษาบาลี เป็นต้น

แต่จากการดำเนินงานที่ผ่านมา พบปัญหาในการดำเนินงาน คือ คณะอักษรศาสตร์มีผู้สนใจเข้าศึกษาต่อจำนวนมาก ในขณะเดียวกันนั้น ศูนย์บริการวิชาการที่เป็นหน่วยงานสำหรับบุคคลทั่วไป เปิดอบรมโครงการภาษาต่างประเทศตลอดทั้งปี โดยมีผู้สนใจเข้ารับการอบรมในส่วนของบุคคลทั่วไปประมาณ 2,000 – 3,000 คนต่อรอบการอบรม ซึ่งใช้ระยะเวลาดำเนินการประมาณ 3 เดือน และคอร์สอบรมสำหรับภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ซึ่งเจ้าหน้าที่มีอย่างจำกัดเพียง 3 ตำแหน่ง ทำให้การประสานงานในภาควิชาต่าง ๆ เจ้าหน้าที่ส่วนกลางของคณะอักษรศาสตร์ และบุคคลภายนอกที่สนใจในภาษาต่างประเทศ ทำให้ประสิทธิภาพในการให้บริการยังไม่ดีเท่าที่ควร จึงทำให้เกิดความล่าช้าในส่วนของเอกสาร ทั้งในเรื่องระบบการรับสมัครที่ต้องรองรับผู้เข้าอบรมจำนวนมาก รวมถึงกระบวนการในการทำงานด้านเอกสารต่าง ๆ และสภาพแวดล้อมภายนอก จึงส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำงานของลดลง เนื่องจากภาระงานที่ต้องรับผิดชอบเกินกำลัง และจำเป็นต้องทำให้สำเร็จตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด โดยที่ผ่านมามีผลการประเมินด้านการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ ยังไม่เป็นที่น่าพึงพอใจ เนื่องจากปัญหาความล่าช้าในหลาย ๆ ด้าน

ดังนั้นประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรคณะอักษรศาสตร์ จึงมีความสำคัญ เนื่องจากการที่องค์กรใด ๆ จะบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลนั้น ส่วนหนึ่งจะต้องมาจากการที่บุคลากรมีขวัญและกำลังใจ มีภาวะแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่ดี มีความพึงพอใจในการทำงาน บุคลากรของคณะอักษรศาสตร์ จะมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนและประสานงานได้อย่างมีประสิทธิภาพบนพื้นฐานการจัดระบบการบริหารงานที่ดี และมีการพัฒนาเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากร หากบุคลากรในองค์กรมีประสิทธิภาพในการทำงานที่มีประสิทธิภาพแล้วนั้น

จะสามารถเพิ่มศักยภาพของคณะอักษรศาสตร์ให้มีประสิทธิภาพและมีชื่อเสียงมากยิ่งขึ้น และผู้บริหารทุกส่วนงาน จำเป็นที่จะต้องตระหนักถึงองค์ประกอบในการวิเคราะห์งาน และการกำหนดแนวทางการบริหารงานบุคคล ให้เกิดความพึงพอใจในงาน ซึ่งการไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังนั้นผู้ค้นคว้าจึงศึกษาแนวทางที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านการจัดอบรมของบุคลากรคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อนำข้อมูลไปปรับใช้ในการบริหารงานภายในและพัฒนาปัจจัยด้านที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร ทำให้บุคลากรมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้เป้าหมายของคณะอักษรศาสตร์บรรลุไปด้วยดี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการจัดอบรมของบุคลากร คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านการจัดอบรมของบุคลากร
3. แนวทางการแก้ปัญหาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง “แนวทางที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ มีวิธีการดำเนินการศึกษา ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคลากรคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวนทั้งหมด 75 คน

การศึกษาเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ระดับ P6–P8 จำนวน 75 คน

การศึกษาเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 10 คน ประกอบด้วย พนักงานระดับ P6 (หัวหน้า) จำนวน 1 ตำแหน่ง พนักงานระดับ P7 จำนวน 7 ตำแหน่ง พนักงานระดับ P8 จำนวน 2 ตำแหน่ง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาสำหรับข้อมูล

1. การศึกษาเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดย ส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างโดยตรง และออนไลน์ ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรและประสิทธิภาพขององค์กร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน

2. การศึกษาเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาแบบสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) ประเภทสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) มีประเด็นการศึกษา ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ประสิทธิภาพของบุคลากร

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการทำงานของบุคลากร

การตรวจสอบเครื่องมือ

ดำเนินการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามระหว่าง 0.812 – 0.941 โดยมีค่าความเชื่อมั่นในภาพรวม เท่ากับ 0.889

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ สถิติ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ย

2. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้ศึกษาค้นคว้าวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคลากรคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 10 คน โดยการบันทึกเทปบท

สัมภาษณ์และนำมาวิเคราะห์เนื้อหา จัดกลุ่มเนื้อหาหลักที่มีความหมายสอดคล้องและใกล้เคียงกัน
ตัดข้อมูลที่ซ้ำซ้อนออก เพื่อนำมาเรียบเรียง แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาพิจารณาประเด็นหลักและ
แบ่งเป็นประเด็นย่อยอีกครั้ง และนำมาเรียบเรียงประเด็นเพื่อสรุปผล

ผลการศึกษา

สรุปข้อมูลเชิงปริมาณ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาระดับ
ปริญญาตรี อายุการทำงานระหว่าง 1 ปีขึ้นไป

ปัจจัยทางด้านประประสิทธิภาพในการทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัย
ทางด้านประประสิทธิภาพในการทำงาน ในภาพรวมในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ย 3.33 ค่าเบี่ยงเบน
มาตรฐาน 0.765 โดยให้ความสำคัญกับด้านผู้บังคับบัญชา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ
3.67 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.727) รองลงมาคือ ด้านความมั่นคงและก้าวหน้าในตำแหน่ง
งาน (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.50 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.928) ส่วนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้าน
การบริหารงานภายในองค์กร (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.733)

ตาราง 1 ปัจจัยทางด้านประประสิทธิภาพในการทำงาน

ปัจจัยทางด้านประประสิทธิภาพในการทำงาน	ค่าเฉลี่ย	SD.	การแปล ค่า
ด้านลักษณะของการทำงาน	3.37	0.674	มาก
ด้านผู้บังคับบัญชา	3.67	0.727	มาก
ด้านการบริหารงานภายในองค์กร	2.78	0.733	ปานกลาง
ด้านความมั่นคงและก้าวหน้าในตำแหน่งงาน	3.50	0.928	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.3	0.765	มาก

ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยแรงจูงใจในการ
ทำงาน ในภาพรวมในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ย 3.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.884 โดยให้ความสำคัญ

กับด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.764) รองลงมาคือ ด้านความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.90 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.901) ส่วนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านค่าจ้างและผลตอบแทน (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.92 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.078)

ตาราง 2 ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน

ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน	ค่าเฉลี่ย	SD.	การแปล ค่า
ด้านความสำเร็จในการทำงาน	3.78	0.860	มาก
ด้านการได้รับการยอมรับนับถือในงาน	3.65	0.365	มาก
ด้านประเภทของงานที่ได้รับมอบหมาย	3.53	0.791	มาก
ด้านความรับผิดชอบ	3.90	0.901	มาก
ด้านโอกาสในการก้าวหน้าในตำแหน่งงาน	2.39	0.885	ปานกลาง
ด้านนโยบายการบริหารงานขององค์กร	3.35	0.888	มาก
ด้านการปกครองของผู้บังคับบัญชา	3.63	1.223	มาก
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร	4.11	0.764	มาก
ด้านค่าจ้างและผลตอบแทน	2.92	1.078	ปานกลาง
ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน	3.10	0.969	มาก
ด้านความมั่นคงในงาน	3.02	1.01	มาก
ด้านตำแหน่งงาน	2.96	0.883	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.36	0.884	มาก

สรุปผลข้อมูลเชิงคุณภาพ

ปัจจัยทางด้านประสิทธิภาพในการทำงาน ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกับผู้ตอบแบบสอบถาม คือ สามารถรับผิดชอบงานตามเป้าหมายในกรอบระยะเวลาที่กำหนด ทุกคนให้

สัมภาษณ์ว่าไม่มีการหมุนเวียนงานทำ ซึ่งเป็นหน้าที่ของบุคคลนั้นที่รับผิดชอบ เพียงแต่ทำงานแทน
ได้ในบางส่วนที่มีคนลา และเป็นงานที่เร่งด่วน

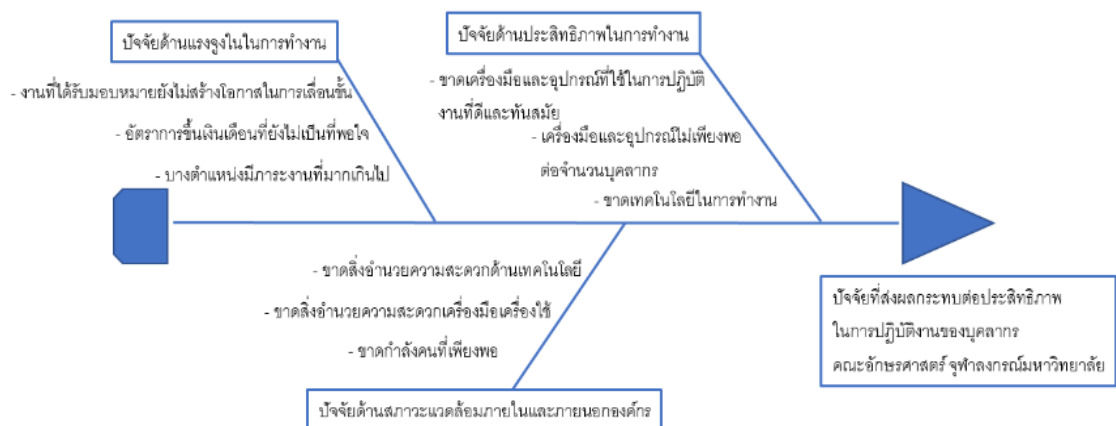
ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน (Motivation Factor) ส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่า ผู้บังคับบัญชา
ดูแลและให้คำปรึกษาที่ดี มีความสัมพันธ์อันดีต่อกันกับเพื่อนร่วมงานยังคงให้ความช่วยเหลือ เป็น
มิตรที่ดีต่อกัน ผลตอบแทนที่ได้รับยังน้อยเมื่อเทียบกับภาระงานที่ได้รับ

ด้านสภาวะแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร ส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่า องค์กรที่ตนทำอยู่
นั้นมีชื่อเสียง และมีโอกาสในการแข่งขันในหลาย ๆ ด้าน หรือองค์กรมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อ
รองรับผู้มาใช้บริการได้อย่างทั่วถึง

ผลการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา

นำข้อมูลจากแบบสอบถามและข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคลากรมาวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผล
ต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร ได้ดังนี้

ภาพ 1 ภาพวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาด้วยแผนผังก้างปลา (Fishbone Diagram)



แนวทางการแก้ปัญหา

แนวทางที่ 1 โดยใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานของ ปีทมาพร ท่อชู (2562)
ประเภทของประสิทธิภาพ มี 2 ระดับคือ

1. ประสิทธิภาพของบุคคล องค์กรควรพัฒนาระบบการทำงานด้านเทคโนโลยี ให้สอดคล้อง
กับปริมาณของผู้มาใช้บริการ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบุคลากรและผู้ให้บริการ รวมถึงการจัด

อบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้บุคลากรอย่างเต็มที่ เพื่อที่จะสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มกำลังความสามารถ โดยสูญเสียเวลาและพลังงานในการปฏิบัติงานน้อยที่สุด เป็นการทำงานได้เร็วและงานมีคุณภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจในการทำงาน เป็นบุคคลที่มีความพึงพอใจจะพัฒนาคุณภาพและปริมาณของผลงาน สามารถค้นคิดสิ่งใหม่ ดัดแปลงวิธีการทำงานให้ให้เกิดประสิทธิภาพอยู่เสมอ

2. ประสิทธิภาพขององค์กร คือองค์กรควรจัดสรรอุปกรณ์การทำงาน เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการใช้งาน ให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานได้อย่างรวดเร็วและเกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด เป็นไปตามวัตถุประสงค์ โดยประหยัดทั้งเวลา ทรัพยากรและตัวบุคลากร

แนวทางที่ 2 ใช้ปัจจัยแรงจูงใจ ในการวิเคราะห์คำตอบของการเก็บแบบสำรวจและข้อความที่ผู้ที่ได้ให้สัมภาษณ์ สรุปได้ว่า ปัจจัยหลายอย่างที่แตกต่างกัน มีผลโดยตรงกับความรู้สึกที่ดีและไม่ดีที่เกิดขึ้นกับบุคลากร ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร ดังนี้

1. ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor)

1.1. ความสำเร็จในการทำงาน การที่บุคคลในองค์กรสามารถปฏิบัติงานประสบความสำเร็จ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆได้อย่างลุล่วง สามารถป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ เมื่อผลงานสำเร็จลุล่วงแล้วนั้น จะก่อให้เกิดความพึงพอใจและปลอบปลื้มในความสำเร็จของงานนั้น ๆ ผู้บังคับบัญชามีหน้าที่คอยควบคุมและให้คำปรึกษาเพื่อให้งานบรรลุตามเป้าหมายขององค์กร

1.2. การได้รับความยกย่องนับถือ บุคลากรส่วนใหญ่ไม่ได้มีการยอมรับนับถือในหน้าที่ที่ตนเองปฏิบัติ องค์กรควรสร้างแรงจูงใจหรือมีการยกย่องชื่นชม ในงานที่ปฏิบัติ

1.3. ประเภทของงานที่ได้รับมอบหมาย ไม่ได้เป็นงานที่ท้าทาย หรือหรือสามารถทำได้ด้วยตนเองจนจบกระบวนการ องค์กรควรมีการหมุนเวียนงาน เพื่อสร้างความท้าทายและเพิ่มประสิทธิภาพในงาน

1.4. ความรับผิดชอบ บุคลากรเมื่อได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานในสิ่งใหม่ๆ และควรมีอำนาจในการตัดสินใจด้วยตัวเอง ไม่มีการตรวจสอบหรือควบคุมการดำเนินงานอย่างใกล้ชิดจนขาดอิสระในการปฏิบัติงาน เพื่อเปิดโอกาสให้บุคลากรแสดงศักยภาพของตนได้อย่างเต็มที่

1.5. ความก้าวหน้า ควรเปิดโอกาสให้บุคลากรได้รับการเลื่อนตำแหน่งขึ้น เปิดโอกาสได้ศึกษาเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมหรือได้รับการฝึกอบรมอยู่เป็นประจำ

2. ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors)

2.1 นโยบายการบริหารงานขององค์กร องค์กรมีนโยบายที่ชัดเจน มีการแบ่งงานไม่ซ้ำซ้อนกัน ปฏิบัติให้เห็นถึงความยุติธรรม และมีการสื่อสารภายในองค์กรที่ชัดเจน

2.2 การปกครองของผู้บังคับบัญชา ผู้บังคับบัญชาดำเนินงานหรือความยุติธรรมในการบริหาร รวมถึงการมีความรู้ความสามารถในการแก้ปัญหา สามารถให้คำแนะนำในการทำงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้ดี

2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร แสดงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ไม่วางอำนาจ ถือตนเป็นใหญ่ สามารถทำงานร่วมกันและมีความเข้าใจเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน

2.4 ค่าจ้างและผลตอบแทน มีค่าตอบแทนที่เหมาะสมต่อค่าครองชีพในปัจจุบัน สวัสดิการการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง หรือผลประโยชน์ที่ได้รับ ซึ่งเหมาะสมกับงานที่ได้รับมอบหมาย เช่น อัตราค่าล่วงเวลาที่เหมาะสมกว่าเดิม ซึ่งไม่มีการปรับฐานมาเป็นเวลานาน ทำให้บุคลากรขาดแรงจูงใจในการทำงานได้

2.5 สภาพภาพในการทำงาน สภาพทางกายภาพของงาน เช่น ควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้เพียงพอ ตลอดจนอุปกรณ์หรือเครื่องมือเครื่องใช้ มีความเหมาะสมทันสมัยในการใช้เพื่อปฏิบัติงาน

2.6 ความมั่นคงในงาน บุคคลบางส่วนยังไม่มี ความมั่นใจในด้านความมั่นคงของตำแหน่งงาน หรือความเจริญก้าวหน้าของอาชีพ ควรมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้องกับภาระงาน

2.7 ตำแหน่งงาน การยอมรับนับถือของสังคมมีเกียรติและศักดิ์ศรีมีระดับปานกลาง

แนวทางที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ประกอบไปด้วยสภาพแวดล้อมภายใน

1. รักษาคุณภาพขององค์กร ด้านทรัพยากรบุคคลให้มีคุณภาพอยู่ตลอด
2. นำเทคโนโลยี และอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ เข้ามาเพิ่มเติม เพื่ออำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานของบุคลากร และเพิ่มจำนวนบุคลากรที่เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า
3. รักษาฐานลูกค้าเดิม และเพิ่มเติมลูกค้ารายใหม่อยู่ตลอดเวลา
4. คงคุณภาพด้านการอบรม ทั้งด้านวิชาการและการบริการให้มีประสิทธิภาพ

อภิปรายผล

จากการศึกษา “แนวทางที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรคณะ
อักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านประสิทธิภาพในการทำงาน พบว่าส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่างานที่ได้รับมอบหมายตรงกับตำแหน่งงาน และมีกรอบระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน และไม่มีการหมุนเวียนงาน หรือปฏิบัติงานด้านใหม่ ๆ ด้านผู้บังคับบัญชาเป็นผู้นำที่มีคุณวุฒิภาวะสูง สามารถสื่อสารกับผู้ใต้บังคับบัญชาได้อย่างชัดเจน การดำเนินองค์กรยังขาดอุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่ออำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานของบุคลากร สอดคล้องกับงานวิจัยของสิริวิทย์ ยะมัง (2562) กล่าวว่า ประสิทธิภาพเป็นเรื่องของการใช้ปัจจัยและกระบวนการในการดำเนินงาน โดยประสิทธิภาพอาจไม่แสดงเป็นค่าประสิทธิภาพเชิงตัวเลข แต่แสดงให้เห็นถึงลักษณะการใช้ปัจจัยวัสดุสิ่งของและเวลา ในการปฏิบัติงานให้คุ้มค่า ไม่เกิดความสูญเสียเกินความจำเป็น รวมถึงมีเทคนิควิธีการปฏิบัติที่เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ และสามารถนำไปสู่ผลสำเร็จได้อย่างเร็วรวมทั้งเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ประเภทของประสิทธิภาพ มี 2 ระดับคือ ประสิทธิภาพของบุคคล และประสิทธิภาพขององค์กร ผลการศึกษาเป็นไปแนวทางเดียวกับทฤษฎี และสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตินันท์ เย็นสบาย (2564) ได้ทำการศึกษาการเพื่อหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน พบว่า ปัญหาการซ้ำซ้อนกันของขั้นตอนการดำเนินงาน และปัญหา ปัญหาการจัดวาง Layout โดยในการแก้ปัญหาได้ใช้ ความรู้เรื่อง Load-distance Technique ทฤษฎี ECRS ลีนสำหรับสำนักงาน (Lean Office) และการลดความสูญเสีย 7 ประการ (The 7 Wastes) มาใช้ในการแก้ปัญหาได้ผลการศึกษาครั้งนี้จะเห็นได้ว่าหลังจากปรับปรุงกระบวนการทำงานและการจัด Layout ใหม่ช่วยให้เวลาและระยะทางในการทำงานลดลง ส่งผลให้ประสิทธิภาพในด้านระยะเวลาในการทำงาน และขั้นตอนของการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา นอกจากนี้การปรับปรุงที่ เกิดขึ้นยังช่วยให้เส้นทางการติดต่อสื่อสารและการส่งต่อเอกสารเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้การทำงาน ไหลลื่นเป็นขั้นตอนมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นรินทร์ภัทร อ่อนละมูล (2564) ได้ทำการศึกษาสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพงานตรวจสอบ การเงิน พบว่าด้านความมั่นคงและก้าวหน้าในตำแหน่งงานมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดการสนับสนุนส่งเสริมด้านฝึกอบรม พัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องและเหมาะสม มีระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือ มีการกำหนดมาตรฐานของสวัสดิการอย่างชัดเจน และมีการกำหนดเกณฑ์ในการประเมินผลงานของแต่ละตำแหน่ง อย่างเหมาะสมตามลำดับ ด้านการบริหารงานภายในองค์กรมีระดับความสำคัญมากที่สุด พบว่ามีการ

ปรับปรุงและพัฒนาระบบการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการปฏิบัติงานมากขึ้น มีระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือ มีการจัดสรรเครื่องมือและอุปกรณ์ประกอบการปฏิบัติงานอย่างทั่วถึง และมีการสื่อสาร ระหว่างผู้ร่วมในองค์กรอย่างชัดเจนและครอบคลุมทุกตำแหน่ง ตามลำดับ ด้านผู้บังคับบัญชา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด พบว่าผู้บังคับบัญชามีวุฒิภาวะของการเป็นผู้นำที่ดีมีระดับความสำคัญ สูงที่สุด รองลงมาคือ ได้รับการสนับสนุนในการทำงานจากผู้บังคับบัญชา และมีการสื่อสารระหว่าง ผู้บังคับบัญชากับผู้ปฏิบัติงานได้การบังคับบัญชา ตามลำดับ ด้านลักษณะของการทำงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด พบว่า มีการวางแผนงาน การกำหนดกรอบระยะเวลา การปฏิบัติงานที่ชัดเจน มีระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือ มีการมอบหมายงานที่ตรงกับระดับตำแหน่งงาน และมีการหมุนเวียนในการปฏิบัติงานด้านใหม่ ๆ อยู่เสมอ ตามลำดับ

2. ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน (Motivation Factor) ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า สามารถรับผิดชอบงานตามเป้าหมายได้ในระดับมากที่สุด ถึงแม้จะไม่ได้รับชมเชยหรือเป็นที่ยอมรับนับถือก็ตาม สำหรับเพื่อนร่วมงานมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ยังขาดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านผลตอบแทน ที่ส่วนใหญ่เห็นว่าน้อย เมื่อเทียบกับองค์กรอื่นที่มีลักษณะงานเดียวกัน หรือเทียบกับภาระงานที่ตนเองได้รับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนัญกรณ์ ทองเลิศ และ กมลพร สอนศรี (2562) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม พบว่าสภาพแวดล้อมในองค์กรมีส่วนสำคัญต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร การที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเหมาะสมจะก่อให้เกิดความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน ให้ความช่วยเหลือ ให้เกียรติกัน มีความรู้สึกปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในระหว่างที่ปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านความผูกพันขององค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน สรุปได้ว่าการผูกพันของการอยู่ร่วมกัน การทำงานร่วมกันในองค์กร ก่อให้เกิดศรัทธา ทศนคติ พฤติกรรมร่วมกัน และทำให้เกิดความผูกพันขึ้นภายในองค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของวิษณุ กิตติพิงศ์วรการ (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานด้านกายภาพส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนการผลิต ด้านกระบวนการการบริหาร ด้านผลผลิตและผลลัพธ์ของผู้เข้ารับการตอบแบบสอบถาม เนื่องจากเมื่อบุคคลเกิดความพึงพอใจกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน

สรุปผล

สรุปผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านประสิทธิภาพในการทำงาน ในภาพรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับด้านผู้บังคับบัญชา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความมั่นคงและก้าวหน้าในตำแหน่งงาน ส่วนปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในภาพรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร รองลงมาคือ ด้านความรับผิดชอบ ปัญหาที่พบ คือ ปัญหาด้านแรงจูงใจ ด้านประสิทธิภาพการทำงาน ด้านสภาพแวดล้อม และมีแนวทางที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ได้แก่ อุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกในการทำงาน ยังไม่เพียงพอ และไม่ทันสมัย และระบบการพัฒนาระบบการทำงาน เพื่อรองรับการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพในด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านบุคลากรส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผู้บังคับบัญชา ซึ่งเป็นบุคคลที่ส่งเสริมด้านการทำงาน ดูแลและให้คำปรึกษาที่ดี

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งนี้

1. องค์กรควรปรับปรุงเรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์ เพื่อใช้ในการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพ
2. องค์กรควรปรับปรุงระบบการทำงาน โดยการนำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาช่วยในการทำงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน
3. องค์กรควรจัดสรรบุคคลให้เพียงพอต่อภาระงาน โดยการแบ่งหรือหมุนเวียนกันทำงาน เพื่อแบ่งเบาภาระงานได้
4. เพิ่มอัตราค่าตอบแทนจากเดิม เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

การเก็บข้อมูลจากบุคลากร คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานต่อไป เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และนำไปปรับปรุงระบบการทำงานที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน

เอกสารอ้างอิง

- จิตินันท์ เย็นสบาย. (2564). *การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ด้วยการพัฒนาขั้นตอนการดำเนินงาน และการจัด Layout กรณีศึกษา แผนก Operation บริษัท FLS 1993 (Thailand) Co., Ltd.* การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ชญญกรณ์ ทองเลิศ และ กมลพร สอนศรี. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม. *วารสารการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 10 (2), 92-102.
- วิชณุ กิตติพงศ์วรการ. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง.* การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สิราวิชญ์ ยะมั่ง. (2562). *ความสัมพันธ์ของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานบริษัทที่ประกอบธุรกิจศูนย์การค้า.* การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของธนาคารออมสิน เขตนครราชสีมา 3

ศุภมาส เดือนพงษ์¹, จรัสวรรณ จันทร์ตัน²

¹ คณะบริหารธุรกิจ, ² วิทยาลัยผู้ประกอบการ

^{1,2} มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท กลุ่มวิชาการจัดการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน เขตนครราชสีมา 3 ดำเนินการแจกแบบสอบถามกับลูกค้าที่สนใจสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน เขตนครราชสีมา 3 จำนวน 385 คน และสัมภาษณ์เชิงลึกกับลูกค้าที่สนใจสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินเขตนครราชสีมา 3 สถิติ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน One-Way ANOVA และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน ในเขตพื้นที่ เขตนครราชสีมา 3 ในระดับมาก โดยด้านบุคลากรมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.75) รองลงมาคือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.74) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.72) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.69) ด้านส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.66) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.63) และด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.56) ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ข้อเสนอแนะคือ ผู้ประกอบการสามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินกลยุทธ์ขององค์กร รวมถึงนำไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด อีกทั้งยังสามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยนี้ไปพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ให้บริการได้อีกด้วย

คำสำคัญ: ธนาคารออมสิน, สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย, ความสนใจ

Factors Affecting Interest in Choosing Home Loan Services of Government Savings Bank, Nakhon Ratchasima 3 District

Supamas Duenphon¹, Jaratchwahn Jantar²

¹ School of Business, ² College of Entrepreneurship

^{1,2} University of the Thai Chamber of Commerce

¹ Master's Degree Student, Concentration on Management

Abstract

This study aims to study Factors affecting interest in choosing the Government Savings Bank's home loan service. Nakhon Ratchasima 3 District proceeded to distribute questionnaires to 385 customers interested in home loans of Government Savings Bank, Nakhon Ratchasima 3 District, and in-depth interviews with customers interested in home loans of Government Savings Bank, Nakhon Ratchasima 3 District. Statistics are frequency, percentage, mean, standard deviation, One-Way ANOVA, and linear regression analysis found that the sample group gave importance to factors affecting the selection of Government Savings Bank's home loan services in the Nakhon Ratchasima 3 area in terms of personnel. the most (average equal to 4.75), followed by price (average equal to 4.74), product side (average equal to 4.72), distribution channels (average equal to 4.69), marketing promotion side (average equal to 4.66) Physical characteristics (average equal to 4.63) and process aspects (average equal to 4.56) marketing mix factors Process side Marketing promotion In terms of physical characteristics, the suggestion is that entrepreneurs can apply the results of the study in implementing organizational strategies. Including improving and developing to achieve maximum efficiency Moreover, information from this research can be used to improve service quality to benefit service users as well.

Keywords: Government Savings Bank, Home Loan, Preference

บทนำ

จากสถานการณ์ความมั่นคงทางเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวและขยายตัวดีขึ้น หลังจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ลดลง ประกอบกับมาตรการกระตุ้นภาคอสังหาริมทรัพย์ของภาครัฐเช่น มาตรการลดค่าธรรมเนียมการโอนและจดจำนอง ที่ขยายระยะเวลาไปถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2566 โดยมาตรการดังกล่าว ทำให้การตัดสินใจในการซื้อที่อยู่อาศัยได้ง่ายขึ้น ซึ่งเป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายให้กับผู้ที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากคณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) ได้ปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบาย ทำให้สถาบันการเงินต่างๆ ปรับอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อบ้าน จากอัตราดอกเบี้ยแบบคงที่ เป็นอัตราดอกเบี้ยแบบลอยตัว ที่ส่งผลให้มีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และเงินงวดผ่อนชำระที่สูงขึ้น (ธนาคารออมสิน, 2565) โดยธนาคารออมสินมีนโยบายคงอัตราดอกเบี้ยเดิมให้นานที่สุด และได้ปรับเพิ่มอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้ารายย่อยชั้นดี (MRR) เป็นอัตรา 6.995% ต่อปี ตั้งแต่วันที่ 8 มิถุนายน 2566 และปรับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้จากอัตราดอกเบี้ยแบบคงที่ เป็นอัตราดอกเบี้ยแบบลอยตัว เพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนธนาคารที่เพิ่มสูงขึ้น และมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน (ธนาคารออมสิน, 2565) ประกอบกับธนาคารออมสินมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการอนุมัติสินเชื่อทุกประเภทให้เป็นอำนาจการอนุมัติของสำนักอนุมัติสินเชื่อส่วนกลาง จากเดิมเป็นอำนาจของสาขาที่รับลูกค้าโดยตรง (ขวัญฤทัย เหมะรุลลิน, 2562) ซึ่งทำให้เกิดความล่าช้าจากการอนุมัติสินเชื่อไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้าและไม่สามารถแข่งขันกับธนาคารอื่นได้ ส่งผลให้จำนวนเงินจ่ายสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน เขตนครราชสีมา 3 ยังไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด เพราะปัจจุบันมีการแข่งขันจากทุกธนาคาร ออกโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้ามาใช้บริการกับธนาคารของตัวเอง จากสาเหตุดังกล่าวส่งผลกระทบทำให้ธนาคารสูญเสียรายได้ ส่วนแบ่งทางการตลาด และฐานลูกค้า เมื่อไม่ได้เป้าหมายตามที่ธนาคารกำหนด ส่งผลกระทบต่อ KPI และกำไรของธนาคาร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน เขตนครราชสีมา 3
2. เพื่อศึกษาปัจจัยกระบวนการตัดสินใจการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยธนาคารออมสิน เขตนครราชสีมา 3

3. เพื่อวิเคราะห์ สาเหตุและปัญหาของสินค้าเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน เขต
นครราชสีมา 3

4. เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มยอดขายสินค้าเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน เขต
นครราชสีมา 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงผสม (Mixed Method Research) ระหว่างการวิจัยเชิง
ปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้
ใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการวิเคราะห์
ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

1. การเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือ
ผู้สนใจใช้บริการสินค้าเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย กรณีศึกษาธนาคารออมสิน เขตนครราชสีมา 3 โดย
ผู้วิจัยเป็นผู้แจกแบบสอบถาม จาก Google Forms ผ่านทางอีเมล และแอปพลิเคชัน Line จาก
ลูกค้าที่เข้ามาติดต่อสอบถามขอใช้บริการสินค้าเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย และลูกค้าที่ลงทะเบียนมาในเว็บไซต์
ของธนาคาร

การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยผู้ศึกษาจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบชุด
แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าและผู้บริหาร จำนวน 10 คน ผู้ศึกษา
จะใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การวิจัยเชิงคุณภาพนั้นมนุษย์เป็น
เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สำคัญที่สุด ใช้ภาษาในการสื่อสารพูดคุยหรือที่เรียกเป็นทางการ
ว่าการสัมภาษณ์ โดยในการเก็บข้อมูลไม่ว่าจะเป็น ข้อมูลด้านข้อเท็จจริง ข้อมูลความคิดเห็น และ
เจตคติ และการพูดคุยอย่างเป็นกันเองเพื่อค้นหาความหมายความจริงจากผู้ให้สัมภาษณ์ การ
สัมภาษณ์เชิงลึก เป็นวิธีการรวบรวมข้อมูล โดยไม่ใช่แบบสอบถาม จะมีแนวของข้อคำถามให้ผู้
สัมภาษณ์เป็นผู้สอบถามผู้ให้สัมภาษณ์ในลักษณะการเจาะลึก และต้องอาศัยความสามารถพิเศษของ
ผู้สัมภาษณ์ในการค้นหารายละเอียดในประเด็นที่ศึกษาอย่างลึกซึ้ง ซึ่งการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้นจะ
ศึกษาในประชากรกลุ่มเล็ก ๆ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนประชากร ลูกค้าที่สนใจสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินเขตนครราชสีมา 3 ในช่วงอายุระหว่าง 20 ปี ถึง 55 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุในหลักเกณฑ์ที่สามารถขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยได้ กรณีศึกษาธนาคารออมสิน เขตนครราชสีมา 3 ประกอบด้วย สาขากลางดง สาขาปากช่อง สาขานะเรีซต์ สาขาโลดัส ปากช่อง สาขาวังน้ำเขียว สาขาปักธงชัย สาขาสิคิ้ว สาขาสูงเนิน และสาขาด่านขุนทด

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง การเลือกกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาคือ ลูกค้าที่สนใจสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินเขตนครราชสีมา 3 เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงทำการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร

สูตรของคอกแรน

$$P = 0.5 \text{ ใช้สูตร } n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

ผู้ศึกษาจะทำการเก็บตัวอย่าง 385 ชุด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ผู้ศึกษาได้เลือกการสุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) คือการเลือกแจกแบบสอบถามเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตนครราชสีมา 3 ที่มีการลงทะเบียนสนใจผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารออมสิน เขตนครราชสีมา 3 และลูกค้าที่เข้ามาสอบถามที่ธนาคาร (walk-in) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามออนไลน์ เนื่องจากเป็นวิธีที่เข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ง่าย สามารถเข้าถึงได้เป็นจำนวนมาก

3. เครื่องมือศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาสำหรับข้อมูลเชิงปริมาณ เครื่องใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจาก การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ แบ่งแบบสอบถาม ออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถาม เป็นแบบเลือกตอบ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน เป็นต้น

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน ในเขตพื้นที่ เขตนครราชสีมา 3 ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นต้น

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมลูกค้าที่สนใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารออมสิน เขตนครราชสีมา 3 ซึ่งเป็นแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วย ประเภสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่ลูกค้าสนใจ วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ลูกค้าสนใจ ผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ ช่วงอายุที่ลูกค้าสนใจใช้บริการสินเชื่อ สถานที่ใช้บริการ ความคาดหวังการให้บริการสินเชื่อ

ส่วนที่ 4 พฤติกรรม ประกอบด้วย แหล่งข้อมูล เหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการ เหตุผลที่ทำให้ไม่พอใจและไม่เลือกใช้บริการ เหตุผลที่ทำให้ท่านกลับมาเลือกใช้บริการ ความถี่ในการทำธุรกรรมกับธนาคารออมสิน ท่านยินดีจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการกับธนาคารออมสิน

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) การให้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน ในเขตพื้นที่ เขตนครราชสีมา 3

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ ชุดแบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าและผู้บริหาร จำนวน 10 คน ผู้ศึกษาจะใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) มีประเด็นการศึกษา คือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมลูกค้าที่สนใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

4. การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นในภาพรวม เท่ากับ 0.911

5. สถิติ

ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา

1. สรุปข้อมูลเชิงปริมาณ

การเก็บข้อมูลโดยผู้ศึกษาจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้ชุดแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่สนใจสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินเขต นครราชสีมา 3 โดยเก็บรวบรวมผ่านชุดแบบสอบถามจำนวน 385 ราย

1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 385 คน สามารถแบ่งเป็น เพศหญิง ร้อยละ 55.58 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 44.42 ส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 81.56 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 52.73 สถานภาพสมรส ร้อยละ 63.90 ประกอบอาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 46.75 และมีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 50.91

1.2 ลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่าง ประเภทสินเชื่อที่ลูกค้าสนใจใช้บริการมากที่สุดคือ สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยสำหรับบุคคลทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 83.12 รองลงมาคือ สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยสำหรับรีไฟแนนซ์ คิดเป็นร้อยละ 9.61 วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่ลูกค้าสนใจใช้บริการมากที่สุดคือ เพื่อซื้อ คิดเป็นร้อยละ 73.51 รองลงมาคือ เพื่อรีไฟแนนซ์จากสถาบันการเงินอื่น คิดเป็นร้อยละ 11.95 เหตุผลที่ทำให้ลูกค้าสนใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยมากที่สุดคือ อัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 57.11 รองลงมาคือ เป็นธนาคารของรัฐมีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 29.10 ผู้มีส่วนร่วมในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยมากที่สุดคือ คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 50.39 รองลงมาคือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 38.44 ระยะเวลาที่ลูกค้าต้องการผ่อนชำระเงินกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย คือ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.81 รองลงมาคือ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.70 ช่วงอายุที่ลูกค้าสนใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยมากที่สุดคือ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 73.51 รองลงมาคือ 36-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.06 สถานที่ที่ลูกค้าสนใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยมากที่สุดคือ สาขาใกล้ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 61.04 รองลงมาคือ สาขาใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 34.29 ความคาดหวังการให้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยมากที่สุดคือ ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 49.60 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยค่าธรรมเนียมลดลง คิดเป็นร้อยละ 26.91

1.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ตาราง 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.72	0.556	มากที่สุด
ด้านราคา	4.74	0.563	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.69	0.602	มากที่สุด
ด้านส่งเสริมการตลาด	4.66	0.645	มากที่สุด
ด้านบุคลากร	4.75	0.641	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ	4.56	0.540	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.63	0.623	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.67	0.590	มากที่สุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ระยะเวลาผ่อนชำระ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด และวงเงินกู้ที่รับอนุมัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ จำนวนเงินงวดผ่อนชำระมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด และอัตราค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรก ได้แก่ มีความสะดวกในการขอใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ มีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนและเดินทางสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด และมีช่องทางการสมัครสินเชื่อแบบออนไลน์หลากหลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยที่ด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น ส่วนลดอัตราดอกเบี้ยหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ มีการส่งเสริมการตลาด อาทิเช่น มีโปรโมชั่นพิเศษ

มีของแจกสมนาคุณอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด และมีคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานมีการให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.85 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านกระบวนการ ได้แก่ ระบบงานอนุมัติสินเชื่อมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ระยะเวลาที่ใช้ในการอนุมัติสินเชื่อมีความเหมาะสม และขั้นตอนในการอนุมัติสินเชื่อ และเอกสารสมัครสินเชื่อไม่ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด และระบบการแจ้งสถานะการอนุมัติสินเชื่อ มีการปรับให้เป็นปัจจุบัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีบรรยากาศในสำนักงานน่าเข้าใช้บริการและและสถานที่ให้บริการมีความสะอาดและมีโต๊ะ เก้าอี้ เพียงพอต่อปริมาณลูกค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด และมีบรรยากาศในสำนักงานน่าเข้าใช้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด

1.4 ลักษณะปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของกลุ่มลูกค้าตัวอย่างข้อมูลเชิงปริมาณ แหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามมักจะค้นหา ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ได้แก่ เข้าไปสอบถามที่ธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 เหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย มี ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยต่ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 เหตุผลที่ไม่พอใจและไม่เลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 เหตุผลที่ทำให้กลับมาเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยซ้ำ ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยต่ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 ความถี่ในการทำธุรกรรมกับธนาคารออมสิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ยินดีจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการกับธนาคารออมสิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 แปลค่าจากค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับมากที่สุด

2. สรุปผลการศึกษาเชิงคุณภาพ

2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญกับวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ และระยะเวลาผ่อนชำระ ปัจจัยด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญกับ

อัตราดอกเบี้ยและจำนวนเงินงวดที่ผ่อนชำระต่อเดือน เนื่องจากเป็นสินเชื่อระยะยาว ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญกับความสะดวกในการขอใช้บริการและเดินทางสะดวก ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญกับส่วนลดอัตราดอกเบี้ยหรือค่าธรรมเนียมสินเชื่อ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญกับ พนักงานที่ใส่ใจลูกค้ามีความกระตือรือร้นในการให้บริการและพนักงานสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ปัจจัยด้านกระบวนการผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญกับระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วและใช้เอกสารไม่เยอะ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญกับสถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย มีโต๊ะเก้าอี้ ไว้อ่านรับลูกค้าอย่างเพียงพอ

2.2 พฤติกรรมลูกค้าที่สนใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ด้านประเภทสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์สนใจ คือสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยสำหรับบุคคลทั่วไปส่วนมากคิดเป็นร้อยละ 60 ลำดับถัดมาเป็นสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยสำหรับรีไฟแนนซ์ คิดเป็นร้อยละ 30 วัตถุประสงค์เพื่อซื้อและรีไฟแนนซ์ เหตุผลที่สำคัญที่ทำให้ลูกค้าสนใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยคือ ธนาคารออมสินเป็นธนาคารของรัฐมีความน่าเชื่อถือและอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าธนาคารอื่น ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจส่วนมากเป็น ตนเองและคู่สมรส ระยะเวลาการผ่อนชำระสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการผ่อนชำระประมาณ 15 ปี และ 20 ปี ช่วงอายุที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จากการสัมภาษณ์ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คิดว่า เป็นช่วงเวลาที่หน้าที่การงานมั่นคงและต้องแยกครอบครัวหลังจากแต่งงานแล้ว ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนมากสนใจใช้บริการกับธนาคารออมสินสาขาใกล้ที่ทำงาน เพราะสะดวกในติดตามข้อมูลและสอบถามเมื่อมีปัญหา และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีความคาดหวังในด้านค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยค่าธรรมเนียมที่ถูกและความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ

2.3 พฤติกรรม ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนมากหาข้อมูลสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย จาก Google และเว็บไซต์และบางส่วนเข้ามาสอบถามที่ธนาคารโดยตรง เหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย คือ อัตราดอกเบี้ยต่ำ และบางส่วนเลือกเพราะ วงเงินให้กู้สูง และเหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ไม่พอใจและไม่เลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารออมสินคือ โปรโมชัน ส่วนลด ของสมนาคุณไม่น่าสนใจ และความล่าช้าในการอนุมัติสินเชื่อ เหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์กลับมาเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารออมสิน คือ อัตราดอกเบี้ยต่ำ และบางส่วนกลับมาใช้บริการเพราะการบริการที่ดีของพนักงาน

อภิปรายผล

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่เพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน ในเขตพื้นที่ เขตนครราชสีมา 3 ในระดับมาก โดยด้านบุคลากรมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ทั้งนี้เนื่องจากด้านกระบวนการ คือ กระบวนการทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นด้านระบบ ด้านการจัดการ ระยะเวลา และขั้นตอนการดำเนินการ ลูกค้าที่สนใจใช้บริการสินเชื่จะสอบถามเสมอว่า ใช้เวลาดำเนินการกี่วัน มีขั้นตอนอะไรบ้าง ใช้เอกสารอะไรบ้าง ซึ่งถ้ามีกระบวนการที่ยุ่งยากหลายขั้นตอน ลูกค้าก็จะเปลี่ยนไปใช้บริการธนาคารอื่น ด้านส่งเสริมการตลาด โปรโมชันส่วนลด ของสมนาคุณ ส่วนลดค่าธรรมเนียมสินเชื่ ค่าประเมินราคา และค่าจดจำนองเป็นส่วนที่ทำให้ลูกค้าสนใจเพราะลูกค้าไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายเอง และ ด้านลักษณะทางกายภาพ อุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี ธนาคารมีระบบที่น่าเชื่อถือ บริการรวดเร็ว และให้ข้อมูลลูกค้าได้ทันที รวมถึงบรรยากาศภายในสำนักงานที่สวยงาม มีที่จอดรถสะดวกสบาย มีมุมต้อนรับลูกค้าเพื่อให้คำปรึกษา ทำให้ลูกค้ารู้สึกอยากเข้ามาใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤตยา อภิเดช (2564) ได้ศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดขายสินเชื่โทรทองของธนาคารออมสิน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานธนาคาร รองลงมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่โทรทอง และ สอดคล้องกับงานวิจัยของแก้วตา หุนนาลา และ ชัยฤกษ์ แก้วพรหมมลาย (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่เพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน) พบว่า ปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด คือ ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด และกระบวนการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริรัก บุญมี และ ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ (2562) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่ประเภทโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน จังหวัดชุมพร พบว่าผลิตภัณฑ์สินเชื่ การส่งเสริมการตลาด พนักงานธนาคารผู้ให้บริการ สถานที่ให้บริการและภาพรวมการให้บริการของธนาคาร กระบวนการทำงานและรูปแบบการให้บริการของธนาคาร และผลิตภาพและคุณภาพ ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่ประเภทโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ด้านราคาหรืออัตราดอกเบี้ยที่คิดว่าจะส่งผลมากที่สุด จะส่งผล

กระทบกับลูกค้าบางกลุ่มที่มี MOU กับธนาคารเท่านั้นเพราะมีอัตราดอกเบี้ยพิเศษ ปัจจุบันมีการแข่งขันด้านอัตราดอกเบี้ยสูงมากทำให้ทุกธนาคารมีอัตราดอกเบี้ยที่ไม่แตกต่างกันมาก และลูกค้ากลุ่มทั่วไปจะใช้วิธีรีไฟแนนซ์สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยทุก 3 ปี เพื่อประหยัดดอกเบี้ย ด้านผลิตภัณฑ์ตอนนี้ทุกธนาคารมีหลักเกณฑ์ที่ใกล้เคียงกันมาก เช่น กู้ได้สูงสุด 40 ปี สามารถขอเพิ่มวงเงินสำหรับซื้อเฟอร์นิเจอร์ได้ วงเงินกู้ได้สูงสุด 110% เป็นต้น ด้านบุคลากร ด้วยเป้าหมาย KPI รายบุคคล ทำให้พนักงานทุกธนาคารต้องออกหาลูกค้าและบริการให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เพื่อมาใช้บริการกับตนเอง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจุบันธนาคารมีสาขามากมายและมีช่องทางการติดต่อหลายช่องทาง ทั้งช่องทางออนไลน์ Call center ที่สามารถให้บริการลูกค้าได้ตลอดเวลา ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกสบายมากขึ้น จึงทำให้ปัจจัยทั้ง 4 ด้านนี้ไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของธนาคารออมสิน เขตนครราชสีมา 3 และสอดคล้องกับงานวิจัยของกฤตยา อภิเดช (2564) ได้ศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อโทรทองของธนาคารออมสิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโทรทองเพื่อการอุปโภคบริโภค จากการแนะนำจากพนักงานธนาคาร โดยมีการเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของสินเชื่อโทรทองกับผลิตภัณฑ์สินเชื่อประเภทอื่น ๆ ก่อนการตัดสินใจ ซึ่งส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโทรทองด้วยตนเอง และจะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการสินเชื่อโทรทองเช่นกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งนี้

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน ในเขตพื้นที่ เขตนครราชสีมา 3 ในระดับมาก โดยด้านบุคลากรมากที่สุด ดังนั้นธนาคารออมสิน ควรมีนโยบายในการปรับปรุง พัฒนาคุณภาพการบริการของพนักงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ผ่านการอบรมสร้างแรงจูงใจในการทำงาน สร้างแนวทางการทำงานที่เหมาะสมกับพนักงานและความรับผิดชอบของพนักงาน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

1. การเก็บข้อมูลส่วนใหญ่รวบรวมข้อมูลจากลูกค้าเป้าหมายของธนาคารควรมีการเก็บแบบสอบถามจากคู่แข่งอื่นด้วยเพื่อที่จะได้ข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกันกับข้อมูลกลุ่มตัวอย่างและนำมาเปรียบเทียบ

2. ควรเก็บข้อมูลจากฐานลูกค้าเดิมด้วย เพื่อปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเป็นการรักษฐานลูกค้าเดิมให้อยู่กับธนาคารตลอดไป

3. ควรมีการขยายขอบเขตของประชากรในการศึกษาครั้งต่อไป เพื่อศึกษาประชากรในกลุ่มที่กว้างขึ้นและสามารถเปรียบเทียบความสัมพันธ์และความแตกต่างได้

เอกสารอ้างอิง

กฤตยา อภิเดช. (2564). *การศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดขายสินเชื่อไพรทองของธนาคารออมสิน กรณีศึกษาธนาคารออมสิน*. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

แก้วตา หุนนาลา และ ชัยฤกษ์ แก้วพรหมมลาย. (2563). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพิจารณาเลือกใช้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธนาคารออมสิน. (2565). *รายงานประจำปี*. (online). สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2566, จาก <https://www.gsb.or.th/media/2023/04/Book-AR-GSB-2022-230623>.

สิริรัก บุญมี และ ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ. (2562). *ปัจจัยส่วนผสมการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้ บริการสินเชื่อ ประเภทโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน จังหวัดชุมพร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. กรุงเทพมหานคร: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุ ของลูกค้าธนาคารออมสิน เขตป्राจีนบุรี

เสาวลักษณ์ เล็กสูงษ์¹, พรพิมล กะขามาศ²

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจ

^{1,2} มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท กลุ่มวิชาการจัดการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเดบิต ที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุของลูกค้าธนาคารออมสิน เขตปราชินบุรี โดยพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมด 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ ผลิตภัณฑ์บัตรที่ใช้ ความถี่ในการใช้ สถานที่ที่ใช้บัตร อรรถประโยชน์ของบัตร ความต้องการใช้บริการบัตร การตัดสินใจซื้อ และปัจจัยด้านกายภาพ รวมถึงปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยด้านอาชีพ และปัจจัยด้านรายได้ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปเป็นข้อมูลในการวางแผนทางการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริง จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเดบิต ที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุของลูกค้าธนาคารออมสิน เขตปราชินบุรี มีทั้งสิ้น 3 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด รวมทั้งมีปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บัตรเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุผู้ประกอบการสามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินกลยุทธ์ขององค์กร รวมถึงนำไปปรับปรุงและพัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ยิ่งขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการรายอื่นยังสามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยนี้ไปพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ให้บริการได้อีกด้วย

คำสำคัญ: การตัดสินใจใช้, บัตรเดบิต, ความคุ้มครอง, อุบัติเหตุ

Factors Affecting the Choice of Using Debit Card with Accident Coverage for Government Savings Bank, Prachinburi's Customers

Saowaluck Leksuwong¹, Pornpimon Kachamas²

^{1,2} School of Business

^{1,2} University of the Thai Chamber of Commerce

¹ Master's Degree Student, Concentration on Management

Abstract

This research aimed to examine factors affecting the choice of debit card that has accident coverage for Government Savings Bank's customers in Prachinburi district by considering a total of 7 marketing mix factors, including product, price, distribution channel, marketing promotion, personnel, process, consumer behavior: include the card products used. Frequency of usage where the card is used utility of the card demand for card services purchasing decision and physical factors Including 4 demographic factors of gender, age, career and income to analyze the results of the study as information to set guidelines for improving and developing marketing strategies that can truly meet the needs of service users.

According to the findings of the factors affecting the choice of using debit card with accident coverage for Government Savings Bank's customers in Prachinburi district has a total of 3 factors, arranged from the highest to the lowest as follows: price, distribution channel and marketing promotion. Moreover, different demographic factors such as age, occupation, and income affect the usage of the debit card with accident coverage for Government Savings Bank's customers in Prachinburi district entrepreneurs. It can apply the results to implement organizational strategies, including bringing it to improve and develop in various areas. To achieve maximum efficiency and to better meet the needs of service users. In addition, other operators can use the information from this research to improve service quality for the benefits of service users.

Keywords: Customer Decision Making, Debit Card, Insurance Coverage for Accidents,
Accident

บทนำ

จากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและการเงินที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคมการเมือง รวมไปถึงสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงมากขึ้นส่งผลให้รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีระบบคอมพิวเตอร์และระบบการสื่อสารของประเทศมีการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่องและเข้ามามีบทบาทสำคัญกับการดำเนินชีวิตทุก ๆ ด้านของคนในทุกสังคม ด้วยเหตุนี้จึงทำให้การติดต่อค้าขายหรือการทำธุรกิจร่วมกันของบุคคลในสังคมเป็นไปได้ง่ายสะดวกสบายและรวดเร็วมากขึ้น สถาบันการเงินเริ่มมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งการแข่งขันระหว่างสถาบันการเงินก็ยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้นตามไปด้วย สถาบันการเงินหลายแห่งพยายามที่จะแข่งขันกันในเรื่องของการบริการเพื่อสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งธุรกิจจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับปรุงรูปแบบการให้บริการให้เกิดความสะดวก และมีความทันสมัยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการบริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจในการใช้บริการมากที่สุด การพัฒนาผลิตภัณฑ์การให้บริการของสถาบันการเงินถือเป็นอีกด้านหนึ่งที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วเช่นกัน

จากแบบสำรวจข้อมูลของวิชาสนับสนุนแผนของธนาคารแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับการริเริ่มส่งเสริมให้คนใช้บัตรเดบิตมากขึ้น ทั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะกระตุ้นให้คนไทยใช้บัตรเดบิตเพื่อการบริหารจัดการการเงินส่วนบุคคล และเป็นการลดต้นทุนในการพิมพ์ธนบัตร (กรุงเทพธุรกิจ, 2559) ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) มีแนวคิดต่อเนื่องที่จะลดการใช้เงินสด เพื่อลดต้นทุนการพิมพ์ธนบัตรใหม่ประมาณ 3,000 ล้านบาทต่อปีซึ่งมีมูลค่าสูงมาก ซึ่งบัตรเดบิตเป็นอีกทางที่จะลดการใช้เงินสดได้ การสร้างแรงจูงใจในการใช้บัตรเดบิตจึงเป็นสิ่งที่ดี บัตรเดบิตจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเป็นเครื่องมือจ่ายใช้สอยในอุดมคติ อีกทั้งยังเป็นอีกทางเลือกหนึ่งเพื่อทดแทนการใช้เงินสด รวมทั้งการได้รับสิทธิประโยชน์ในบัตรเดบิตที่เหนือกว่าการใช้เงินสด

ธนาคารออมสินถือเป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐมีฐานะเป็นนิติบุคคลที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง โดยมีวิสัยทัศน์ที่เป็นสถาบันการเงินเพื่อการออม และเป็นผู้นำในการสนับสนุนเศรษฐกิจฐานราก และลูกค้ารายย่อยด้วยการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและธรรมาภิบาล ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาธนาคารออมสินได้ปรับปรุงระบบการดำเนินงาน การสร้างภาพลักษณ์และปรับรูปแบบการให้บริการให้มีความทันสมัยเพื่อรองรับการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่ครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ และทุกช่วงวัย ในฐานะที่

ธนาคารออมสินเป็นองค์กรหนึ่งที่อยู่ภายใต้โลกแห่งธุรกิจการเงิน จึงมีการปรับตัวและพัฒนาขีดความสามารถ เพื่อตอบสนองการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริการต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าของธนาคารได้รับความสะดวกสบาย และประโยชน์สูงสุดจากการบริการของธนาคารด้วยเหตุนี้เองธนาคารจึงได้เล็งเห็นความสำคัญของบัตรเดบิตและความสำคัญของการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุขึ้น จึงได้มีการออกผลิตภัณฑ์บัตรเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุ ซึ่งจะได้รับความคุ้มครองประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ระหว่างธนาคารออมสินร่วมกับบริษัททิพยประกันภัย จำกัด มอบสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับความคุ้มครองประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ค่ารักษาพยาบาล และค่าชดเชยรายได้ รวมถึงการเข้ารับบริการจากโรงพยาบาล โดยที่ผู้ถือบัตรเดบิตไม่ต้องสำรองจ่ายเงินค่ารักษาพยาบาลล่วงหน้าสำหรับโรงพยาบาลในเครือที่ร่วมรายการ และสำหรับยอดขายบัตรเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุ ยังเป็นอีกหนึ่งตัวชี้วัด (KPI) ของธนาคารที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ผู้ศึกษาจึงได้เลือกทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุของลูกค้าธนาคารออมสิน เขตปทุมธานี เพื่อเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้การนำเสนอขายบัตรเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุของพนักงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และตรงตามความต้องการของลูกค้า

1. ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากปัญหาขององค์กร

ตาราง 1 ตารางแสดงผลการดำเนินงาน บัตรเดบิตธนาคารออมสิน

ลำดับ	ภาค	เขต	ผลงาน Debit รวม		ผลงาน PA รวม		% PA ของ ผลงาน Debit
			1 ม.ค. - 14 ส.ค.66	เฉลี่ยสาขา	1 ม.ค. - 14 ส.ค.66	เฉลี่ยสาขา	
1	ภาค 15	เขตจันทบุรี (14)	14,775	1,055	12,325	880	83%
2	ภาค 13	เขตนครราชสีมา 3 (9)	9,670	1,074	7,824	869	81%
3	ภาค 13	เขตนครราชสีมา 2 (13)	13,047	1,004	9,432	726	72%
4	ภาค 15	เขตชลบุรี 1 (10)	8,456	846	7,219	722	85%
5	ภาค 13	เขตสระแก้ว (6)	5,740	957	4,313	719	75%
6	ภาค 14	เขตปทุมธานี 1 (10)	8,894	889	6,834	683	77%
7	ภาค 13	เขตนครราชสีมา 1 (13)	12,379	952	8,756	674	71%
8	ภาค 15	เขตฉะเชิงเทรา (8)	6,910	864	5,133	642	74%
9	ภาค 13	เขตปทุมธานี (11)	8,226	748	6,919	629	84%
10	ภาค 15	เขตสมุทรปราการ 1 (12)	9,374	781	7,067	589	75%
11	ภาค 15	เขตชลบุรี 2 (7)	5,103	729	3,856	551	76%
12	ภาค 15	เขตระยอง (12)	9,013	751	6,444	537	71%
13	ภาค 15	เขตชลบุรี 4 (8)	5,939	742	4,001	500	67%
14	ภาค 15	เขตสมุทรปราการ 2 (8)	6,749	844	3,755	469	56%
15	ภาค 15	เขตชลบุรี 3 (8)	4,550	569	3,575	447	79%
16	ภาค 14	เขตปทุมธานี 2 (10)	6,781	678	3,954	395	58%
17	ภาค 14	เขตอยุธยา 1 (10)	6,530	653	3,816	382	58%
18	ภาค 14	เขตอ่างทอง (9)	6,403	711	3,065	341	48%
19	ภาค 14	เขตสระบุรี (12)	6,508	542	3,717	310	57%
20	ภาค 14	เขตอยุธยา 2 (9)	5,695	633	2,679	298	47%
สาย 5			160,742		114,684		71%

จากผลการดำเนินงานปัจจุบัน ธนาคารออมสินเขตปราจีนบุรีมีลูกค้าเลือกใช้บริการบัตรเดบิต ที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุยังไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด คิดเป็นร้อยละ 84 ของผลงานบัตรเดบิตทั้งหมด ผู้ศึกษาซึ่งทำงานอยู่ที่ธนาคารออมสิน เขตปราจีนบุรีจึงเห็นปัญหาในส่วนนี้ จึงอยากศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุของลูกค้าภายในเขตปราจีนบุรี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนากลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขายให้กับสาขา และเขตปราจีนบุรีต่อไป

จากสาเหตุดังกล่าวส่งผลกระทบต่อธนาคารสูญเสียรายได้ค่าธรรมเนียมบัตรเดบิต ส่วนแบ่งทางการตลาดและฐานลูกค้า เมื่อไม่ได้เป้าหมายตามที่ธนาคารกำหนด และส่งผลกระทบต่อ KPI และกำไรของธนาคาร

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุ ธนาคารออมสิน เขตปราจีนบุรี
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุของธนาคารออมสิน เขตปราจีนบุรี
3. เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มยอดผู้ใช้บัตรเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุของธนาคารออมสิน เขตปราจีนบุรี

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์กับการศึกษาเชิงสำรวจ

สุณิสรา ตรงจิตร (2559) กล่าวว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์เป็นความแตกต่างที่หลากหลายเกี่ยวกับบุคคล เช่น เพศ อายุ อาชีพ ระดับ รายได้ สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว เป็นต้น โดยแสดงให้เห็นถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคล ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งความแตกต่างและหลากหลายนี้สามารถบ่งชี้ลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกัน การตัดสินใจที่แตกต่างกันมีสาเหตุจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ ตัวแปรทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่สำคัญที่นิยมนำมาศึกษาความสัมพันธ์กับทัศนคติของบุคคลและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7 Ps)

ปัจจัยตัวแปรด้านส่วนประสมทางการตลาด หมายถึงตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้เพื่อตอบสนองความต้องการและสนองตอบความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า 7 ตัวแปรได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ราคา (Price) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) ด้านบุคคล (People) 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และ 7) ด้านกระบวนการ (Process)

3. แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาวิธีการที่ผู้บริโภคแต่ละคนตัดสินใจในการใช้ทรัพยากร เช่น เงิน เวลา ความพยายามที่จะได้มา เพื่อการบริโภคและใช้บริการของตนเอง ซึ่งประกอบด้วยจะซื้ออะไร ซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อไร ซื้ออย่างไร ทำไมถึงจะซื้อ และความถี่ในการซื้อ

4. แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ

นภาพรณ คณานุกรักษ์ (2556) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การตัดสินใจซื้อ หมายถึงการตัดสินใจโดยการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ นำไปประกอบการตัดสินใจ ซึ่งผู้บริโภคจะตัดสินใจ โดยในการตัดสินใจในแต่ละระดับ จะมีการวิเคราะห์ข้อมูลมากขึ้นแตกต่างกันไป ซึ่งสามารถแบ่งระดับการตัดสินใจของผู้บริโภค ได้ดังนี้ 1) การตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลรอบด้าน (Extensive Problem Solving) 2) การตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลจำกัด (Limited Problem Solving) 3) การตัดสินใจบนพื้นฐานของความเคยชิน (Reutilized Response Behavior)

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำการใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ในจิตใจของผู้บริโภค ฉัตยาพร เสมอใจ (2550)

5. แผนผังก้างปลา (Fishbone Diagram)

Fishbone Diagram เป็นเครื่องมือในการค้นหาสาเหตุและผลกระทบที่เกิดขึ้น ช่วยให้เราสามารถหาสาเหตุของข้อบกพร่องและความล้มเหลวในกระบวนการต่าง ๆ ในไทยนิยมเรียกสองแบบคือ แผนภูมิก้างปลา และผังก้างปลา หรือเรียกอีกชื่อว่า แผนภูมิอิชิกาวะ (Ishikawa Diagram/ Fishikawa) ตามชื่อผู้คิดค้น คือ คุณคาโอรุ อิชิกาวะ (Kaoru Ishikawa)

6. SWOT Analysis

ชนานันท์ พันธสมจิตร (2559) กล่าวว่า SWOT Analysis เป็นเครื่องมือที่มักใช้ในการกำหนดกลยุทธ์โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในคือ จุดแข็ง จุดอ่อน รวมถึงโครงสร้างทรัพยากรทางการเงิน ทรัพยากรบุคคลขององค์กรและพิจารณาจุดเด่นที่สำคัญขององค์กรคือการรวมเอาความสามารถหลักที่เป็นพื้นฐานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายจึงถือเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในสภาพแวดล้อมภายนอกคือ โอกาส อุปสรรค โดยทั่วไปแล้วจะไม่อยู่ในการควบคุมของผู้บริหารองค์กร เช่น ความหลากหลายในความเสี่ยงทางสิ่งแวดล้อม สังคม การเมืองและอุตสาหกรรม ซึ่งการระบุความเสี่ยงต้องใช้เวลาพอสมควรในการดำเนินการให้มีประสิทธิภาพ

7. TOWS Matrix

ชนานันท์ พันธสมจิตร (2559) กล่าวว่า TOWS Matrix คือ โมเดลวิเคราะห์ที่ต่อยอดมาจากกลยุทธ์ SWOT Analysis ด้วยการ Match หรือจับคู่องค์ประกอบระหว่างปัจจัยภายใน (Strength และ Weakness) และปัจจัยภายนอก (Opportunity และ Threat) เข้าด้วยกันเพื่อยกระดับการวางแผนกลยุทธ์ให้มีความชัดเจน เนื่องจากมีเป้าหมายที่เห็นภาพ ทำให้เข้าใจและทำตามขั้นตอนที่คาดหวังไว้ได้อย่างถูกต้อง

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จรัพร หางนา (2554) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตแบบมีความคุ้มครองอุบัติเหตุ (K-Max Debit Card) ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตแบบมีความคุ้มครองอุบัติเหตุ สอดคล้องกับ ดุลยทัศน์ พิฆังคผล (2542) ที่ศึกษาปัจจัยทางด้านการสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต ของผู้เป็นสมาชิก จากกลุ่มตัวอย่างผู้เป็นสมาชิกบัตรเดบิตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะทางประชากรด้านเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิตของสมาชิกในด้านความถี่และมูลค่าการใช้บัตร

วิมลรัตน์ หิรัญรัตน์ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตธนาคารออมสินสำนักพหลโยธิน ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้บัตรเดบิตธนาคารออมสินนั้น มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรสและอาชีพ ซึ่งการใช้บริการบัตรเดบิตธนาคารออมสินมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา อาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ฐิติลักษณ์ สมบุญ (2558) ศึกษาเรื่อง การเลือกใช้บริการบัตรออมสินวีซ่าเดบิต สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน ภาค 3 กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าระดับการตัดสินใจของปัจจัยส่วนประสม

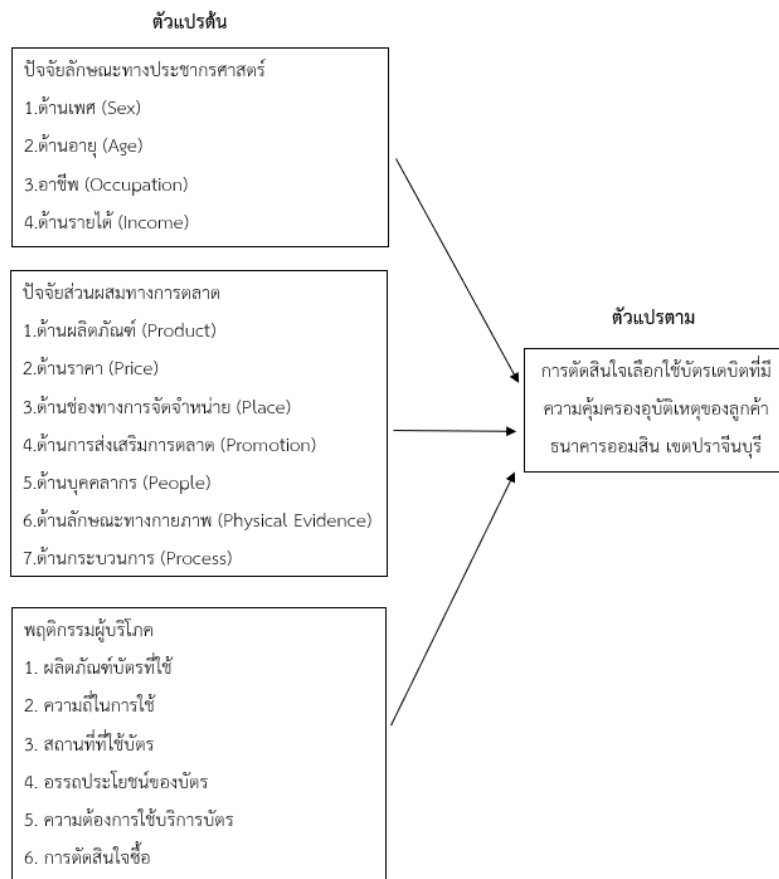
ทางการตลาดอยู่ในระดับน้อย 7 ด้าน คือ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ชนานันท์ พันธสมจิตร (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า มีทั้งสิ้น 5 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ 1. ปัจจัยด้านกระบวนการในการทำงาน 2. ปัจจัยด้านบุคลากร สถานที่ให้บริการ และลักษณะบัตรเดบิต 3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และความเพียงพอของสาขาที่สมัครบัตรเดบิต 4. ปัจจัยด้านร้านค้าที่รองรับการใช้บัตรเดบิต และ 5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

มณฑกาญจน์ ธนะสีรังกุล (2562) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อ ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมของกลุ่มนิว เจนเนอเรชันที่มีต่อการใช้บัตรเดบิต (วีซ่า คลาสสิก) ธนาคารกสิกรไทย: กรณีศึกษาบัตร เดบิต BLACKPINK ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ใช้บัตรเดบิต (วีซ่า คลาสสิก) BLACKPINK เชิงบวก ในด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลทำให้มีความสัมพันธ์ในด้านส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติที่มีต่อบัตรเดบิต (วีซ่า คลาสสิก) BLACKPINK ธนาคารกสิกรไทย และทัศนคติมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแนวโน้มการใช้ บัตรเดบิต (วีซ่า คลาสสิก) ธนาคารกสิกรไทย

ธานนท์ นาคเนียม (2564) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิต สมาร์ทไลฟ์ จากธนาคารออมสิน ภาค 1 กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก

9. กรอบแนวคิดงานวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ถูกใช้ในการศึกษานี้เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน เขตปทุมธานี ในช่วงอายุระหว่าง 15-75 ปี

กลุ่มตัวอย่าง ใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling) ด้วยการใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป G*Power โดยใช้การพิจารณาความสัมพันธ์และเทียบขนาดกลางหรือมีขนาดอิทธิพลที่ 0.3* ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมที่ 138 ตัวอย่าง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประมาณค่าและการวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้ศึกษาจึงปรับเพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการวิเคราะห์ในตอนต้นเป็น 150 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต ส่วนที่ 3 เป็นคำถามประเมินความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเลือกใช้บัตรเดบิต ที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตปราชญ์บุรี ที่มีการใช้บัตรเดบิต ที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุ ของธนาคารออมสิน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูล (Online Questionnaire) ในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้เลือกการสุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) คือ การเลือกแจกแบบสอบถามเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตปราชญ์บุรี ที่มีการใช้บัตรเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุ ของธนาคารออมสิน ซึ่งเป็นวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามออนไลน์ เนื่องจากเป็นวิธีที่เข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ง่าย สามารถเข้าถึงได้เป็นจำนวนมาก ลดระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล และประหยัดค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

เชิงปริมาณ ใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview) จากประชากรจำนวน 10 คน เป็นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

เชิงคุณภาพ ใช้ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมในการใช้บัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) แสดงผลในรูปแบบตาราง ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std. Deviation) การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ใช้สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential statistics) โดยใช้สถิติ Multiple Linear Regression เป็นตัวกำหนดตัวแปรตาม

วิธีการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา ใช้แผนผังก้างปลา (Fishbone diagram) เพื่อให้สามารถนำไปสู่สาเหตุของปัญหา และวิเคราะห์วางแผนหาแนวทางแก้ไข พัฒนาปรับปรุง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

วิธีการค้นหาแนวทางการแก้ไขปัญหา ใช้กลยุทธ์ทางด้าน SWOT Analysis ค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่อาจเป็นปัญหาในการดำเนินงานขององค์กร

วิธีการประเมินทางเลือก ใช้ TOWS Matrix ในการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ เพื่อเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์

ผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 150 คน สามารถแบ่งออกเป็น เพศชาย ร้อยละ 40 และ เพศหญิง ร้อยละ 60 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 42 ส่วนมากประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 48.7 ซึ่งส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.3

ผลการศึกษากลุ่มประชากรที่มีความแตกต่างกันทางด้าน เพศ อายุ รายได้ มีผลต่อการใช้บัตรเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดย ความแตกต่างทางเพศซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป ปัจจุบันพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคเพศชายและผู้บริโภคเพศหญิงมีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจเกิดจากการที่เพศหญิงทำงานมากขึ้น ทำให้เพศหญิงมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้บริโภคที่มีอำนาจการซื้อสูง ส่งผลที่แตกต่างต่อการใช้บัตรเดบิต ที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุ อายุที่แตกต่างกัน จะมีความแตกต่างทางด้านความคิด ความเชื่อ ทักษะการตัดสินใจ ส่งผลที่แตกต่างต่อการใช้บัตรเดบิต ที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุ และรายได้ คนส่วนใหญ่มีปัญหา รายได้ไม่พอรายจ่าย และต้องเผชิญกับปัญหาทางเศรษฐกิจทั้งปัญหารายได้ไม่พอรายจ่าย มีปัญหาด้านการเก็บออม ส่งผลที่แตกต่างต่อการใช้บัตรเดบิต ที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุ

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการใช้บัตรเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดย ปัญหาด้านราคา คุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปตัวเงินหรือจำนวนของเงินที่ต้องจ่ายไปเพื่อให้ได้สินค้านั้น ๆ ราคาถือว่าเป็นต้นทุนสำหรับผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบคุณค่าและราคาของสินค้าที่จ่ายไป ดังนั้นจึงต้องกำหนดราคาของบัตรเดบิต ที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุที่เหมาะสมและชัดเจน ง่ายต่อการจำแนกระดับบัตรแต่ละประเภทแตกต่างกัน ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่หรือช่องทางในการจัดจำหน่าย บรรยากาศสิ่งแวดล้อม ในรูปของการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้า ในด้านคุณค่าและคุณประโยชน์ของบัตรเดบิต ที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุ จึงต้องพิจารณาในด้านจำนวนสาขาที่ให้บริการ และช่องทางในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าด้วย ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด โปรโมชั่น และของสมนาคุณที่น่าสนใจจะจูงใจเพื่อให้เกิดความต้องการซื้อมากขึ้น และช่วยเตือนความทรงจำภายในสินค้า โดยที่คาดว่าจะสิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อความรู้สึกและพฤติกรรมการซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อกัน โดยอยู่ในรูปแบบของพนักงานขายหรือรูปแบบของ ของที่ระลึกที่น่าสนใจ อาจจะใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสานกัน โดยที่เราพิจารณาถึงความเหมาะสมของสินค้ากลุ่มเป้าหมาย

ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับสถานที่ที่ใช้บัตรอรรถประโยชน์ของบัตร ความต้องการใช้บริการบัตร การตัดสินใจซื้อ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการใช้บัตรเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 2 สรุปตัวแปรจากการวิเคราะห์ปัจจัย

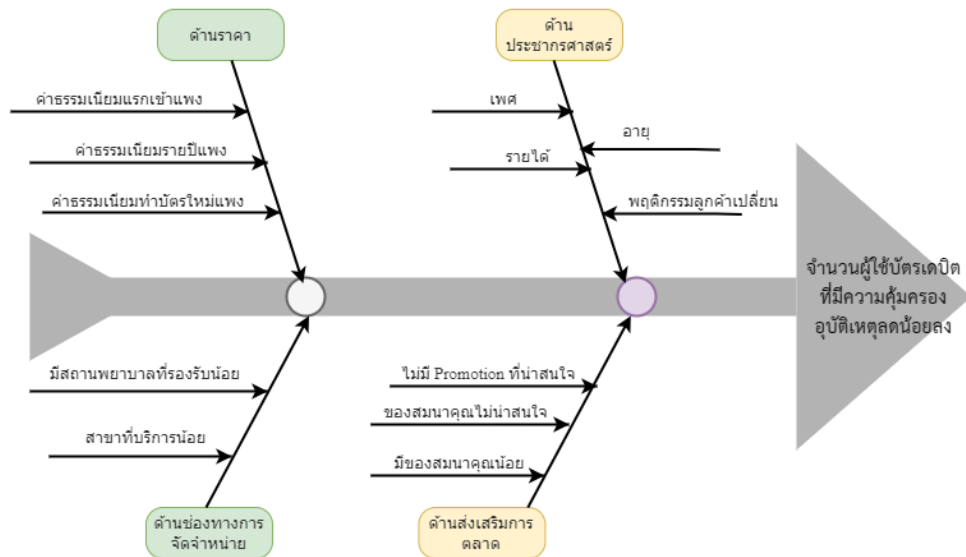
ปัจจัย	Sig.	การแปลค่า
ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์		
1.ด้านเพศ (Sex)	0.013 *	Sig.
2.ด้านอายุ (Age)	0.042*	Sig.
3.อาชีพ (Occupation)	0.524	ไม่ Sig.
4.ด้านรายได้ (Income)	0.000*	Sig.
ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด		
1.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	0.417	ไม่ Sig.
2.ด้านราคา (Price)	0.017*	Sig.
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	0.035*	Sig.
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	0.000*	Sig.
5.ด้านบุคลากร (People)	0.821	ไม่ Sig.
6.ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	0.131	ไม่ Sig.
7.ด้านกระบวนการ (Process)	0.531	ไม่ Sig.
พฤติกรรมผู้บริโภค		
1. ผลิตภัณฑ์บัตรที่ใช้	0.410	ไม่ Sig.
2. ความถี่ในการใช้	0.068	ไม่ Sig.
3. สถานที่ที่ใช้บัตร	0.000*	Sig.
4. อรรถประโยชน์ของบัตร	0.000*	Sig.
5. ความต้องการใช้บริการบัตร	0.005*	Sig.
6. การตัดสินใจซื้อ	0.036*	Sig.

* Sig ≤ 0.05

1. วิเคราะห์สาเหตุของปัญหาด้วยแผนผังก้างปลา (Fishbone Diagram)

นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีค่า Sig. น้อยกว่าค่า 0.05 นำมาวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา หาสาเหตุ ทบทวนเหตุการณ์ หรือกระบวนการที่มีปัญหา เพื่อค้นหาสาเหตุโดยเลือกใช้เครื่องมือและวิธีการแผนผังก้างปลา (Fishbone diagram) เพื่อให้สามารถนำไปสู่สาเหตุของปัญหา และวิเคราะห์วางแผนหาแนวทางแก้ไข พัฒนาปรับปรุง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บัตรเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุของลูกค้าธนาคารออมสิน เขตป्राจีนบุรี ดังภาพต่อไปนี้

ภาพ 1 ภาพวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาแผนผังก้างปลา (Fishbone Diagram)



จากวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาจะพบปัญหาหลักอยู่ 4 ปัจจัย

ปัจจัยที่ 1 ปัญหาเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ : เพศ อายุ ความแตกต่างทางด้านความคิด ความเชื่อ ทศนคติ รายได้ พฤติกรรมจากปัญหาสถานการณ์ Covid-19 ที่ผ่านมาส่งผลให้พฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยน

ปัจจัยที่ 2 ปัญหาด้านราคา: ค่าค่าธรรมเนียมบัตรแพงเกินไป ซึ่งผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบคุณค่าและราคาของสินค้าที่จ่ายไป ต้องกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและชัดเจน ง่ายต่อการจำแนกระดับบัตรแต่ละประเภทแตกต่างกัน

ปัจจัยที่ 3 ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย: สถานที่ ช่องทางในการจัดจำหน่าย มีผลต่อการรับรู้ของลูกค้า จึงต้องพิจารณาในด้านจำนวนสาขาที่ให้บริการ และช่องทางในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า

ปัจจัยที่ 4 ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด: ไม่มีโปรโมชั่นและของสมาคมที่น่าสนใจ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความถี่ในการซื้อซ้ำ และช่วยเตือนความทรงจำภายในสินค้า

2. แนวทางเลือกสำหรับการแก้ไขปัญหา

วิเคราะห์ SWOT Analysis

หลักการสำคัญของ SWOT ก็คือการวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก (Situation Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง

จุดอ่อน และวิเคราะห์โอกาส อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร
สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตาราง 3 วิเคราะห์ SWOT Analysis

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
S1: เครื่อง ATM มีความปลอดภัย	W1: ช่องทางการโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัล
S2: บุคลากรให้บริการบัตรมีความรู้	W2: ไม่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็น พิธีเซ็นเตอร์
S3: ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้ารายปี	W3: รูปแบบของบัตรไม่ตอบโจทย์
S4: ค่าธรรมเนียมการทำบัตรที่ถูกกว่าธนาคารอื่น	W4: ไม่มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ
S5: แก้ปัญหาเรื่องบัตรได้เร็วและถูกต้อง	W5: บุคลากรไม่เข้าถึงกลุ่มลูกค้า และขาดความชำนาญขายบัตร
S6: เป็นธนาคารที่รัฐบาลสนับสนุน	
S7: มีฐานลูกค้าที่มั่นคงและจำนวนมาก	
โอกาส (O)	อุปสรรค (T)
O1: พัฒนาลิขสิทธิ์นำเทคโนโลยี	T1: คู่แข่งมีบริการบัตรที่หลากหลาย
O2: รัฐมีนโยบายคุ้มครอง ความปลอดภัยข้อมูล	T2: คู่แข่งให้สิทธิประโยชน์การตลาดที่ดีกว่า
O3: ลูกค้าเชื่อมั่นชื่อเสียง และภาพลักษณ์เป็นธนาคารของรัฐ	T3: การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย
O4: ใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ และโฆษณาที่หลากหลาย	T4: ใช้งบประมาณการลงทุน โฆษณาและประชาสัมพันธ์

วิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis

TOWS Matrix Analysis วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จาก SWOT Analysis หรือก็คือจุดแข็งภายใน
และภายนอก เพื่อใช้ในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถปฏิบัติตามได้ ส่วนประกอบของ
TOWS มี (T) Threats, (O) Opportunities, (W) Weaknesses, (S) Strengths สามารถวิเคราะห์
ได้ดังนี้

ตาราง 4 วิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (S) S1 : เครื่อง ATM มีความปลอดภัย S2 : บุคลากรให้บริการบัตรมีความรู้ S3 : ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี S4 : ค่าธรรมเนียมการทำบัตรที่ถูกกว่าธนาคารอื่น S5 : แก้ปัญหาเรื่องบัตรได้เร็วและถูกต้อง S6 : เป็นธนาคารที่รัฐสนับสนุน S7 : มีฐานลูกค้าที่มั่นคงและจำนวนมาก	จุดอ่อน (W) W1 : ช่องทางการโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัล W2 : ไม่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็น พรีเซ็นเตอร์ W3 : รูปแบบของบัตรไม่คอบใจทง W4 : ไม่มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ W5 : บุคลากรไม่เข้าถึงกลุ่มลูกค้า และขาดความชำนาญของบัตร
โอกาส (O) O1: พัฒนาผลิตภัณฑ์นำ เทคโนโลยีมาใช้ O2: รัฐมีนโยบายคุ้มครอง ความปลอดภัยข้อมูล O3: ลูกค้าเชื่อมั่นชื่อเสียง และภาพลักษณ์เป็นธนาคาร ของรัฐ O4: ใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ และโฆษณาหลากหลาย	(SO Strategy) 1. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เน้นการส่งเสริมการตลาดด้วยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางให้ลูกค้าได้เข้าถึง รวมถึงให้ความปลอดภัยการบริการและคุ้มครอง ความปลอดภัยของข้อมูล และให้คำแนะนำเพื่อ สร้างความเชื่อมั่นของธนาคารและการแข่งขัน กับธนาคารอื่น (S1, S2, O1, O2, O4)	(WO Strategy) 2. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เน้นการส่งเสริมการตลาด ด้วยการเพิ่มช่อง ทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การใช้ เทคโนโลยีและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใน รูปแบบใหม่ๆ โดยนำบุคลากรภายนอกที่มี ชื่อเสียงมาเป็นพรีเซ็นเตอร์ผ่านสื่อ รวมถึง ประชาสัมพันธ์การสร้างความน่าเชื่อถือ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบุคลากรที่มี ความชำนาญของบัตรของธนาคาร (W1-W5, O1,O3, O4) 3. กลยุทธ์ความแตกต่าง ผลิตภัณฑ์ของธนาคารมีรูปแบบที่แตกต่าง ไปจากธนาคาร โดยมีรัฐสนับสนุน ทำให้มีข้อได้จากการดำเนินงานเงินฝาก เพื่อเพิ่มสิทธิประโยชน์ลูกค้า (W1, W3, O1, O3)
อุปสรรค (T) T1 : คู่แข่งมีบริการบัตรที่ หลากหลาย T2 : คู่แข่งให้สิทธิประโยชน์ การตลาดที่ดีกว่า T3 : การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย T4 : ใช้งบประมาณการลงทุน โฆษณาและประชาสัมพันธ์	(ST Strategy) 4. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ให้ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนงบประมาณ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริม การตลาดเพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่มเข้าถึงการ ให้บริการ และการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ เพื่อสร้างความปลอดภัยเครื่อง ATM เพิ่มสิทธิ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์และบริการ (S1, S3, S6, T3, T2, T4)	(WT Strategy) 5. กลยุทธ์การเจริญเติบโต เพื่อได้เปรียบทางการแข่งขันที่รัฐ สนับสนุน ควรลงทุนงบประมาณโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ให้บริการบัตรและ สิทธิประโยชน์จากการใช้ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มสัดส่วนการแบ่งตลาดของ ผลิตภัณฑ์ รวมถึงพัฒนารูปแบบบัตรที่ คอบใจทงด้วยการใช้เทคโนโลยี เพื่อให้ บุคลากรมีแรงเสริมในการสร้างยอดขาย เพิ่มผลกำไร ขยายฐานลูกค้า สร้างเครือข่าย พันธมิตรทางธุรกิจ (W3, W5,T1,T2,T3, T4)

จากการวิเคราะห์สาเหตุรวมของปัญหาที่ส่งผลต่อยอดขายและหาแนวทางการแก้ไขปัญหา
เบื้องต้นได้แล้ว สามารถสรุปแนวทางในการแก้ไขปัญหาได้ 4 แนวทางหลักดังนี้

1. กลยุทธ์การเจริญเติบโต: ใช้เทคโนโลยีเพิ่มความสามารถในการให้บริการแก่ลูกค้า
2. กลยุทธ์คงที่: สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์
3. กลยุทธ์ปรับเปลี่ยน: สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์
4. กลยุทธ์เชิงรับ: มีการอบรมภายใน มีการสอบถามรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

จากลูกค้า

สรุปผล

จากการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีคู่ตัวแปรหลายคู่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญมีผลต่อการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น ดังนั้นนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีค่าระดับนัยสำคัญน้อยกว่าค่า 0.05 นำมาวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา ทบทวนเหตุการณ์ หรือกระบวนการที่มีปัญหา เพื่อค้นหาสาเหตุ และวิเคราะห์วางแผนหาแนวทางแก้ไข พัฒนาปรับปรุงเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกใช้บัตรเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุของลูกค้าธนาคารออมสิน เขตปทุมธานี ดังนี้

1. ด้านราคา: คุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปตัวเงินหรือจำนวนของเงินที่ต้องจ่ายไปเพื่อให้ได้สินค้านั้น ๆ ราคาถือว่าเป็นต้นทุนสำหรับผู้บริโภคซึ่งผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบคุณค่าและราคาของสินค้าที่จ่ายไป ดังนั้นจึงต้องกำหนดราคาของบัตรเดบิต ที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุที่เหมาะสมและชัดเจน ง่ายต่อการจำแนกระดับบัตรแต่ละประเภทแตกต่างกัน

2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย: สถานที่หรือช่องทางในการจัดจำหน่าย บรรยากาศสิ่งแวดล้อม ในรูปของการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้า ในด้านคุณค่าและคุณประโยชน์ของบัตรเดบิต ที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุ จึงต้องพิจารณาในด้านจำนวนสาขาที่ให้บริการ และช่องทางในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าด้วย

3. ด้านส่งเสริมการตลาด: โปรโมชั่นและของสมนาคุณที่น่าสนใจ จะจูงใจให้เกิดความต้องการซื้อเพิ่มขึ้น และช่วยเตือนความทรงจำภายในสินค้า โดยที่คาดว่าจะสิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อความรู้สึกและพฤติกรรมซื้อเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อกัน โดยอยู่ในรูปแบบของพนักงานขายหรือรูปแบบของของที่ระลึกที่น่าสนใจ อาจจะใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสานกัน โดยที่เราพิจารณาถึงความเหมาะสมของสินค้ากลุ่มเป้าหมาย

4. ด้านประชากรศาสตร์: ด้านปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค กำหนดระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน และปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุแตกต่างกัน

อภิปรายผล

ด้านประชากรศาสตร์

พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศมีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตแบบมีความคุ้มครองอุบัติเหตุ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุรีพร หางนา (2554) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้

บริการบัตรเดบิตแบบมีความคุ้มครองอุบัติเหตุ (K-Max Debit Card) ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา และ การใช้บริการบัตรเดบิตธนาคารออมสินมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา อาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกันกับงานวิจัยของ วิมลรัตน์ หิรัญรัตน์ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเดบิตธนาคารออมสินสำนักพหลโยธิน

ด้านส่วนผสมทางการตลาด

ผลการวิจัยพบว่าระดับการตัดสินใจของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดใน ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับการเลือกบัตรซึ่งสอดคล้องกันกับงานวิจัยของ ฐิติลักษณ์ สมบุญ (2558) ศึกษาการเลือกใช้บริการบัตรออมสินวีซ่าเดบิต สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน ภาค 3 กรุงเทพมหานคร

ชนานันท์ พันธสมจิตร (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า มีทั้งสิ้น 5 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ 1. ปัจจัยด้านกระบวนการในการทำงาน 2. ปัจจัยด้านบุคลากร สถานที่ให้บริการ และลักษณะบัตรเดบิต 3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และความเพียงพอของสาขาที่สมัครบัตรเดบิต 4. ปัจจัยด้านร้านค้าที่รองรับการใช้บัตรเดบิต และ 5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในส่วนของปัจจัยด้านราคาไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมทั้งมีปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งสอดคล้องกันกับงานวิจัย

ธานนท์ นาคเนียม (2564) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิต สมาร์ทไลฟ์ จากธนาคารออมสินภาค 1 กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดบริการในภาพรวม อยู่ในระดับมากและนำแต่ละด้านมาพิจารณาถึงปัญหาที่ควรนำมาปรับปรุง ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมบริการ โดยควรเพิ่มความสะอาดของพื้นที่ในการจอดรถโดยเฉพาะของลูกค้าที่มาใช้บริการ ในด้านผลิตภัณฑ์บริการ ควรมีรูปแบบภาพสีสวย ลวดลายสวยงามบนบัตร เพื่อเพิ่มสิ่งดึงดูดใจลูกค้า มีความสนใจมากยิ่งขึ้น ในด้านราคา ค่าธรรมเนียมรายปีสำหรับบัตรค่อนข้างมีราคาที่สูงกว่าคู่แข่ง จึงทำให้ลูกค้ายังไม่ตัดสินใจสมัคร

บริการกับทางธนาคาร ในด้านกระบวนการให้บริการ การจัดเอกสารแนะนำ วิธีการใช้บริการและสถานที่ให้บริการยังมีความซับซ้อนและไม่สะดวกพอสำหรับความต้องการของลูกค้า ในด้านบุคลากรผู้ให้บริการ พนักงานต้องมีการฝึกอบรมเรื่องการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายบางครั้งจะทำให้เกิดความไม่สะดวกใจได้ ส่วนในด้านช่องทางส่งเสริมการตลาดนั้น ควรเพิ่มความเข้าใจให้ลูกค้าในการเข้าถึงข้อมูลของผลิตภัณฑ์โดยมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลผลิตภัณฑ์มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกันกับงานวิจัย

ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

ลักษณะทางประชากรด้านเพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตของสมาชิกในด้านความถี่และมูลค่าการใช้บัตรซึ่งสอดคล้องกันกับงานวิจัยของ ดุลยทัศน์ พิชมงคล (2542) ที่ศึกษาปัจจัยทางด้านการสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิต ของผู้เป็นสมาชิกจากกลุ่มตัวอย่างผู้เป็นสมาชิกบัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า

ข้อเสนอแนะ

1. กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาในครั้งนี้ไม่กระจายตัวเท่าที่ควร โดยมีสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 26-35 ปี มากถึงร้อยละ 42 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และส่วนมากประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 48.7 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
2. ข้อมูลที่รวบรวมยังอยู่ภายใต้ขอบเขตที่จำกัดภายใต้หัวข้อที่กำหนด อาจมีข้อมูลที่สำคัญที่ต้องรวบรวมเพิ่มเติมจากการสังเกตหรือการสัมภาษณ์เพิ่ม เพื่อให้มีข้อมูลที่มีรายละเอียดมากยิ่งขึ้น
3. ข้อมูลที่เก็บรวบรวมในการศึกษานี้เป็นผลจากการสำรวจในช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น ดังนั้นอาจจะต้องคำนึงถึงการนำผลการศึกษานี้ไปใช้อ้างอิง เนื่องจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการอาจเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลา

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

1. ควรเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลอื่นเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเก็บแบบสอบถามเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างและกระจายตัว เพื่อที่จะได้รับความคิดเห็น

และผลการสำรวจที่หลากหลายเพิ่มเติม ซึ่งอาจจะทำให้ได้ผลการศึกษาที่แตกต่างจากผลที่ได้ในครั้งนี้ออกไป

2. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกควรใช้วิธีการวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการเก็บข้อมูลเพิ่มเติม เช่น การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participant Participation) เป็นต้น มาประกอบกับข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อให้ได้ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโดยละเอียดในเชิงลึก เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพได้มากยิ่งขึ้น

3. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเพื่อสร้างความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และพัฒนากลยุทธ์เพื่อรักษาลูกค้าเก่าเพื่อสร้างความยั่งยืนของรายได้และกำไร รวมถึงวางแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มลูกค้าใหม่อีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการคลัง. (2559). *กระทรวงการคลังไฟเขียวให้ ธปท. ทาวีวิจัยใจคนใช้บัตรเดบิตมากขึ้น*.

สืบค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2566, จาก

<https://mgronline.com/stockmarket/detail/9540000063003>.

กรุงเทพธุรกิจ. (2560). *ผลสำรวจจีวีซ่าคนไทยนิยมใช้บัตรเดบิตมากขึ้น*. สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม

2566, จาก <https://mgronline.com/stockmarket/detail/9650000079177>.

จूरืพร หางนา. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตแบบมีความคุ้มครองอุบัติเหตุ*

(K-Max Debit Card) ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง

จังหวัดนครราชสีมา. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. นครราชสีมา:

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชญานันท์ พันธสมจิตร. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด*

(มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล.

การศึกษาค้นคว้าอิสระคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. กรุงเทพมหานคร:

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ชาญณรงค์ พชรพงศ์สกุล. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรกดเงินสด (People Card) ของ ลูกค้านาคาการออมสินสาขาปทุมธานี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร:มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- ฐิติลักษณ์ สมบุญ. (2558). *การเลือกใช้บริการบัตรออมสินวีซ่าเดบิต สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน ภาค 3 กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธนาคารออมสิน. (2566). *ประวัติธนาคารออมสิน*. สืบค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2566, จาก <https://www.gsb.or.th/about/ความเป็นมา>
- ธนาคารออมสิน. (2566). *รายงานประจำปี*. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2566, จาก <http://www.gsb.or.th/about/annualreport.php>.
- ชานนท์ นาคเนียม. (2564). *การตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิต สมาร์ทไลฟ์ จากธนาคารออมสิน ภาค 1 กรุงเทพมหานคร*. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- นภวรรณ คณานุรักษ์. (2556). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: ซีวีแอลการพิมพ์.
- ปราณี เอี่ยมละออภักดี. (2549). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: ธนาเพลส.
- พิบูล ทัพะปาล. (2549). *การบริหารการตลาด ยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพมหานคร: อมรรการพิมพ์.
- มณฑกาณจน์ ธนะสีรังกุล. (2562). *การเปิดรับสื่อทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมของกลุ่มนิวจีน เนชั่นที่มีต่อการใช้บริการเดบิต(วีซ่า คลาสสิก) ธนาคารกสิกรไทย กรณีศึกษาบัตรเดบิต BLACKPINK*. การศึกษาค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิมลรัตน์ หิรัญรัตน์. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตธนาคารออมสินสำนักพหลโยธิน*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.
- สมจิตร ถ้วนจำเจริญ. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค (ฉบับปรับปรุง)*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เอกชัย บุญยาธิฐาน. (2553). *คู่มือการวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ*. กรุงเทพมหานคร: ปัญญาชน.

Engel, J. F., Kollat, D. T., & R. D. Blackwell. (1968). *Consumer Behaviour*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Etzel, Michael J., Walker, Bruce J., & Stanton, William J. (1997). *Marketing* (11th ed.). Boston: McGraw Hill.

Kotler, P. (1997). *Marketing Management: analysis, planning, implementation and Control*. (9th ed.). New Jersey: A Simon and Schuster company.

Schiffman, L. G., & L. L. Kanuk. (1994). *Consumer Behavior*. (5th ed.). London: Prentice Hall.

แนวทางแก้ไขปัญหาสินเชื่อธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมายของธนาคารออมสิน สาขาทุ่งใหญ่ เขตนครศรีธรรมราช 2

ธีระศักดิ์ ศรีวิสัย¹, นงนภัส แก้วพลอย²

¹ คณะวิทย์พัฒน, ² คณะบริหารธุรกิจ

^{1,2} มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท กลุ่มวิชาการเงิน

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มุ่งหวังแก้ไขปัญหาสินเชื่อธุรกิจที่ไม่บรรลุเป้าหมายของธนาคารออมสิน สาขา
ทุ่งใหญ่ นครศรีธรรมราช 2 โดยการสำรวจสาเหตุหลักและค้นหาแนวทางแก้ไข จากการสอบถาม
กลุ่มตัวอย่าง 20 ราย จากจำนวนทั้งหมด 25 รายในปี 2565 – 2566 ณ วันที่ 30 กันยายน 2566
โดยวิธีการสุ่ม เจาะจง (Purposive sampling) คิดเป็นร้อยละ 80 ของลูกค้าที่มากู้สินเชื่อธุรกิจ
ลูกค้าที่เคยกู้สินเชื่อธุรกิจวงเงินตั้งแต่ 1 ล้านบาท ถึง 10 ล้านบาทกับธนาคาร และสัมภาษณ์
พนักงานของธนาคารและผู้เชี่ยวชาญ ใช้เครื่องมือทางสถิติอาทิ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย
(Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แผนภูมิแกนต์ และใช้เทคนิคการ
วิเคราะห์ 5 Whys (Why-Why Analysis) ในการวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่าสาเหตุของปัญหา
คือมาจากกระบวนการอนุมัติสินเชื่อที่ไม่รวดเร็วและไม่สะดวก กระบวนการอนุมัติสินเชื่อมีความ
ยุ่งยากและซับซ้อน แนวทางการแก้ไขปัญหาคือการปรับปรุงกระบวนการอนุมัติสินเชื่อให้มีความ
รวดเร็วและสะดวกขึ้นโดยใช้ระบบที่มีอยู่แล้ว โดยทบทวนและลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นในกระบวนการ
อนุมัติสินเชื่อ ปรับปรุงระบบที่ใช้ในการตรวจสอบและพิจารณาเอกสารให้ทันสมัยซึ่งจะช่วยเพิ่ม
ความเห็นด้วยและความภักดีของลูกค้า และเพิ่มความยืดหยุ่นในการปรับตัวของธนาคารต่อความ
ต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

คำสำคัญ: สินเชื่อธุรกิจ, กระบวนการให้บริการธนาคาร, การพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ

Solutions for Solving Business Loan Problems that Do Not Meet the Target of Government Savings Bank, Thung Yai Branch Nakhon Si Thammarat 2 District

Teerasak Sriwilai¹, Nongnapad Kaewploy²

¹ Extension School, ² School of Business

^{1,2} University of the Thai Chamber of Commerce

¹ Master's Degree Student, Concentration on Finance

Abstract

This study aims to address the problem of business credit underachievement at the Thung Yai branch of the Government Savings Bank in Nakhon Si Thammarat 2 District. It investigates the main causes and seeks solutions through surveys of a sample group of 20 out of a total of 25 customers from the years 2022-2023. Approximately 80% of these customers were frequent business credit borrowers, with loan amounts ranging from 1 million to 10 million baht. Interviews were conducted with bank employees and experts, utilizing statistical tools such as percentages, means, and standard deviations, as well as fishbone diagrams and the 5 Whys analysis technique. The study found that the problem stemmed from slow and inconvenient credit approval processes, which were complex and cumbersome. The proposed solution involves streamlining and enhancing the credit approval process by eliminating unnecessary steps, updating document review systems to improve customer insight and satisfaction, and increasing the bank's flexibility to adapt to changing customer needs.

Keywords: Business Loans, Banking Service Process, Loan Approval Consideration

บทนำ

ธนาคารออมสินเป็นสถาบันที่มีประวัติยาวนานในการให้บริการทางการเงินสำหรับการออมเงินและนโยบายรัฐ ในด้านสินเชื่อสำหรับธุรกิจ และภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องได้สร้างอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดสินเชื่อ SMEs เนื่องจากปัจจุบันมีความจำเป็นในการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงในสภาพคล่องและความต้องการของตลาด ซึ่งธนาคารที่มีความจำเป็นต้องพิจารณาแนวทางใหม่ในการขยายฐานลูกค้าและปรับปรุงบริการสินเชื่อ SMEs เพื่อสอดคล้องกับทิศทางการเติบโตในตลาดสินเชื่อธุรกิจทั่วไปเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของสินเชื่อทั้งหมดของธนาคารออมสินสาขาทุ่งใหญ่ แต่ยังคงอยู่ในสัดส่วนที่ไม่สูงมาก ภาพรวมของธนาคารออมสินปี 2565 สินเชื่อธุรกิจทั่วไป 89,066.92 ล้านบาท (หลังหักค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ) สินเชื่อทั้งหมดของธนาคาร 1,489,788.51 ล้านบาท สัดส่วน (สินเชื่อธุรกิจทั่วไป/สินเชื่อทั้งหมด) * 100 = $(89,066.92 / 1,489,788.51) * 100 = 5.98\%$ ปี 2564 สินเชื่อธุรกิจทั่วไป 83,842.47 ล้านบาท (หลังหักค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ) สินเชื่อทั้งหมดของธนาคาร 1,353,556.22 ล้านบาท สัดส่วน = $(83,842.47 / 1,353,556.22) * 100 = 6.20\%$ สินเชื่อธุรกิจทั่วไป มีการเติบโตขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน โดยเพิ่มขึ้นประมาณ 5,224.45 ล้านบาท (89,066.92 - 83,842.47) แต่สัดส่วนเทียบกับสินเชื่อทั้งหมดสัดส่วนของสินเชื่อธุรกิจทั่วไปในปี 2565 ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2564 (จาก 6.20% ลดลงเป็น 5.98%) สำหรับสาขาทุ่งใหญ่ เขตนครศรีธรรมราช 2 นั้น ปี 2565 มีเป้าหมายในการอนุมัติสินเชื่อธุรกิจเป็นจำนวน 44.30 ล้านบาท แต่จริง ๆ แล้ว ปี 2565 ได้อนุมัติสินเชื่อธุรกิจไป 55.17 ล้านบาท ซึ่งมากกว่าเป้าหมาย เมื่อเปรียบเทียบ "การทำได้" กับ "เป้าหมาย" ปรากฏว่า การทำได้คิดเป็น 124.53% ของเป้าหมาย ซึ่งหมายความว่ามีการเกินเป้าหมายในการอนุมัติสินเชื่อธุรกิจ แต่ต่อมาจะเปรียบเทียบกับสินเชื่อทั้งหมดของธนาคารออมสินสาขาทุ่งใหญ่ เขตนครศรีธรรมราช 2 จำนวน 1,123.72 ล้านบาท ซึ่งสินเชื่อธุรกิจการทำได้ 55.17 ล้านบาท คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ของสินเชื่อทั้งหมด 1,123.72 ล้านบาท = 4.91% (ที่มา: บันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานระหว่างธนาคารออมสินภาค 17 เขตนครศรีธรรมราช 2 กับสาขาทุ่งใหญ่ ประจำปี, 2565) ดังนั้น, การอนุมัติสินเชื่อธุรกิจที่ทำได้ในปี 2565 (55.17 ล้านบาท) คิดเป็นประมาณ 4.91% ของสินเชื่อทั้งหมด 1,123.72 ล้านบาทการเปรียบเทียบการอนุมัติสินเชื่อธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในปี 2565 มีการเกินเป้าหมาย 24.53% และเมื่อเทียบกับสินเชื่อทั้งหมดจำนวน 1,123.72 ล้านบาท การอนุมัติสินเชื่อธุรกิจที่ทำได้คิดเป็น 4.91% ของสินเชื่อทั้งหมด ซึ่งต่ำกว่าเป้าหมายของธนาคารตัวชี้วัดเป้าหมายการเพิ่มขึ้นของสินเชื่อ SMEs ซึ่งตัวชี้วัดนี้ธนาคารต้องการจำนวนสินเชื่อธุรกิจต่อสัดส่วนสินเชื่อบริษัทที่ 6%

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การพิจารณาอนุมัติสินเชื่อนโยบายสินเชื่อ Credit Policy เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยในการกำหนดกรอบการดำเนินงานด้านสินเชื่อของพนักงาน เพื่อให้ปฏิบัติงานด้านสินเชื่อไปในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของหน่วยงานที่กำลังดูแลและหลักปฏิบัติตามมาตรฐานสากล ตลอดจนสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากการให้สินเชื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาสินเชื่อ ใช้หลักการ 6C ในการวิเคราะห์สินเชื่อดังนี้

- 1) Character (คุณลักษณะ) วิเคราะห์ว่าผู้ขอสินเชื่อมีความน่าเชื่อถือแค่ไหน โดยดูจากประวัติการชำระหนี้และการจัดการเงินส่วนตัวในอดีต
- 2) Capacity (ความสามารถ) ตรวจสอบความสามารถในการชำระหนี้ของผู้ขอสินเชื่อ โดยอาจดูจากรายได้ รายจ่าย และหนี้สินที่มีอยู่
- 3) Capital (เงินทุน) ประเมินว่าผู้ขอสินเชื่อมีเงินทุนหรือสินทรัพย์เพียงพอที่จะรับผิดชอบหนี้หรือไม่
- 4) Collateral (หลักประกัน) วิเคราะห์หลักประกันที่ผู้ขอสินเชื่อนำมา ว่ามีคุณค่าแค่ไหนและสามารถขายหรือแปลงเป็นเงินสดได้ง่ายหรือไม่
- 5) Conditions (เงื่อนไข) ตรวจสอบเงื่อนไขทางการเงินและทางเศรษฐกิจที่อาจมีผลต่อการชำระหนี้ ซึ่งอาจเป็นระยะเวลาของสินเชื่อ อัตราดอกเบี้ย หรือเงื่อนไขอื่น ๆ
- 6) Country (ประเทศ) ปัจจัยภายนอกที่อาจมีผลกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ รวมถึงสถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศ นโยบายของรัฐบาล และปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจกระทบผู้ให้สินเชื่อจะใช้หลักเหล่านี้เพื่อวิเคราะห์และตัดสินใจว่าจะอนุมัติสินเชื่อหรือไม่ และถ้าอนุมัติจะอนุมัติในเงื่อนไขใด

3. กลยุทธ์การตลาดทฤษฎีและแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7P การใช้กลยุทธ์การตลาด 7P เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันการเงินและลูกค้าในด้านการให้สินเชื่อ 7P ประกอบไปด้วย Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, และ Process การใช้กลยุทธ์ 7P ในสินเชื่อธุรกิจได้แก่ 1) Product (ผลิตภัณฑ์) สินเชื่อธุรกิจครอบคลุมตั้งแต่สินเชื่อทุนหมุนเวียน สินเชื่อสำหรับโครงการใหม่ สินเชื่อสำหรับการขยายกิจการ และอื่น ๆ มีการกำหนดข้อตกลงและเงื่อนไขที่เป็นมิตรกับธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง (SMEs) 2) Price (ราคา) ดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่เป็นกลางแต่ยังคงความยืดหยุ่นเพื่อสนับสนุนธุรกิจโปรโมชันพิเศษสำหรับธุรกิจใหม่หรือธุรกิจที่มีศักยภาพ 3) Place (สถานที่) ระบบออนไลน์สำหรับการสินเชื่อและการชำระเงิน สถานที่ตั้งของธนาคารที่เข้าถึงธุรกิจได้ง่ายและอยู่ใกล้กับลูกค้า 4) Promotion (โปรโมชัน) แคมเปญสื่อสารมวลชนเพื่อประชาสัมพันธ์

สินเชื่อธุรกิจ การจัดสรรหรือเวิร์กช็อปที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเงินในธุรกิจ 5) People (คน) พนักงาน หรือทีมงานสินเชื่อที่ได้รับการฝึกสอนเฉพาะทางในการประเมินและจัดการสินเชื่อธุรกิจ บริการลูกค้าที่รู้เรื่องธุรกิจและสามารถให้คำปรึกษาได้ 6) Physical Evidence (หลักฐานทางกายภาพ) เสนอหลักฐานหรือเอกสารที่ชัดเจนและเป็นมิตรกับผู้ประกอบการ ระบบที่ให้ข้อมูลและสถิติการใช้สินเชื่อได้เป็นระยะ 7) Process (กระบวนการ) กระบวนการอนุมัติที่รวดเร็วและระบบการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพขั้นตอนในการสมัครระบบคือง่ายและไม่ซับซ้อน

4. แผนภูมิก้างปลา (Fishbone Diagram) คือเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัญหาโดยเน้นการหาสาเหตุของปัญหานั้น ๆ มักใช้ในขั้นตอนการหาสาเหตุที่เป็นรากเหง้าของปัญหา (Root Cause Analysis) ในด้านการจัดการคุณภาพ มีลักษณะคล้ายกราฟที่มีลักษณะเป็นก้างปลา แผนผังสาเหตุและผลหรือผังก้างปลา (Fishbone Diagram) ที่สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรมแห่งญี่ปุ่น (JIS) นิยามไว้ เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหา และแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างสาเหตุและผลกระทบของปัญหานั้น ๆ ในรูปแบบที่เป็นระบบ

5. การวิเคราะห์ 5 Whys (Why - Why) เป็นเทคนิคในการหาสาเหตุของปัญหาที่แท้จริง โดยจะถามคำถาม “ทำไม” ต่อเนื่องจนกว่าจะหาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหาได้ วิธีนี้เป็นหนึ่งในเทคนิคที่ใช้ในการแก้ไขปัญหา (Problem Solving) และปรับปรุงกระบวนการ (Continuous Improvement) อย่างมีประสิทธิภาพ ขั้นตอนในการวิเคราะห์ 5 Whys ระบุปัญหา เริ่มต้นจากการระบุปัญหาหรือสถานการณ์ที่คุณต้องการแก้ไขถาม “ทำไม” ครั้งแรก ถามคำถาม “ทำไม” ในลักษณะที่เจาะจงและตรงไปตรงมา เพื่อหาสาเหตุที่ขับเคลื่อนปัญหานั้น ตอบคำถาม ให้คำตอบที่มีข้อมูลและข้อเท็จจริงเป็นหลัก ถาม “ทำไม” ต่อ ซ้ำขั้นตอน 2 และ 3 จนกว่าจะถึงสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา ปกติจะถามอย่างน้อย 5 ครั้ง แต่บางครั้งอาจจำเป็นต้องถามมากกว่านั้น และสรุปและสร้างแผนปฏิบัติการ หลังจากหาสาเหตุที่แท้จริงได้ ควรจะสร้างแผนปฏิบัติการเพื่อแก้ปัญหาหรือปรับปรุงกระบวนการ

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการศึกษาประกอบด้วยการเก็บจากแบบสอบถามลูกค้าเดิมจำนวน 20 ราย และสัมภาษณ์ลูกค้าใหม่จำนวน 10 ราย นอกจากนี้ยังมีการสัมภาษณ์พนักงานธนาคารและผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วยพนักงานในสาขา 10 ราย ผู้เชี่ยวชาญด้านสินเชื่อธุรกิจ 3 ราย ผู้บริการธนาคาร 3 ราย เพื่อเข้าใจปัญหาและความต้องการของพวกเขา เพื่อวิเคราะห์มุมมองที่แตกต่าง ใช้เครื่องมือทางสถิติ

และแผนภูมิแก่งปลาในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับ เพื่อหาสาเหตุหลักของปัญหาและค้นหาแนวทางในการปรับปรุง

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ประกอบด้วยลูกค้าของธนาคารออมสินที่เคยใช้บริการสินเชื่อธุรกิจในปี 2565 และปี 2566 โดยวิธีการสุ่ม เจาะจง (Purposive sampling) จำนวนตัวอย่าง 20 ราย การเลือกตัวอย่างนี้ดำเนินการอย่างมีระบบ โดยมีการสุ่มเลือกลูกค้า ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 โดยวิธีการสุ่ม เจาะจง (Purposive sampling) จากฐานข้อมูลของธนาคารจากจำนวนทั้งหมด 25 รายในปี 2565-2566 คิดเป็น 80% ของลูกค้าที่มากู้สินเชื่อธุรกิจลูกค้าที่เคยกู้สินเชื่อธุรกิจวงเงินตั้งแต่ 1 ล้านบาท ถึง 10 ล้านบาทกับธนาคาร และสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขาทุ่งใหญ่ ที่ไม่เคยขอกู้สินเชื่อธุรกิจจำนวน 10 ราย สัมภาษณ์พนักงานของธนาคารออมสิน สาขาทุ่งใหญ่ 10 ราย สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านสินเชื่อธุรกิจ 3 ราย และผู้บริหาร 3 ราย เพื่อให้ได้มุมมองที่หลากหลายและครอบคลุมต่อปัญหาที่กำลังศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้การสำรวจและสัมภาษณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยเครื่องมือทางสถิติ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามการใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าที่เป็นลูกค้าปัจจุบันของธนาคารออมสิน สาขาทุ่งใหญ่ เขตนครศรีธรรมราช 2 ที่เคยใช้บริการสินเชื่อธุรกิจในปี 2565 และปี 2566 โดยวิธีการสุ่ม เจาะจง (Purposive sampling) จำนวนตัวอย่าง 20 ราย ประเภทข้อมูล ข้อมูลส่วนตัว เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจ ระดับยอดขาย สถานที่ประกอบการปัจจุบัน พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจ คำถามในแบบสอบถามโดยมุ่งหา ความต้องการ และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ ด้านการให้สินเชื่อ 7P ประกอบไปด้วย Product, Price, Place, Promotion, People, Process, และ Physical Evidence คิดเห็นและประสบการณ์เฉพาะในการใช้งาน และบริการสาขาทุ่งใหญ่ เขตนครศรีธรรมราช 2 และกลุ่มตัวอย่างที่เลือกสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องเช่น ลูกค้า พนักงานของธนาคาร หรือผู้เชี่ยวชาญด้านสินเชื่อธุรกิจ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยผู้วิจัยจะเริ่มต้นด้วยการนัดหมาย วัน เวลา สถานที่ที่จะทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยใช้เครื่องมือการบันทึกเสียง และการจดบันทึก แบบสัมภาษณ์ คำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ ที่สอดคล้องกับ 7P (Product, Price, Place,

Promotion, People, Physical Evidence และ Process) ของพนักงานของธนาคารออมสิน สาขา
ทุ่งใหญ่ เขตนครศรีธรรมราช 2 และผู้เชี่ยวชาญด้านสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน
เขตนครศรีธรรมราช 2 ซึ่งประกอบด้วยผู้อำนวยการเขต ผู้ช่วยผู้อำนวยการเขต พนักงานวิเคราะห์
สินเชื่อธุรกิจประจำเขตสามารถปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมคำถามในระหว่างการสัมภาษณ์ขึ้นอยู่กับ
สถานการณ์และข้อมูลที่ต้องการได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยการใช้เครื่องมือทางสถิติและการใช้แผนภูมิแก๊งปลา เพื่อ
วิเคราะห์และหาสาเหตุหลักของปัญหาสินเชื่อธุรกิจที่ไม่บรรลุเป้าหมาย ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ
และสัมภาษณ์ถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา โดยใช้การวิเคราะห์ 5 Whys
(Why - Why)

ผลการศึกษา

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ประกอบด้วยลูกค้าธนาคารออมสิน
จำนวน 20 ราย โดยมีการสุ่มเลือกลูกค้า ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 โดยวิธีการสุ่มเจาะจง
(Purposive sampling) จากฐานข้อมูลของธนาคารจากจำนวนทั้งหมด 25 รายในปี 2565 – 2566
ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 55 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 45 มีอายุ
ระหว่าง 31-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 85 อายุ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15 และอายุต่ำกว่า 30 ปี ไม่มี
ในกลุ่มตัวอย่าง ตามลำดับ สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างมีสถานะภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 65
สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 30 และสถานภาพหย่า หม้าย แยกกันอยู่ (ร้าง) คิดเป็นร้อยละ 5
ตามลำดับ ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 65 ต่ำกว่าปริญญาตรี คิด
เป็นร้อยละ 20 และ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 15 ตามลำดับ ประเภทธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง
ค้าปลีกหรือค้าส่ง คิดเป็นร้อยละ 60 กิจการร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 15 ธุรกิจเกษตรหรือประมง
คิดเป็นร้อยละ 10 กิจการอื่น ๆ ที่มีเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 10 และ
อุตสาหกรรมแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ ระดับยอดขายหรือรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง 2-
5 แสนบาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 40 ต่ำกว่า 2 แสนบาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 30 สูงกว่า 1

ล้านบาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 20 และ 5 แสนบาท – 1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ
สถานที่ประกอบกิจการส่วนใหญ่เป็นของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 80 และเช่า คิดเป็นร้อยละ 20

ระดับตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

การกำหนดตัวแปรต้นและตัวแปรตามเพื่อวิเคราะห์ปัญหาในการบริการสินเชื่อธุรกิจของ
ธนาคารออมสิน ตัวแปรต้นคือปัจจัยต่าง ๆ เช่น กระบวนการให้บริการ ระดับความพึงพอใจของ
ลูกค้าและปัจจัยภายในของธนาคารที่อาจมีผลต่อการให้บริการสินเชื่อ ตัวแปรตามในการศึกษานี้คือ
ปัญหาที่ทำให้สินเชื่อธุรกิจไม่บรรลุเป้าหมาย ซึ่งวัดจากระดับความเห็นด้วยและความภักดีของลูกค้า
ต่อธนาคาร

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามมุ่งเน้นไปที่การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาที่
ทำให้สินเชื่อธุรกิจไม่บรรลุเป้าหมาย ผลกระทบของกระบวนการให้บริการสินเชื่อและระดับ
ความเห็นด้วยของลูกค้าต่อผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในการปรับปรุงบริการสินเชื่อ

ผลจากศึกษาจากแบบสอบถาม

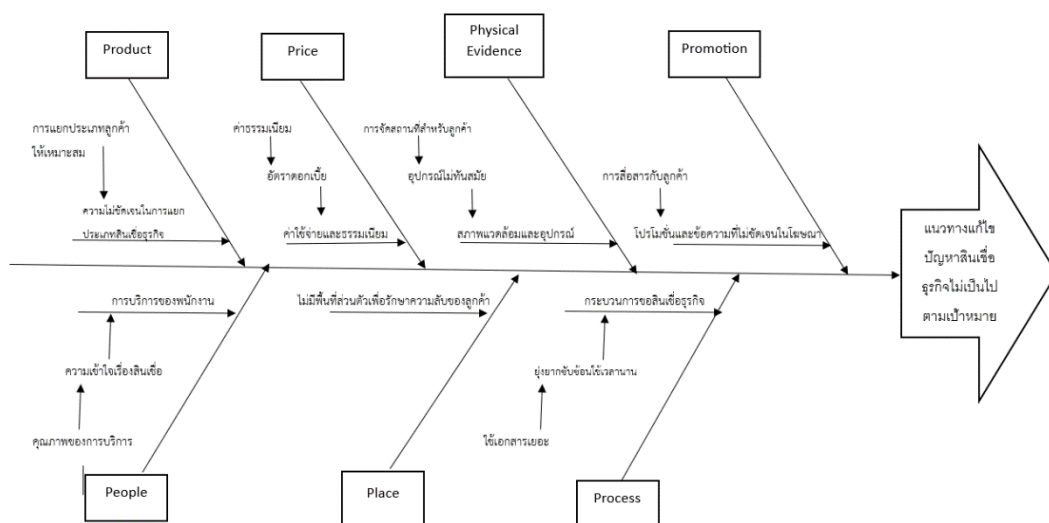
ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องติดต่อ ยื่นเอกสาร หรือติดตามสถานะจนได้รับการ
อนุมัติสินเชื่อ จำนวน 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 55 กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์การขอใช้สินเชื่อธุรกิจ
สำหรับเป็นเงินทุนหมุนเวียน คิดเป็นร้อยละ 55 กลุ่มตัวอย่างคิดว่าราคาค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ
สินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน สาขาทุ่งใหญ่ เขตนครศรีธรรมราช 2 ราคาปานกลาง คิดเป็นร้อย
ละ 75 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างจะแนะนำบริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสินสาขา
ทุ่งใหญ่ให้กับคนรู้จัก แนะนำแน่นอนคิดเป็นร้อยละ 100 ผลการวิเคราะห์ปัจจัย 7P (Product,
Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence และ Process) ที่มีผลต่อการลดลงของ
สินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสินสาขาทุ่งใหญ่ เขตนครศรีธรรมราช 2 ระดับความเห็นด้วย ด้าน
ผลิตภัณฑ์ (Product) มีระดับมากที่สุด พึงพอใจกับวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารอนุมัติ ค่าเฉลี่ย 4.90 ด้าน
ราคา (Price) มีระดับมากที่สุด การผ่อนชำระเงินมีความยืดหยุ่น ค่าเฉลี่ย 4.60 มีระดับมาก ด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel Distribution) มีระดับมากที่สุด สาขาของธนาคารอยู่ใน
ที่ที่สะดวกต่อคุณ ค่าเฉลี่ย 4.80 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีระดับมากที่สุด การ
สื่อสารของธนาคารเกี่ยวกับโปรโมชั่นชัดเจนและเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ย 4.70 ด้านบุคคล (People)
มีระดับมากที่สุด พนักงานของธนาคารให้บริการอย่างมีอาชีพและเป็นกันเอง ค่าเฉลี่ย 4.75 ด้าน

ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) มีระดับมากที่สุด สถานที่ของธนาคารมีความสะอาด และเป็นระเบียบ ค่าเฉลี่ย 4.80 ด้านกระบวนการ (Process) มีระดับมากที่สุด ธนาคารให้ข้อมูลที่ครบถ้วนและชัดเจนในทุกขั้นตอนของกระบวนการสินเชื่อ ค่าเฉลี่ย 4.75 สามารถติดต่อธนาคารได้อย่างง่ายดายเมื่อมีปัญหาหรือคำถามตลอดระยะเวลาระหว่างที่ยื่นกู้ ค่าเฉลี่ย 4.75 และกระบวนการสมัครและอนุมัติสินเชื่อเป็นไปอย่างรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.70 ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนถึงความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อบริการของธนาคาร ซึ่งถ้าบริการดังกล่าวไม่ตอบโจทย์หรือมีข้อจำกัดบางประการที่ทำให้ลูกค้าไม่สามารถใช้สินเชื่อได้ตามที่ต้องการก็อาจส่งผลให้ปริมาณสินเชื่อธุรกิจที่ลดลง

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์พนักงาน ผู้บริหาร รวมถึงผู้เชี่ยวชาญด้านสินเชื่อธุรกิจประจำธนาคารออมสิน เขตนครศรีธรรมราช 2 และกลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยขอกู้สินเชื่อธุรกิจ มีความกังวลเกี่ยวกับความซับซ้อนในการเก็บเอกสาร ความยุ่งยากและเวลาที่ใช้ในการอนุมัติ ประเด็นปัญหา ด้านกระบวนการ (Process) ซึ่ง ประเด็นปัญหาที่ควรแก้ไขคือ ข้อยุ่งยากและเวลาในการอนุมัติหรือปฏิเสธสินเชื่อ และควรทบทวนและปรับปรุงกระบวนการขอสินเชื่อธุรกิจเพื่อเพิ่มความรวดเร็วและลดความซับซ้อนในการเก็บเอกสาร และข้อมูลของลูกค้า พบว่ามีสาเหตุ คือ ข้อยุ่งยากปริมาณเอกสารที่เกินความจำเป็น และเวลาในการอนุมัติหรือปฏิเสธสินเชื่อ มีปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการอนุมัติสินเชื่อเกี่ยวกับขั้นตอนการรวบรวมเอกสารของลูกค้าที่ไม่ครบตามที่ธนาคารกำหนด เป็นเหตุให้ความยุ่งยาก ส่งผลต่อเวลาที่ใช้ในการอนุมัติหรือปฏิเสธสินเชื่อเพิ่มขึ้น

ภาพ 1 วิเคราะห์สาเหตุของปัญหาด้วยแผนผังก้างปลา (Fishbone Diagram)



แนวทางเลือกสำหรับการแก้ไขปัญหาทางที่เลือก

1. การใช้ข้อมูลใหญ่ (Big Data) และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ 2. การนำร่อง
โครงการสินเชื่อธุรกิจแบบใหม่ที่มีความยืดหยุ่น 3. การพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลและเทคโนโลยี
Fintech 4. การปรับปรุงกระบวนการอนุมัติสินเชื่อ

ทางเลือกที่แนะนำ

ทางเลือกที่ 4 การปรับปรุงกระบวนการอนุมัติสินเชื่อให้มีความรวดเร็วและสะดวกขึ้น
เหตุผลประกอบทางเลือกนี้คือ ความเป็นไปได้เชิงเทคนิค (Technical Feasibility) การปรับปรุง
กระบวนการสามารถทำได้โดยใช้ระบบและทรัพยากรที่ธนาคารมีอยู่แล้ว โดยไม่จำเป็นต้องมีการ
ลงทุนเพิ่มเติมอย่างมากเช่นการพัฒนาแบบใหม่ทั้งหมด และการประเมินทางการเงิน (Financial
Feasibility) ซึ่งการลงทุนต่ำกว่าทางเลือกอื่น ๆ และมีโอกาสที่จะเห็นผลตอบแทนได้เร็ว เนื่องจาก
สามารถลดเวลาในการประมวลผลและช่วยเพิ่มปริมาณการอนุมัติสินเชื่อ แนวทางการแก้ไขปัญหา
คือการปรับปรุงกระบวนการอนุมัติสินเชื่อให้มีความรวดเร็วและสะดวกขึ้น โดยใช้ระบบที่มีอยู่แล้ว
โดยทบทวนและลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นในกระบวนการอนุมัติสินเชื่อ ปรับปรุงระบบที่ใช้ในการ
ตรวจสอบและพิจารณาเอกสารให้ทันสมัย การกำหนดดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs) สำหรับทางเลือก
ที่ 4 “การปรับปรุงกระบวนการอนุมัติสินเชื่อ” จะช่วยในการวัดและประเมินผลความสำเร็จของ
โครงการได้คือเวลาในการตัดสินใจอนุมัติสินเชื่อ (Approval Time) เป้าหมาย ลดเวลาการตัดสินใจ
ลง 20% ภายใน 6 เดือนหลังจากปรับปรุงกระบวนการ วิธีการวัด ใช้เวลาเฉลี่ยในการอนุมัติสินเชื่อ
ก่อนและหลังจากการปรับปรุง จำนวนการอนุมัติสินเชื่อ (Number of Approvals) เป้าหมายคือ
เพิ่มจำนวนการอนุมัติสินเชื่อขึ้น 15% ภายใน 6 เดือน วิธีการวัด ใช้จำนวนการอนุมัติสินเชื่อทั้งหมด
ในแต่ละเดือน ในส่วนความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป้าหมายคือเพิ่มความ
พึงพอใจของลูกค้าในกระบวนการใหม่น้อย 10% ภายใน 1 ปี วิธีการวัดคือผลสำรวจความพึง
พอใจของลูกค้าก่อนและหลังจากปรับปรุงจำนวนคำร้องขอกู้สินเชื่อ (Number of Loan
Applications) เป้าหมายคือเพิ่มจำนวนคำร้องขอกู้สินเชื่อ 10% หลังการปรับปรุงกระบวนการ
วิธีการวัด ใช้จำนวนคำร้องขอกู้สินเชื่อที่รับเข้ามาทั้งหมดในแต่ละเดือน, ความถูกต้องและความเร็ว
ของกระบวนการ (Accuracy and Efficiency) เป้าหมายคือลดข้อผิดพลาดในการประมวลผลคำ
ร้องขอสินเชื่อลง 5% และเพิ่มความเร็วในการประมวลผล 15% วิธีการวัด ใช้จำนวนข้อผิดพลาดที่
พบและเวลาที่ใช้ในการประมวลผลคำร้องเทียบกับข้อมูลก่อนการปรับปรุง

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการปรับปรุงกระบวนการให้บริการสินเชื่อมีผลต่อระดับความเห็นด้วย ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงรวมถึงการทำให้กระบวนการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วขึ้นและการใช้เทคโนโลยีทันสมัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ สำหรับการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเปรียบเทียบของธนาคารอื่น ๆ ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกันเพื่อจะได้ศึกษาถึงความแตกต่างเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการให้มีประสิทธิภาพต่อไป

การศึกษาแนวทางแก้ไขปัญหาลินเชื่อธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมายของธนาคารออมสินสาขาทุ่งใหญ่ เขตนครศรีธรรมราช 2 การวิเคราะห์และการอภิปรายผลการศึกษากับทฤษฎีแสดงให้เห็นว่ามีความสอดคล้องกันอย่างมาก แต่ละปัญหาที่เกิดขึ้นสามารถตรวจสอบและอภิปรายได้โดยใช้แนวคิดของ 7P ทฤษฎีนี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้เราเข้าใจปัญหา แต่ยังช่วยในการหาแนวทางแก้ไขปัญหให้กับธนาคารด้วย ในทำนองเดียวกัน การที่ธนาคารได้ใช้ทฤษฎี 7P เป็นกรอบคิดในการวิเคราะห์ปัญหาและหาแนวทางแก้ไข แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของทฤษฎีนี้ในการจัดการปัญหาทางการตลาดและการให้บริการของธนาคาร และผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าปัญหาหลักคือกระบวนการอนุมัติที่ไม่เอื้ออำนวยและความไม่พึงพอใจของลูกค้า การศึกษานี้แนะนำการปรับปรุงกระบวนการเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลดีต่อประสิทธิภาพของธนาคารในการให้บริการกู้ยืมแก่ธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรดา ศานติวงศ์การ (2561) ซึ่งปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากการได้ศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาลดลงของสินเชื่อธุรกิจ ที่ธนาคารออมสินสาขาทุ่งใหญ่ เขตนครศรีธรรมราช 2 แนวทางและข้อเสนอแนะที่ได้เสนอไปมี 4 ประการ ได้แก่ 1. การใช้ข้อมูลใหญ่ (Big Data) และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจทำให้สามารถปรับเงื่อนไขสินเชื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้นและลดความซับซ้อนในการอนุมัติสินเชื่อ 2. การนำร่องโครงการสินเชื่อธุรกิจแบบใหม่ที่มีความยืดหยุ่นการเสนอสินเชื่อประเภทนี้จะช่วยให้ลูกค้าสามารถปรับขนาดและเงื่อนไขของสินเชื่อให้เข้ากับธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงได้เร็วขึ้น 3. การพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลและเทคโนโลยี Fintech ลดขั้นตอนทางเอกสาร และให้ข้อเสนอสินเชื่อที่ตรงกับ

ความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้ทันที 4. การปรับปรุงกระบวนการอนุมัติสินเชื่อ การปรับปรุง
กระบวนการอนุมัติสินเชื่อให้มีความรวดเร็วและสะดวกขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

การศึกษาค้างนี้ ผู้ศึกษามีการเก็บข้อมูลที่ได้จากฐานข้อมูลของลูกค้าภายในธนาคารเท่านั้น ทำให้การทำแบบสอบถาม ไม่ตรงกับความต้องการตามเป้าหมายที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ เนื่องจากความจำกัดของจำนวนลูกค้าผู้ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจภายในสาขาทุ่งใหญ่ ปี 2565 – 2566 มีอย่างจำกัดจำนวน 20 รายเท่านั้น เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ชัดเจนควรวางแผนในการเก็บข้อมูลที่รัดกุมมากขึ้น และควรศึกษาเปรียบเทียบของธนาคารอื่น ๆ ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกันเพื่อจะได้ศึกษาถึงความแตกต่างเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการให้มีประสิทธิภาพต่อไป

เอกสารอ้างอิง

วีรดา ศานติวงศ์การ. (2561). ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า ในการซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านขายยาเดอะฟาร์มา ในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.

การศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน สาขาเหนือคลอง จังหวัดกระบี่

ท้าววัฒน์ หมื่นสนธิ¹, วรณรพี บานชื่นวิจิตร²

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจ

^{1,2} มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท กลุ่มวิชาการเงิน

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน สาขาเหนือคลอง จังหวัดกระบี่ เพื่อหาวิธีแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น โดยการศึกษาได้นำเสนอข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารธนาคารและการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อวิเคราะห์และหาทางแก้ไขปัญหาย่อยเชิงลึก วิธีการศึกษาการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ข้อมูลปฐมภูมิ เก็บรวบรวมโดยใช้เครื่องมือการสำรวจแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ข้อมูลทุติยภูมิ ศึกษาแนวคิดงานวิจัย เอกสารทางวิชาการ และข้อมูลที่มีพื้นฐานข้อมูลออนไลน์ ข้อมูลเอกสาร ระเบียบคำสั่ง ข้อปฏิบัติ ของธนาคารออมสิน จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ผู้บริหารธนาคารออมสินสาขาเหนือคลอง จำนวน 3 คน แบบสอบถาม ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสินสาขาเหนือคลอง จังหวัดกระบี่ ทั้งลูกค้าที่เคยซื้อสลากออมสินพิเศษและยังไม่เคยซื้อสลากออมสินพิเศษ จำนวน 109 ราย ผลการวิจัยพบว่าสาเหตุหลักของปัญหามาจากคุณภาพของพนักงานในการให้บริการ ดังนั้นแนวทางแก้ไขปัญหานั้นได้แก่การเน้นการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ของพนักงานในการให้บริการ ทั้งในรูปแบบภายในสาขาและออนไลน์ เพื่อเพิ่มศักยภาพและคุณภาพในการให้บริการลูกค้า โดยมุ่งเน้นการลดค่าใช้จ่ายและสร้างแรงจูงใจให้แก่บุคลากร เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเต็มความสามารถในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายและสามารถเป็นการแก้ไขปัญหาอย่างยั่งยืนต่อการเพิ่มยอดสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน สาขาเหนือคลอง จังหวัดกระบี่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในระยะยาว

คำสำคัญ: ธนาคารออมสิน, สลากออมสินพิเศษ, กลยุทธ์การตลาด

The Sales of GSB Savings Certificate Offered by the Government Savings Bank at the Nuea Khlong Branch in Krabi Province

Thadtawat Muensanit¹, Wanrapee Banchuenvijit²

^{1,2} School of Business

^{1,2} University of the Thai Chamber of Commerce

¹ Master's Degree Student, Concentration on Finance

Abstract

The study aimed to enhance the sales of GSB savings certificate offered by the Government Savings Bank at the North Khlong Branch in Krabi province. It sought to address issues by conducting an in-depth analysis based on data acquired from interviews with bank executives and information gathered from a sample group. The research methodology involved two types of data collection: primary data collected through interview surveys and questionnaires and secondary data encompassing geographical studies, theoretical concepts, research work, academic documents, and online databases. Additionally, it included bank documents, regulations, and practices. The sample population was divided into two segments: interviews with three bank executives from the North Khlong Branch and a questionnaire distributed among customers, both those who had purchased GSB savings certificate previously and those who had not (totaling 109 respondents). The research findings identified that the primary issue causing problems was the quality of service provided by the bank's staff. Consequently, the proposed solutions recommended a focus on training and developing the knowledge of the staff in service provision. This training was suggested to be conducted both within the branch and online, aimed at enhancing the competence and quality of customer service. The primary aim was to reduce costs while creating motivation among staff, enabling them to perform their duties efficiently and to their fullest potential. This initiative aimed to provide a sustainable and effective solution to improve the sales of GSB savings certificate at the

Government Savings Bank's North Khlong Branch in Krabi province, ensuring long-term efficiency and sustainability.

Keywords: Government Savings Bank, GSB Savings Certificate, Marketing Strategy

บทนำ

ธนาคารออมสินเป็นสถาบันการเงินของรัฐที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนการพัฒนาชนบทและผู้ประกอบการรายย่อย โดยให้บริการสินเชื่อและการฝากเงินในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการออมและการพัฒนาทรัพยากรในชุมชน มีการก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2450 โดยพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว และได้รับการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงสถานะจาก “คลังออมสิน” เป็น “ธนาคารออมสิน” ในปี พ.ศ. 2490 ซึ่งมุ่งเน้นให้บริการและส่งเสริมการออมและการลงทุนในชุมชน รวมถึงการสนับสนุนให้บริการรูปแบบเงินฝากที่หลากหลายแก่ประชาชนทั่วไปด้วยช่องทางการฝาก-ถอนที่สะดวกสบายและปลอดภัยในการทำธุรกรรมการเงินโดยรวม ธนาคารนี้มีโครงสร้างการควบคุมการดำเนินงานที่มีคณะกรรมการที่มีหน้าที่ควบคุมการบริหารจัดการทั้งหมด 9 คณะ ซึ่งรวมถึงการแบ่งโครงการการบริหารงานหลักออกเป็น 11 กลุ่ม และมีทั้งหมด 33 สายงาน เพื่อรองรับความต้องการในการให้บริการทางการเงินต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าอย่างครอบคลุม สาขาของธนาคารออมสินมีการจัดการแบ่งแยกออกเป็นหลายสายงานเพื่อให้บริการที่ครอบคลุมและตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมีผู้จัดการและผู้ช่วยผู้จัดการ 2 คนที่แต่ละสาขา ซึ่งมีหน้าที่ดูแลด้านการเงินและการดำเนินงานทั้งหมดภายใต้ระบบของธนาคารออมสิน รวมถึงการให้บริการผ่านระบบดิจิทัลและการบริการทางการเงินระหว่างประเทศ จากการลดลงของยอดสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน สาขาเหนือคลองในช่วงปี 2563-2565 โดยอัตราเติบโตลดลงติดต่อกันจาก -1.58% ในปี 2563 ลดลงเป็น -2.18% ในปี 2564 และลดลงมาถึง -10.87% ในปี 2565 สะท้อนถึงภาวะทางการเงินที่ไม่คล่องตัว เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 และสภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ผลที่เกิดขึ้นคือการลดลงของยอดสลากออมสินพิเศษของบุคคลทั่วไป ธนาคารต้องปรับแผนการดำเนินงานและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเสริมสภาพคล่องทางการเงิน ซึ่งถือเป็นปัญหาสำคัญที่ต้องแก้ไขเร่งด่วนในองค์กรธนาคารออมสิน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสาเหตุของปัญหาการเพิ่มยอดสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน สาขาเหนือคลอง จังหวัดกระบี่
2. เพื่อศึกษาแนวทางแก้ไขปัญหาการเพิ่มยอดสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน สาขาเหนือคลอง จังหวัดกระบี่ และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

การเพิ่มยอดขายสินค้าพิเศษของธนาคารออมสินต้องใช้ข้อมูลการสำรวจตลาด การสัมภาษณ์ลูกค้า และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อปัญหาดังกล่าว การแก้ไขปัญหาจะต้องมีการวิเคราะห์ละเอียดและปรับกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกผลิตภัณฑ์สินค้าออมสินและปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของการบริการจะช่วยให้สามารถปรับแก้ปัญหาและพัฒนากลยุทธ์การตลาดได้อย่างเหมาะสมต่อความต้องการของลูกค้าในอนาคต

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Phillip Kotler (1988, 3 อ้างอิงในนันทิชา หาสนธิ, 2561, 2) กล่าวว่า ได้ให้ความหมายของการการตลาดไว้ว่า คือ กระบวนการบริหารของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล เพื่อให้ได้รับการตอบสนองความจำเป็นและความต้องการ จากการแลกเปลี่ยนระหว่างผลิตภัณฑ์และมูลค่าผลิตภัณฑ์นั้น

กลยุทธ์การตลาด 7P

1. Product (ผลิตภัณฑ์) การพัฒนาและการจัดการผลิตภัณฑ์หรือบริการให้เหมาะสมกับตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างคุณค่าแก่ลูกค้า
2. Price (ราคา) กำหนดราคาที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยพิจารณาความคุ้มค่าและส่วนแบ่งกำไร
3. Place (ช่องทางการจัดจำหน่าย) การเลือกและจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้สะดวกและเหมาะสม
4. Promotion (การส่งเสริมการตลาด) กิจกรรมการโปรโมตและสร้างความตระหนักให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการผ่านการโฆษณา โปรโมชัน และกิจกรรมส่งเสริม
5. People (บุคลากร) บุคลากรที่มีบทบาทในการให้บริการและสร้างประสบการณ์ลูกค้า พร้อมทักษะและการฝึกอบรมที่เพียงพอ
6. Physical Evidence (สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ) สัญลักษณ์และบ่งชี้ที่แสดงถึงคุณภาพและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

7. Process (กระบวนการ) กระบวนการที่ใช้ในการจัดทำผลิตภัณฑ์หรือบริการและให้บริการลูกค้า ให้มีประสิทธิภาพและคุณภาพ

ชลธิชา สายศิลา (2561) และ อัลเบิร์ต ฮัมฟรีย์ (Albert Humphrey) ผู้คิดค้น SWOT Analysis ได้ให้ความหมายของคำว่า การวิเคราะห์สวอต (SWOT Analysis) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ หรือการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์สำหรับองค์กรหรือโครงการ

กลยุทธ์การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT Analysis

1. Strengths (จุดแข็ง) เป็นคุณสมบัติ ความสามารถ หรือทรัพยากรที่องค์กรมีที่ช่วยให้องค์กรมีความเหนือคู่แข่ง
2. Weaknesses (จุดอ่อน) เป็นคุณสมบัติหรือข้อจำกัดที่องค์กรมีที่อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน
3. Opportunities (โอกาส) เป็นสถานการณ์หรือปัจจัยที่องค์กรสามารถนำมาใช้เพื่อเติบโตและประสบความสำเร็จ
4. Threats (อุปสรรค) เป็นสถานการณ์หรือปัจจัยที่อาจเป็นอันตรายหรือส่งผลกระทบต่อองค์กร

Heinz Weihrich (1982) TOWS มีต้นกำเนิดจากกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning Process) โดยเป็นเครื่องมือที่เข้ามาช่วยในขั้นตอนหากลยุทธ์ทางเลือก (Alternative Strategies) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกและภายในขององค์กร เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางเลือกต่อสถานการณ์ต่าง ๆ

กลยุทธ์กระบวนการวางแผน TOWS Matrix

1. SO (Strengths-Opportunities) กลยุทธ์เชิงรุก
2. WO (Weaknesses-Opportunities) กลยุทธ์เชิงแก้ไข
3. ST (Strengths-Threats) กลยุทธ์เชิงป้องกัน
4. WT (Weaknesses-Threats) กลยุทธ์เชิงรับ

กลยุทธ์แนวคิดแผนผังกังปลา

คาโอรุ อชิกาวะ (2463) เครื่องมือในการค้นหาสาเหตุและผลกระทบที่เกิดขึ้น ช่วยให้คุณสามารถหาสาเหตุของข้อบกพร่องและความล้มเหลวในกระบวนการต่าง ๆ ในภาษาไทยนิยมเรียกสองแบบคือ แผนภูมิกังปลา

กลยุทธ์ปัจจัย 4S

1. Surrounding (สิ่งแวดล้อม) สิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อปัญหาหรือสถานการณ์ที่ต้องการวิเคราะห์
2. Supplier (พัสดุ อุปกรณ์) พักหรืออุปกรณ์ที่มีความสำคัญในกระบวนการผลิตหรือการให้บริการ
3. System (ระบบ) กระบวนการและระบบที่เกี่ยวข้องกับปัญหาหรือสถานการณ์ที่ต้องการวิเคราะห์
4. Skill (ทักษะ) ความรู้และทักษะของบุคคลที่มีบทบาทในการจัดการปัญหาหรือสถานการณ์ที่ต้องการวิเคราะห์

เครื่องมือในการวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลปฐมภูมิ แบ่งออกเป็น แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ประกอบด้วย ปัจจัยประกอบด้วยปัจจัยด้านนโยบายธนาคาร และปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาด ส่วนแบบสอบถามประกอบด้วยกลยุทธ์การตลาด 7P และกลยุทธ์ปัจจัย 4S ซึ่งปัจจัยและทฤษฎีดังกล่าวจะสะท้อนถึงสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งในด้านของปัจจัยภายในและภายนอกธนาคาร เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อหาแนวทางแก้ไข
2. ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้นำงานวิจัยในอดีตมาเป็นแนวในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ เพื่ออ้างอิงถึงความเป็นไปของปัญหาที่มีแนวโน้มใกล้เคียงกัน รวมไปถึงแนวทางการวิเคราะห์การหาแนวทางการแก้ปัญหาที่มีความเป็นไปได้สู่การปรับใช้จริงในองค์กรอย่างยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ข้อมูลปฐมภูมิเก็บรวบรวมโดยใช้เครื่องมือการสำรวจแบบสัมภาษณ์ โดยสัมภาษณ์แบบเชิงลึกผู้บริหารธนาคารออมสินสาขาเหนือคลอง 3 คน เกี่ยวกับสาเหตุของปัญหาการเพิ่มยอดสลากออมสินพิเศษ และแบบสอบถาม โดยมีการแจกแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสินสาขาเหนือคลอง จังหวัดกระบี่ ทั้งลูกค้าที่เคยซื้อสลากออมสินพิเศษและยังไม่เคยซื้อสลากออมสินพิเศษ จำนวน 109 ราย ข้อมูลทุติยภูมิ ศึกษาแนวคิด งานวิจัย เอกสารทางวิชาการ และข้อมูลที่มีในฐานข้อมูลออนไลน์ ข้อมูลเอกสาร ระเบียบคำสั่ง ข้อปฏิบัติของธนาคารออมสิน

กลุ่มตัวอย่าง

Taro Yamane (1973) จำนวนประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือการสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ผู้บริหารธนาคารออมสินสาขาเหนือคลอง จำนวน 3 คน แบบสอบถาม ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสินสาขาเหนือคลอง จังหวัดกระบี่ ทั้งลูกค้าที่เคยซื้อสลากออมสินพิเศษและยังไม่เคยซื้อสลากออมสินพิเศษ จำนวน 109 ราย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสัมภาษณ์ โดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (in-depth interview) สัมภาษณ์ผู้บริหารธนาคารออมสินสาขาเหนือคลอง 3 คน แบบสอบถาม การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามด้วยตนเอง เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นในการใช้บริการ ธนาคารออมสินสาขาเหนือคลอง จังหวัดกระบี่

การวิเคราะห์ข้อมูล

วรวรรณ ศิลมัฐ (2565, 10) การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและสัมภาษณ์ผู้บริหาร และผู้ใช้บริการในธนาคารออมสินสาขาเหนือคลอง โดยใช้การวิเคราะห์เชิงสถิติและแผนผังก้างปลา เพื่อสรุปปัจจัยสำคัญและผลกระทบ โดยเฉพาะจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis และการนำข้อมูลไปใช้กับกระบวนการ TOWS Matrix จะช่วยให้ธนาคารออมสินสาขาเหนือคลองปรับปรุงการให้บริการและวางแผนการตลาดในอนาคตได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ

ข้อมูลทั่วไปเรื่องเพศ ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 72 คน คิดเป็นร้อยละ 66.1 เพศชาย 37 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9

ข้อมูลทั่วไปเรื่องอายุ ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี 48 คน คิดเป็นร้อยละ 44 ช่วงอายุ 20-30 ปี 28 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 ช่วงอายุ 41-50 ปี 16 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 ช่วงอายุ 51-60 ปี 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 และช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

ข้อมูลทั่วไปเรื่องสถานภาพ ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สถานภาพสมรส 58 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 สถานภาพโสด 47 คน คิดเป็นร้อยละ 43.1 และสถานภาพหย่าร้างหรือหม้าย 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7

ข้อมูลทั่วไปเรื่องระดับการศึกษา ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี 44 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 ระดับมัธยมศึกษา 28 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 ระดับปริญญาโท 19 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 ระดับประถมศึกษา 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ระดับปวท. ปวส. และอนุปริญญา 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

ข้อมูลทั่วไปเรื่องอาชีพ ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ 43 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4 ประกอบอาชีพอื่นๆ 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 11 ประกอบอาชีพเกษตรกร 11 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 และเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7

ข้อมูลทั่วไปเรื่องระดับรายได้ ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ช่วงรายได้ 10,001–20,000 บาท 33 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 ช่วงรายได้ 20,001–30,000 บาท 23 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 ช่วงรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท 17 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 ช่วงรายได้ 30,000–40,000 บาท 17 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 ช่วงรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 และช่วงรายได้ 40,001–50,000 บาท 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการผลิตภัณฑ์สลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาเหนือคลอง เรื่องประวัติย้อนหลังการซื้อผลิตภัณฑ์สลากออมสินพิเศษ ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่าง

ส่วนใหญ่ซื้อสลากออมสินพิเศษ 2 ปี (ใบสลาก) 50 คน คิดเป็นร้อยละ 45.9 ไม่เคยซื้อสลากออมสินพิเศษ 34 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 ซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัล 2 ปี 15 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัล 1 ปี 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2

ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการผลิตภัณฑ์สลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาเหนือคลอง เรื่องจำนวนครั้งการซื้อผลิตภัณฑ์สลากออมสินพิเศษต่อเดือน ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อสลากออมสินพิเศษเฉลี่ยน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 ซื้อสลากออมสินพิเศษเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง 30 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ซื้อสลากออมสินพิเศษเฉลี่ยมากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 และซื้อสลากออมสินพิเศษเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3

ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการผลิตภัณฑ์สลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาเหนือคลอง เรื่องความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์สลากออมสินพิเศษต่อสถาบันการเงินอื่น ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วย 75 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการผลิตภัณฑ์สลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาเหนือคลอง เรื่องระดับสถานะของเศรษฐกิจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สลากออมสินพิเศษ ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วย 73 คน คิดเป็นร้อยละ 97.3 และไม่เห็นด้วย 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

ข้อมูลปัจจัยกลยุทธ์การตลาด 7P ที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สลากออมสินพิเศษ แสดงระดับความสำคัญในการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยมีค่าเฉลี่ย 4.39 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ย 4.37 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากที่สุดค่าเฉลี่ย 4.32 ปัจจัยด้านบุคลากรค่าเฉลี่ย 4.31 ปัจจัยด้านกระบวนการค่าเฉลี่ย 4.24 ปัจจัยด้านราคาค่าเฉลี่ย 4.22 และปัจจัยที่มีกระทบน้อยที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12

ข้อมูลปัจจัยกลยุทธ์ 4S ที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สลากออมสินพิเศษ แสดงระดับความสำคัญในการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านระบบมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยถึง 4.47 ลำดับต่อมาเป็นปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมค่าเฉลี่ย 4.39 ปัจจัยด้านทักษะค่าเฉลี่ย 4.32 และปัจจัยด้านพัสดุ อุปกรณ์ค่าเฉลี่ย 4.31

ผลการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ

การลดลงของอัตราการเติบโตของสลากออมสินพิเศษในสาขาเหนือคลองในช่วง 3 ปีติดต่อกัน ชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ที่เกิดขึ้นจากสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวและอัตราเงินเฟ้อที่เพิ่มขึ้น รวมถึงผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาในปี 2562 ที่ทำให้การเงินของบุคคลตกลง การลดลงของอัตราการเติบโตของสลากออมสินนี้อาจทำให้นาการออมสินขาดสภาพคล่องทางการเงิน จึงต้องหาทางนำเงินทุนมาหมุนเวียนเพื่อเพิ่มรายได้ และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งทางการเงิน ผลกระทบต่อบุคลากรในสาขาเนื่องจากลูกค้าที่สนใจลดลง บุคลากรต้องทำงานหนักขึ้นเพื่อความสำเร็จของสาขา จึงต้องพัฒนาแผนการสรรเงินพิเศษและวิธีการขายสลากออมสินอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การปรับปรุงแผนการสรรเงินพิเศษและวิธีการขายสลากออมสินอาจช่วยเพิ่มโอกาสให้ลูกค้าสนใจและซื้อสลากออมสินมากขึ้น เป็นการแก้ไขสถานะนี้และเพิ่มประสิทธิภาพทางการเงินของสาขาในระยะยาว

ผลการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา

ปัญหาคือ พนักงานขาดความเชี่ยวชาญในการให้บริการและทักษะการวิเคราะห์ข้อมูล การแก้ไขโดย การฝึกอบรมเพื่อเพิ่มความเชี่ยวชาญและทักษะให้กับพนักงานภายในสาขา การปรับปรุงและเพิ่มความเชี่ยวชาญในบุคลากร การแบ่งแยกระบบการทำงานเพื่อความสะดวกสบายสำหรับลูกค้า เป็นแนวทางที่สามารถช่วยแก้ไขปัญหให้กับระบบงานที่ไม่มีประสิทธิภาพได้อย่างเหมาะสมและเป็นระยะเวลาที่ยาวนานได้

แนวทางเลือกสำหรับการแก้ไขปัญหา

ทางเลือกที่ 1 ความมั่นคงทางการเงินและเทคโนโลยี พัฒนาแอปพลิเคชันการเงินที่มีประสิทธิภาพและมีความปลอดภัยสูง เพื่อให้ผู้ใช้สามารถทำธุรกรรมและการจัดการเงินได้อย่างสะดวกและปลอดภัยมากยิ่งขึ้น เพื่อพัฒนาบริการทางการเงินที่สะดวกสบายและรวดเร็วโดยใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เมื่อเทียบกับคู่แข่งแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของธนาคารออมสินยังไม่มีประสิทธิภาพเทียบเท่า แต่ในทางเลือกนี้ค่อนข้างใช้ระยะเวลานาน และมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง

ทางเลือกที่ 2 การพัฒนาคุณภาพพนักงานผู้ให้บริการ คุณภาพของพนักงานผู้ให้บริการคือคุณลักษณะและทักษะที่พนักงานมีเพื่อให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งรวมถึงการเข้าใจความต้องการของลูกค้าอย่างถูกต้อง ทักษะการสื่อสารที่ดี

ทางเลือกที่ 3 ปรับอัตราดอกเบี้ยสลากออมสินให้สูงขึ้น สำหรับปัญหาอัตราดอกเบี้ยสลากออมสินพิเศษเมื่อเทียบกับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือนของธนาคารออมสิน ซึ่งต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ ธนาคารออมสินอาจพิจารณาการปรับเพิ่มอัตราดอกเบี้ยสลากออมสินพิเศษ เพื่อสร้างแรงจูงใจและเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า เมื่อเทียบอัตราดอกเบี้ยประเภทเงินฝากประจำของธนาคารออมสินที่มีผลการรันตีที่แน่นอน อาจส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ไม่สามารถรับความเสี่ยงจากลู่รางวัลสลากออมสินพิเศษได้

ทางเลือกที่แนะนำ คือทางเลือกการพัฒนาคุณภาพพนักงานผู้ให้บริการ มีระยะเวลาในการแก้ไขปัญหาเร็วที่สุดและใช้งบประมาณในทางเลือกน้อยที่สุด โดยการฝึกอบรมพนักงานในหน่วยงานที่สาขาโดยตรง และการฝึกอบรมแบบออนไลน์โดยวิทยากรภายนอก เนื่องจากสามารถลดภาระค่าใช้จ่ายส่วนนั้นได้ดี

สรุปผล

สาเหตุหลักของปัญหาการเพิ่มยอดสลากออมสินพิเศษของสาขานั้น คือปัจจัยด้านบุคลากรที่ต้องการการปรับปรุงในเรื่องของการอบรมและพัฒนาความรู้ เช่น การฟังอย่างลึกซึ้ง การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะการมนุษยสัมพันธ์ และทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการลูกค้า การสร้างแรงผลักดันให้บุคลากรมีการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและเสริมด้วยแรงกดดันในระดับที่เหมาะสม การพัฒนาทักษะและการอบรมเพิ่มเติมสามารถช่วยเสริมความพร้อมของบุคลากรในการตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าได้ เป็นส่วนสำคัญที่มีผลในการสร้างระบบการบริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นที่พึงพอใจต่อลูกค้าในอนาคตของสาขาดังกล่าว หากบุคลากรมีความพร้อมทุกด้านในการบริการแล้ว ผลลัพธ์ในระยะยาวจะช่วยให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อธนาคาร และด้วยปัจจัยนี้จะทำให้ยอดขายสลากออมสินพิเศษเพิ่มขึ้นตามลำดับ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

1. การศึกษาในครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินพิเศษ ให้ได้เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ และสามารถนำข้อมูลไปศึกษาแนวทางแก้ไขปัญหาการเพิ่มยอดสลากออมสินพิเศษได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. การศึกษาในครั้งต่อไป ควรเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกเปลี่ยนจากการศึกษาข้อมูลแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษมากยิ่งขึ้น

3. การศึกษาในครั้งต่อไป ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าเดิมโดยเฉพาะ เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

คาโอรุ อิซิกาวะ. (2463). *แนวคิดกลยุทธ์แนวคิดแผนผังกังปลา และแนวคิดทฤษฎี 4S*. สืบค้นเมื่อ 23 สิงหาคม 2566, จาก <https://www.goodmaterial.co/fishbone-diagram/>.

ชลธิชา สายศิลา. (2561). อัลเบิร์ต ฮัมฟรี (Albert Humphrey) กลยุทธ์การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม SWOT.

วรวรรณ ศิลมัฐ. (2555). *การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาแก่ง จังหวัดระยอง*. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพาณิชย์ อักษร. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

Heinz Weihrich. (1982). *ความหมายของแนวคิด TOWS Matrix*. สืบค้นเมื่อ 23 สิงหาคม 2566, จาก <https://www.penfill.co/strategy/tows-matrix/>.

Phillip Kotler. (1988, อ้างอิงใน นันทิชา หาสนธิ์, 2561). *ความหมายกลยุทธ์การตลาด*. สืบค้นเมื่อ 18 สิงหาคม 2566, จาก [https://elcpg.ssrุ.ac.th/natnicha_ha/pluginfile.php/26/block_html/content/MPP5607%20%281%20and%20%29%201_64.pdf](https://elcpg.ssrु.ac.th/natnicha_ha/pluginfile.php/26/block_html/content/MPP5607%20%281%20and%20%29%201_64.pdf).

Taro Yamane. (1973). *สูตรสถิติการสุ่มประชากรตัวอย่าง*. สืบค้นเมื่อ 29 สิงหาคม 2566, จาก <http://it.nation.ac.th/research/ntu/files/56011310532223.pdf>.

การศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดขายสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน สาขาอ่าวลึก

จันทร์จิรา เหล่านิติวงศ์¹, วรรณรพี บานชื่นวิจิตร²

¹ คณะวิทย์พัฒน, ² คณะบริหารธุรกิจ

^{1,2} มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท กลุ่มวิชาการเงิน

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุหาแนวทางวิธีการเพิ่มยอดขายสินเชื่อเคหะให้กับธนาคารออมสินสาขาอ่าวลึก โดยการศึกษาได้รวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามจากลูกค้าปัจจุบันที่เคยใช้บริการสินเชื่อเคหะ ใช้ฐานข้อมูลลูกค้าสินเชื่อเคหะ 6 เดือนย้อนหลัง ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 จำนวน 20 ราย สัมภาษณ์พนักงานของธนาคารออมสิน สาขาอ่าวลึก จำนวน 9 ราย และกลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยกู้สินเชื่อเคหะกับธนาคารออมสินจำนวน 10 ราย ใช้เครื่องมือทางสถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้แผนภูมิแก๊งปลาวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา และใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT รวมถึงการวิเคราะห์ TOWS เป็นเครื่องมือในการวางแผนกลยุทธ์ ผลการศึกษาพบว่าสาเหตุของปัญหา คือยังขาดการส่งเสริมการขาย การสร้างความรู้จักและความน่าเชื่อถือในด้านสินเชื่อเคหะ แนวทางการแก้ไขปัญหาคือการเพิ่มการติดต่อประชาสัมพันธ์และกิจกรรมเชิงรุกในชุมชน เพื่อเข้าถึงลูกค้าสำหรับการประชาสัมพันธ์สินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินสาขาอ่าวลึก

คำสำคัญ: สินเชื่อเคหะ, การวิเคราะห์ SWOT, การวิเคราะห์ TOWS, การประเมินความพึงพอใจ

A Study of Guidelines for Increasing the Amount of Housing Loans of the Government Savings Bank, Ao Luek Branch

Janjira Laonitiwong¹, Wanrapee Banchuenvijit²

¹ Extension School, ² School of Business

^{1,2} University of the Thai Chamber of Commerce

¹ Master's Degree Student, Concentration on Finance

Abstract

The study aims to analyze the causes and find ways to increase housing loan sales for the Government Savings Bank's Ao Luek branch. The study collected data through questionnaires from current customers who have used housing loans, using the housing loan customer database for the past 6 months, with data as of September 30, 2023, from 20 cases. Interviews were conducted with 9 employees of the Government Savings Bank's Ao Luek branch and a group of 10 customers who have never taken out housing loans with the bank. Statistical tools such as percentage, mean, and standard deviation were used. The Fishbone Diagram was utilized to analyze the causes of the problem, and SWOT and TOWS analyses were employed as tools for strategic planning. The study found that the problem was due to a lack of sales promotion, awareness, and credibility in housing loans. The solution proposed is to increase public relations contact and proactive activities in the community to reach customers for the promotion of housing loans at the Government Savings Bank's Ao Luek branch.

Keywords: Housing Loans, SWOT Analysis, TOWS Analysis, Satisfaction Assessment

บทนำ

ความสำคัญของการจัดการสินเชื่อเคหะที่ธนาคารออมสิน สาขาอ่าวลึก มีความจำเป็นที่จะต้องวิเคราะห์และหาสาเหตุที่ทำให้ยอดสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน สาขาอ่าวลึกลดลง เป้าหมายหลักคือการศึกษาและวิเคราะห์หาแนวทางและวิธีการเพื่อเพิ่มยอดสินเชื่อเคหะ ซึ่งทำให้สูญเสียโอกาสทางธุรกิจและความมั่นคงในการแข่งขัน ธนาคารออมสินมีจุดแข็งในเครือข่ายสาขาทั่วประเทศ และดอกเบี้ยสินเชื่อเคหะที่พิเศษ แต่มีความท้าทายจากการแข่งขันกับธนาคารเอกชนที่มีนวัตกรรมและโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เป้าหมายสินเชื่อเคหะของสาขาอ่าวลึก จังหวัดกระบี่ซึ่งเป็นสาขาที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญของประเทศ การเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวและการขยายตัวของกิจกรรมการเงินในพื้นที่นี้อาจเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของสินเชื่อเคหะ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่ต้องการการขยายตัวของธุรกิจหรืออยู่อาศัย การวางแผนสินเชื่อที่สาขาอ่าวลึกพิจารณาถึงความต้องการของพื้นที่ ปี 2565 ที่ 120% ของเป้าหมายเงินจ่ายเงินกู้สินเชื่อเคหะ หรือคิดเป็นจำนวนเงินเท่ากับ 50.2 ล้านบาท ตัวชี้วัดด้านสินเชื่อสาขาอ่าวลึก จำนวนเงินจ่ายเงินกู้สินเชื่อเคหะ ปี 2565 เป้าหมาย 100% เท่ากับ 42 ล้านบาท เป้าหมาย 120% เท่ากับ 50.2 ล้านบาท สาขาอ่าวลึกทำได้ 46.71 ล้านบาท คิดเป็น 93.05% ของเป้าหมาย 120% ซึ่งไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ยอดสินเชื่อเคหะได้ต่ำกว่าเป้าที่กำหนดไว้ ปัจจุบัน ข้อมูล ณ ปี 2566 ตัวชี้วัดด้านสินเชื่อสาขาอ่าวลึก จำนวนเงินจ่ายเงินกู้สินเชื่อเคหะ เพิ่มขึ้น เป้าหมาย 100% 50 ล้านบาท เป้าหมาย 120% เท่ากับ 60 ล้านบาท สาขาอ่าวลึกทำได้ ณ เดือนสิงหาคม 2566 เท่ากับ 40.86 ล้านบาท คิดเป็น 68.1% ของเป้าหมาย 120% ของสาขาอ่าวลึก เมื่อพิจารณาเวลาช่วงปลายปีกับระยะเวลาที่เหลืออยู่ในปีนี้ ยอดสินเชื่อเคหะปีนี้ก็ยังคงได้ต่ำกว่าเป้าที่กำหนดไว้ ในการตั้งเป้าตัวชี้วัดด้านสินเชื่อสาขาอ่าวลึก จำนวนเงินจ่ายเงินกู้สินเชื่อเคหะ ปี 2566 มีการกำหนดเป้าสินเชื่อเคหะแบบเติบโตจากปี 2565 เพราะว่าที่สัดส่วนของสินเชื่อเคหะลดลงอาจสะท้อนถึงแนวทางการจัดการความเสี่ยงของธนาคาร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการสินเชื่อการบริการสินเชื่อ เป็นหนึ่งในกิจกรรมหลักของธนาคารและสถาบันการเงิน ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการทำงานของระบบเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นการเข้าใจแนวคิดในการบริการสินเชื่อจึงสำคัญ ประเภทของสินเชื่อ ธนาคารและสถาบันการเงินมีประเภทสินเชื่อที่หลากหลาย เช่น สินเชื่อบุคคล สินเชื่อเคหะ สินเชื่อธุรกิจ เพื่อตอบสนองความ

ต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน การประเมินความเสี่ยง การประเมินความสามารถในการชำระหนี้ของผู้กู้เป็นขั้นตอนสำคัญ ซึ่งทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน ประวัติการกู้ยืม และทรัพย์สินที่ใช้เป็นหลักประกัน ส่วนระยะเวลาการกู้ยืม การกำหนดระยะเวลาการกู้เป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งต้องสอดคล้องกับแผนการใช้จ่ายเงินของผู้กู้และศักยภาพในการส่งคืนเงิน ดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม การกำหนดอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต้องสอดคล้องกับระดับความเสี่ยงของสินเชื่อ โดยมีการคิดเพื่อให้ทั้งสองฝ่าย (ธนาคารและผู้กู้) ได้รับประโยชน์ รวมถึงการบริการหลังการขาย เมื่อผู้กู้ได้รับสินเชื่อแล้ว ธนาคารควรมีการติดตามและให้คำปรึกษา เพื่อให้ผู้กู้สามารถชำระหนี้ตามแผนการบริหารจัดการสินเชื่อ สินเชื่อที่ไม่สามารถคืนได้หรือล่าช้า จะส่งผลต่อการทำกำไรของธนาคาร ดังนั้นการจัดการและติดตามสินเชื่อให้มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งที่จำเป็น การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้กู้จะเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความภักดีและความรับผิดชอบในการชำระหนี้

2. ทฤษฎีปริมาณเงินให้กู้ยืม (Loanable Funds Theory) คือหนึ่งในแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ที่ศึกษาถึงอัตราดอกเบี้ยและปริมาณเงินที่มีในตลาดเงินให้กู้ยืม โดยพิจารณาทั้งหมดจากมุมของอุปทาน (Supply) และอุปสงค์ (Demand) ของเงินให้กู้ อุปสงค์ของเงินให้กู้ (Demand for Loanable Funds) ปริมาณเงินที่บุคคลต้องการยืมมาใช้ โดยทั่วไปแล้ว ความต้องการจะลดลงเมื่ออัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นลักษณะของเส้นอุปสงค์ที่มีความลาดลง อุปทานของเงินให้กู้ (Supply of Loanable Funds) ปริมาณเงินที่เลือกที่จะยืมให้แก่ผู้อื่น ซึ่งโดยทั่วไปจะเพิ่มขึ้นเมื่ออัตราดอกเบี้ยสูงขึ้น เส้นอุปทานจะมีลักษณะลาดขึ้น อัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม จะเกิดขึ้นที่จุดที่เส้นอุปสงค์และเส้นอุปทานตัดกัน ณ จุดนั้น อุปสงค์และอุปทานของเงินให้กู้จะเท่ากัน ดังนั้นอัตราดอกเบี้ยที่เกิดขึ้นจะถือเป็นอัตราดอกเบี้ยที่ “สมดุล” สำหรับตลาด ทฤษฎีปริมาณเงินให้กู้ยืม (Loanable Funds Theory) มีเป้าหมายในการหาอัตราดอกเบี้ยในตลาดที่ทำให้อุปทานและอุปสงค์ของเงินให้กู้เท่ากัน หรือ “สมดุล”

3. ทฤษฎีการตลาด การผสมผสานการตลาด 4P (Product, Price, Place, Promotion) การตลาด การผสมผสานการตลาด 4P (Product, Price, Place, Promotion) เกี่ยวกับการให้สินเชื่อต่อธนาคาร Product (ผลิตภัณฑ์) ในกรณีของธนาคาร “ผลิตภัณฑ์” หมายถึงประเภทของสินเชื่อ เงื่อนไข จะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า Price (ราคา) อัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อ และค่าธรรมเนียมต่าง ๆ Place (ที่) ช่องทางการเข้าถึงสินเชื่อ เช่น ทางสาขานานาชาติ แอปพลิเคชัน หรือการให้บริการออนไลน์ที่สะดวกจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า Promotion (การส่งเสริมการ

ขาย) โปรมอชั่นสินเชือเพือดึงดูดลูกค้าใหม่ เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมโปรมอชั่น การ
สื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ เพือสร้างความตื่นตัวและเปิดโอกาสให้ลูกค้าสนใจ

4. แผนภูมิก้างปลา (Fishbone Diagram) คือเครื่องมือในการวิเคราะห์ปัญหาที่ช่วยในการ
หาสาเหตุของปัญหาหรือข้อบกพร่องในกระบวนการที่เกิดขึ้น โดยมักจะใช้ในการปรับปรุงคุณภาพ
และในการจัดการข้อบกพร่อง

5. การวิเคราะห์ SWOT คือ เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ในการวิเคราะห์ภาพรวมของ
องค์กร โดยแบ่งเป็น 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1. Strengths (จุดแข็ง) คือความสามารถพิเศษที่อยู่ภายใน
องค์กร ที่ทำให้มันแตกต่างหรือมีข้อได้เปรียบเมื่อเทียบกับคู่แข่ง 2. Weaknesses (จุดอ่อน) คือ
ปัญหาหรือข้อจำกัดภายในองค์กร ที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือส่งผลกระทบต่อความสามารถ
ในการแข่งขัน 3. Opportunities (โอกาส) คือความเป็นไปได้ภายนอกที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์
หรือสร้างข้อได้เปรียบสำหรับองค์กร 4. Threats (อุปสรรค) คือความเสี่ยงหรือปัจจัยภายนอกที่
อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่องค์กร

6. การวิเคราะห์ TOWS เป็นเครื่องมือในการวางแผนกลยุทธ์ที่ช่วยให้องค์กรเข้าใจวิธีที่จะใช้
ความแข็งแกร่งภายใน (Strengths, S) และข้อบกพร่อง (Weaknesses, W) เพื่อใช้ประโยชน์จาก
โอกาสภายนอก (Opportunities, O) และป้องกันอันตราย (Threats, T)

กรอบแนวคิดของงานวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps)

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ด้านราคา (Price)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place /
Channel Distribution)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

แผนภูมิก้างปลา (Fishbone Diagram)

การวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ TOWS



แนวทางการเพิ่มยอดขายสินเชือ
เคหะของธนาคารออมสิน
สาขาอ่าวลึก

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการศึกษาประกอบด้วยการสำรวจและสัมภาษณ์ลูกค้าธนาคารออมสิน 20 ราย เพื่อเข้าใจปัญหาและความต้องการของพวกเขา นอกจากนี้ยังมีการสัมภาษณ์พนักงานธนาคาร และกลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน เพื่อวิเคราะห์มุมมองที่แตกต่าง ใช้เครื่องมือทางสถิติและแผนภูมิแก่งปลาในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับ เพื่อหาสาเหตุหลักของปัญหา วิเคราะห์ SWOT รวมถึงการวิเคราะห์ TOWS เป็นเครื่องมือในการวางแผนกลยุทธ์

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยลูกค้าของธนาคารออมสินที่เคยมาขอกู้สินเชื่อเคหะกับธนาคารออมสินสาขาอ่าวลึก 6 เดือนย้อนหลัง โดยวิธีการสุ่ม เจาะจง (Purposive sampling) จำนวนตัวอย่างลูกค้าที่มาขอกู้สินเชื่อเคหะกับธนาคารออมสินสาขาอ่าวลึก 6 เดือนย้อน ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 จำนวน 20 ราย สัมภาษณ์พนักงานของธนาคารออมสินสาขาอ่าวลึก จำนวน 9 ราย และกลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยกู้สินเชื่อเคหะกับธนาคารออมสินจำนวน 10 ราย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้การสำรวจและสัมภาษณ์ลูกค้าธนาคารออมสินจำนวน 20 การทำแบบสอบถามดำเนินการที่สาขาของธนาคาร ใช้แบบสอบถามวัดความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินสาขาอ่าวลึก เขตกระบี่ แบบสอบถามส่วนที่ 1 เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้านเพศ การศึกษา อายุ สถานภาพ รายได้ อาชีพ แบบสอบถามส่วนที่ 2 คำถามจะเน้นไปที่พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินสาขาอ่าวลึก เขตกระบี่ คำถามจะเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 5 ข้อ แบบสอบถามส่วนที่ 3 คำถามแบบ Likert Scale สำหรับการสอบถามปัจจัย 4P (Product, Price, Place, Promotion) และการสร้างความภักดีต่อแบรนด์ ในบริบทของการให้สินเชื่อเคหะของธนาคารสาขาอ่าวลึก เขตกระบี่ นอกจากนี้ยังมีการสัมภาษณ์พนักงานธนาคาร 9 ราย กลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน 10 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยผู้วิจัยจะเริ่มต้นด้วยการนัดหมายวัน เวลา สถานที่ ที่จะทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยใช้เครื่องมือการบันทึกเสียง และการจดบันทึก โดยถามคำถามแบบปลายเปิดสัมภาษณ์ให้ข้อมูลปัจจัย 4P (Product, Price, Place, Promotion) และการสร้างความภักดีต่อแบรนด์ จำนวน 20 คำถาม ใช้เวลาคนละ 40 นาที

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยการใช้เครื่องมือทางสถิติ ค่าสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้แผนภูมิแก่งปลา เพื่อวิเคราะห์และหาสาเหตุหลักของปัญหาสินเชื่อเคหะลดลง ปัจจุบัน ข้อมูล ณ ปี 2566 ตัวชี้วัดด้านสินเชื่อสาขาอ่าวลึก จำนวนเงินจ่ายเงินกู้สินเชื่อเคหะเพิ่มขึ้น เป้าหมาย 100% 50 ล้านบาท เป้าหมาย 120% เท่ากับ 60 ล้านบาท สาขาอ่าวลึกทำได้ ณ เดือนสิงหาคม 2566 เท่ากับ 40.86 ล้านบาท คิดเป็น 68.1% ของเป้าหมาย 120% ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและสัมภาษณ์ถูกนำมาวิเคราะห์ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT รวมถึงการวิเคราะห์ TOWS เป็นเครื่องมือในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงบริการและกระบวนการทำงานของธนาคาร

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่พึงพอใจกับบริการหลายด้านของธนาคาร ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างต้องติดต่อ ยื่นเอกสาร หรือติดตามสถานะจนได้รับการอนุมัติสินเชื่อจำนวน 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 65 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30 จำนวน 4-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5 และจำนวน 6 ครั้งขึ้นไป ไม่มีในกลุ่มตัวอย่างตามลำดับ มีวัตถุประสงค์การกู้สินเชื่อเคหะเพื่อการสร้างบ้านใหม่ คิดเป็นร้อยละ 50 การปรับปรุงบ้านเก่า คิดเป็นร้อยละ 25 การซื้อบ้านใหม่ คิดเป็นร้อยละ 20 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ ส่วนของความพึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 90 เฉย ๆ คิดเป็นร้อยละ 10 และไม่พึงพอใจ ไม่มีในกลุ่มตัวอย่าง ตามลำดับ คิดว่าค่าใช้จ่ายราคาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 85 ราคาถูกมาก คิดเป็นร้อยละ 10 และราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ปัจจัย 4P (Product, Price, Place, Promotion) โดยระดับความพึงพอใจ ด้าน Product (ผลิตภัณฑ์) ในกรณีนี้หมายถึงประเภทของสินเชื่อเคหะ พึงพอใจกับประเภทของสินเชื่อเคหะที่ธนาคารมีให้ ค่าเฉลี่ย 4.40 ขั้นตอนในการสมัครสินเชื่อเคหะของธนาคารนี้สะดวกและรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.25 สินเชื่อเคหะของธนาคารนี้มีความยืดหยุ่นในการผ่อนชำระ ค่าเฉลี่ย 4.20 เข้าใจรายละเอียดและเงื่อนไขของสินเชื่อเคหะที่เลือกได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.15 และระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อเคหะเป็นเวลาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.75 ตามลำดับ ด้าน Price (ราคา) อัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อ และค่าธรรมเนียมต่าง ๆ การกำหนดอัตราดอกเบี้ยของธนาคารมีความยุติธรรมและโปร่งใส ค่าเฉลี่ย 4.30 ธนาคารมีโปรโมชั่นหรือสิทธิพิเศษที่ทำให้คุณตัดสินใจเลือกสินเชื่อที่นี่ ค่าเฉลี่ย 4.15 เคยเปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมของสินเชื่อนี้กับธนาคารอื่น ๆ

ค่าเฉลี่ย 3.90 ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ที่ธนาคารเรียกเก็บเป็นราคาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.90 และพึงพอใจกับอัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อที่ธนาคารนี้มีให้ ค่าเฉลี่ย 3.70 ตามลำดับ ด้าน Place (ที่) ช่องทางการเข้าถึงสินเชื่อเคหะ พึงพอใจกับที่ตั้งของสาขาธนาคารที่คุณใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.40 ธนาคารมีช่องทางการให้บริการที่หลากหลายและครอบคลุมความต้องการของคุณ ค่าเฉลี่ย 4.25 การรอคิวในสาขาธนาคารใช้เวลาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.15 เคยใช้บริการศูนย์บริการลูกค้าของธนาคารหรือไม่ และคุณพึงพอใจในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.10 และการใช้บริการของธนาคารผ่านแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์สะดวกสบาย ค่าเฉลี่ย 4.05 ตามลำดับ ด้าน Promotion (การส่งเสริมการขาย) โปรโมชั่นสินเชื่อเคหะ พึงพอใจกับโปรโมชั่นสินเชื่อของธนาคาร ค่าเฉลี่ย 4.25 โปรโมชั่นของธนาคารทำให้คุณมีความสนใจในสินเชื่อเคหะมากขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.25 ธนาคารให้ข้อมูลโปรโมชั่นที่ชัดเจนและเป็นมืออาชีพ ค่าเฉลี่ย 4.20 โปรโมชั่นสินเชื่อเคหะของธนาคารคุ้มค่าและทำให้คุณตัดสินใจขอสินเชื่อ ค่าเฉลี่ย 4.20 และได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโปรโมชั่นสินเชื่อผ่านช่องทางที่คุณชอบหรือไม่ (เช่น อีเมล SMS โซเชียลมีเดีย) ค่าเฉลี่ย 4.10 ตามลำดับ ด้านความภักดีต่อแบรนด์ คุณจะแนะนำธนาคารนี้ให้กับคนรู้จักหรือคนในครอบครัวของคุณ ค่าเฉลี่ย 4.35 คุณไว้วางใจในคุณภาพของบริการสินเชื่อของธนาคาร ค่าเฉลี่ย 4.30 ธนาคารมีความโปร่งใสในการแสดงข้อมูลและเงื่อนไขของสินเชื่อ ค่าเฉลี่ย 4.20 ธนาคารให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพและตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.15 และธนาคารจัดการปัญหาและข้อสงสัยของคุณ ค่าเฉลี่ย 4.15 ตามลำดับ

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 20 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 45 อายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 20 อายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 20 และอายุระหว่าง 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15 ตามลำดับ สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 45 สมรส คิดเป็นร้อยละ 45 หย่า คิดเป็นร้อยละ 10 และแยกกันอยู่ ไม่มีในกลุ่มตัวอย่าง ตามลำดับ ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45 มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 30 ประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 15 สูงกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 5 และอนุปริญญาหรือปวส. คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พนักงาน ลูกจ้างบริษัท คิดเป็นร้อยละ 30 เกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 25 ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 20 รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 15 ประกอบอาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 5 และเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50 50,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 25

40,001–50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15 20,001–30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5 และ 1–10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

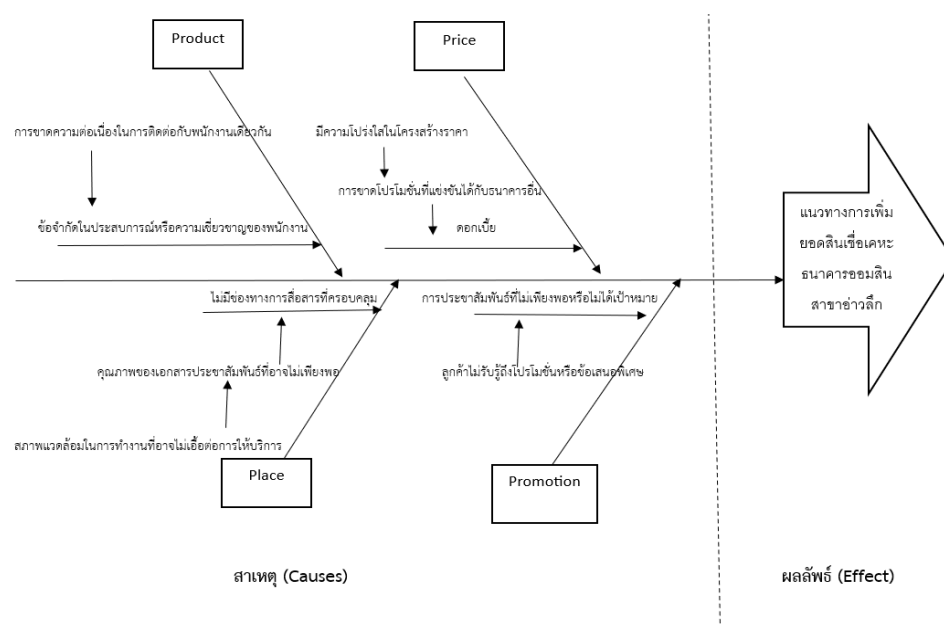
ระดับตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

ตัวแปรต้น คือปัจจัยต่าง ๆ ที่อาจมีผลต่อยอดสินค้าเชื้อเคหะของธนาคารออมสินสาขาอ่าวลึก ตัวแปรต้นในการศึกษานี้ คือลักษณะของลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคาร กลยุทธ์การตลาดและโปรโมชั่นของธนาคาร การใช้โซเชียลมีเดีย การประชาสัมพันธ์การแข่งขันในตลาด และนวัตกรรมของธนาคารอื่น ๆ ตัวแปรตาม คือผลลัพธ์คือยอดสินค้าเชื้อเคหะที่ธนาคารออมสินสาขาอ่าวลึก

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามมุ่งเน้นไปที่เป้าหมายเพื่อหาสาเหตุของการลดลงของยอดสินค้าเชื้อเคหะ และแนวทางเพื่อเพิ่มยอดสินค้าเชื้อเคหะ

ภาพ 1 แผนผังก้างปลา (Fishbone Diagram) เพื่อวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา



การวิเคราะห์ SWOT

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและหาสาเหตุของความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะของธนาคารออมสินสาขาอ่าวลึก เพื่อเป็นแนวทางการเพิ่มยอดสินค้าเชื้อเคหะของธนาคารออมสิน สาขาอ่าวลึก ที่เกิดจากปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กร โดยการวิเคราะห์ SWOT หมายถึงการ

วิเคราะห์ Strengths (จุดแข็ง) Weaknesses (จุดอ่อน) Opportunities (โอกาส) และ Threats (อุปสรรค) เพื่อประเมินภาพรวมของสถานการณ์หรือปัญหาที่เกิดขึ้น

Strengths (จุดแข็ง) 1. อัตราดอกเบี้ยที่ถูกกว่าธนาคารเอกชนสร้างความน่าดึงดูดแก่ลูกค้าที่ต้องการความเป็นธรรมและเป็นมิตรกับทุกกลุ่ม 2. โปรโมชันและข้อเสนอที่ต่อเนื่อง ช่วยสร้างความสนใจและดึงดูดลูกค้าใหม่ 3. การให้กู้เพิ่มเติมสำหรับค่าใช้จ่ายในการตกแต่งบ้าน เป็นจุดเด่นที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

Weaknesses (จุดอ่อน) 1. ระยะเวลาในการอนุมัติที่นาน อาจสร้างความไม่พอใจในหมู่ลูกค้าที่ต้องการความรวดเร็ว 2. ความไม่สม่ำเสมอของพนักงานในการให้บริการ สร้างความไม่มั่นใจ และ ขอกังวลในหมู่ลูกค้า

โอกาส (Opportunities) 1. การเติบโตของเทคโนโลยีการเงินดิจิทัล (Fintech) การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ บล็อกเชน หรือ AI สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถช่วยลดระยะเวลาในการอนุมัติกู้เงิน และการให้บริการอื่น ๆ 2. ตลาดที่กำลังเติบโต ตลาดเป้าหมายใหม่ ๆ เช่น กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยหรือคนรุ่นใหม่ ซึ่งต้องการบริการทางการเงินที่รวดเร็วและเข้าถึงง่าย

อุปสรรค (Threats) 1. การแข่งขันที่เพิ่มขึ้น การเข้ามาของธนาคารดิจิทัลและสตาร์ทอัพด้านการเงินที่มีนวัตกรรมใหม่ ๆ อาจทำให้ตลาดการแข่งขันเข้มข้นขึ้น 2. เศรษฐกิจและปัจจัยทางการเงิน การผันผวนของเศรษฐกิจ อัตราดอกเบี้ย และอัตราแลกเปลี่ยน สามารถส่งผลกระทบต่อความสามารถในการดึงดูดและรักษาลูกค้า

การวิเคราะห์ TOWS

การวิเคราะห์ TOWS คือการเอาผลการวิเคราะห์ SWOT มาประยุกต์ใช้เพื่อหาแนวทางการแก้ไข ปัญหาในลักษณะที่เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น โดยมี 4 กลยุทธ์หลัก

1. จุดแข็ง (S) - โอกาส (O) [SO Strategies] ใช้อัตราดอกเบี้ยที่ถูกกว่า และ โปรโมชันที่น่าดึงดูด เพื่อขยายส่วนแบ่งในตลาดที่กำลังเติบโต เช่น กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยหรือคนรุ่นใหม่ นำเสนอการกู้เพิ่มเติมสำหรับการตกแต่งบ้าน ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อดึงดูดลูกค้าที่ต้องการบริการทางการเงินที่สะดวกและรวดเร็ว

2. จุดแข็ง (S) - อุปสรรค (T) [ST Strategies] เสริมสร้างความรู้และความสามารถของพนักงาน เพิ่มความรู้ให้พนักงานเพื่อให้สามารถตอบคำถามและให้บริการที่มีคุณภาพ ลดปัญหาการ

ไม่ได้พบพนักงานคนเดียวกันอัตราดอกเบี้ยที่ถูก และ ข้อเสนอโปรโมชั่น เพื่อรักษาลูกค้าในสภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น

การให้กู้เพิ่มเติม เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง แม้ในสภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน

3. จุดอ่อน (W) - โอกาส (O) [WO Strategies] ลดระยะเวลาในการอนุมัติ โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น AI และอัตโนมัติ, เข้ามาใช้ในการบวนการอนุมัติปรับปรุงความสม่ำเสมอของพนักงาน ในการให้บริการ โดยการฝึกอบรมพนักงานและใช้ระบบดิจิทัลเพื่อช่วยในการบริการลูกค้า

4. จุดอ่อน (W) - อุปสรรค (T) [WT Strategies] ปรับปรุงกระบวนการอนุมัติเพื่อลดระยะเวลาในการอนุมัติ ในสภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น พัฒนามาตรฐานการบริการเพื่อลด ความไม่สม่ำเสมอของพนักงาน และเพิ่มความมั่นใจในหมู่ลูกค้า โดยเฉพาะในสภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน

ตาราง 1 แนวทางเลือกสำหรับการแก้ไขปัญหาทางที่เลือก

	จุดแข็ง (S) S1 อัตราดอกเบี้ยที่ถูกกว่าธนาคารเอกชน S2 โปรโมชั่นและข้อเสนอที่ต่อเนื่อง S3 ให้กู้เพิ่มเติมสำหรับค่าใช้จ่ายในการตกแต่งบ้าน	จุดอ่อน (W) W1 ระยะเวลาในการอนุมัติที่นาน W2 ความไม่สม่ำเสมอของพนักงานในการให้บริการ
โอกาส (O) O1 การเติบโตของเทคโนโลยีการเงินดิจิทัล (Fintech) O2 ตลาดที่กำลังเติบโต ตลาดเป้าหมายใหม่ ๆ	กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ใช้ดอกเบี้ยต่ำเพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่ นำเสนอการกู้เพิ่มเติมเพื่อดึงดูดลูกค้าที่ต้องการบริการทางการเงินที่สะดวก	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) ปรับปรุงกระบวนการอนุมัติสร้างระบบที่เร็วขึ้น
อุปสรรค (T) T1 การแข่งขันที่เพิ่มขึ้น T2 เศรษฐกิจและปัจจัยทางการเงิน	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) เสริมสร้างความรู้และความสามารถของพนักงาน	กลยุทธ์เชิงรับ (WT) การพัฒนาบริการลูกค้าและการติดตาม ปรับปรุงการบริการลูกค้าและสร้างระบบติดตามเพื่อลดความกังวลของลูกค้า

แนวทางเลือกที่ 1 การฝึกอบรมพนักงาน แนวทางเลือกที่ 2 พัฒนาระบบ IT เพื่อเร่งกระบวนการและตัดสินใจ แนวทางเลือกที่ 3 การเพิ่มการติดต่อประชาสัมพันธ์และกิจกรรมเชิงรุกในชุมชน ส่งเสริมการใช้โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, TikTok ในการประชาสัมพันธ์ ตั้งเป้าหมายการเข้าถึงลูกค้าผ่านช่องทางดิจิทัล

ตาราง 2 เปรียบเทียบทางเลือกที่เหมาะสมในการนำไปปฏิบัติ

แนวทางเลือก (น้ำหนักคะแนน 5 คะแนน)	งบประมาณ บาท/ปี		ระยะเวลาในการ ปฏิบัติ		ความพึงพอใจ ลูกค้า		ผลรวม คะแนน (คะแนน เต็ม 15 คะแนน)
	ข้อมูล	ค่าน้ำหนัก	ข้อมูล	ค่าน้ำหนัก	ข้อมูล	ค่าน้ำหนัก	
1. การฝึกอบรมพนักงานในด้านความรู้สินเชื่อเคหะ	69,300	3	ปีละ 2 ครั้ง	4	60%	4	11
2. พัฒนาระบบ IT เพื่อเร่งกระบวนการและตัดสินใจ	86,250	4	ปีละ 1 ครั้ง	3	40%	3	10
3. การเพิ่มการติดต่อประชาสัมพันธ์และกิจกรรมเชิงรุกในชุมชน เพิ่มการติดต่อประชาสัมพันธ์	88,000	4	สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ระยะเวลา 11 เดือน = 44 ครั้ง	5	100%	5	14

ทางเลือกที่แนะนำ

ทางเลือกที่ 3 การเพิ่มการติดต่อประชาสัมพันธ์และกิจกรรมเชิงรุกในชุมชน ส่งเสริมการใช้โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, TikTok ในการประชาสัมพันธ์ ตั้งเป้าหมายการเข้าถึงลูกค้าผ่านช่องทางดิจิทัล ตามระยะเวลาโครงการ 1 มกราคม 2567 – 31 ธันวาคม 2567 ออกกิจกรรมเชิงรุกต่อเนื่อง เดือนกุมภาพันธ์ – ธันวาคม 2567 สัปดาห์ละ 1 ครั้ง เป็นการเพิ่มความตระหนักรู้และ

ความรู้จัก กิจกรรมเชิงรุกในชุมชนสามารถสร้างความตระหนักรู้และเพิ่มความรู้จักของชุมชนต่อบริการสินเชื่อเคหะขององค์กร ทำให้มีโอกาสมียอดขายหรือใช้บริการเพิ่มขึ้น และสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน การติดต่อประชาสัมพันธ์และการมีกิจกรรมเชิงรุกที่สนใจและตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนจะทำให้สร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความไว้วางใจในตาของชุมชน กิจกรรมเชิงรุกในชุมชนสามารถใช้เป็นโอกาสในการรับความคิดเห็นหรือการตอบรับจากลูกค้าและชุมชน เพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการในอนาคต มีความยืดหยุ่นและสามารถปรับเปลี่ยนได้ กิจกรรมเชิงรุกเป็นกิจกรรมที่สามารถจัดขึ้นในรูปแบบที่หลากหลาย และสามารถปรับเปลี่ยนหรือปรับปรุงกิจกรรมตามความต้องการของชุมชนหรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ด้านอื่น กิจกรรมเชิงรุกในชุมชนที่มีการประชาสัมพันธ์ที่ดีสามารถเปิดโอกาสในการสร้างรายได้เพิ่มเติมจากการขายผลิตภัณฑ์ด้านอื่นของธนาคาร และการมีกิจกรรมเชิงรุกในชุมชนไม่เพียงแต่จะ เป็นการส่งเสริมการขายหรือประชาสัมพันธ์เท่านั้น แต่ยังสามารสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับชุมชน และส่งเสริมความรู้สึกของการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนการเพิ่มการติดต่อประชาสัมพันธ์และ กิจกรรมเชิงรุกในชุมชน เน้นการออกตลาดเชิงรุก จึงเป็นทางเลือกที่แนะนำและมีเหตุผลที่ชัดเจนในการเลือก และแนวทางที่เลือกมาได้จากผลการสัมภาษณ์ และใช้การวิเคราะห์ SWOT และ TOWS เป็นเครื่องมือการวางแผนกลยุทธ์

สรุปผลและอภิปรายผล

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าควรเน้นไปที่การรับฟังปัญหาและความต้องการของลูกค้าในชุมชน เพื่อปรับปรุงและพัฒนาบริการให้ดียิ่งขึ้น และควรเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการและคาดหวังที่แตกต่างกัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน ใช้ดอกเบี๋ยต่ำเพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่ ปรับปรุงบริการดิจิทัล พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการได้ง่ายขึ้น เป็นช่องทางการสื่อสาร สำหรับการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเปรียบเทียบของธนาคารอื่น ๆ ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกันเพื่อจะได้ศึกษาถึงความแตกต่าง การศึกษาครั้งหน้าสามารถเพิ่มการสัมภาษณ์เชิงลึกกับลูกค้าที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการ เพื่อเข้าใจมุมมองและความรู้สึกของลูกค้าอย่างละเอียดยิ่งขึ้น

ผลการศึกษาพบว่า การลดลงของยอดขายสินเชื่อเคหะที่สาขาอ่าวลึกมีสาเหตุหลักมาจากปัจจัยภายในที่ไม่เอื้อต่อการบริการลูกค้าอย่างเพียงพอและเชิงรุก ซึ่งได้แก่ จำนวนพนักงานที่ไม่เพียงพอ พื้นที่จอดรถที่จำกัด และการบริการที่ไม่ทันสมัย การศึกษาเหล่านี้สอดคล้องกับแนวคิดและ

ทฤษฎี เช่น แนวคิดเกี่ยวกับการบริการสินเชื่อ ทฤษฎีปริมาณเงินให้กู้ยืม (Loanable Funds Theory) และการผสมผสานการตลาด 4P (Product, Price, Place, Promotion) ที่เกี่ยวข้องกับ การให้สินเชื่อของธนาคาร นอกจากนี้ยังมีการใช้แผนผังก้างปลา (Fishbone Diagram) เพื่อ วิเคราะห์ปัญหา และ การศึกษานี้สะท้อนถึงการใช้งานเครื่องมือวิเคราะห์ SWOT และ TOWS ซึ่ง ได้ระบุว่า SWOT เป็นการวิเคราะห์ภาพรวมขององค์กรที่ประกอบด้วยจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค และใช้การวิเคราะห์ TOWS เป็นเครื่องมือการวางแผนกลยุทธ์ที่ช่วยให้องค์กรใช้ความ แข็งแกร่งและข้อบกพร่องเพื่อใช้ประโยชน์จากโอกาสและป้องกันจุดอ่อน สอดคล้องกับงานวิจัยที่ ศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขในการใช้งาน Mobile Banking และการกำหนดกลยุทธ์สำหรับความ ต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ (ณัฐชนก พจน์คมพร, 2563) ประยุกต์ใช้วิธีการวิเคราะห์ SWOT เพื่อพัฒนา ผลิตภัณฑ์ การจัดการเชิงกลยุทธ์ และนวัตกรรมเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง

ข้อเสนอแนะ

ควรเน้นไปที่การรับฟังปัญหาและความต้องการของลูกค้าในชุมชน เพื่อปรับปรุงและพัฒนา บริการให้ดียิ่งขึ้น และควรเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการและคาดหวังที่แตกต่างกัน เพื่อให้ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน ใช้ดอกเบี๋ยต่ำเพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่ ปรับปรุงบริการดิจิทัล พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการได้ง่าย ขึ้นการใช้ Google และ TikTok เป็นช่องทางการสื่อสาร

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

การศึกษาเชิงลึก การศึกษาค้างหน้าสามารถเพิ่มการสัมภาษณ์เชิงลึกกับลูกค้าที่มี ประสบการณ์ในการใช้บริการ เพื่อเข้าใจมุมมองและความรู้สึกของลูกค้าอย่างละเอียดยิ่งขึ้น การศึกษาเชิงปริมาณ การจัดทำแบบสอบถามเพื่อสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ใหญ่ขึ้น ซึ่งจะช่วยให้เราได้ข้อมูลที่แทนถึงประชากรทั้งหมดได้มากขึ้น สามารถเพิ่มการประเมินความพึง พอใจของพนักงาน นอกจากการประเมินจากมุมมองของลูกค้าแล้ว การศึกษาควรสำรวจความพึง พอใจและความคิดเห็นของพนักงานที่ให้บริการด้วย เพื่อความเข้าใจที่ครอบคลุม

เอกสารอ้างอิง

ณัฐชนก พจน์คมพร. (2563). การศึกษาปัญหา แนวทางแก้ไข และการกำหนดกลยุทธ์สำหรับความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน ในสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

แนวทางการเพิ่มยอดสินค้าเชื่อรายย่อยของธนาคารออมสิน สาขาชะอวด

ชนิษฐา สุขชี¹, วรรณรพี บานชื่นวิจิตร²

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจ

^{1,2} มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท กลุ่มวิชาการเงิน

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เกิดจากการให้บริการสินเชื่อรายย่อยของธนาคารออมสิน สาขาชะอวด ที่มีผลต่อการดำเนินงานมีแนวโน้มลดลง ส่งผลกระทบต่อสินค้าเชื่อรวมสุทธิ ทำให้รายได้และผลการประเมิน (KPIs) ของธนาคารไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ผู้วิจัยจึงต้องการหาสาเหตุและแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยใช้แบบสอบถามลูกค้า 100 ตัวอย่าง การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารสาขาชะอวด จำนวน 3 ตัวอย่าง โดยการออกแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย จากการศึกษาพบว่าสาเหตุที่สินค้าเชื่อรายย่อยมีแนวโน้มลดลง ส่วนใหญ่เกิดจากปัญหา ได้แก่ การสมัครขอสินเชื่อยังใช้เอกสารเยอะซึ่งทำให้ยุ่งยาก การให้สินเชื่อผ่านช่องทางแอปพลิเคชันยังทำได้ยาก การประชาสัมพันธ์หรือบริการสินเชื่อนอกสถานที่น้อยเกินไป ความล่าช้าในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ จำนวนเงินอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า และเครื่องมืออุปกรณ์ในการให้บริการของธนาคารยังไม่มี ความทันสมัย ดังนั้นแล้วธนาคารออมสินควรมีการออกพื้นที่เพื่อประชาสัมพันธ์ให้บริการสินเชื่อนอกสถานที่ได้ตรงตามลูกค้าเป้าหมาย และเพิ่มช่องทางการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การขอกู้สินเชื่อรายย่อยผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้บริการให้กับลูกค้า และควรมีการกระตุ้นและส่งเสริมให้พนักงานของธนาคารมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของการเพิ่มยอดสินค้าเชื่อรายย่อยของธนาคารออมสินและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของธนาคารเพื่อปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานให้ดีขึ้น

คำสำคัญ: สินค้าเชื่อรายย่อย, การให้สินเชื่อผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน, ธนาคารออมสิน สาขาชะอวด

Guidelines for Increasing the Amount of Retail Loans of Government Savings Bank, Cha-uat Branch

Khanittha Sukkhee¹, Wanrapee Banchuenvijit²

^{1,2} School of Business

^{1,2} University of the Thai Chamber of Commerce

¹ Master's Degree Student, Concentration on Finance

Abstract

This research resulted from the retail loan services of the Government Savings Bank, Cha-uat branch that the effect on operations tends to decrease affects total net loans as a result, the bank's income, and assessment results (KPIs) do not meet the target. Therefore, the researcher is interested in finding causes and solutions to the problem. Using 100 sample customer questionnaires, in-depth interviews from three samples from Cha-uat branch' executives were designed using questionnaires and interviews by using descriptive statistics, including frequencies, percentages, and averages. From the study, it was found that the reasons for retail loans tend to decrease. This is mostly caused by problems, including applying for a loan, which requires a lot of paperwork, which makes it difficult. Providing loans through application channels is still difficult with limited public relations, off-site loan services, and delays in loan approval and disbursement does not meet the customer's needs and the bank's service tools and equipment are not up-to-date. Therefore, the Government Savings Bank should set out areas to publicize its off-site loan services to meet target customers. and increase electronic service channels, such as applying for small loan loans through online channels to facilitate the use of services for customers and should encourage and encourage bank employees to participate in goal setting. The objective is to increase the amount of retail loans and other products of the Government Savings Bank, as well as to improve work efficiency.

Keywords: Retail Loans, Loan Application, Government Savings Bank Cha-uat Branch

บทนำ

ธนาคารออมสินเป็นสถาบันทางการเงินของรัฐบาลประเทศไทย เป็นเสาหลักสำคัญของรัฐบาลในการผลักดันมาตรการต่างๆ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ในการส่งเสริมและสนับสนุนการออมเงิน การลงทุนของประชาชน และให้บริการทางการเงินแก่กลุ่มหน่วยงานราชการและเอกชน ตั้งแต่ก่อตั้งจนถึงปัจจุบันธนาคารออมสินได้เรียนรู้และเปลี่ยนแปลงในหลากหลายด้าน เพื่อให้บริการที่เหมาะสมกับความต้องการของประชาชนและเศรษฐกิจประเทศไทยในแต่ละยุค ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการทำธุรกรรมทางการเงิน การให้บริการอื่นๆ และในภาคธุรกิจธนาคารที่ต้องมีการแข่งขันต่อเนื่องโดยธนาคารออมสินมีวิสัยทัศน์และพันธกิจในการเป็นธนาคารเพื่อสังคม มุ่งส่งเสริมการออม ยกระดับการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ธนาคารออมสินจึงได้พัฒนาและปรับปรุงการบริการเป็นรูปแบบ Digital Banking มากขึ้น รวมถึงกระบวนการดำเนินงานและการบริการในทุกด้าน แต่ยังคงรักษามาตรฐานการบริการ เพื่อตอบสนองลูกค้าหลากหลายช่องทาง ปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการให้มีความทันสมัยและครบวงจร เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าในด้านผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่าง ๆ ให้ครอบคลุมในทุกๆ ด้าน ซึ่งในแต่ละสังกัดหรือส่วนงานต่าง ๆ จะได้รับมอบหมายนโยบายที่แตกต่างกัน โดยการทำงานและความรับผิดชอบของสาขาขึ้นอยู่กับขนาดพื้นที่และประชากรในแต่ละสาขา ทำให้การดำเนินงานในแต่ละสาขานั้นต้องเผชิญกับการแข่งขัน และต้องปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์อย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นธนาคารออมสินจึงจำเป็นต้องสร้างความพึงพอใจ และความภักดีของผู้มาใช้บริการสินเชื่อบริการทางการเงินผลิตภัณฑ์ทางการเงินและการให้บริการอื่น ๆ เพื่อธนาคารออมสินสามารถให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและความภักดี ในการใช้บริการ และยังสามารถรักษฐานลูกค้าเดิมไปพร้อมกับการขยายฐานลูกค้าใหม่ที่มาใช้บริการทางการเงินต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สินเชื่อรายย่อยเป็นสินเชื่อที่ทำให้กลุ่มลูกค้าฐานรากได้มีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่เป็นธรรม เพื่อนำเงินไปลงทุนในการประกอบอาชีพ เป็นค่าใช้จ่ายอุปโภคและบริโภค ชำระหนี้สินอื่น ๆ โดยพิจารณาตามความสามารถในการชำระหนี้ของผู้กู้ ธนาคารออมสิน สาขาชะอวดพบว่าการให้บริการสินเชื่อรายย่อยของสาขาชะอวดมีแนวโน้มที่ลดลง เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน การปรับตัวขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายทำ ราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น ค่าครองชีพสูงขึ้น ทำให้รายรับของลูกค้าเท่าเดิมแต่ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการพิจารณาความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสาเหตุที่ทำให้ยอดสินค้าขายของธนาคารออมสิน สาขาชะวอดลดลง
2. เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดสินค้าขายของธนาคารออมสิน สาขาชะวอด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำผลการศึกษามาประยุกต์ใช้ในการทำงานเพื่อเพิ่มยอดสินค้าขายของธนาคารออมสิน สาขาชะวอด
2. นำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสินค้าขายของให้บรรลุตามเป้าหมายของธนาคาร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7PS) ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็น กลุ่มเป้าหมายเดิมส่วนประสมทางการตลาดมีเพียงแค่ 4 ตัวแปร (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมา มีการเพิ่มตัวแปร 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาด สมัยใหม่โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจด้านการบริการ

SWOT Analysis คือ หลักทฤษฎีการวิเคราะห์ชนิดหนึ่งที่ใช้วิเคราะห์สถานะขององค์กร หรือธุรกิจ โดยการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทำ SWOT จะนำเอาจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร รวมถึงโอกาส และอุปสรรค เข้ามาใช้พิจารณาและวิเคราะห์สถานภาพขององค์กร เพื่อประโยชน์ในการใช้วางแผนงาน ตลอดจนการสร้างกลยุทธ์ต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจ หรือดำเนินกิจการองค์กรให้ได้มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับสภาพความเป็นจริงขององค์กรอย่างที่สุด 1) Strengths หมายถึง จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ 2) Weaknesses หมายถึง จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ 3) Opportunities หมายถึง โอกาสที่จะดำเนินการได้ 4) Threats หมายถึง อุปสรรค ข้อจำกัด หรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์กร SWOT Analysis คือ การวิเคราะห์ปัจจัย 4 อย่างของธุรกิจ คือ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส

และอุปสรรค จุดแข็งไปปรับใช้ให้เหมาะกับสภาวะทางการตลาด แก้ไขปัญหาและลดความเสี่ยงที่ส่งผลเสียต่อองค์กร อันส่งผลให้สามารถทำธุรกิจต่อไปได้อย่างราบรื่น SWOT ประกอบด้วย 1) จุดแข็ง (Strength) คือ ความสามารถในการสร้างสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูง ถูกค่าชอบ ซึ่งเป็นสิ่งที่โดดเด่นหรือแตกต่างจากคู่แข่ง 2) จุดอ่อน คือ ทรัพยากรที่องค์กรขาดแคลน หรือ กิจกรรมทางธุรกิจที่คู่แข่งทำได้ดีกว่า ตัวอย่างเช่น การขาดแคลนเงินทุน หรือ การอบรมเรื่อง Service Mind ให้เจ้าหน้าที่บริการยังไม่มีประสิทธิภาพพอส่งผลให้คุณภาพงานบริการสู้คู่แข่งไม่ได้ 3) โอกาส คือ สถานการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วส่งผลดีต่อองค์กร ตัวอย่างเช่น นโยบายลดต้นทุน หรือ พฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าที่คุณขายเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง 4) อุปสรรค (Threats) คือ ความเสี่ยงสถานการณ์หรือภาวะที่เกิดขึ้นแล้วส่งผลเสียต่อการทำธุรกิจ ตัวอย่างเช่น ภาวะโรคระบาดทำให้คนซื้อของน้อยลง

หลักการ 6C ในการวิเคราะห์สินเชื่อ อุปนิสัยของลูกค้า (CHARACTER) อุปนิสัยของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญข้อแรกของการพิจารณาตัวผู้กู้ว่าเป็นคนอย่างไร 2) ความสามารถในการชำระหนี้ (CAPACITY) เป็นหัวใจสำคัญในการพิจารณาสินเชื่อเจ้าหน้าที่สินเชื่อต้องศึกษาถึงธุรกิจของลูกค้าว่ามีความสามารถในการชำระหนี้คืนให้กับธนาคารเพียงใด เงินทุน (CAPITAL) โดยทั่วไปแล้วสถาบันการเงินจะให้สินเชื่อแก่ธุรกิจใดก็ตามต้องพิจารณาด้วยว่าผู้กู้ได้นำเงินทุนส่วนตัวมาลงทุนด้วยเท่าไร เพราะยิ่งผู้กุนำเงินทุนส่วนตัวมาลงทุนมากเท่าใดความเสี่ยงของธนาคารก็น้อยลงเท่านั้น หลักประกัน (COLLATERALS) ในการวิเคราะห์สินเชื่อถึงแม้ว่าจำเป็นต้องวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวข้างต้นจะเป็นหัวใจสำคัญแล้วสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงก็คือหลักประกันเพราะธุรกิจจะดีเพียงใดก็ตามอาจถูกสภาวะแวดล้อมหรือเหตุอันไม่คาดหมายทำให้ธุรกิจเกิดปัญหาได้ สถานการณ์ (CONDITION) เป็นสิ่งที่อยู่นอกเหนือการควบคุมอันมีปัจจัยหลายอย่างไม่ว่าจะเป็นปัญหาที่เกิดจากภาวะเศรษฐกิจทั้งในและนอกประเทศปัญหาทางด้านนโยบายของรัฐบาลการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราปัญหาสิ่งแวดล้อมความผันผวนของตลาด ประเทศ (COUNTRY) วิเคราะห์ถึงเศรษฐกิจของประเทศนั้น ๆ ว่าเศรษฐกิจภายในประเทศเป็นอย่างไรมองไปถึงสภาวะการเมืองของประเทศ

กรณีการ เหมือนประเสริฐ (2548) ได้กล่าวว่า ในหน่วยงานองค์กรต่าง ๆ จะประกอบไปด้วยบุคลากรในระดับต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก บุคคลแต่ละคนจะมีพฤติกรรมที่ต่างกันอย่างออกปาลักษณะพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกแตกต่างกันนี้ มีสาเหตุมาจากปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กร ลักษณะพฤติกรรมในการทำงานของบุคคล

ประชาสรรค์ แสนภักดี (2547) แผนผังสาเหตุและผล (Cause and Effect Diagram) แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหากับสาเหตุที่เป็นไปได้และอาจก่อให้เกิดปัญหา “ผังก้างปลา” (Fish Bone Diagram) โดยมีขั้นตอนการสร้างแผนผังก้างปลา ดังนี้ 1) กำหนดปัญหาเริ่มจากการเขียนปัญหาขององค์กรที่กำลังเผชิญ นำสาเหตุหลักวางไว้ที่หัวปลา 2) ทำการจัดหมวดหมู่ของปัญหาหลัก จากนั้นลากเส้นออกจากหัวปลา 3) ระบุสาเหตุที่เป็นไปได้ของปัญหาที่เกี่ยวข้องโดยทำการลากเส้นออกด้านข้างของก้าง 4) วิเคราะห์แผนภูมิผังก้างปลา เพื่อค้นหาไปจนถึงแก่นของแต่ละสาเหตุ

วชิรวัชร งามละม่อน (2558) ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ถือเป็นความหลากหลายและความแตกต่างเกี่ยวกับบุคคล เช่น เพศ สถานภาพ อายุ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย และความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของบุคคลแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งความแตกต่างและความหลากหลายของบุคคลนี้ สามารถบ่งชี้ลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลที่แตกต่างกัน การตัดสินใจที่แตกต่างกันนั้นมีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ หรือความเป็นมาของบุคคลนั่นเอง

พรพรรณ นิลพันธุ์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มยอดขายสินค้าชีววิเศษสันต์ ภูมิศึกษา ธนาครอสมสิน สาขาบักชีตาก ผลการศึกษาพบว่าสลากอสมสินมีไม่เพียงพอต่อความต้องการซื้อของลูกค้า ลูกค้าที่ไม่เคยรู้ สินค้าชีววิเศษสันต์ไม่ทราบว่าสลากอสมสินสามารถนำมาเป็นหลักประกันในการกู้เงินได้ อัตราดอกเบี้ยสินค้าชีววิเศษสันต์สูงกว่าดอกเบี้ยการฝากสลากที่ลูกค้าจะได้รับ และ สลากอสมสินครบอายุ แต่ลูกค้าสินค้าชีววิเศษสันต์ที่นำสลากอสมสินมาเป็นหลักประกันไม่ทราบ เมื่อวิเคราะห์แล้วพบว่าแนวทางในการแก้ไขปัญหาคือ ควรเน้นการเตรียมความพร้อมในการจัดช่องบริการพิเศษและกิจกรรมเชิงรุกเพื่อเข้าถึงลูกค้าและสร้างความตระหนักเกี่ยวกับสลากอสมสินที่มีอยู่สำหรับผู้ถือสลากอสมสินที่นำมาใช้เป็นหลักประกันในการกู้เงิน

รัชฎาภรณ์ กาญจนะแสน (2564) ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการแก้ไขปัญหาสินค้าชีววิเศษสันต์ วงเงินไม่เกิน 10 ล้านบาทของธนาครอสมสิน สาขาโคกอุดมที่มีแนวโน้มลดลงพบว่าสาเหตุที่สินค้าชีววิเศษสันต์มีแนวโน้มลดลง ส่วนใหญ่เกิดจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจซบเซา การบริหารจัดการของรัฐบาลกับโรคระบาด COVID-19 ทำให้ความสามารถในการทำไร่สภาพคล่อง และผลประกอบการธุรกิจของลูกค้าลดลง นอกจากนี้ยังพบปัญหาในการให้บริการสินค้าชีววิเศษสันต์ของธนาคร ดังนี้ 1) ลูกค้าไม่มีความเข้าใจในการกำหนดวัตถุประสงค์ของการขอกู้ 2) สถาบันการเงินขาดความยืดหยุ่นในเกณฑ์ที่ใช้พิจารณา 3) ลูกค้าเผชิญกับปัญหาบางประการ เช่น กิจการถูกปิด การประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินของภาครัฐ และ หาแนวทางการแก้ไขออกมาเป็น 2

ทางเลือก คือ 1) การส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการ ปฏิบัติงานสินเชื่อ 2) การปรับเปลี่ยนกระบวนการด้านสินเชื่อ และตัดสินใจใช้ทั้ง 2 ทางเลือก เพื่อเป็นการ แก้ไขปัญหาในส่วน
ของพนักงานและกระบวนการสินเชื่อ

กฤตยา อภิเดช (2564) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อโทรทอง
ของธนาคารออมสิน ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมากที่สุดใช้บริการสินเชื่อโทรทองเพื่อการ
อุปโภคบริโภค โดยได้รับคำแนะนำจากพนักงานธนาคาร และมีการเปรียบเทียบระหว่างสินเชื่อโทร
ทองและผลิตภัณฑ์สินเชื่อประเภทอื่น ๆ ก่อนการตัดสินใจ การแนะนำสินเชื่อโทรทองจากบุคคลอื่น
ๆ ก็มีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจของลูกค้า ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ
สินเชื่อโทรทองมีดังนี้ 1) ด้านพนักงานธนาคาร 2) ด้านลักษณะทางกายภาพ 3) ด้านช่องทางการ
จัดจำหน่าย 4) ด้านราคา 5) ด้านกระบวนการให้บริการ และ 6) ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนแนวทางในการ
เพิ่มยอดสินเชื่อโทรทองได้แบ่งออกเป็น 2 แนวทาง 1) การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับสินเชื่อโทรทอง
การเพิ่มการประชาสัมพันธ์และการให้ความรู้ให้กับลูกค้าเกี่ยวกับสินเชื่อโทรทอง โดยเพิ่มช่องทางใน
การให้ความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อโทรทอง โดยพนักงานธนาคาร 2) การเพิ่มช่องทางการให้บริการทาง
ออนไลน์ การจ้างบริษัทที่เชี่ยวชาญในการพัฒนาระบบช่องทางการให้บริการออนไลน์เพื่อเพิ่มความ
สะดวกในการใช้บริการสินเชื่อโทรทองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การทำแนวทางเหล่านี้จะช่วยให้
ธนาคารออมสินเพิ่มยอดสินเชื่อโทรทองและขยายฐานลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและถูกต้องตาม
ความต้องการของตลาดในปัจจุบันและอนาคต

วิธีการดำเนินการวิจัย

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณแบบปฐมภูมิ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าปัจจุบันที่มาใช้บริการ
ของธนาคารออมสิน สาขาชะอวด โดยใช้แบบสอบถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ ปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 120 รายและ
เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเจาะจง จากผู้บริหารธนาคารออมสิน สาขาชะอวด
จำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาชะอวด ผู้ช่วยผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขา
ชะอวดด้านสินเชื่อ และผู้ช่วยผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาชะอวดด้านเงินฝาก

การเก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่ผู้ทำวิจัย
เกี่ยวกับความต้องการของผู้มาใช้บริการสินเชื่อย่อยๆ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ถูกจัดเก็บในรูปแบบเอกสาร

ทางวิชาการ งานวิจัย สื่อสิ่งพิมพ์ โดยได้รวบรวมข้อมูลจากวารสารธนาคารออมสิน ระบบ
อินเทอร์เน็ตของธนาคารออมสิน และระบบข้อมูลอินเทอร์เน็ต

จำนวนประชากร คือ ลูกค้ายุคปัจจุบันของธนาคารออมสิน สาขาชะอวด โดยเลือกกลุ่ม
ตัวอย่างจำนวน 120 ราย ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกคามีความแตกต่างด้าน เพศ การศึกษา
อายุ สถานภาพ รายได้และอาชีพ

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบสอบถามที่ใช้วิธีจากฐานข้อมูลลูกค้าธนาคารออมสิน
สาขาชะอวดจำนวน 120 ราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าของธนาคารออมสิน
สาขา ชะอวด จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%
และค่าความคลาดเคลื่อน 5% จากการคำนวณทำให้ได้ผลลัพธ์เท่ากับ 92.31 ดังนั้นเพื่อความ
สะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูลและลดความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล ผู้ทำวิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่ม
ตัวอย่างทั้งหมด 100 ราย

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ โดยมี
รายละเอียดดังนี้ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เป็นสถิติขั้นพื้นฐานที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์
ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้โดยใช้
วิธีการจำแนกความถี่ และแสดงตารางแบบร้อยละ เพื่อพิจารณาถึงลักษณะทั่วไปของข้อมูลเบื้องต้น
ของกลุ่มตัวอย่าง โดยอธิบายถึงความสอดคล้องของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อม
ภายนอกของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสาเหตุข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรายย่อยของธนาคาร
ออมสินสาขาชะอวดลดลง เพื่อทราบถึงสาเหตุสินเชื่อย่อยที่ลดลงและเพิ่มยอดสินเชื่อของธนาคาร
ออมสินสาขาชะอวดในภายภาคหน้า 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ จะดำเนินการตรวจสอบ
แบบสอบถาม และจากนั้นนำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้
โปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับการวิจัยทางสถิติ โดยกำหนดเกณฑ์การวัดมาตราส่วนประมาณค่า 5
ระดับ เมื่อรวบรวมข้อมูลและนำมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูล จะนำข้อมูล
ที่ได้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรายย่อยของธนาคารออมสิน สาขาชะ
อวด และปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3) การ
วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูล
โดยการตีความและใช้วิธีการสรุปบรรยายทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ โดยใช้วิธี Content Analysis ใน
การจัดการข้อมูล วิเคราะห์และสรุปประเด็นเรียงเรียงข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยผู้วิจัยจะใช้
วิธีการพรรณนาและอธิบายผลที่ได้จากการศึกษาแนวทางเพิ่มยอดสินเชื่อรายย่อยของธนาคารออม

สิ้นสาขาชะอวด และตัวแปรต่าง ๆ ว่ามีลักษณะสอดคล้องหรือแตกต่างจากการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณอย่างไร เพื่อให้การสรุปและการเสนอแนะในมุมมองและความสัมพันธ์ในแต่ละมิติ เพื่อเพิ่มความเข้มแข็งและเชื่อมั่นให้กับงานวิจัยในเชิงวิชาการ ซึ่งสถิติที่ใช้การศึกษาค้างนี้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 4) การวิเคราะห์ข้อมูลจากเครื่องมือแผนผังก้างปลา นำข้อมูลจากการสำรวจแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เชิงลึกมาใช้ในการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาและหาแนวทางแก้ไขปัญหา โดยกำหนดปัญหาไว้ที่ส่วนของหัวปลา และกำหนดสาเหตุหลักและสาเหตุย่อยไว้ที่ก้างปลาเพื่อหาแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อรายย่อยของธนาคารออมสินสาขาชะอวด

ผลการศึกษา

ตาราง 1 ผลการศึกษาข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรายย่อยธนาคารออมสิน สาขา

ชะอวด จากผู้ตอบแบบสอบถาม 100 ราย

ลูกค้าเคยยื่นกู้สินเชื่อรายย่อยหรือไม่	ร้อยละ	แหล่งข้อมูลสำคัญใดที่ท่านใช้ในการตัดสินใจใช้ขอสินเชื่อรายย่อย	ร้อยละ
เคย	65%	ประสบการณ์ที่เคยใช้บริการเอง	48%
ไม่เคย	35%	คำแนะนำบอกกล่าวจากบุคคลอื่น	23%
จำนวนครั้งที่ลูกค้าเข้ามาติดต่อสอบถามหรือยื่นเอกสารขอกู้สินเชื่อรายย่อย	ร้อยละ	โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ	12%
น้อยกว่า 2 ครั้ง	48%	คำแนะนำจากพนักงานธนาคาร	17%
2- 3 ครั้ง	41%	เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อรายย่อยของธนาคารออมสิน	ร้อยละ
4- 5 ครั้ง	9%	มีสินเชื่อที่ตอบสนองในหลากหลายอาชีพ	45%
มากกว่า 5 ครั้ง	2%	มีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์สินเชื่อของธนาคารออมสิน	27%

วัตถุประสงค์ในการใช้สินเชื่อของ ธนาคารออมสิน	ร้อยละ	กระบวนการการให้บริการสินเชื่อ สะดวกและรวดเร็ว	10%
เพื่อนำไปใช้จ่ายฉุกเฉิน	24%	ได้รับวงเงินขอกู้ที่ต้องการ	18%
เพื่อนำไปจ่ายสินเชื่อหนี้ในระบบ	15%	ปัญหาที่พบในการใช้สินเชื่อราย ย่อย ธนาคารออมสินสาขาชะวอด	ร้อยละ
เพื่อนำไปใช้จ่ายหมุนเวียนในการ ประกอบอาชีพ	24%	ความสุภาพในการให้บริการของ พนักงาน	1%
เพื่อนำไปใช้อุปโภคและบริโภค	45%	ได้รับการติดต่อกลับล่าช้าไป	9%
ปัญหาที่พบในการใช้สินเชื่อรายย่อย ธนาคารออมสินสาขาชะวอด	ร้อยละ	ไม่มีปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อ รายย่อย	76%
กระบวนการการให้บริการสินเชื่อ ล่าช้า	12%	พนักงานให้ข้อมูลคลาดเคลื่อน	2%

ผลการศึกษาสาเหตุที่ทำให้ยอดสินเชื่อรายย่อยของธนาคารออมสินสาขาชะวอดลดลง จากข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย และนำแต่ละด้านมาพิจารณาถึงปัญหาที่ควรนำมาปรับปรุง ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อการสมัครขอสินเชื่อยุ่งยากควรลดปริมาณเอกสารที่ใช้ประกอบการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ
2. ด้านต้นทุนหรือราคา อัตราดอกเบี้ยยังไม่สามารถแข่งขันกับธนาคารอื่นได้ ควรปรับลดอัตราดอกเบี้ยลงมาตามความเหมาะสมหรือตามช่วงเวลาเพื่อสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการสินเชื่อ
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรจัดให้มี Call Center ให้บริการตอบคำถามเกี่ยวกับสินเชื่อรายย่อย ควรเพิ่มพนักงานในการตอบข้อสงสัยมากขึ้น
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรจัดให้มีการออกพื้นที่เพื่อประชาสัมพันธ์และบริการสินเชื่อนอกสถานที่มากขึ้น

5. ด้านบุคคล ควรมีการจัดอบรมพนักงานให้บริการด้วยความสุภาพมากขึ้น

6. ด้านกระบวนการ การพิจารณาอนุมัติสินเชื่อยังไม่รวดเร็ว ควรเพิ่มความรวดเร็วในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ โดยการลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนและนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรจัดให้มีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการของธนาคารที่มีความทันสมัยมากขึ้น

ผลการศึกษาสาเหตุที่ทำให้ยอดสินเชื่อรายย่อยของธนาคารออมสินสาขาชะวอดลดลง จากแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารสาขา 3 คน โดยสรุปผลได้ดังนี้

1. สภาวะเศรษฐกิจขบเซาจะมีผลต่อความต้องการใช้สินเชื่อรายย่อยของลูกค้า

2. ปัจจัยใดบ้างที่ลูกค้าใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรายย่อยธนาคารออมสิน สาขาชะวอด อัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ ค่าธรรมเนียมสินเชื่อ จำนวนสาขามีเยอะเกือบทุกอำเภอ ระยะเวลาการดำเนินการ

3. สินเชื่อรายย่อยธนาคารออมสินมีจุดเด่นและจุดด้อยอย่างไร จุดเด่น อัตราดอกเบี้ยสามารถแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่นได้ มีผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่หลากหลาย สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทุกกลุ่มอาชีพ มีสาขาให้บริการเยอะเกือบทุกอำเภอ จุดด้อย เอกสารการจัดทำแบบคำขอสินเชื่อยุ่งยาก จำนวนเงินอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ

4. กระบวนการการให้บริการสินเชื่อรายย่อยตั้งแต่การติดต่อลูกค้าจนถึงการอนุมัติสินเชื่อมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด มีความเหมาะสมและจะขึ้นอยู่แต่ละช่วงเวลา อย่างเช่นช่วงปิดไตรมาส อาจจะมีการขอสินเชื่อเข้ามาเยอะทำให้กระบวนการทำงานอาจจะล่าช้าไปบ้าง แต่อาจจะต้องเพิ่มกระบวนการด้านเทคโนโลยีเข้าไปเพื่อทำให้การอนุมัติสินเชื่อ่ายและเร็วขึ้น จุดที่ต้องปรับควรจะเป็นกระบวนการอนุมัติสินเชื่อให้เร็วขึ้นและมีความเป็นมาตรฐานที่ชัดเจน เพื่อสามารถปล่อยสินเชื่อได้มากขึ้น

5. ธนาคารออมสินสาขาชะวอดให้บริการลูกค้าที่ดีและรวดเร็วหรือไม่ และมีจุดใดที่ต้องปรับปรุงบ้าง จะช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กัพนักงานในการให้บริการ แต่ควรจะมีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปรับปรุงการให้บริการสินเชื่ออาจช่วยให้กระบวนการเร็วขึ้นและลดความผิดพลาดได้

6. ธนาคารออมสินสาขาชะวอดได้มีการส่งเสริมการขาย หรือประชาสัมพันธ์มากขึ้นเพียงใด ต้องการให้มีสิ่งใดเพิ่มเติม หรือต้องการให้ปรับปรุงสิ่งใดบ้าง มีการส่งเสริมการขายประชาสัมพันธ์หลากหลายช่องทาง สิ่งที่ต้องการปรับปรุงคือการร่วมมือกับชุมชนในการทำกิจกรรม และส่งเสริมการให้สินเชื่อในท้องถิ่นนั้น ๆ และอยากให้มีการใช้สื่อสังคมและเครือข่ายออนไลน์ต่าง ๆ มากขึ้น

7. ธนาคารออมสิน สาขาชะวอด มีความพร้อมในการแข่งขันกับคู่แข่งอื่นหรือไม่ เพราะอะไร มีความพร้อม ในด้านอัตราดอกเบี้ย มีฐานลูกค้ามาก เข้าถึงประชาชนได้ง่ายกว่าสถาบันการเงินอื่น ๆ และเป็นธนาคารที่สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

อภิปรายผลกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ของ Kotler ไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่สรุปว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวแปรหลักในการที่จะใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีปัจจัยหลายประการที่เป็นตัวแปร เมื่อนำมาพิจารณาถึงปัญหาที่ควรปรับปรุง ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อ การสมัครขอสินเชื่อยุ่งยากควรลดปริมาณเอกสารที่ใช้ประกอบการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการสินเชื่อกับลูกค้า
2. ด้านต้นทุนหรือราคา อัตราดอกเบี้ยยังไม่สามารถแข่งขันกับธนาคารอื่นได้ ควรปรับลดอัตราดอกเบี้ยลงมาตามความเหมาะสมหรือตามช่วงเวลาเพื่อสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการสินเชื่อมากขึ้น
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรจัดให้มี Call Center ให้บริการตอบคำถามเกี่ยวกับสินเชื่อรายย่อย ควรเพิ่มพนักงานในการตอบข้อสงสัยมากขึ้น และควรมีการให้บริการสินเชื่อผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน เพื่อสร้างการรับรู้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์และปรับปรุงช่องทางออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรจัดให้มีการออกพื้นที่เพื่อประชาสัมพันธ์และบริการสินเชื่อนอกสถานที่เพื่อสามารถให้บริการได้ถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
5. ด้านบุคคล ควรมีการจัดอบรมพนักงานให้บริการด้วยความสุภาพมากขึ้น

6. ด้านกระบวนการให้บริการ ควรเพิ่มความรวดเร็วในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ โดยการลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อน นำระบบเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรจัดให้มีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการของธนาคารควรมีความทันสมัยมากขึ้น เช่น เน้นบริการช่องทางออนไลน์มากขึ้นหรือการให้บริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งจะช่วยเพิ่มยอดการให้สินเชื่อรายย่อยให้กับธนาคารออมสินสาขาชะวอดได้มากยิ่งขึ้น

อภิปรายผลการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่องแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อรายย่อยของธนาคารออมสิน ผู้วิจัยได้กำหนดทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับการแก้ไขปัญหา คือการออกเชิงรุกนอกพื้นที่มากขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์และบริการสินเชื่อนอกสถานที่ สำหรับลูกค้าที่มีความต้องการเงินทุนสำรองเป็นค่าใช้จ่ายในการอุปโภคและบริโภคหรือเพื่อเสริมสภาพคล่องในกิจการในสถานะเศรษฐกิจขบเซา ซึ่งเป็นแนวทางที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ เพิ่มรายได้ เพิ่มจำนวนอนุมัติสินเชื่อรายย่อยให้กับธนาคารออมสินสาขาชะวอดอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตยา อภิเดช (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อโทรทองของธนาคารออมสิน คือการสร้าง ความเข้าใจเกี่ยวกับสินเชื่อโทรทอง การเพิ่มการประชาสัมพันธ์และการให้ความรู้ให้กับลูกค้าเกี่ยวกับสินเชื่อโทรทอง โดยเพิ่มช่องทางในการให้ความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อโทรทอง และการเพิ่มช่องทาง การให้บริการทางออนไลน์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของพรพรรณ นิลพันธุ์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อชีวิตสุขสันต์ กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาบักชี ตาก แนวทางในการแก้ไขปัญหา คือ ควรเน้นการเตรียมความพร้อมในการจัดช่องบริการพิเศษและ กิจกรรมเชิงรุกเพื่อเข้าถึงลูกค้าและสร้างความตระหนักเกี่ยวกับสลากออมสินที่มีอยู่สำหรับผู้ถือ สลากออมสินที่นำมาใช้เป็นหลักประกันในการกู้เงิน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อรายย่อยของธนาคารออมสินสาขาชะวอด ควรเพิ่มช่องทางการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ การยื่นเอกสารขอกู้สินเชื่อรายย่อยผ่านช่องทาง

ออนไลน์ การติดตามขั้นตอนการอนุมัติ เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้บริการให้กับลูกค้า และ
ควรมีการกระตุ้นและส่งเสริมให้พนักงานของธนาคารมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย
วัตถุประสงค์ของการเพิ่มยอดสินเชื่อรายย่อยของธนาคารออมสิน และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของธนาคาร
เพื่อปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานให้ดีขึ้น โดยกำหนดให้มีการติดตามผลการ
ดำเนินงานในทุก ๆ เดือน หรือทุกไตรมาส เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และมียอดอนุมัติ
และทำสัญญาสินเชื่อรายย่อยที่เติบโตขึ้นทุกปี

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเฉพาะประเภทสินเชื่อเปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่าง และทราบถึง
ปัญหาของแต่ละประเภทสินเชื่อ เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาได้ตรงจุดและเห็นภาพชัดเจนมาก
ยิ่งขึ้น

2. ควรขยายระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา เพื่อศึกษาข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ อย่าง
ละเอียดรอบคอบ และวางแนวทางการแก้ไขปัญหาได้อย่างเป็นระเบียบ

เอกสารอ้างอิง

กรรณิการ์ เหมือนประเสริฐ. (2548). *ทัศนคติของพนักงานที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรบริษัท คูเวต บิโตรเลียม (ประเทศไทย) จำกัด*. วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

กฤตยา อภิเดช. (2564). *การศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อไตรมาสของธนาคารออมสิน*.
การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเงิน.
กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ญาโณทัย อนันตกุล. (2558). *หลักการ 6C ในการวิเคราะห์สินเชื่อ*. สืบค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2566,
จาก <https://www.gotoknow.org/posts/584436>.

ประชาสรรค์ แสนภักดี. (2547). *ผังก้างปลากับแผนภูมิความคิด*. สืบค้นเมื่อ 21 สิงหาคม 2566,
จาก <http://www.prachasan.com/mindmapknowledge/fishbonemm.htm>.

Aksarapak C. (2566). *SWOT Analysis คืออะไร สำคัญกับธุรกิจอย่างไร พร้อมตัวอย่างการวิเคราะห์*. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://contentshifu.com/blog/swot-analysis>.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในการซื้อของผู้ค้าปลีก กรณีศึกษา บริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด

เพชรรัตน์ กนกจรรักษ์¹, สิริพันธ์ วงศ์อินทวัง²

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจ

^{1,2} มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท กลุ่มวิชาการตลาด

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ซื้อของผู้ค้าปลีก และเพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของบริษัทฯ ที่มีผลต่อความพึงพอใจซื้อของผู้ค้า
ปลีก เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน โดยแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจากการเข้ามาซื้อสินค้าที่
บริษัทฯ จำนวนทั้งสิ้น 400 ราย และดำเนินการสัมภาษณ์ จำนวนรวมทั้งสิ้น 10 ราย ผลการวิจัย
พบว่า (1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อของผู้ค้าปลีก พบว่า
ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้าน
การส่งเสริมการตลาด (2) คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อของผู้ค้าปลีก พบว่า
ความน่าเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือความมั่นใจ การตอบสนอง การเอาใจใส่ และ
สิ่งที่จับต้องได้ (3) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อ
พฤติกรรมการซื้อสินค้าของบริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ (4)
คุณภาพการบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของบริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด
อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ข้อเสนอแนะ คือ บริษัทควรให้ความสนใจในบุคลากรที่คอยแนะนำ
สินค้าให้แก่ลูกค้า เนื่องจากธุรกิจขายส่งเป็นธุรกิจเกี่ยวกับงานบริการและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับ
ผลิตภัณฑ์ ดังนั้น การส่งเสริมให้บุคลากรได้ฝึกอบรมเพิ่มเติมความรู้ในผลิตภัณฑ์จึงมีความสำคัญ
เป็นอย่างมาก

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจ

Marketing Mix and Service Quality Factors that Affect Retailers'

Purchasing Satisfaction

A Case Study: Pattani Muang Mai Company Limited

Petcharat Kanokjarurak¹, Siriphan Wongintavung²

^{1,2} School of Business

^{1,2} University of the Thai Chamber of Commerce

¹ Master's Degree Student, Concentration on Marketing

Abstract

The purpose of this research is to study marketing mix factors that affect retailers' purchasing satisfaction and to study the quality of the company's services. that affects the purchasing satisfaction of retailers It is integrative research. By distributing questionnaires to a sample group of people who came to buy products at the company. There were a total of 400 people and interviews were conducted. There was a total of 10 cases. The results of the research found that (1) marketing mix factors that affect retailers' purchase satisfaction. It was found that the products have the highest average value, followed by price, distribution channels, and marketing promotion. (2) Service quality that affects retailers' purchasing satisfaction. It was found that reliability had the highest average, followed by confidence, responsiveness, empathy, and tangible things (3) product factors and marketing promotion factors Influence the purchasing behavior of the company's products. Pattani Muang Mai Limited is significant at the 0.05 level and (4) service quality There is no influence on the company's product purchasing behavior. Pattani Muang Mai Co., Ltd., significantly at the 0.05 level. The suggestion is that the company should pay attention to personnel who recommend products to customers. Because the wholesale business is a business that involves service and providing information about products, therefore, encouraging personnel to receive additional training and knowledge in products is very important.

Keywords: Marketing Mix Factors, Service Quality, Satisfaction

บทนำ

บริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด จัดเป็นประเภทผู้ค้าส่งอิสระ มีอำนาจต่อรองซื้อสินค้าโดยตรงจากโรงงานมาขายต่อให้กับผู้ประกอบการค้าปลีกได้ในราคาส่ง หรือราคาถูก โดยเน้นปริมาณการขายจำนวนมาก และมีกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการขายส่งไว้ เพื่อให้ผู้ค้าปลีกซื้อสินค้าได้ในราคาถูก ซึ่งปัจจุบันปัญหาหลักของบริษัทฯ คือ สภาพการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้น จากการคู่แข่งทางการตลาดมีการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างต่อเนื่องทั้งการปรับปรุงคุณภาพการบริการ การลดราคาสินค้า การจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เป็นต้น ซึ่งจากสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ผลการประกอบกิจการระหว่างวันที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2566 พบว่าทางบริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด มีผลประกอบการลดลงร้อยละ 30 และมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น บริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด ต้องมีการปรับแนวทางการตลาดและปรับปรุงการบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการซื้อสินค้ากับบริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด เพื่อการตอบสนองตรงตามความต้องการของลูกค้าสูงสุด และเพื่อรักษฐานของลูกค้าเดิมไว้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจซื้อของผู้ค้าปลีก
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของบริษัทฯ ที่มีผลต่อความพึงพอใจซื้อของผู้ค้าปลีก

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานวิจัย โดยมีเนื้อหาที่รวบรวมไว้เพื่อสนับสนุนงานวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ธัญญธิดา รักชาติ (2559) กล่าวว่า แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดจะเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ใช้วางแผนกลยุทธ์ของบริษัทเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย

ผลิตภัณฑ์ คือสิ่งที่ธุรกิจของคุณต้องการขายให้กับผู้บริโภคและต้องเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ โดยผลิตภัณฑ์ในที่นี้อาจเป็นสินค้าหรือบริการก็ได้ ซึ่งต้องมีประโยชน์ (Utility) และสร้าง

คุณค่า (Value) ให้กับผู้บริโภค ตอบสนองต่อการใช้งานและสร้างความพึงพอใจกับผู้บริโภคได้ดี ซึ่ง
เหตุผลนี้จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

ราคา คือคุณค่าหรือมูลค่าของตัวผลิตภัณฑ์ที่แสดงออกมาในรูปของตัวเงิน ซึ่งราคาคือเป็น
สิ่งที่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์แต่ละแบรนด์เป็นอันดับแรก โดยผู้บริโภคจะ
เปรียบเทียบระหว่างคุณค่าที่ได้รับว่าเหมาะสมกับราคาหรือไม่ ดังนั้นในฐานะเจ้าของธุรกิจและ
ผู้ประกอบการก็ควรต้องกำหนดราคาให้เหมาะสมกับสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับก่อนที่จะปล่อยผลิตภัณฑ์
ออกสู่ท้องตลาดเสมอ

ช่องทางการจัดจำหน่าย คือปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับที่ตั้งและรูปแบบสถานที่ให้บริการ โดยต้อง
พิจารณาให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของเราเพื่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าของธุรกิจ

การส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากร คือการสื่อสารกันระหว่างธุรกิจและผู้บริโภค เพื่อ
กระตุ้นการขายผ่านช่องทางและกลยุทธ์ต่าง ๆ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ที่บริษัท
จะต้องปรับใช้ ออกแบบให้เหมาะสมสามารถสนองตอบความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่าง
ถูกต้องและเกิดความพึงพอใจทั้งสองฝ่าย

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

Parasuraman, Zeithaml & Berry (1990) ได้ พัฒนาและสร้างเครื่องมือในการประเมิน
คุณภาพการบริการเรียกว่า Servqual (Service Quality) ซึ่ง สามารถนำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์
โดยสรุปมิติการประเมินคุณภาพจาก 10 ด้านเหลือเพียง 5 ด้านดังต่อไปนี้

สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) คือการบริการที่นำเสนอในลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้ เห็น
ถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และสามารถสัมผัสได้ซึ่งได้แก่เครื่องมืออุปกรณ์บุคลากรและ การใช้
สัญลักษณ์หรือเอกสารที่ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสาร

ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือความสามารถในการให้บริการตรงกับสัญญาที่ให้ ไว้กับผู้
บริการบริการที่ให้ทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอในทุกครั้งของบริการที่จะทำ
ให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้

การตอบสนอง (Responsiveness) คือผู้ให้บริการมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการ
โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึง
บริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ

การให้ความมั่นใจ (Assurance) คือผู้ให้บริการมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพรวมทั้งการเอาใจใส่มีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการให้บริการรวมทั้งสามารถทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจและเกิดความมั่นใจในการรับบริการได้

การเอาใจใส่ (Empathy) คือความสามารถในการดูแลความเอื้ออาทรเอาใจใส่ ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการ

3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ธัญญ์ธิดา รักษาติ (2559) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดี เป็นบวกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเกิดขึ้นเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการ หรือสิ่งที่ตนเองคาดหวังไว้ เป็นผลลบหากไม่ตรงกับความต้องการ โดยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ คือ

1. คุณภาพของสินค้าหรือบริการ มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ความคุ้มค่า
2. การบริการ มีความรวดเร็ว ความใส่ใจ สุภาพ
3. ความคาดหวัง สิ่งที่บุคคลคาดหวังไว้
4. ประสบการณ์ก่อนหน้า
5. ปัจจัยส่วนตัว ลักษณะนิสัย ความเชื่อ ค่านิยม

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุบิน พุทโสม (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องคุณลักษณะของตลาดค้าส่ง ความสามารถของผู้ค้าส่ง คุณลักษณะของผู้ค้าส่ง และส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจเพื่อสร้างความยั่งยืนของผู้ประกอบการค้าส่ง ผลการทดสอบพบว่า ส่วนประสมการตลาดของผู้ค้าส่งมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ค้าส่ง และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความยั่งยืนของผู้ค้าส่งโดยส่งผ่านความสำเร็จของผู้ค้าส่ง หมายความว่า ส่วนประสมการตลาดของผู้ค้าส่งเป็นแหล่งที่มาของความสำเร็จและความยั่งยืนของผู้ค้าส่ง

สุจิตรา บรรณจิตร และ ยุทธกร ฤทธิ์ไธสง (2565) ได้การศึกษาร่วมประสมทางการตลาดสำหรับผู้บริโภคของร้านค้าปลีก ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญสูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้ อาจจะเนื่องมาจาก

ผู้บริโภคเห็นว่าสินค้าที่จะซื้อเป็นสินค้าขั้นพื้นฐานที่มีความจำเป็นต่อการอุปโภคบริโภค จึงอาจจะไม่ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดมากนัก

วิลาลินี จงกลพีช (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการในมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจเครื่องแก้ววิทยาศาสตร์กรณีศึกษา บริษัท เอ็น เค แลบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นมากที่สุดกับปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ในระดับสูงสุด ส่วนในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ตามลำดับ ในขณะที่ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจเป็นอันดับสุดท้าย

วิธีดำเนินการวิจัย

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

- การวิจัยเชิงปริมาณ คือ กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ฐานข้อมูลของผู้ค้าปลีกของบริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด จำนวนทั้งสิ้น 518 ราย
- การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ คือ กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ฐานข้อมูลของผู้ค้าปลีกของบริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด จำนวนทั้งสิ้น 518 ราย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

- การวิจัยเชิงปริมาณ คือ กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก โดยเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากการเข้ามาซื้อสินค้าที่บริษัทฯ เป็นการสุ่มแบบเจาะจงจำนวนทั้งสิ้น 400 ราย โดยตอบแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านทาง Google Forms
- การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ คือ กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีก จำนวนรวมทั้งสิ้น 10 ราย โดยการสุ่มลูกค้าท่านแรกที่เข้ามาซื้อสินค้าในแต่ละวัน จำนวน 1 รายต่อวัน รวมเป็นเวลา 10 วัน การสัมภาษณ์จะเป็นคำถามแบบปลายเปิดเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็น

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาสำหรับข้อมูล

1. เชิงปริมาณ เป็นการสุ่มแบบเจาะจงจำนวนทั้งสิ้น 400 ราย โดยตอบแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านทาง Google Forms มีเครื่องมือ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อของผู้ค้าปลีก

ตอนที่ 3 ปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อของผู้ค้าปลีก

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจในการซื้อของผู้ค้าปลีก

2. เชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้แบบสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ทางผู้วิจัยจะสัมภาษณ์โดยใช้คำถามแบบปลายเปิด ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มลูกค้านำเข้าที่เข้ามาซื้อสินค้าในแต่ละวันจำนวน 1 รายต่อวัน รวมเป็นเวลา 10 วัน มีเครื่องมือ ดังนี้

ตอนที่ 1 คุณภาพการบริการบริการ

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของบริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านราคา

ตอนที่ 4 ปัจจัยด้านสถานที่

ตอนที่ 5 ปัจจัยด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 6 ความพึงพอใจ

3. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

- วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยการบันทึกเทปคำสัมภาษณ์ และนำมาวิเคราะห์เนื้อหาเป็นการบรรยายเนื้อหาจากการวิเคราะห์ โดยการจัดกลุ่มเนื้อหาหลักที่มีความหมายสอดคล้องและใกล้เคียงกัน ตัดข้อมูลที่ซ้ำซ้อนออกเพื่อเรียบเรียง แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาพิจารณาประเด็นหลักและแบ่งเป็นประเด็นย่อยอีกครั้ง เพื่อสรุปข้อมูลเพื่อนำมาเชื่อมโยงกับข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาทฤษฎีหรือการทบทวนวรรณกรรมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถตอบคำถามงานวิจัยและวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้

- วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเฉลี่ย สถิติเชิงอนุมาน ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหา ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม จำนวน 1 ตัวกับตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป

ผลการศึกษา

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเจ้าของกิจการ หรือผู้ถือหุ้น วุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีรายได้ 50,001-100,000 ต่อเดือน ระยะเวลาในการเปิดกิจการ ประมาณ 1-5 ปี มาซื้อสินค้า 1-3 ครั้งต่อเดือน เป็นลูกค้ากับบริษัทมากกว่า 3 ปีขึ้นไป และครั้งล่าสุดที่เข้ามาซื้อสินค้าน้อยกว่า 1 เดือน

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อของผู้ค้าปลีก พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นมากที่สุดกับด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตาราง 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อของผู้ค้าปลีก

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.21	0.715	มาก
ด้านราคา	4.20	0.695	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.18	0.736	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.11	0.797	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.17	0.735	มาก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นมากที่สุดกับเรื่องสินค้ามีความหลากหลายมากที่สุด รองลงมาคือ สินค้ามีการรับประกันความเสียหาย และข้อมูลของสินค้า ราคา และรายละเอียดอย่างละเอียดและครบถ้วน และมีบริการหลังการขายของสินค้าเป็นอันดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านราคา กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นมากที่สุดกับเรื่องราคาสินค้าถูกกว่าร้านค้าส่งอื่นในสินค้าประเภทเดียวกัน รองลงมาคือ ราคาสินค้ามีความสมเหตุสมผล ความชัดเจนในการแสดงราคาของสินค้า และรูปแบบการชำระเงิน สะดวกสบายมีความหลากหลาย เช่น เงินสด โอนบัตรเครดิต และอื่น ๆ เป็นอันดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นมากที่สุดกับเรื่องสถานที่จอดรถสะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวก รองลงมาคือที่ตั้งของร้านค้าส่งมองเห็นได้ง่าย ความถูกต้องของสินค้าที่จัดส่ง และสินค้ามีคุณภาพตรงตามที่สั่งซื้อ และการสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นอันดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นมากที่สุดกับเรื่องโปรโมชั่นสินค้าใหม่ ๆ ให้ลูกค้าได้ทราบ รองลงมาคือมีส่วนลดหรือโปรโมชั่นในการซื้อสินค้าอยู่เสมอ และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วม และสื่อโซเชียล หรือโฆษณาต่าง ๆ เป็นอันดับสุดท้าย

ตอนที่ 3 คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อของผู้ค้าปลีก พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นมากที่สุดกับความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) รองลงมาคือ ความมั่นใจ (Assurance) การตอบสนอง (Responsiveness) การเอาใจใส่ (Empathy) และสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles)

ตาราง 2 คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อของผู้ค้าปลีก

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
ความน่าเชื่อถือได้ (Reliability)	4.23	0.688	มาก
การตอบสนอง (Responsiveness)	4.13	0.674	มาก
ความมั่นใจ (Assurance)	4.17	0.672	มาก
การเอาใจใส่ (Empathy)	4.03	0.748	มาก
สิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles)	3.99	0.680	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.11	0.692	มาก

ความน่าเชื่อถือได้ กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นมากที่สุดกับเรื่องปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่อง ชื่อเสียงของร้านเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ พนักงาน/ผู้ให้บริการ มีความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ และให้บริการได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ และความซื่อสัตย์สุจริตของพนักงาน เช่น ไม่ขอสิ่งตอบแทน ไม่รับสินบน ไม่หาผลประโยชน์ในทางมิชอบ เป็นอันดับสุดท้าย

การตอบสนอง กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นมากที่สุดกับเรื่องระบบของการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ รองลงมาคือมีการตอบสนองลูกค้าด้วย ความเต็มอกเต็มใจ มีความรวดเร็วในการให้บริการ และพนักงานเพียงพอต่อจำนวนของลูกค้าเป็นอันดับสุดท้าย

ความมั่นใจ กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นมากที่สุดกับเรื่องระบบรักษาความปลอดภัย รองลงมาคือพนักงานมีประสบการณ์หรือผ่านการอบรมการให้บริการ ความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการ เช่น สามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัยให้ คำแนะนำได้ และพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีมารยาทและสุภาพเป็นอันดับสุดท้าย

การเอาใจใส่ กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นมากที่สุดกับเรื่องความใส่ใจในความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง รองลงมาคือพนักงานให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละรายโดยไม่เลือกปฏิบัติ มีการรับฟังความต้องการของลูกค้า และการให้บริการตามลำดับก่อนหลัง เช่น มาก่อน ต้องได้รับการบริการก่อน เป็นอันดับสุดท้าย

สิ่งที่จับต้องได้ กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นมากที่สุดกับเรื่องสภาพแวดล้อมที่ดีสะดวกสบาย
ในการมาใช้บริการ รองลงมาคือ ความสะอาดของสถานที่ให้บริการ อุปกรณ์และเครื่องมือของร้านมี
ความทันสมัยที่เพียงพอ และพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย เป็นอันดับสุดท้าย

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจในการซื้อของผู้ค้าปลีก พบว่า ความพึงพอใจในการซื้อของผู้ค้าปลีก
หากท่านจะต้องซื้อสินค้าจะกลับมาซื้อที่ร้าน มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องค่าเฉลี่ย 4.05

ตาราง 3 ความพึงพอใจในการซื้อของผู้ค้าปลีก

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลค่า
1. ชื่อเสียงของร้านส่งผลต่อความพึงพอใจในการซื้อ	3.97	0.676	มาก
2. การบริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการซื้อ	3.97	0.678	มาก
3. หากท่านจะต้องซื้อสินค้า จะกลับมาซื้อที่ร้าน	4.05	0.684	มาก
4. ท่านจะแนะนำ บอกต่อให้ผู้ค้าปลีกรายอื่นมา ใช้บริการที่ บริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด	4.03	0.687	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00	0.681	มาก

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัย	ความพึงพอใจ			
	S.E.	β	t	Sig.
ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps				
- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Merchandise)	.033	.660	4.789	.000*
- ปัจจัยด้านราคา (Price)	.035	.695	3.341	.257
- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	.037	.737	10.133	.248
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	.040	.797	7.665	.000*
คุณภาพการบริการ				
- ความน่าเชื่อถือได้ (Reliability)	.034	.689	7.165	.156
- การตอบสนอง (Responsiveness)	.034	.675	3.344	.205
- ความมั่นใจ (Assurance)	.034	.673	2.088	.208
- การเอาใจใส่ (Empathy)	.038	.749	2.561	.145
- สิ่งจับต้องได้ (Tangibles)	.034	.681	1.099	.341

สมมติฐานข้อที่ 1 ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของบริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของบริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือได้ การตอบสนอง ความมั่นใจ การเอาใจใส่ และสิ่งจับต้องได้ (Tangibles) ที่ส่งต่อความพึงพอใจในการซื้อสินค้าของบริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการ ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการซื้อสินค้าของผู้ประกอบการค้าปลีกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ตอนที่ 1 คุณภาพการบริการบริการ พบว่า สินค้าที่ร้านปัตตานีเมืองใหม่มีครบที่ต้องการ ไม่ต้องไปหาซื้อที่อื่น เป็นร้านค้าส่งที่มีราคาขายส่งที่ถูก ราคาสมเหตุสมผลและเป็นร้านค้าส่งที่ใหญ่ที่สุดในปัตตานี สามารถเลือกซื้อของได้สะดวกสบาย พนักงานน่ารัก บริการดีจึงทำให้ผู้ประกอบการค้าปลีกเลือกซื้อสินค้าที่ร้านปัตตานีเมืองใหม่

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของบริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด พบว่า มีความหลากหลายและครบถ้วน เพราะสามารถมาที่นี้ทีเดียว โดยไม่ต้องไปหาร้านส่งอื่น ๆ สินค้ามีให้เลือกมากมาย และสินค้าคุณภาพดี มีการรับประกันในตัวสินค้าอีกด้วย

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านราคา พบว่า ราคาสมเหตุสมผลกับคุณภาพของสินค้า เพราะทางร้านก็มีหลายตัวเลือก สำหรับราคาและคุณภาพ เหมาะสมดี

ตอนที่ 4 ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่า สถานที่ขายหรือพื้นที่ขาย มีความเหมาะสม มีบริเวณที่กว้าง เหมาะกับเป็นร้านขายส่ง พื้นที่ร้านมีบริเวณที่ใหญ่ ภายในของร้านก็ใหญ่ดี เดินสะดวก และร้านตั้งอยู่ในที่ที่สามารถส่งเกตุได้ง่าย

ตอนที่ 5 ปัจจัยด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด พบว่า โปรโมชั่นมีนานๆที ไม่ได้มีกำหนดการล่วงหน้า อยากให้ทางร้านจัดโปรโมชั่นให้บ่อยกว่านี้

ตอนที่ 6 ความพึงพอใจ พบว่า ชื่อเสียงของร้าน มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อสินค้า ทำให้ลูกค้าอย่างเรามั่นใจได้ว่า มาซื้อสินค้าแล้วทางร้านจะบริการดีจริง ๆ และเป็นเครื่องมือในการรับประกันการบริการของร้านนี้ได้ดี ชื่อเสียงคือปัจจัยอย่างหนึ่งของร้านขายของ จะเป็นที่ยึดใจในกลุ่มร้านค้าปลีก และจะมีการบอกต่อ ๆ ไป มีการกลับมาใช้บริการหรือซื้อซ้ำ เนื่องจากร้านปัตตานีเมืองใหม่ มีพื้นที่ใหญ่ มีชื่อเสียงพอควรในจังหวัดปัตตานี และอีกทั้งราคาถูกมาก ๆ และมีความหลากหลายของสินค้า อีกอย่างสินค้ามีของใหม่ ๆ อยู่เสมอ พนักงานบริการดี และบุคลิกภาพของพนักงานหรือพนักงานขายของบริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด คือสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับสินค้าได้ถูกต้องแม่นยำรวมไปถึงสต็อกของและราคา พนักงานต้องมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่ร้านขายหรือสินค้าตัวใหม่ๆ และสามารถนำทางไปยังหมวดสินค้าที่ต้องการได้ ส่วนในการซื้อสินค้าน้อยลง หรือความถี่ในการมาซื้อสินค้าน้อยลง เพราะการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง จะซื้อให้เต็มคันเพื่อประหยัดค่าน้ำมัน และประหยัดเวลา ไม่ต้องมาหลายรอบ แต่บางส่วนจากหลังโควิดก็ซื้อน้อยลงจริง ๆ เพราะยอดขายตก เลยทำให้ซื้อของน้อยลง

อภิปรายผล

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของบริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด ทั้งนี้เนื่องมาจากเรื่องสินค้ามีความหลากหลายมากที่สุด เพราะเป็นร้านค้าส่งที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในจังหวัดปัตตานี ถ้าร้านยังมีสินค้าที่หลากหลายมากที่สุด ก็จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของสุจิตรา บรรณจิตร และ ยุทธกร ฤทธิ์ไธสง (2565) ได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผู้บริโภคของร้านค้าปลีก ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค เนื่องมาจากผู้บริโภคเห็นว่าสินค้าที่ซื้อเป็นสินค้าขั้นพื้นฐานที่มีความจำเป็นต่อการอุปโภคบริโภค จึงอาจจะไม่ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดมากนัก และสอดคล้องกับงานวิจัยของอภิราม คำสด และสาธิต อติโต (2559) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของหัสยา อินทวง (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคา และคุณลักษณะของร้านค้าที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจ และความภักดีต่อร้านค้าปลีกสินค้าออร์แกนิกของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านสินค้าออร์แกนิกมีคุณภาพดีส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจ และความภักดีต่อร้านค้าปลีกสินค้าออร์แกนิกของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

2. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของบริษัท ปัตตานีเมืองใหม่ จำกัด ทั้งนี้เนื่องมาจากปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องการโปรโมชั่นสินค้าใหม่ๆ ให้ลูกค้าได้ทราบ เนื่องจากทางร้านมีสินค้าใหม่ ๆ เข้ามาตลอด สามารถดึงดูดลูกค้าให้กลับมาซื้อซ้ำได้ตลอด สอดคล้องกับงานวิจัยของสุจิตรา บรรณจิตร และ ยุทธกร ฤทธิ์ไธสง (2565) ได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผู้บริโภคของร้านค้าปลีก ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิราม คำสด และสาธิต อติโต (2559) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของหัสยา อินทวง (2562) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคา และคุณลักษณะของร้านค้าที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจ และความภักดีต่อร้านค้าปลีกสินค้าออร์แกนิกของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาดมีการจัดโปรโมชั่น

หรือลดราคาสินค้าหลายประเภท ร้านมีส่วนลดราคาพิเศษให้ มีการปรับลดราคาสินค้าออร์แกนิกตามราคาในท้องตลาดส่งผลต่อความพึงพอใจ และความภักดีต่อร้านค้าปลีกสินค้าออร์แกนิกของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

3. คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือได้ การตอบสนอง ความมั่นใจ การเอาใจใส่ และสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) ไม่ส่งต่อความพึงพอใจในการซื้อสินค้าของบริษัท ปัตตานี เมืองใหม่ จำกัด ผลการทดสอบสมมติฐาน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของเปรมยศ ประสมศักดิ์ (2561) ได้ทำการศึกษาคุณภาพบริการ คุณภาพสินค้า ราคา ความพึงพอใจ และความไว้วางใจ ที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีต่อร้านสินค้าเบ็ดเตล็ดและเครื่องมือช่างของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพบริการ ไม่ส่งผลกระทบต่อความภักดีต่อร้าน สินค้าเบ็ดเตล็ดและเครื่องมือช่างของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของวิลาสินี จงกลพิช (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการในมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจเครื่องแก้ววิทยาศาสตร์ ภูมิศึกษา บริษัท เอ็น เค แลบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด พบว่าปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้(Reliability) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์และการบริการในระดับมาก ดังนั้นบริษัทควรให้ความใส่ใจในบุคลากรที่คอยแนะนำสินค้าให้แก่ลูกค้า เนื่องจากธุรกิจขายส่งเป็นธุรกิจเกี่ยวกับงานบริการและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ดังนั้น การส่งเสริมให้บุคลากรได้ฝึกอบรมเพิ่มเติมความรู้ในผลิตภัณฑ์จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากความเชี่ยวชาญของบุคลากรจะสร้างความน่าเชื่อถือและยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรด้วย ควรมีการหาสินค้าใหม่ ๆ ให้มีความหลากหลายรูปแบบมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าต่อไปในอนาคตและสิ่งสำคัญควรพัฒนาและมุ่งเน้นในด้านการส่งเสริมการตลาด และโปรโมชั่นต่าง ๆ ให้มากยิ่งขึ้นเพื่อสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและสามารถวางกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจต่อไปได้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ธัญญ์ธิดา รักชาติ. (2559). *ส่วนประสมทางการตลาด*. เข้าถึงจาก
http://etheses.aru.ac.th/PDF/1255961695_11.
- เปรมยศ ประสมศักดิ์. (2561). *คุณภาพบริการ คุณภาพสินค้า ราคา ความพึงพอใจ และความ
ไว้วางใจ ที่ส่งผลต่อความภักดีต่อร้าน สินค้าเบ็ดเตล็ดและเครื่องมือช่างของลูกค้าใน
กรุงเทพมหานคร. การศึกษาอิสระปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ.*
- วิลาสินี จงกลพิช. (2563). *คุณภาพการให้บริการในมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจเครื่องแก้ว
วิทยาศาสตร์การศึกษาศึกษา บริษัท เอ็น เค แลบบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด. วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.*
- สุจิตรา บรรณจิตร และ ยุทธกร ฤทธิ์ไธสง. (2565). *การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดสำหรับ
ผู้บริโภคของร้านค้าปลีก ในจังหวัดนครราชสีมา. การศึกษาอิสระปริญญามหาบัณฑิต.
นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.*
- สุบิน พุทโสม. (2564). *คุณลักษณะของตลาดค้าส่ง ความสามารถของผู้ค้าส่ง คุณลักษณะของผู้ค้าส่ง
และส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจเพื่อสร้างความยั่งยืนของ
ผู้ประกอบการค้าส่ง. การศึกษาอิสระปริญญามหาบัณฑิต. สระบุรี: มหาวิทยาลัยนานาชาติ
เอเชีย-แปซิฟิก.*
- หัสยา อินทวง. (2562). *คุณภาพบริการ คุณภาพผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคาและคุณลักษณะของร้านค้า
ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีต่อร้านค้าปลีกสินค้าออร์แกนิกของผู้บริโภคใน
กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ.*
- อภิราม คำสด และสาธิต อติโต. (2559). *พฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดของนักศึกษาใน
มหาวิทยาลัยขอนแก่น. การศึกษาอิสระปริญญามหาบัณฑิต. ขอนแก่น:
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.*
- Parasuraman, Zeithaml & Berry. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing
Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.



ห้องประชุมออนไลน์ Webex Room 2: บทความด้านบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

- | | |
|--|-----|
| 14. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิต ธนาคารออมสิน
สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง
<i>นพพรสุข สุวรรณรักษา และ จรัสวรรณ จันทร์ตัน</i> | 214 |
| 15. แนวทางแก้ไขการสมัครใช้บริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN
ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน ต่ำกว่าเป้าหมายตัวชี้วัด ปี พ.ศ. 2566
<i>นันทิยา วิทย์ไพบุลย์สกุล และ นงนภัส แก้วพลอย</i> | 234 |
| 16. เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระ
<i>เกียรติกร อัครสาร</i> | 254 |
| 17. การเสริมสร้างอาชีพไทยด้านอาหารของเกษตรกรรายย่อยในประเทศไทย
กรณีศึกษาเครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน
<i>อรุณวดีรัตน์ รัตนธำรี และ กุลลินี มุทธากุลิน</i> | 274 |
| 18. การใช้เกมส์ลักษณะการช่วยลดโลกร้อนเป็นตัวช่วยสอนในวิชาวิทยาศาสตร์
ภาคฟิสิกส์เคมี
<i>ปวีศ สมานบุตร และคณะ</i> | 298 |
| 19. กลวิธีการขอโทษภาษาไทยของชาวจีนที่พูดภาษาไทย: กรณีศึกษาสถานการณ์
ทางธุรกิจในประเทศไทย
<i>นพรัตน์ เรวดีโต และ จักริน จุลพรหม</i> | 310 |
| 20. การศึกษาอัตลักษณ์จีนในสังคมไทย: กรณีศึกษานวนิยายไทย เรื่อง โปตัมกลีบสุดท้าย
ของกานติมา
<i>Guo Huiduo และ ขนิษฐา จิตชินะกุล</i> | 326 |

21. การสร้างตัวละครในละครโทรทัศน์ไทย: กรณีศึกษาเรื่อง “คุณชาย” 344
Xiang Danting และ ขนิษฐา จิตชินะกุล
22. การศึกษาวัฒนธรรมในแบบเรียนบทสนทนาภาษาไทยในฐานะภาษาที่สอง 359
โหว เมิ่งเจีย และ ขนิษฐา จิตชินะกุล
23. ถอดรหัสสุนทรียะเมือง: การออกแบบพื้นที่การเรียนรู้ทางวัฒนธรรมโดยใช้เกม 377
สถานการณ์จำลอง
อรอุษา สุวรรณประเทศ และคณะ
24. แนวคิดการสร้าง AI เพื่อเสริมสร้างทักษะการพูดภาษาอังกฤษให้นักเรียนไทย 392
ณัฐกิตติ์ หนูทอง และคณะ
25. Revealing English Teachers’ Perceptions of Students’ Use of Generative AI: 406
Transformative or Detrimental?
Pimchanok Klinzuwan et al.
26. Exploring Factors Contributing to Burnout Among Thammasat University 424
Students
Iyapath Kowitcharoen et al.

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง

นพพร สุขวรรณรักษา¹, จรัสวรรณ จันทรัตน์²

¹ คณะบริหารธุรกิจ, ² วิทยาลัยผู้ประกอบการ

^{1,2} มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท กลุ่มวิชาการจัดการ

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และพฤติกรรมการใช้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารออมสินสาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง (2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารออมสินสาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง (3) เพื่อศึกษาระดับภาพลักษณ์ธนาคารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารออมสินสาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง การเก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง เลือกกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง จำนวน 400 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ผลทางสถิติ (Factor Analysis) ความแปรปรวนแบบ ANOVA และการวิเคราะห์การถดถอย ผลการศึกษาทางปริมาณพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และพฤติกรรมการใช้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารออมสินสาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 30-39 ปี ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรงอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารออมสินสาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง มี 7 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากปัจจัยที่ส่งผลจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจำหน่าย ปัจจัยด้านทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินกลยุทธ์ขององค์กร รวมถึงนำไปปรับปรุงและพัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ยิ่งขึ้น อีกทั้งผู้

ประกอบบรรยายยังสามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยนี้ไปพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อเป็นประโยชน์แก่
ผู้ใช้บริการได้อีกด้วย

คำสำคัญ: ธนาคารออมสิน, การตัดสินใจใช้, บัตรเดบิต

Factors Affecting Customer Choice of Government Savings Bank Debit Cards in Imperial World Samrong Branch

Navapant Suwanraksa¹, Jaratchwahn Jantarat²

¹ School of Business, ² College of Entrepreneurship

^{1,2} University of the Thai Chamber of Commerce

¹ Master's Degree Student, Concentration on Management

Abstract

This study, Factors affecting customer choice of Government Savings Bank debit cards in Imperial World Samrong Branch, investigates the factors influencing the decision to use debit cards at the Government Savings Bank branch located within Imperial World Samrong. The study focuses three primary categories: (1) Demographic factors, including sex, age, education, occupation, income, and service usage behavior; (2) Marketing Mix, specifically the 7Ps, and (3) Public impression of the bank. The research methodology involves a survey-based data collection process, containing responses from 400 customers of the Government Savings Bank branch at Imperial World Samrong. The data is subjected to rigorous analysis through Factor Analysis, Analysis of Variance (ANOVA), and Regression Analysis to discern nuanced relationships and patterns. The findings reveal significant correlations between demographic variables and the decision to use debit cards. Notably that female customers within the 30-39 age appear as a statistically significant group that actively adopts debit card services at the Government Savings Bank branch in Imperial World Samrong. In the realm of the Marketing Mix, the analysis identifies the key influencers on adoption, with price, sales, physical attributes, product features, service quality, Human Resources aspects, and Marketing strategies ranked in descending order of impact. These insights offer is recommendations for entrepreneurs who seeking to enhance their business practices and align their service and offerings with customer expectations. The implications of these findings

extend beyond the immediate scope of the study, providing a foundation for strategic decision-making and fostering a deeper understanding of consumer behavior within the financial services sector.

Keywords: Government Savings Bank, Customer Choice, Debit Cards

บทนำ

สภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีให้ความสะดวกสบายและความรวดเร็ว เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนเองให้มากที่สุด ด้านการเงินเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในการแลกเปลี่ยน การชำระเงินได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัยมากขึ้น ซึ่งเป็นการมาแทนที่การใช้เงินสดที่เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ บัตรเดบิตเป็นบัตรอิเล็กทรอนิกส์เป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบบัตรพลาสติกที่มีบทบาทสำคัญในการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ เช่น การใช้บัตรแทนเงินสดในการชำระสินค้าและบริการ การถอนเงินสดผ่านตู้ ATM การโอนเงินผ่านบัตร เป็นต้น ธนาคารออมสินได้มีการวางแผนการขายเพื่อให้ลูกค้าใช้บริการบัตรเดบิตให้มากยิ่งขึ้นแทนการมาใช้บริการภายในสาขาเพื่อลดระยะเวลารอคอยการให้บริการและความสะดวกสบายของลูกค้า

บัตรอิเล็กทรอนิกส์ เป็นผลิตภัณฑ์ทางการเงินอีกรูปแบบหนึ่งของบัตรพลาสติกที่เป็นสื่อกลางการแลกเปลี่ยนทางการเงินแทนการใช้เงินสดในปัจจุบัน ซึ่งผู้ใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวก ง่ายและรวดเร็ว ซึ่งเป็นการทำธุรกรรมทางการเงินที่มีความปลอดภัยโดยสามารถแบ่งประเภทบัตรอิเล็กทรอนิกส์ได้เป็น 3 ประเภท คือ บัตรเอทีเอ็ม บัตรเดบิต และบัตรเครดิต ซึ่งปริมาณการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์และจำนวนบัตรอิเล็กทรอนิกส์มีการเพิ่มขึ้นในทุกปีตั้งแต่ปี 2561 ถึง 2565 ตามตาราง 1 และ 2 ตามลำดับ

ตาราง 1 ปริมาณการใช้บัตรพลาสติกเพื่อการชำระเงิน

	2565	2564	2563	2562	2561
บัตรเอทีเอ็ม	120,893	120,296	128,992	181,898	149,513
ถอนเงินสด	114,713	113,111	121,118	163,028	122,549
เพื่อวัตถุประสงค์อื่น	6,180	7,185	7,874	18,870	26,963
บัตรเดบิต	1,657,394	1,820,148	2,135,853	2,271,764	2,279,032
ถอนเงินสด	1,293,127	1,435,133	1,747,801	1,835,791	1,783,987
ชำระค่าสินค้าและบริการ	186,778	169,590	141,213	137,032	123,320
เพื่อวัตถุประสงค์อื่น	177,489	215,425	246,839	298,941	371,726

บัตรเครดิต	951,039	768,108	710,264	717,782	615,424
ชำระค่าสินค้าและบริการ	604,094	490,132	501,658	545,624	484,788
เพื่อวัตถุประสงค์อื่น	346,945	277,976	208,606	172,158	130,638
รวมทั้งสิ้น	2,729,326	2,708,552	2,975,109	3,171,444	3,043,967

(หน่วย: พันรายการ)

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2566)

จากการพิจารณาตาราง 1 จะเห็นว่าปริมาณการใช้บัตรพลาสติกเพื่อชำระเงินของบัตรเดบิตในการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ จะมีจำนวนมากกว่าบัตรเอทีเอ็มและบัตรเครดิต เนื่องจากบัตรเดบิตมีการผูกบัตรกับบัญชีเงินฝากของลูกค้า ซึ่งเป็นการเปิดบัตรเดบิตผูกกับบัญชีของลูกค้าที่สามารถอนุมัติบัตรเดบิตได้ทันที เนื่องจากบัตรเดบิตไม่ต้องขออนุมัติหรือทำเงื่อนไขใด ๆ ให้อย่างยาก บัตรเดบิตเมื่อผู้ถือบัตรใช้แทนเงินสดในการซื้อสินค้าและบริการถอนเงินหรือโอนเงินผ่านบัตรจะถูกหักเงินผ่านทางบัญชีโดยทันที ซึ่งแตกต่างจากบัตรเครดิตที่จะต้องมีความรู้พื้นฐานและการอนุมัติที่ค่อนข้างมีความซับซ้อนมากกว่าบัตรประเภทอื่น ผู้ถือบัตรเครดิตเมื่อได้รับบัตรเครดิตถือเป็นการใช้วงเงินสินเชื่อและเป็นการนำเงินในอนาคตมาใช้ในระยะเวลาหนึ่งในวงเงินที่อนุมัติผ่านและต้องชำระเงินเมื่อถึงกำหนด ผู้ที่มีบัตรเดบิตสามารถทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ผ่านเครื่องเอทีเอ็มหรือระบบอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้แทนเป็นเงินสดในการชำระสินค้าและบริการหรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ ได้ในทันที นอกจากนี้บัตรเดบิตยังมีการเพิ่มคุณสมบัติให้พร้อมใช้งานได้มากขึ้น มีการพัฒนาช่องทางการบริการในการซื้อสินค้าและบริการผ่านทาง Online และ Offline โดยลูกค้าสามารถใช้บริการได้ ณ จุดขายหรือผ่านทางร้านค้าออนไลน์ที่มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น ซึ่งทำให้จำนวนบัตรพลาสติกเพิ่มมากขึ้นตั้งแต่ปี 2561 ถึงปี 2565 ดังตาราง 2

ตาราง 2 จำนวนบัตรพลาสติก

	2565	2564	2563	2562	2561
บัตรเครดิต	25,975,008	24,091,730	24,603,787	23,998,653	22,105,472
บัตรเอทีเอ็ม	10,188,760	11,219,440	10,688,019	15,318,234	7,070,699
บัตรเดบิต	61,315,144	64,799,553	64,051,972	64,772,849	57,408,209
รวมทั้งสิ้น	97,478,912	100,110,723	99,343,778	104,089,736	86,584,380

(หน่วย: ใบ)

ที่มา:ธนาคารแห่งประเทศไทย

สถานการณ์ธุรกิจบริการทางการเงินของไทยให้มีความสำคัญและได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่กำกับดูแล เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต.) เป็นต้น ทั้งนี้ยังมีข้อบังคับ ระเบียบ และกฎหมายที่กำกับดูแลอย่างครอบคลุม ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลายและมีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจทางการเงินมีการแข่งขันสูง แนวโน้มในอนาคตจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของธนาคารได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบและพัฒนามากยิ่งขึ้น หลังจากเกิดสภาวะทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ผลผลิตภัณฑ์บัตรเอทีเอ็มและบัตรเดบิตมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น ธนาคารได้พัฒนาเพื่อให้ตอบสนองต่อลูกค้ามากขึ้นครอบคลุมในการทำธุรกรรมที่สะดวกมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และพฤติกรรมการใช้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง
3. เพื่อศึกษาระดับภาพลักษณ์ธนาคารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียลเวิลด์ สำโรง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำข้อมูลที่ได้รับจากปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง สามารถนำไปปรับปรุง วางแผน และพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือต่อยอดการให้บริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้
2. สามารถนำข้อมูลจากปัจจัยการตัดสินใจและแนวโน้มของผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการธนาคารและสามารถนำเอาข้อมูลไปใช้ในการคิดวิเคราะห์ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ของธนาคารให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

3. เพื่อประโยชน์ต่อธนาคารในการปรับปรุงแก้ไข พัฒนา และแนวทางการวางแผนของธนาคาร ทำให้ธนาคารมีภาพลักษณ์ที่ดียิ่งขึ้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการธนาคาร การบริหารและบริการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

แนวคิด ทฤษฎี และงานที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ถือเป็นความหลากหลายและความแตกต่างเกี่ยวกับบุคคล เช่น เพศ สถานภาพ อายุ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย และความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของบุคคลแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งความแตกต่างและความหลากหลายของบุคคลนี้ สามารถบ่งชี้ลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลที่แตกต่างกัน การตัดสินใจที่แตกต่างกันนั้นมีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ หรือความเป็นมาของบุคคลนั่นเอง (วชิรวัชร งามละม่อม, 2558)

Kotler & Armstrong (2018) กล่าวคือ แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ที่เป็นที่นิยมนามาใช้ในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อจำแนกความแตกต่างของผู้บริโภครายละเอียดดังนี้

1. อายุ (Age) เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความชอบความต้องการของผู้บริโภคทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่า แต่ละช่วงอายุเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีลักษณะแบบใดมีความต้องการอย่างไรเพื่อที่จะสามารถแบ่งส่วนตลาดและสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างแม่นยำมากยิ่งขึ้น

2. เพศ (Sex) ผู้หญิงและผู้ชายมีความชอบทัศนคติและความคิดที่ต่างกัน ทำให้วิธีการที่นักการตลาดจะใช้กับผู้หญิงและผู้ชายไม่เหมือนกันแต่ในปัจจุบันเรื่องเพศก็เปลี่ยนไปในทางซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ผู้หญิงในปัจจุบันอาจไม่ใช่คนที่ทำงานบ้านทำกับข้าวรอสามีอยู่ที่บ้านแล้ว แต่ผู้ชายอาจจะเป็นคนทำแทนก็ได้ ทำให้นักการตลาดจะต้องระมัดระวังในการวิเคราะห์เรื่องนี้เพื่อให้สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการตลาดของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) รายได้ การศึกษาและอาชีพเป็นปัจจัยสำคัญในการแบ่งส่วนตลาดโดยรายได้สามารถบอกได้ว่าผู้บริโภคมีกำลังซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ หรือไม่ในขณะเดียวกัน เมื่อประกอบกับปัจจัยด้านศึกษาและอาชีพก็จะส่งผลให้เห็นถึงรูปแบบในการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคซึ่งแม้ว่าจะมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการซื้อแต่อาจจะ มีวิถีชีวิตที่สามารถทำได้ก็ได้ ทำให้นักการตลาดส่วนใหญ่มักเชื่อมโยงปัจจัย เรื่องรายได้กับปัจจัยด้านอื่น ๆ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์การแบ่งส่วนตลาดได้อย่างชัดเจนมากขึ้น

จากแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์นั้น เป็นแนวคิดที่มีความสำคัญอีกแนวคิดหนึ่ง
ที่เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลทางสถิติของประชากร ช่วยให้นักการตลาดกำหนด
เป้าหมายทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

แนวความคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ (Market Mix) ในหนังสือการ
บริหารการตลาดยุคใหม่นั้น มีขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buy Decision Process) จะเป็นลำดับขั้น
โดยพบว่า ผู้บริโภคที่ผ่านกระบวนการตัดสินใจ 7 ขั้นตอน คือ ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสม
การตลาด (Marketing Mix) หรือ (7P's) (เปรมกมล หงส์ยนต์, 2562)

กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ของผู้บริโภค จะประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม
การตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยทุกปัจจัยจะมีความ
เกี่ยวพันกัน และเท่าเทียมกันขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะวางกลยุทธ์โดยเน้นน้ำหนักที่ปัจจัยใดมากกว่า
เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย (Kotler, 2004)

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งที่ได้ถูกนำเสนอไปยังตลาดเพื่อตอบสนองความ
ต้องการของผู้บริโภค และเป็นการทำให้เกิดคุณค่า (Value) เพื่อให้เกิดความพึงพอใจโดยผลิตภัณฑ์
ที่เสนอแก่ผู้บริโภคจะต้องมีคุณประโยชน์หลัก (Core Benefit) และต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภค
ต้องการและเกินความคาดหวัง หรือคาดหวัง และยังรวมถึงการนำเสนอสินค้าที่มีศักยภาพ เพื่อเพิ่ม
ขีดความสามารถในการแข่งขันในอนาคต สินค้าที่นำเสนอให้แก่ผู้บริโภคอาจจับต้องได้ หรือจับต้อง
ไม่ได้ ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จึงประกอบไปด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่องค์กร หรือบุคคล
เป็นต้น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยนี้ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝาก สินเชื่อ การโอนเงินต่างๆ
ที่มีประสิทธิภาพ ถูกต้อง น่าเชื่อถือ เพื่อเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้ตรงต่อความต้องการของ
ลูกค้า เช่น บัตรเอทีเอ็ม บัตรเดบิต บัตรเครดิต สลากออมสิน ประกันภัย ประกันชีวิต เป็นต้น

2. ปัจจัยด้านราคา (Price) ต้นทุนของสินค้า และกำไรของสินค้าที่ผู้บริโภคจะต้องชำระ
ให้กับธุรกิจ ซึ่งการกำหนดราคาสินค้าเกิดจากการตั้งเป้าหมายทางการค้าไว้ว่า บริษัทต้องการกำไร
ต้องการต่อสู้กับคู่แข่ง ต้องการขยายส่วนครองตลาด หรือเป้าหมายอื่น การตั้งราคาต้องได้รับการ
ยอมรับจากกลุ่มตลาดเป้าหมาย ราคาสินค้าสอดคล้องกับคุณภาพของสินค้า และสามารถสู้กับคู่แข่ง
ได้ รวมถึงเวลาความพยายามในการใช้ความคิด และการก่อนพฤติกรรมซึ่งจะต้องจ่ายพร้อมราคา
สินค้าที่เป็นตัวเงิน

ปัจจัยด้านราคาของงานวิจัยนี้ ได้แก่ อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมการบริการต่าง ๆ

3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) กระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้า หรือบริการไปสู่ตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้า หรือบริการตามที่ต้องการ โดยจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ โดยเฉพาะทำเลที่ตั้ง เพื่อให้อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของงานวิจัยนี้ ได้แก่ สาขาของธนาคารออมสินมีจำนวนรองรับเพียงพอต่อการให้บริการและทำเลที่ตั้งของสาขาธนาคารออมสินอยู่ในที่เหมาะสม สะดวกต่อการเดินทางมาทำธุรกรรม

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) กิจกรรมต่าง ๆ ที่จะสนับสนุนให้เกิดกระบวนการสื่อสารทางการตลาด เพื่อให้มั่นใจได้ว่าตลาดและผู้บริโภคเข้าใจถึงคุณค่าสิ่งที่คุณขายเสนอ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของงานวิจัยนี้ ได้แก่ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การโฆษณาผ่านช่องทางต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ลูกค้ารับรู้

5. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ขั้นตอนในการจัดจำหน่ายสินค้า และบริการ ซึ่งต้องมีความถูกต้องรวดเร็ว เพื่อสร้างความประทับใจ และส่งผลให้เกิดความพอใจ ซึ่งเป็นการอาศัยกระบวนการขั้นตอนบางอย่าง โดยเป็นการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของงานวิจัยนี้ ได้แก่ ขั้นตอนในการให้บริการสำหรับลูกค้าที่รวดเร็ว เวลาทำการเปิดปิดสาขาของธนาคารออมสินได้เหมาะสม

6. ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ (People) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสินค้า และการบริการ ซึ่งต้องมีความถูกต้อง และรวดเร็ว เพื่อสร้างความประทับใจส่งผลให้เกิดความพอใจ เป็นการอาศัยกระบวนการขั้นตอนบางอย่าง โดยเป็นการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า และบริการ

ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการของงานวิจัยนี้ ได้แก่ พนักงานที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถในผลิตภัณฑ์ทางการเงิน มีทักษะในการขายและให้บริการได้อย่างดี มีการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

7. ปัจจัยด้านทางกายภาพ (Physical Evidence) การแสดงให้เห็นคุณภาพของการบริการ โดยผ่านภาพลักษณ์ที่สามารถมองเห็นได้ เช่น การออกแบบตกแต่ง การแบ่งส่วน แผนกของพื้นที่ รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการที่สามารถดึงดูดใจลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นภาพลักษณ์ หรือคุณค่าของบริการที่ส่งมอบ และที่เหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างชัดเจน

ปัจจัยด้านทางกายภาพของงานวิจัยนี้ ได้แก่ สาขาที่มีการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว และทันสมัย สามารถรองรับการให้บริการได้ มีการอำนวยความสะดวกในช่วงระยะเวลาการรอคอยการให้บริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร

Kotler (2000) อธิบายภาพลักษณ์ในบริบทของการตลาดเป็นการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ซึ่งเกิดขึ้นได้จากหลายปัจจัยภายใต้การควบคุมขององค์กรในมุมมองของการส่งเสริมการตลาดสามารถจำแนกภาพลักษณ์ได้ 3 ประเภท คือ

1. ภาพลักษณ์สินค้าหรือบริการ (Product or Service Image) คือ ภาพที่เกิดจากความทรงจำของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการ ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับองค์กร โดยองค์กรที่มีหลากหลายสินค้าจะหมายถึงภาพรวมทุกสินค้าและบริการที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบขององค์กร

2. ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) คือ ภาพที่เกิดจากความทรงจำของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า (Brand) หรือเครื่องหมายการค้า (Trademark) ส่วนมากมักใช้การส่งเสริมการขายและการโฆษณาในการบอกคุณลักษณะเฉพาะของสินค้าหรือบริการในองค์กรเดียวกัน แม้จะมีตราสินค้า หลากหลายตราสินค้า แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าต้องมีภาพลักษณ์ที่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) ของตราสินค้านั้น ๆ

3. ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กรเพียงอย่างเดียว ไม่เกี่ยวข้องกับตราสินค้าหรือตัวสินค้า โดยสะท้อนถึงการดำเนินงานขององค์กร ทั้งในแง่การบริหารจัดการบุคลากร (ผู้บริหารและพนักงาน) ความรับผิดชอบต่อสังคม และการทำประโยชน์แก่สาธารณะ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ

พิบูลทิปะปาล (2549, 112) กล่าวว่า ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะมีปัจจัยอื่นเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่ในความรู้สึกรู้สึกนึกคิดด้วย ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางสังคมและจิตวิทยา ซึ่งผู้บริโภคจะนำปัจจัยเหล่านั้นรวมอยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้อทุกขั้นตอน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2543, 65-84) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะเริ่มต้นขึ้นเมื่อได้รับการกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นเป็นผลให้เกิดการตัดสินใจ ซึ่งมาจากอิทธิพลของปัจจัยภายในตัวบุคคล และปัจจัยภายนอกที่เป็นปัจจัยทางสังคม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทจะมีขั้นตอนในการตัดสินใจที่แตกต่างกันสำหรับผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนมาก ผู้บริโภคจะต้องหาข้อมูลและประเมินทางเลือกเพื่อใช้ในการตัดสินใจมากกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนน้อย ซึ่งสามารถอธิบายได้จากขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งแบ่งเป็น 5 ขั้นตอนดังนี้ (Kotler, 2003, 204)

1. การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem or Need Recognition) ปัญหาเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่เป็นอุดมคติ (Ideal) คือ สภาพที่เราารู้สึกว่าดีต่อตนเอง และเป็นสภาพที่ปรารถนา กับสภาพที่เป็นอยู่จริง (Reality) ของสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเอง จึงก่อให้เกิดความต้องการที่จะเติมเต็มส่วนต่างระหว่างสภาพอุดมคติกับสภาพที่เป็นจริง โดยปัญหาของแต่ละบุคคลจะมีสาเหตุที่แตกต่างกันไป

2. การแสวงหาข้อมูล (Search for Information) เมื่อเกิดปัญหา ผู้บริโภคก็ต้องแสวงหาหนทางแก้ไข โดยหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อช่วยในการตัดสินใจ

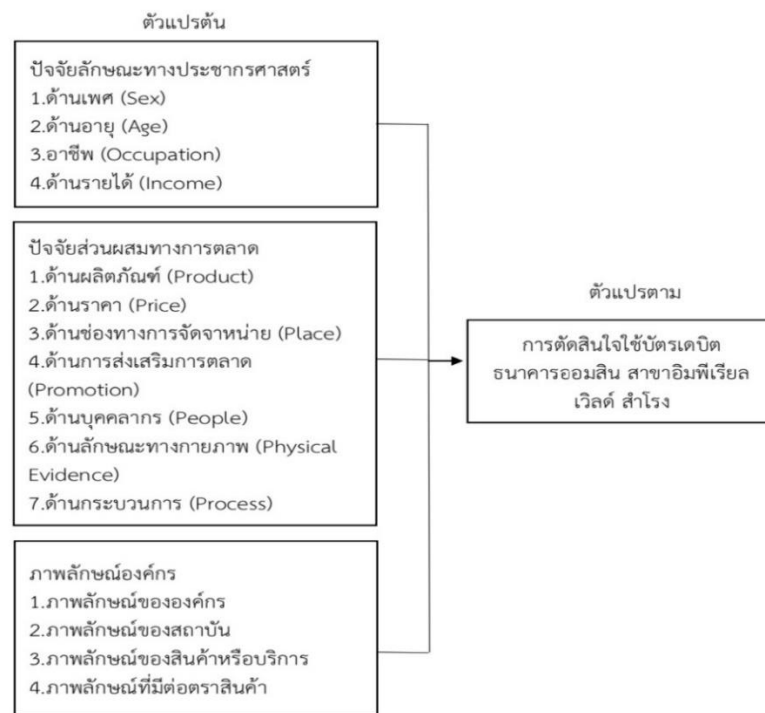
3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 ก็จะประเมินทางเลือกและตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด วิธีการที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินทางเลือกอาจจะประเมิน โดยการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของแต่ละสินค้าและคัดสรรในการที่จะตัดสินใจเลือกซื้อจากหลากหลายตราหือให้เหลือเพียงตราหือเดียว อาจขึ้นอยู่กับความเชื่อนิยมศรัทธาในตราสินค้านั้นๆ หรืออาจขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคที่ผ่านมาในอดีตและสถานการณ์ของการตัดสินใจรวมถึงทางเลือกที่มีอยู่ด้วยทั้งนี้ มีแนวคิดในการพิจารณาเพื่อช่วยประเมินแต่ละทางเลือก เพื่อให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

4. การตัดสินใจซื้อ (Decision Making) โดยปกติแล้วผู้บริโภคแต่ละคนจะต้องการข้อมูลและระยะเวลาในการตัดสินใจสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน คือ ผลิตภัณฑ์บางอย่างต้องการข้อมูลมาก ต้องใช้ระยะเวลาในการเปรียบเทียบนาน แต่บางผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคก็ไม่ต้องการระยะเวลาการตัดสินใจนาน

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase Behavior) หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ ถ้าพอใจผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อดีต่าง ๆ ของสินค้าทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้หรืออาจมีการแนะนำให้เกิดลูกค้ารายใหม่ แต่ถ้าไม่พอใจ ผู้บริโภคก็อาจเลิกซื้อสินค้านั้นๆ ในครั้งต่อไปและอาจส่งผลเสียต่อเนื่องจากการบอกต่อ ทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าน้อยลงตามไปด้วย

กรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย

ในการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตธนาคารออมสิน สาขาอัมพ็เรียล เวิลด์ สำโรง ได้มีการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนั้นเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย ดังนี้



วิธีการดำเนินการวิจัย

การกำหนดกลุ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างประชากรการใช้บัตรเดบิตธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง ในการถอนเงินสด ซื้อสินค้าและการบริการต่าง ๆ โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 ราย

ผู้วิจัยจะเลือกใช้วิธีการเลือกแบบสอบถามแบบเฉพาะเจาะจงที่มาใช้บริการที่ธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง โดยการเก็บข้อมูลตอบแบบสอบถาม จึงใช้สูตรดังนี้ (Yamane,1973)

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

โดย n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

e = ค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้โดยกำหนดที่ 5%

แทนค่าได้

$$n = \frac{200,000}{1 + 200,000(0.05)^2}$$
$$= 399.21 \text{ โดยประมาณ } 400 \text{ ราย}$$

ดังนั้น จากการแทนค่าจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ไม่น้อยกว่า 400 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย คือ แบบสอบถามในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง โดยจะกำหนดแบบสอบถามแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ และวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าผู้ใช้บัตรเดบิตของธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง เช่น เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยการเลือกในแต่ละหัวข้อเพียงคำตอบเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ถือบัตรเดบิต เช่น จำนวนบัตรเดบิตที่มี ระยะเวลาการใช้บัตรเดบิต เหตุผลในการสมัครหรือเลือกใช้บัตรเดบิตในการใช้บริการ เป็นต้น

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลแบบสอบถามเกี่ยวกับทางการตลาดของปัจจัยส่วนประกอบทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง

ส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลแบบสอบถามเพื่อรวบรวมเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรของธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง

ส่วนที่ 5 เป็นข้อมูลสอบถามปัจจัยทางการตลาดที่เกี่ยวกับการตัดสินใจในการใช้บัตรเดบิตธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง โดยวิเคราะห์ข้อมูลแบบจำลองที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเดบิต

ซึ่งในส่วนที่ 3-5 มีการกำหนดเกณฑ์น้ำหนักการประเมินแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และไม่สามารถประเมินได้ ตามแนวความคิดของลิเคิร์ท (Five-

Point Likert Scales) ซึ่งได้แบ่งช่วงแปลตามหลักการแบ่งอัตราภาคขั้น คะแนนสูงสุด คือ 5 คะแนน และคะแนนต่ำสุด คือ 1 คะแนน โดยหาพิสัยใช้สูตรในการคำนวณค่าความกว้างของอัตราภาคขั้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยการใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และการแจกแจงความถี่ (Frequency)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7Ps) ภาพลักษณ์องค์กร การตัดสินใจในการใช้บัตรเครดิต และความพึงพอใจในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้ค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

การทดสอบสมมติฐานงานวิจัย (Hypothesis Testing) ของข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ผลทางสถิติ (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรในแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการใช้บัตรเครดิต

2. การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่างปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ว่ามีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตธนาคารออมสิน สาขา อิมพีเรียล เวิลด์ สำโรงในการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ

3. การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานและศึกษาปัจจัยที่มีตัวแปรในปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตธนาคารออมสิน สาขา อิมพีเรียล เวิลด์ สำโรงในการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาทางปริมาณพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 30-39 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

20,000– 30,000 บาท พฤติกรรมการใช้งานบัตรเดบิตในปัจจุบันผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีการถือครอง 1 ใบ คิดเป็นร้อยละ 94.1 ส่วนใหญ่ถือครองบัตรเดบิตของธนาคารออมสินร้อยละ 51.9 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ถือครองบัตรเดบิตสถาบันการเงินนั้นเพราะน่าเชื่อถือ มีจำนวน 617 คน คิดเป็นร้อยละ 80.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ถือบัตรเดบิตธนาคารออมสินประเภทบัตรเดบิต ออมสิน เบสิก มีจำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 92.5 รองลงมาถือบัตรเดบิตธนาคารออมสิน ประเภทบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ท แคร่ มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และลำดับสุดท้ายถือบัตรเดบิตธนาคารออมสินประเภทบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ท ไลฟ์ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ถือบัตรเดบิตธนาคารออมสินประเภทบัตรเดบิต ออมสิน เบสิก มีจำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 92.5 รองลงมาถือบัตรเดบิตธนาคารออมสินประเภทบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ท แคร่ มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และลำดับสุดท้ายถือบัตรเดบิตธนาคารออมสินประเภทบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ท ไลฟ์ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้จ่ายเฉลี่ยเดือนละ น้อยกว่า 5 ครั้ง มีจำนวน 270 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้จ่ายผ่านบัตรเดบิตธนาคารออมสินโดยเฉลี่ยเดือนละ 5,001–20,000 บาท มีจำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 ในส่วนของข้อมูลเกี่ยวกับทางการตลาดของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตของธนาคารออมสิน พบว่าด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดลำดับแรกคือมีรูปลักษณ์ที่สวยงาม สะดวกต่อการพกพา ปัจจัยด้านราคาของการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตของธนาคารออมสิน จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดลำดับแรกคือมีค่าธรรมเนียมแรกเข้าในระดับที่เหมาะสมปัจจัยด้านการจำหน่ายของการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตของธนาคารออมสิน จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดลำดับแรกคือมีช่องทางในการให้บริการเพียงพอ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตของธนาคารออมสิน จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดลำดับแรกคือมีการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ของปัจจัยส่วนประกอบทางการตลาดของการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตของธนาคารออมสิน จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด โดยมีระดับความคิดเห็นมากที่สุดลำดับแรกมีสองข้อเท่ากันคือมีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านบัตรมีความปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว เช่น บัตรชำรุด บัตรหาย บัตรหมดอายุ ปัจจัยด้านบุคลากรของการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตของธนาคารออมสิน จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดลำดับแรกคือพนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ธนาคาร ปัจจัยด้านทางกายภาพของ

การตัดสินใจใช้บัตรเดบิตของธนาคารออมสิน จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่
มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดลำดับแรกคือมีป้ายบอกการให้บริการที่ชัดเจน

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเมื่อพิจารณาจากการวิเคราะห์ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการตลาดบริการ
(7Ps) พบว่ามีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตของธนาคารออมสิน โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ
ขั้นตอนการยื่นเอกสารทำบัตรไม่ซับซ้อน และการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านบัตรที่มีความปลอดภัย
นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ เช่น ระบบการแจ้งข่าวสารหรือการแจ้งเตือนที่ถูกต้องชัดเจน และการ
แก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว ซึ่งส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารออมสิน
แนวความคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ (Market Mix) ในหนังสือการบริหาร
การตลาดยุคใหม่นั้น มีขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buy Decision Process) จะเป็นลำดับขั้น โดย
พบว่า ผู้บริโภคที่ผ่านกระบวนการตัดสินใจ 7 ขั้นตอน คือ ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสม
การตลาด (Marketing Mix) หรือ (7P's) (เปรมกมล หงษ์ยนต์, 2562) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปร
ที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง
ได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้งานมีความเห็นว่าบัตรเดบิตสามารถใช้แทนเงินสดและลด
ปริมาณเงินสดใน การซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ มีความปลอดภัยในการจับจ่ายเนื่องจากบัตรเดบิต
มาพร้อมกับหมายเลข PIN ทำให้ปลอดภัยกว่าการพกเงินสดหากบัตรสูญหายหรือถูกขโมยสามารถ
รายงานไปยังธนาคารได้อย่างรวดเร็วและบล็อกบัตรเพื่อป้องกันการใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตนอกจากนี้
ยังสามารถจำกัดการใช้จ่ายได้อีกด้วย

2. ปัจจัยด้านราคา ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในขั้นตอนการสมัครบัตรเดบิตเนื่องจากขั้นตอน
ไม่ยุ่งยากและมีค่าธรรมเนียมรายปีและค่าแรกเข้าที่เหมาะสมไม่แพงจนเกินไปซึ่งมีจัดการ
ค่าธรรมเนียมให้เหมาะสมสำหรับบัตรประเภทนั้นๆตามตัวเลือกการใช้งานของผู้สมัครบัตร

3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ใช้งานมีความเห็นตรงกันว่าบัตรเดบิตของธนาคารออมสิน
นั้นมีจำนวนจุดบริการที่รองรับการใช้งานในหลากหลายช่องทางมีความสะดวกต่อการรับบริการ

4. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ใช้งานมีความเห็นว่ากระบวนการสมัครการใช้งานมีความรวดเร็ว และไม่ยุ่งยากซึ่งส่งผลให้ผู้สมัครใช้งานบัตรเดบิตมีความน่าสนใจและมีจุดบริการที่รองรับการใช้งานในหลายพื้นที่ทำให้มีความสะดวกสบายมากขึ้นในการใช้งาน

5. ปัจจัยด้านการตลาด ธนาคารมีการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และมีการแนะนำตามการใช้งานแบบเหมาะสมเฉพาะบุคคลและมีการจัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดการสมัครใช้งานบัตรเดบิตที่น่าสนใจ นอกจากนี้ยังมีระบบการการแจ้งเตือนเมื่อมีการใช้งานที่ถูกต้องและรวดเร็ว

6. ปัจจัยด้านบุคลากร พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ธนาคาร และมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยที่ดีเนื่องจากพนักงานของธนาคารมีความรู้และความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ของธนาคารเป็นอย่างดีส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อถือทั้งในตัวสินค้าและพนักงานนอกจากนี้ ผู้ใช้งานมีความเห็นว่าการ บริการด้วยมนุษยสัมพันธ์ที่ดีส่งผลต่อการเลือกสมัครบัตรเดบิตอีกด้วย

7. ปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยทางกายภาพของสถานที่ให้บริการสามารถส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างแน่นอน สภาพแวดล้อม รูปแบบ ความสะอาด และบรรยากาศโดยรวมของสถานที่ให้บริการสามารถมีอิทธิพลอย่างมากต่อวิธีที่ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพของการบริการที่ได้รับ ตัวอย่างเช่น สถานที่สะอาดและได้รับการดูแลอย่างดีพร้อมที่นั่งที่สะดวกสบายและการตกแต่งที่สวยงามสามารถสร้างความประทับใจเชิงบวกและเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างนี้

จากผลการศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางนำไปพิจารณาปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความคิดเห็นและทัศนคติของผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุด

1. ธุรกิจบัตรเดบิตจากจำนวนบัตรพลาสติกทั้งหมด การใช้บัตรเดบิตธนาคารออมสินส่วนใหญ่ยังคงเป็นการใช้เพื่อการเบิกถอนเงินสด โดยการใช้บัตรเพื่อโอนเงินและชำระค่าสินค้าและบริการยังมีสัดส่วนที่ต่ำมาก ซึ่งธนาคารสามารถที่จะขยายตลาดกลุ่มลูกค้าให้มากขึ้นได้ โดยธนาคารควรมีวิธีการที่จะกระตุ้นหรือมีมาตรการเชิญชวนให้พนักงานเร่งระดมการหาลูกค้าเพิ่มการแนะนำบัตรเดบิตสิทธิประโยชน์ให้กับลูกค้าที่คุณสมบัติเพียงพอได้รับรู้พร้อมกับชักชวนการแนะนำบัตรเดบิตธนาคารออมสินแก่ลูกค้าที่สนใจมาใช้บริการจึงทำได้ง่ายขึ้นเพื่อรักษาตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดในระดับสูงของตลาดธุรกิจบัตรเดบิตต่อไปอีก

2. ธนาคารควรส่งเสริมให้ร้านค้าชั้นนำต่างๆ ให้มีการให้บริการชำระสินค้าและบริการผ่านบัตรเดบิต โดยมีส่วนลดจากการชำระเงินด้วยบัตรเดบิตการสะสมแต้มหรือการลุ้นรับของรางวัล เพื่อนำมาแลกของรางวัลให้เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และควรศึกษาวิธีการของธนาคารพาณิชย์อื่นๆ เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ของขายบัตรเดบิตให้มีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้นและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ในการใช้บัตรเดบิต

3. ควรมีการประชาสัมพันธ์ธุรกิจประเภทบัตรเดบิตผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น ให้ลูกค้ารับรู้เกี่ยวกับบัตรเดบิตและมั่นใจในคุณสมบัติของบัตรเดบิตที่ใช้ประโยชน์กับลูกค้าต่อไป นอกจากนี้ ควรขยายฐานลูกค้าที่ซึ่งน่าจะเป็นการสร้างยอดเป้าบัตรเดบิตให้มีจำนวนมากขึ้น เนื่องจากกลุ่มเหล่านี้มีคุณสมบัติครบในการสมัครบัตรเดบิตได้ เพราะการมีบัตรเดบิตจะเป็นการอำนวยความสะดวก มีความปลอดภัยมากกว่า การถือเงินสดแล้ว ยังเป็นการสร้างกระแสนิยมแบบใหม่ และเป็นการแสดงถึงความทันสมัยอีกด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

เพิ่มการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ แต่ยังคงต้องมีแบบสัมภาษณ์เชิงปริมาณอยู่ และจะนำข้อมูลมาประกอบกับการขยายผล เพื่อให้ผลการวิจัยออกมามีคุณภาพ ละเอียดยิ่ง และตรงจุดมากกว่า

เอกสารอ้างอิง

เกรียงศักดิ์ ศิวะสนธิวัฒน์. (2557). ปัจจัยความไว้วางใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผล

ต่อความพึงพอใจ ของผู้ถือบัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ, 4(1), 498–520.

จันจิรา สุระเสริมพงษ์. (2564). ปัจจัยกำหนดการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต KTC และรูปแบบบัตรเครดิตที่ลูกค้าต้องการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

จุรีพร ช้อนใจ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลไม้พร้อมดื่มตรากรีนเมทของ ผู้บริโภคในจังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ทฤษฎีความพึงพอใจ. สืบค้น 2 สิงหาคม 2566, จาก www.gotoknow.org/blog/posts.

ชนพล คันธชาติศิริกุล. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษที่ธนาคารออมสิน
สาขาสาทรที่ดี ทาวเวอร์. การค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรบริหารมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยสยาม.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). ข้อมูลสถิติ. สืบค้น 25 กรกฎาคม 2566, จาก
<http://www.bot.or.th>.

ธนาคารออมสิน. รายงานประจำปี. สืบค้น 25 กรกฎาคม 2566, จาก <http://www.gsb.or.th>
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการ
ตัดสินใจซื้อ. สืบค้น 2 สิงหาคม 2566, จาก <https://kpoppreorder.com>.

ประวัติธนาคารออมสิน. สืบค้น 25 กรกฎาคม 2566, จาก [http://www.wikipedia.org/wiki/](http://www.wikipedia.org/wiki/ธนาคารออมสิน)
ธนาคารออมสิน.

สุชาร์ตน์ บุญประกอบ. (2565). คุณภาพการบริการและภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการ ธนาคารที่เอ็มบีธนาคาร จำกัด (มหาชน) ในเขตนครปฐม. วิทยานิพนธ์
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุชาสินี ตูลานนท์. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของ
ผู้สูงอายุ. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

Armstrong, Gary & Kotler, Philip. (2009). *Marketing An Introduction*. (9th ed.). NJ:
Pearson Education.

Kotler, P. (1988). *Marketing Management*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall
International, Inc.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. (14th Ed.). Englewood Cliffs,
NJ: Prentice Hall International, Inc.

แนวทางแก้ไขการสมัครใช้บริการสินเชื่ผ่าน แอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน ต่ำกว่าเป้าหมายตัวชี้วัด ปี พ.ศ. 2566

นันทิยา วิทย์ไพบุลย์สกุล¹, นงนภัส แก้วพลอย²

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจ

^{1,2} มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท กลุ่มวิชาการเงิน

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง แนวทางแก้ไขการสมัครใช้บริการสินเชื่ผ่าน แอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน ต่ำกว่าเป้าหมายตัวชี้วัด ปี พ.ศ. 2566 วัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาปัญหาการสมัครใช้บริการสินเชื่ผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN 2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับบริการสินเชื่ผ่าน แอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และ 3. ศึกษาหาแนวทางวิธีการแก้ปัญหาการสมัครใช้บริการสินเชื่ผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน ต่ำกว่าเป้าหมายตัวชี้วัดและเป้าหมายการประเมินผลภาคเหนือตอนล่าง (KPI) ประจำปี 2566 โดยได้ออกแบบการวิจัยเป็นแบบ 1) เชิงคุณภาพ การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพแบบปฐมภูมิ ด้วยการใช้เครื่องมือสัมภาษณ์เชิงลึก ของ พนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน ลูกค้าใช้บริการสินเชื่ผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน และลูกค้าที่ไม่ได้สมัครใช้บริการสินเชื่ผ่าน แอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน 2) เชิงปริมาณ การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณแบบปฐมภูมิ โดยให้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่ผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 111 คน ตอบแบบสอบถาม และมีการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากข้อมูลแหล่งต่างๆและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์เป็นแนวทางในการแก้ปัญหา โดยใช้เครื่องมือต่าง ๆ เช่น SWOT Analysis, TOWS Matrix และแผนผังกังปลา

ผลการศึกษา พบว่าสาเหตุหลักด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการให้บริการที่เป็นปัญหา ทำให้ลูกค้าสินเชื่ไม่สมัครใช้บริการสินเชื่ผ่านแอปพลิเคชันทำให้สาขาบึงสามพัน มีผลงานต่ำกว่าตัวชี้วัดและเป้าหมายประเมินผล ภาคเหนือตอนล่าง(KPI) จากปัญหาดังกล่าว เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าสินเชื่ทำนิติกรรมเรียบร้อยแล้วสมัครใช้งานสินเชื่ผ่านแอปพลิเคชัน

GHB ALL GEN สาขาบึงสามพัน จึงเลือกใช้แนวทางในการแก้ปัญหา 1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) สร้างการรับรู้ให้ลูกค้า 2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategies) ใช้สื่อออนไลน์และพนักงานสร้างความเข้าใจในเรื่องรายละเอียดขั้นตอนในการใช้งานของแอปพลิเคชัน 3) กลยุทธ์ (ST Strategies) สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นแนวทางในการแก้ปัญหา เพื่อให้สาขาบึงสามพันสามารถมีผลงานตัวชี้วัดจำนวนร้อยละการลงทะเบียน GHB ALL GEN ของลูกค้าสินเชื่อที่ทำนิติกรรมตั้งแต่เดือนมกราคม-ตุลาคม 2566 เป็นไปตามเป้าหมาย

คำสำคัญ: สินเชื่อ, แอปพลิเคชัน, แนวทางแก้ไข

GHB ALL GEN Application Resolution of Government Housing Bank Bueng Sam Phan Branch, Lower Than Target in Year 2023

Nuntiya Witthayaphaiboonsakul¹, Nongnapad Kaewploy²

^{1,2} School of Business

^{1,2} University of the Thai Chamber of Commerce

¹ Master's Degree Student, Concentration on Finance

Abstract

This independent study researches on the topic of solutions for applying for loan services through the GHB ALL GEN application Government Housing, Bank Bueng Sam Phan Branch. The objectives are 1. To study the problems of applying for loan services through the GHB ALL GEN application 2. To study the perception factors regarding loan service through the GHB ALL GEN application Government Housing Bank and to study Guidelines for solving the problem of applying for loan services through the GHB ALL GEN application Government Housing Bank, Bueng Sam Phan Branch lower than the indicators and Evaluation goals of the lower northern region (KPI) for the year 2023 the research was designed as 1) Quality data collection primary by using in-depth interview tools of employees of Government Housing Bank, Bueng Sam Phan Branch. Customers using GHBALL GEN application Government Housing Bank, Bueng Sam Phan branch and non-subscribed customers using GHBALL GEN application, Bueng Sam Phan branch 2) Primary quantitative data collection. A group of 111 people answered the questionnaire and studied secondary data from various sources and analyzed the data to determine strategies for solving problems using tools such as SWOT Analysis. TOWS Matrix and Fishbone Diagram.

The study suggests that the main reasons for productivity staffing and service process problems caused loan customers not to apply for application services were lower than the benchmarks and KPIs To increase the number of legal clients and

apply for loans through the GHBALL GEN application, Bueng Sam Phan Branch has chosen to solve the problem 1) SO Strategy, customer awareness; 2) WO Strategies using online media and employees to understand application process details 3) Strategy (ST). Strategies) to build relationships with customers as a solution to the problem The Bung Sam Phan Branch has been able to achieve the results of registering GHB ALL GEN for clients who have done legal acts from January to October 2023 on target.

Keywords: Loan, Application, Remedial Approach

บทนำ

ธนาคารอาคารสงเคราะห์เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ ในสังกัดกระทรวงการคลัง สถาปนาขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารอาคารสงเคราะห์ พ.ศ. 2496 เพื่อเป็นสถาบันการเงินหลักของรัฐบาลในการ สนับสนุนให้ประชาชน โดยเฉพาะผู้มีรายได้น้อยและปานกลาง ได้มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง รวมทั้งเป็น กลไกของรัฐบาลที่ช่วยสนับสนุนในการเจริญเติบโตของภาค อสังหาริมทรัพย์และธุรกิจ โดยรวมของประเทศ โดยธนาคารอาคารสงเคราะห์ได้ก่อตั้งมาเป็น ระยะเวลา 70 ปี ที่ผ่านมามาธนาคารได้พัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่องจนได้ก้าวขึ้นสู่การเป็นสถาบัน การเงินชั้นนำในการให้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย เพื่อให้สามารถเข้าถึง ทุกความต้องการของลูกค้าทุกระดับ ภายใต้แนวคิดสำคัญในการพัฒนาองค์กรโดยการก้าวสู่ Digital Banking ด้วยการสร้าง นวัตกรรมดิจิทัล ที่สามารถช่วยให้คนไทยได้รับบริการอย่างสะดวกสบายมากที่สุด ปัจจุบันหลาย องค์กรทั้งในและต่างประเทศได้นำเอาเทคโนโลยีไปช่วยในการพัฒนาและปรับปรุง กระบวนการ ทำงานในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะองค์กรด้านการเงินและการธนาคารในรูปแบบของการบริการ ออนไลน์ (Online/Digital Services) คือสถาบันการเงินในยุคดิจิทัล (2559) กระแสโลกออนไลน์ได้ สร้างการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม และทัศนคติของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมการเงิน นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในโลกการเงิน ได้ส่งผลให้เกิดรูปแบบการให้บริการทางการเงินต่างๆ ที่ อำนวยความสะดวกและตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ The Bangkok Insight Editorial Team กล่าวว่าในปี 2020 การย้ายฐานจากเศรษฐกิจออฟไลน์เข้าสู่เศรษฐกิจออนไลน์ เกิดขึ้นเร็วกว่าที่คาดการณ์ไว้ การเปลี่ยนแปลงที่ควร จะเกิดขึ้นภายใน 2-3 ปี วันนี้ได้เกิดขึ้นในครั้ง เดียวจากที่คาดว่าจะเกิดในปี 2025 โดยเฉพาะ

การทำธุรกรรม ทางการเงินสมัยใหม่ที่สามารถทำธุรกรรมการเงินได้ทุกที่ ทุกเวลา รวดเร็วและ สะดวกสบาย ผ่านอุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต เป็นต้น โดย ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะใช้บริการดิจิทัล แบงก์ (Digital Banking) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ การใช้บริการ Internet Banking และ Mobile Banking เพราะสะดวกสบายกว่า และสามารถทำ ธุรกรรมได้อย่างรวดเร็วตลอดเวลาด้วยตนเองโดยไม่ต้องไปที่สาขาของธนาคาร ธนาคารอาคาร สงเคราะห์เป็นสถาบันการเงินของรัฐบาลอีกแห่งที่มีการตื่นตัว และพัฒนารูปแบบการให้บริการด้วย เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อมุ่งเน้นตอบสนองการ ให้บริการต่อกลุ่มลูกค้าที่มี พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินที่เปลี่ยนไป โดยมีการสร้างแอปพลิเคชันที่ นำเอาเทคโนโลยีเข้า มาปรับใช้กับงานบริการรวมถึงการดูแลระบบสารสนเทศ เพื่อเป็นการพัฒนาขีด ความสามารถด้าน

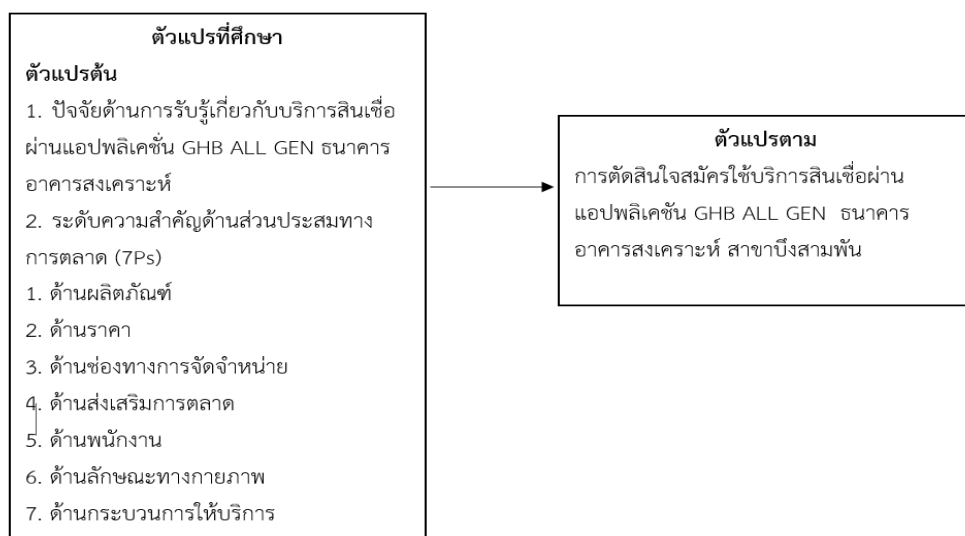
บริการของธนาคารทำให้เกิด Mobile Application: GHB ALL GEN แอปพลิเคชันที่รวมทุกบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.) ไว้ในมือถือลูกค้า ซึ่งแอปพลิเคชันถูกออกแบบมาจากความต้องการของลูกค้า มาจัดทำ เป็นฟังก์ชันการใช้งานที่จำเป็นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าได้อย่างครบวงจร อาทิ การยื่นขอสินเชื่อบ้าน, การชำระเงินกู้ โอนเงินภายในและต่างธนาคาร ดูใบเสร็จค่าบ้าน ขอ Statement เงินฝาก ซื้อสลากออมทรัพย์ธอส. และ เปิดบัญชีเงินฝากซึ่งเป็นการทำธุรกรรมผ่านดิจิทัลได้ง่าย ๆ เหมือนยกสาขาธอส. มาไว้ในมือคุณ ธนาคารอาคารสงเคราะห์พร้อมก้าวสู่การพัฒนาด้านดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบผ่าน Application GHB ALL GEN เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสประสบการณ์ใหม่กับการบริการ ดิจิทัลของธนาคารที่ตอบโจทย์ลูกค้าทุกไลฟ์สไตล์ของลูกค้าทุกช่วงวัย มากขึ้น และเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการกับลูกค้ามากขึ้นด้วยฟังก์ชันที่เพิ่มมากขึ้น ประกอบไปด้วยทางด้านสินเชื่อ ซึ่งสนับสนุนการมุ่งการก้าวเป็นธนาคารที่ดีที่สุดสำหรับการมีบ้าน ตามวิสัยทัศน์ของธนาคาร และในปี 2566 ทางธนาคารได้มีการกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายการประเมินผลของภาคเหนือตอนล่าง ประจำปี 2566 พนักงานสาขา ปฏิบัติงานด้านงานสินเชื่อ ในตัวชี้วัดและเป้าหมาย การประเมินผลของภาคเหนือตอนล่าง ได้มีการกำหนดในเรื่อง จำนวนร้อยละการลงทะเบียน GHB ALL GEN ของลูกค้าสินเชื่อที่ทำนิติกรรมตั้งแต่ มกราคม – ธันวาคม 2566 ซึ่งตัวชี้วัดและเป้าหมายการประเมินประจำปี 2566 อยู่ในระดับที่ 5 ร้อยละ 100

Parasuraman & Berry (1988) ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) เป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินงานทางการตลาดด้านการบริการ Kotler (1997) อธิบายว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึงตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายแต่เดิมส่วนประสมการทางตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (place) การส่งเสริมการตลาด (promotion) ต่อมา มีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (people) ลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) และกระบวนการ (process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจด้านการบริการ จึงรวมเรียกได้ว่า เป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps

ดังนั้นการส่งมอบบริการของธนาคารต่าง ๆ แก่ลูกค้า จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้าเพื่อจะจะสามารถแข่งขันในตลาด สถาบันการเงินอื่นมีฐานลูกค้าเงินฝากมากกว่า ธอส. เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์ทางการเงินและบริการที่หลากหลายครบวงจร ธอส. ให้บริการหลักที่

สำคัญคือ ลินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาปัญหาใช้บริการลินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน เพื่อใช้ผลการวิจัยในการสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาแอปพลิเคชันของธนาคารอาคารสงเคราะห์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลสูงสุด

กรอบแนวคิด



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2552) ได้กล่าวไว้ว่า “ส่วนประสมการตลาด” หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ หมายถึงสิ่งที่บริษัทนำเสนอ ออกมาจำหน่ายเพื่อก่อให้เกิดความสนใจโดยการบริโภคหรือการใช้บริการนั้นสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ราคา หมายถึง จำนวนเงินตราที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์สินค้าและหรือ บริการของกิจการ หรืออาจเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้ เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการใช้ ผลิตภัณฑ์ สินค้าและหรือบริการนั้น ๆ อย่างคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไปนอกจากนี้ ยังอาจหมายถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและ/หรือบริการ รวมถึงวิธีการที่จะนำสินค้าและ/หรือบริการนั้น ๆ ไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ทันต่อความต้องการซึ่งมีหลักเกณฑ์ที่ต้องพิจารณา

ว่ากลุ่มเป้าหมายคือใครและควรกระจายสินค้าและ/หรือบริการสู่ผู้บริโภคผ่านช่องทางใดจึงจะเหมาะสมมากที่สุด การส่งเสริมการตลาด หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสร้างความสนใจ (Motivation) ความคิด (Thinking) ความรู้สึก (Feeling) ความต้องการ (Need) และความพึงพอใจ (Satisfaction) ในสินค้าหรือบริการ โดยสิ่งนี้จะใช้ในการจูงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือน ความทรงจำ (Remind) ในตัวผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะการส่งเสริมการตลาดนั้นจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก (Feeling) ความเชื่อ (Belief) และพฤติกรรม (Behavior) การซื้อสินค้าหรือบริการ Etzel (2007) หรืออาจเป็นการติดต่อสื่อสาร (Communication) เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อก็ได้ ทั้งนี้ต้องมีการใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดด้านบุคคลหรือบุคลากร หมายถึง “พนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กรต่าง ๆ ซึ่งนับรวมตั้งแต่เจ้าของกิจการผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับล่าง พนักงานทั่วไป แม่บ้าน เป็นต้น โดยบุคลากรนับได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้คิดวางแผนและปฏิบัติงานเพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นไปในทิศทางที่วางกลยุทธ์ไว้ นอกจากนี้บทบาทอีกอย่างหนึ่งของบุคลากรที่มีความสำคัญ คือ การมีปฏิสัมพันธ์ และสร้างมิตรไมตรีต่อลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเกิดความผูกพัน กับองค์กรในระยะยาว ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการ เลือกใช้สินค้าและ/หรือบริการขององค์กรเป็นการสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่นและมีคุณภาพ เช่น การตกแต่งร้าน รูปแบบของการจัดจานอาหาร การบริการที่รวดเร็ว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจ ทางด้านการบริการ ที่ควรจะต้อง สร้างคุณภาพในภาพรวม ที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจและความแปลกใหม่ของ สภาพทางกายภาพที่แตกต่างไปจากผู้ให้บริการรายอื่น ด้านกระบวนการ หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว โดยในแต่ละกระบวนการสามารถมีได้หลายกิจกรรมตามแต่รูปแบบและวิธีการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งหากว่ากิจกรรมต่างๆภายในกระบวนการมีความเชื่อมโยงและประสานกันจะทำให้กระบวนการ โดยรวมมีประสิทธิภาพส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจทั้งนี้กระบวนการทำงานในด้านของการ บริการจำเป็นต้องมีการออกแบบกระบวนการทำงานที่ชัดเจนเพื่อให้พนักงานภายในองค์กรทุกคน เกิดความเข้าใจตรงกันสามารถปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันได้อย่างถูกต้องและราบรื่น

เครื่องมือในการวิเคราะห์

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

เนื่องจากการวิจัยนี้ที่เป็นการศึกษาแนวทางการส่งเสริมและวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้การ SWOT Analysis คือการวิเคราะห์สภาพองค์กร ณ ปัจจุบัน เพื่อค้นหา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ที่เกิดขึ้นกับทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำไปวิเคราะห์และหาวิธีพัฒนา หรือแก้ไขกับปัญหาที่เป็นอยู่ ณ ปัจจุบัน โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย ๆ คือ ปัจจัยภายใน องค์กร (Internal origin) และปัจจัยภายนอกองค์กร (External origin)

การวิเคราะห์แมทริกซ์ TOWS Matrix

TOWS Matrix (<https://old.elearning.yru.ac.th/>) มีที่มาจากคำว่า SWOT ที่กลับหัวกลับด้าน ซึ่งเป็นการนำ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค ที่ได้จากกระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในขององค์กร (SWOT Analysis) มาทำการจับคู่เข้าด้วยกัน โดยที่สามารถแบ่งรูปแบบการจับคู่ กลยุทธ์ของ TOWS ออกเป็น กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์เชิงรับ (ST) และกลยุทธ์เชิงป้องกัน (WT) ซึ่งหมายความว่า ก่อนที่จะเริ่มทำการวิเคราะห์ TOWS Matrix ได้นั้นจำเป็นจะต้องผ่านกระบวนการวิเคราะห์SWOT ให้ดีเสียก่อน

แผนผังสาเหตุและผลเป็นแผนผังที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหา (Problem) กับสาเหตุทั้งหมดที่เป็นไปได้ที่อาจก่อให้เกิดปัญหานั้น (Possible Cause) เราอาจคุ้นเคยกับแผนผังสาเหตุและผล ในชื่อของ “ผังก้างปลา (Fish Bone Diagram)” เนื่องจากแผนภูมิมีลักษณะคล้ายปลาที่เหลือแต่ก้างหรือหลายๆ คนอาจรู้จักในชื่อของแผนผังอิชิกาวา (Ishikawa Diagram) ซึ่งได้รับการพัฒนาครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 1943 โดย ศาสตราจารย์คาโอรุ อิชิกาวา แห่งมหาวิทยาลัยโตเกียว เมื่อไรจึงจะใช้แผนผังก้างปลา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาการสมัครใช้บริการสินเชื่ผ่าน แอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน ต่ำกว่าตัวชี้วัดและเป้าหมายการประเมินผลภาคเหนือตอนล่าง (KPI) ประจำปี 2566

2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับบริการสินเชื่ผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน ต่ำกว่าตัวชี้วัดและเป้าหมายการประเมินผลภาคเหนือตอนล่าง (KPI) ประจำปี 2566

3. เพื่อศึกษาหาแนวทางและวิธีการแก้ปัญหาการสมัครใช้บริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน ต่ำกว่าตัวชี้วัดและเป้าหมายการประเมินผลภาคเหนือตอนล่าง (KPI) ประจำปี 2566

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) อันประกอบด้วยการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยอ้างอิงจากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการศึกษาผ่านเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - Depth Interview) และแบบสอบถาม (Questionnaire)

กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

1. พนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน จำนวน 8 ท่าน
2. ลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน จำนวน 50 ท่าน
3. ลูกค้าที่ไม่ได้สมัครใช้บริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน จำนวน 10 ท่าน

การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างประเภทไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ทั้งหมด 111 ท่าน ดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 40 ท่าน

ขั้นที่ 2 สุ่มตัวอย่างแบบโควตา จำนวน 40 ท่าน

ขั้นที่ 3 สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 31 ท่าน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างด้วยเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยการตัดความข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

(Interpret) เพื่อนำไปสู่การเรียบเรียงระบบข้อมูล (Organize the Data) และสรุปข้อค้นพบ (Conclusions) (ชยันต์ วรรณะภุติ, 2546, 241-242) เพื่อหาสาเหตุที่ลูกค้าไม่ใช้บริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN และหาแนวทางแก้ไขเพื่อเพิ่มยอดการใช้บริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติพรรณนา

1.1 การใช้ค่าความถี่และร้อยละ ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางประชากรศาสตร์เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1.2 การใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับบริการสินเชื่อผ่าน แอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อผ่าน แอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และการตัดสินใจการใช้บริการสินเชื่อผ่าน แอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์

2. สถิติอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1: อิทธิพลของการรับรู้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อผ่าน แอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และทดสอบสมมติฐานที่ 2: ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อผ่าน แอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยใช้สถิติพหุคูณถ้อย ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการศึกษา

ตาราง 1 กลุ่มตัวอย่างสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพทั้งหมด จำนวน 68 ท่าน

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)
1. พนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน	8
2. ลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน	50

3. ลูกค้าที่ไม่ได้สมัครใช้บริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน	10
---	----

ตาราง 2 กลุ่มตัวอย่างสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ

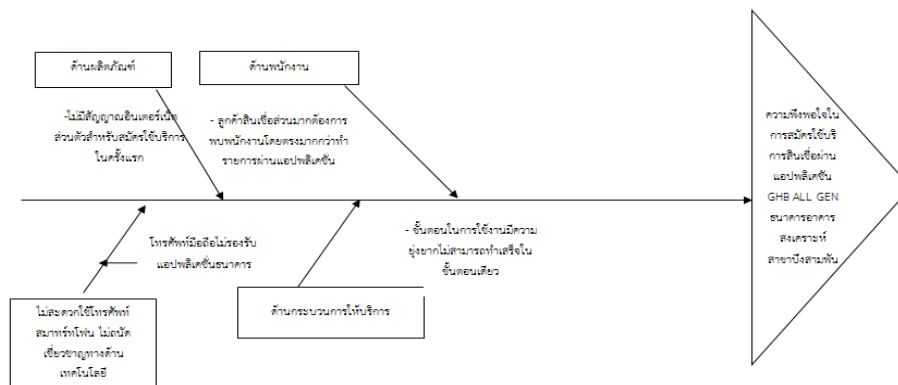
กลุ่มตัวอย่าง สัมภาษณ์ลูกค้าที่ไม่ได้สมัครใช้บริการสินเชื่อผ่าน แอปพลิเคชัน GHB ALL GEN
ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน จำนวนทั้งหมด 10 ท่าน (ร้อยละ 100)

สาเหตุที่ไม่สมัครใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทรศัพท์ไม่รองรับระบบแอปพลิเคชัน	4	40
โทรศัพท์ไม่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต	3	30
โทรศัพท์พื้นที่เต็ม	1	10
โทรศัพท์รองรับระบบแอปพลิเคชัน แต่ไม่ได้ สมัคร เพราะไม่สะดวกใช้บริการ	2	20

ตาราง 2 กลุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์ลูกค้าที่ไม่ได้สมัครใช้บริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN
ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการสาขา พนักงานสาขา ลูกค้าสินเชื่อที่ไม่ได้สมัครใช้บริการ
แอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน และลูกค้าที่สมัครใช้
บริการ แอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพันเกี่ยวกับปัญหาใช้
บริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพันซึ่งกำลัง
ประสบปัญหาอยู่ เมื่อวิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหาแล้ว สามารถใช้แผนภูมิแก๊งปลาเพื่อสรุปหา
สาเหตุที่แท้จริงของปัญหาดังนี้

ภาพ 1 แสดงแผนภูมิแก๊งปลา



สาเหตุของปัญหาสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ในการสมัครใช้บริการสินเชื่อผ่าน แอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ลงทะเบียนครั้งแรกต้องใช้สัญญาณอินเทอร์เน็ตส่วนตัวเท่านั้นไม่สามารถใช้ Wi-Fi ลงทะเบียนได้ ลูกค้าที่ไม่ได้สมัครใช้บริการคือไม่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตส่วนตัว จึงไม่สามารถใช้บริการได้
2. ด้านพนักงาน การบริการสินเชื่อมีรายละเอียดข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจ และทำความเข้าใจหลายประเด็น ลูกค้าส่วนใหญ่จึงต้องการพบเจ้าหน้าที่พนักงานมากกว่าทำรายการผ่านแอปพลิเคชันด้วยตนเอง
3. ด้านกระบวนการให้บริการ มีฟังก์ชันและขั้นตอนในการใช้งานมีความยุ่งยากซับซ้อน ไม่สามารถทำรายการจบในขั้นตอนเดียว จึงไม่สามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ด้วยตนเอง
4. ด้านกระบวนการให้บริการ ในการใช้บริการทำรายการผ่าน แอปพลิเคชัน ลูกค้าบางท่านโทรศัพท์มือถือไม่รองรับ แอปพลิเคชัน หรือ บางท่านไม่สะดวกใช้เนื่องจากไม่ถนัดทางด้านเทคโนโลยี

แนวทางแก้ไข้ปัญหา

วิเคราะห์สภาพธุรกิจ SWOT Analysis

วิเคราะห์ปัจจัยภายใน ได้แก่ จุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร

1. จุดแข็ง (Strength)

- การใช้บริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์

สาขาปทุมธานีสามารถลดความเสี่ยงในการผิदनัดชำระ

- การใช้บริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์

สาขาบึงสามพัน มีดอกเบญจมาศเมื่อเทียบกับสินเชื่อที่ไม่มีหลักประกันของธนาคารอื่น

2. จุดอ่อน (Weakness)

- ด้านพนักงาน การบริการสินเชื่อมีรายละเอียดข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจ และทำความเข้าใจหลายประเด็น ลูกค้าส่วนใหญ่จึงต้องการพบเจ้าหน้าที่พนักงานมากกว่าทำรายการผ่านแอปพลิเคชันด้วยตนเอง

- ด้านกระบวนการให้บริการ มีฟังก์ชันและขั้นตอนในการใช้งานมีความยุ่งยากซับซ้อน ไม่สามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ด้วยตนเอง

3. โอกาส (Opportunities)

- มีสื่อออนไลน์เป็นช่องทางที่สร้างการรับรู้ให้กับลูกค้า และลูกค้ามีความการใช้บริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพันเนื่องจากได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด

4. อุปสรรค (Threats)

- ยังมีลูกค้าไม่ทราบการใช้บริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน

แนวทางในการจัดทำกลยุทธ์ 4 รูปแบบ วิเคราะห์ได้ดังนี้

1. กลยุทธ์เชิงรุก SO (SO Strategies) เป็นการสร้างกลยุทธ์โดยใช้จุดแข็งเพื่อสร้างความได้เปรียบจากโอกาสใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางที่สร้างการรับรู้ให้กับลูกค้า และลูกค้ามีความการใช้บริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN และการจัดโปรโมชั่นอัตราดอกเบี้ยเพื่อจูงใจลูกค้า

2. กลยุทธ์เชิงแก้ไข WO (WO Strategies) เป็นการสร้างกลยุทธ์โดยการกำจัดจุดอ่อน โดยอาศัยประโยชน์จากโอกาสใช้สื่อออนไลน์สร้างความเข้าใจในเรื่องรายละเอียดขั้นตอนในการใช้งานของแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบึงสามพัน พัฒนาพนักงานให้บริการอย่างมีคุณภาพ

3. กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ ST (ST Strategies) เป็นการสร้างกลยุทธ์โดยใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคธนาคารสามารถใช้ทรัพยากรบุคคลที่มีอยู่ ติดต่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน และจัด

เจ้าหน้าที่ให้บริการถึงสถานที่เพื่อสร้างความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ และลดเวลาการติดต่อกลับกับ
ธนาคาร

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 อิทธิพลของการรับรู้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน
GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่า การรับรู้ ส่งผลต่อการตัดสินใจบริการสินเชื่อผ่าน
แอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรัสวดี มีดวง
(2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคาร
ออมสิน สำนักงานดำเนิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความสำคัญ
ของปัจจัยทางจิตวิทยาโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่แรงจูงใจ ด้านการรับรู้ ด้านการ
เรียนรู้ และด้านทัศนคติ 2) ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมและราย
ด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ
ให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านทำเลที่ตั้งและช่องทาง
การจัดจำหน่าย 3) อายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่งผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่
อยู่อาศัย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุรักษ เพ็ชรอินทร์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อ
การเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารยูโอบี ผลการวิจัย
พบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน
บุคคลในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับ
ปานกลาง

สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลของการรับรู้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริการสินเชื่อผ่าน แอปพลิเคชัน
GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัด
จำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ
ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์
ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐวดี รัตนเคหะ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ
ความตั้งใจเลือกใช้บริการสินเชื่อดิจิทัลของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านข้อมูลและข่าวสาร
เชิงการค้า ปัจจัยด้านข้อมูลและข่าวสารทั่วไปในสังคม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัย
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมี
อิทธิพลต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการสินเชื่อดิจิทัลของผู้บริโภค ส่วนปัจจัยด้านบุคคลและปัจจัยด้าน

กระบวนการไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการสินเชื่อดิจิทัลของผู้บริโภค และสอดคล้องกับงานวิจัยของนริศรา ลาภผลพูนทวี (2564) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มสินเชื่อส่วนบุคคลที่มีเงินฝากเป็นหลักประกัน กรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักบริหาร สาขานครหลวง มีวัตถุประสงค์เพื่อหาสาเหตุของปริมาณสินเชื่อส่วนบุคคลที่มีเงินฝากเป็นหลักประกันของสำนักงานสาขานครหลวงที่ลดลงและเพื่อหาทางเลือกในการเพิ่มวงเงินสินเชื่อนี้ ผลการศึกษาพบว่าสาเหตุที่ปริมาณสินเชื่อส่วนบุคคลลดลง ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการกู้ และข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีเงินฝากหรือสลากออมสินจึงจะกู้ได้ ผู้วิจัยจึงเสนอทางเลือกในการแก้ปัญหา เช่น การขายส่วนบุคคล การทำใบปลิว ที่ปรึกษาสินเชื่อ การทางด่วน และการขอสินเชื่อออนไลน์

สรุปผล

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-35 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส อาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือน 15,001 –30,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับบริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สรุปได้ว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 เมื่อพิจารณาเป็นข้อย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าท่านคิดว่าบริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ยื่นขอสินเชื่อ่าย มีความสะดวก รวดเร็วมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ด้านส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ด้านพนักงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจบริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 เมื่อ

พิจารณาเป็นข้อย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าคุณตัดสินใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของคุณมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66

5. ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 1 อิทธิพลของการรับรู้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่า การรับรู้ ส่งผลต่อการตัดสินใจบริการสินเชื่อผ่าน แอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์

6. ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลของการรับรู้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแบบ (ANOVA) พบว่า F-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.048 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ามีปัจจัยอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่สามารถนำมาใช้ในการอธิบายการตัดสินใจบริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ หรือตัวแปรอิสระทั้ง 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) ด้วยวิธีการ Enter พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีอำนาจพยากรณ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านการรับรู้ทางธนาคารจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ และแจ้งวิธีการรายละเอียดต่างๆให้เข้าใจมากขึ้นให้เข้าถึงลูกค้าทุกท่าน เพราะลูกค้าบางท่านยังไม่ทราบถึงวิธีการใช้บริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ธนาคารอาคารสงเคราะห์

2. ด้านผลิตภัณฑ์ พัฒนาให้ระบบมีการลงทะเบียนในครั้งแรกให้สะดวกง่ายขึ้น และปลอดภัย

3. ด้านกระบวนการใช้งาน ให้ลูกค้าได้ทำรายการสะดวก รวดเร็ว จบเสร็จสิ้นได้ด้วยตนเอง
ในขั้นตอนเดียวเพื่อลดเวลาในการมาติดต่อกับธนาคาร

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

ศึกษาบริการด้านอื่นของธนาคาร สาขาอื่น ๆ ปัจจัยที่ควรเพิ่ม เช่น ความรู้และความเข้าใจ
เกี่ยวกับบริการของ ธนาคาร ความเชื่อถือไว้วางใจในบริการของธนาคาร เป็นต้น ที่อาจส่งผลการ
ตัดสินใจหรืออุปสรรคในการสมัครใช้บริการสินเชื่อผ่านธนาคารในอนาคต โดยมีทฤษฎีและแนวคิดที่
เสนอแนะ ได้แก่ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อมั่น

เอกสารอ้างอิง

คณาเทพ นิตสิริ. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อแบบ *Reverse Mortgage*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ.

ชยันต์ วรรณระภูติ. (2536). *คู่มือการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่องานพัฒนา* (พิมพ์ครั้งที่ 4). ขอนแก่น:
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ณัฐภูมิ รัตนเคหะ. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการสินเชื่อดิจิทัลของผู้บริโภค.
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต พาณิชยศาสตร์และการบัญชี. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

นริศรา ลาภผลพูนทวี. (2564). แนวทางการเพิ่มสินเชื่อส่วนบุคคลที่มีเงินฝากเป็นหลักประกัน กรณี
ศึกษาธนาคารเพื่อ การเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสำนักบริหาร สาขานครหลวง. การ
ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย
หอการค้าไทย.

วรท ศรีสุนทร. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัญชีเงินออมทรัพย์ประเภทไม่มี
สมุดคู่ฝาก. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขานวัตกรรมทางธุรกิจ.
กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- วัชรินทร์ อินทรพรม. (2562). การวิเคราะห์และการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.
วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์, ปีที่ 23(ฉบับที่ 2: กรกฎาคม-ธันวาคม 2564), 160-161.
- วันรัตน์ จันทกิจ. (2553). 17 เครื่องมือนักคิด (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพมหานคร: สถาบันเพิ่มผลผลิต
แห่งชาติ.
- ศรินภรณ์ บุญฤทธิ์. (2562). แนวทางการแก้ไขปัญหาการลดลงของจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการเงินกู้ราย
ใหม่ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอุดรธานี อ.นาแก
จ.หนองบัวลำภู. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการเงิน. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สุรัสวดี มีดวง. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคาร
ออมสิน สำนักงานเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีระฟิล
และบริษัท ไชเท็กซ์ จำกัด.
- อนุรักษ์ เพ็ชรอินทร์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ
สินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาการจัดการการสื่อสารองค์กร. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อาทิตย์ หงส์ชินธากุล. (2562). รายงานการศึกษาแนวทางการพัฒนาโครงการระบบการพิจารณา
กลั่นกรองโครงการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม TOWS Matrix กับการกำหนดกลยุทธ์
ขององค์กร. 15 พฤษภาคม 2563: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 5-7
- อุบลวรรณ วันตา. (2564). แนวทางการบริหารส่วนประสมการตลาดบริการเพื่อเพิ่มปริมาณเงินฝาก
สงเคราะห์ชีวิต กรณีศึกษา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสันติสุข.
การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- Albert Humphrey. (2005). *SWOT Analysis for Management Consulting*. SRI Alumni
Newsletter. Behavior (The Millennium). New Jersey: Prentice Hall.control.
(9th ed.). New Jersey: A Simon & Schuster Company.

- Discovery research group. (2557). *Market Research SWOT (Strengths, Weaknesses, Engel, James F. Kollat, David T. Blackwell, Roger D. (1968). Consumer Behavior (10th ed.). Cengage, Andover 2018.*
- Engel, James F., Blackwell, Roger D. and Miniard, Paul W. (1993). *Consumer Behavior. (7th ed.). Cengage, Andover 2018.*
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management: Analysis, planning, implementation and control. (9th ed.). : NJ: Prentice Hall Upper Saddle River.*
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing management: Analyzing consumer marketing and Buyer. THE EREE PRESS and colophon are trademarks of Simon & Schuster Inc.*
- Kotler, P. (2003). *Marketing management. (11th ed). New Jersey: Pearson Education, อ้างถึงใน สุวิมล แม้นจริง. 2546. การจัดการการตลาด. กรุงเทพมหานคร: เอช.เอ็น.กรุ๊ป.*
- McLead, S. (2018). Perception Theory [blog]. Retrieved from <http://www.simplypsychology.org/perception-theories.html>.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L. L. (1987). *Consumer Behavior (3rd ed.). New Jersey: Prentice Hall.*
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer Behavior. (5th ed.). Englewood Cliffs.*
- Stanton, W. J., & Futrell, C. (1987). *Fundamentals of Marketing. (8th ed.). New York: McGraw-Hill.*
- Walters. (1978). *Adaptive Management of Renewable Resources. New York: McGraw-Hill.*

เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระ

เกียรติกร อัครสาร

คณะเศรษฐศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

บทคัดย่อ

การเมืองและการคลังไทยส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการงบประมาณให้ควรมีการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระเพื่อสนับสนุนการพิจารณาอนุมัติและติดตามการบริหารงบประมาณ รวมถึงการรักษาวินัยการเงินการคลังของรัฐ บทความนี้จึงมุ่งศึกษาแนวปฏิบัติที่ดีจากต่างประเทศ และวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการจัดตั้งด้วยแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองที่วิเคราะห์บทบาทหน้าที่ระบบสถาบัน ประโยชน์หรือผลกระทบ อุปสรรคหรือความอ่อนไหว รวมถึงวิธีการและรูปแบบในการจัดตั้งขึ้นใหม่หรือพัฒนาสู่สถาบันการคลังอิสระ โดยใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพจากข้อมูลปฐมภูมิที่สัมภาษณ์แบบเจาะลึกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภา กรรมการวิสามัญพิจารณา/ศึกษาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี นักวิชาการ และผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวม 11 คน ร่วมกับข้อมูลทุติยภูมิจากการรวบรวมเอกสาร ผลการศึกษาพบว่า สถาบันการคลังอิสระจะส่งผลดีต่อกระบวนการงบประมาณ โดยเฉพาะการตัดสินใจพิจารณาอนุมัติงบประมาณบนพื้นฐานข้อมูลสารสนเทศจากสถาบันที่มีความเป็นอิสระ โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ ซึ่งทำหน้าที่วิเคราะห์ด้านการเงินการคลัง และการงบประมาณ วิเคราะห์การบริหารงบประมาณ ความคุ้มค่า และผลกระทบ รวมถึงวิเคราะห์ระดับมหภาคและร่างกฎหมายด้านการเงินการคลัง ทั้งนี้ ภายใต้อิทธิพลต่อการจัดตั้งขึ้นใหม่หรือพัฒนาสำนักงบประมาณของรัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร สู่สถาบันการคลังอิสระ

คำสำคัญ: เศรษฐศาสตร์การเมือง, สถาบันการคลังอิสระ, งบประมาณ, สำนักงบประมาณของ

รัฐสภา

Political Economy on Establishment Independent Fiscal Institutions (IFIs)

Kriattikorn Attasan

Faculty of Economics

Chulalongkorn University

Master's Degree Student, Department of Political Economy

Abstract

The article explores the potential impact of political and fiscal dynamics in Thailand on budgetary processes, advocating for the establishment of an Independent Fiscal Institution (IFI) to support budget adoption and monitoring, including fiscal discipline. Drawing from international good practices, the study analyzes the feasibility of creating such an IFI through a political economy lens, examining roles, Institutional system, impacts, challenges, and adaptive approaches towards creating or evolving into an IFI. The research employs qualitative methods, integrating primary data from in-depth interviews with key stakeholders including such as Members of Parliament, Senators, budget scrutiny committees, scholars, and relevant agency representatives (totaling 11 participants). Findings suggest that an IFI would positively influence budget processes, particularly decision-making based on transparent and efficient information from unbiased, capable entities tasked with financial, treasury, and budget analysis. This includes budget management analysis, cost-effectiveness evaluation, impact assessment, and regional legislative analysis within the context of Thailand's political, fiscal, economic, and societal contexts — key influencers in establishing or transforming the Parliamentary Budget Office (PBO), The Secretariat of The House of Representatives, into an IFI.

Keywords: Political Economy, Independent Fiscal Institutions, Budget, Parliament

Budget Office

บทนำ

การเมืองระบบรัฐสภามีหลักการว่า “เงินของประชาชน การใช้จ่ายเงินต้องได้รับอนุญาตจากประชาชนจึงจะสามารถนำไปใช้จ่ายได้” รัฐบาลจะใช้จ่ายเงินแผ่นดินได้เมื่อได้รับอนุญาตจากรัฐสภาที่เป็นตัวแทนของปวงชนชาวไทย ซึ่งมีอำนาจตรากฎหมาย ตรวจสอบและควบคุมการบริหารราชการแผ่นดิน

การบริหารราชการแผ่นดินของรัฐบาลต้องใช้งบประมาณเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนการดำเนินนโยบาย โครงการ กิจกรรมและบริการสาธารณะ ในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของประเทศตามที่ได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภา แผนบริหารราชการแผ่นดินและตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ (ปิยชาติ ศิลปสุวรรณ, 2556) เพื่อให้งบประมาณนำไปใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ รัฐสภามีหน้าที่พิจารณาอนุมัติงบประมาณที่รัฐบาลเสนอมา โดยต้องวิเคราะห์และพิจารณาอย่างรอบคอบเพื่อประโยชน์สูงสุดแก่ประเทศชาติและประชาชน ด้วยระเบียบขั้นตอนและวาระการพิจารณาในชั้นของสภาผู้แทนราษฎร ได้แก่ วาระแรก พิจารณารับหลักการแห่งร่างพระราชบัญญัติ และการตั้งคณะกรรมการวิสามัญพิจารณาร่างพระราชบัญญัติ วาระที่สอง พิจารณาร่างพระราชบัญญัติในรายละเอียด โดยสามารถตัดลดทอนรายการที่ไม่ใช่รายจ่ายตามข้อผูกพันได้ และวาระที่สาม ลงมติเห็นชอบร่างพระราชบัญญัติ ทั้งนี้ภายในระยะเวลา 105 วัน

สำหรับในชั้นของวุฒิสภาก็จะพิจารณาให้ความเห็นชอบร่างพระราชบัญญัติเพื่อประกาศเป็นกฎหมาย ภายใน 20 วัน โดยที่ได้ตั้งคณะกรรมการวิสามัญพิจารณาศึกษาร่างพระราชบัญญัติไว้แล้ว

กระบวนการของรัฐสภาในการพิจารณาอนุมัติงบประมาณมีข้อจำกัดและปัญหาหลายประการ อาทิ ข้อจำกัดในเวลาและการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ เพื่อแก้ไขปัญหาจึงมีข้อเสนอการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระ หรือสถาบันวิเคราะห์งบประมาณประจำรัฐสภา เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของรัฐสภาด้วยข้อมูลและการวิเคราะห์ที่เป็นอิสระเชื่อถือได้

คณะกรรมการวิสามัญพิจารณาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2552 สภาผู้แทนราษฎร มีข้อสังเกตว่า “รัฐสภาควรพิจารณากำหนดให้มีสำนักงบประมาณของรัฐสภา” กระทั่งระหว่างปี พ.ศ. 2556 ถึง 2557 สำนักงบประมาณของรัฐสภาถูกจัดตั้งขึ้นเป็นกลุ่มงานขึ้นตรงเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เพื่อให้ข้อมูลด้านการเงินการคลัง ศึกษาวิจัยเพื่อการพิจารณาอนุมัติงบประมาณ และติดตามการใช้จ่ายงบประมาณ ต่อมาในปี พ.ศ. 2559 มีการเสนอยกฐานะขึ้นเป็นหน่วยงานระดับสำนัก แต่ไม่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการข้าราชการฝ่ายรัฐสภา (กร.)

สถาปนาปฏิรูปแห่งชาติได้จัดทำร่างพระราชบัญญัติสถาบันวิเคราะห์งบประมาณประจำรัฐสภา พ.ศ. เสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณา โดยมีมติเมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2559 ว่า “ไม่ควรจัดตั้งสถาบันวิเคราะห์งบประมาณประจำรัฐสภาเป็นหน่วยงานของรัฐขึ้นอีก” ต่อมา สมาชิกสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ เสนอให้พัฒนาขีดความสามารถของสำนักงานงบประมาณของรัฐสภาสู่สถาบันวิเคราะห์งบประมาณประจำรัฐสภา

ปี พ.ศ. 2561 แผนปฏิรูปประเทศด้านการเมือง กำหนดให้พัฒนาและยกระดับสำนักงานงบประมาณของรัฐสภาเป็นหน่วยงานนิติบุคคลในกำกับดูแลของประธานรัฐสภา ภายในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 โดยล่าสุด กร.เห็นชอบให้ยกฐานะเป็นส่วนราชการที่มีฐานะเป็นระดับสำนัก เมื่อวันที่ 27 ตุลาคม 2563

ทว่า การรับรู้ เข้าใจ และใช้ประโยชน์สำนักงานงบประมาณของรัฐสภากลับมีเพียงบางส่วนของสมาชิกรัฐสภาเท่านั้น อีกทั้งระบบและโครงสร้างก็ยังไม่ครอบคลุมครบถ้วนตามหลักการ แนวคิด และเจตนารมณ์ เนื่องจากขาดระบบที่มีความเป็นอิสระ เป็นกลาง และมีความสามารถทางวิชาการขั้นสูง รวมถึงหลักประกันการดำเนินงาน โดยเฉพาะสถานะองค์กร อำนาจหน้าที่ อำนาจหรือความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง ในอนาคตหากมีการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระ หรือพัฒนาสำนักงานงบประมาณของรัฐสภาให้สามารถวิเคราะห์งบประมาณและการคลัง ตลอดจนผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงนโยบายภาษี ดังเช่นสถาบันการคลังอิสระหรือสถาบันวิเคราะห์งบประมาณประจำรัฐสภาในประเทศต่าง ๆ ก็น่าจะมีส่วนสำคัญในการยกระดับการรักษาและก่อให้เกิดความยั่งยืนทางการเงินการคลังของรัฐ

การศึกษาการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระด้วยแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองเพื่ออธิบายแนวปฏิบัติที่ดีของต่างประเทศ และศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งขึ้นในประเทศไทย อันเป็นผลสืบเนื่องจากปฏิสัมพันธ์เชิงอำนาจของกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ ภายใต้โครงสร้างเศรษฐกิจการเมือง ถือได้ว่าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ ด้วยรูปแบบวิธีการจัดตั้งขึ้นใหม่หรือพัฒนาไปสู่สถาบันการคลังอิสระที่เหมาะสมกับบริบทของไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระ และแสวงหาแนวปฏิบัติที่ดีของการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระ

2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์เชิงโครงสร้างเศรษฐกิจการเมือง ปฏิสัมพันธ์เชิงอำนาจ และบริบททางการเมืองและการคลังของไทย ที่มีส่วนสัมพันธ์เกี่ยวข้องหรือส่งผลต่อความเป็นไปได้ในการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระขึ้นในประเทศไทย

วิธีการดำเนินการวิจัย

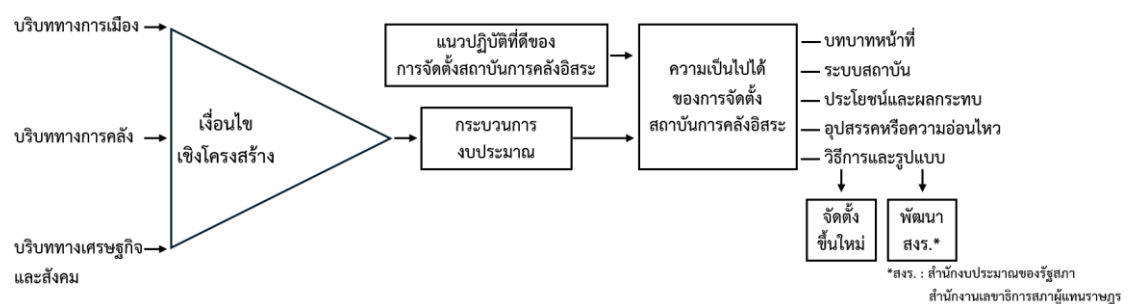
การศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีความเป็นอิสระ เป็นกลางทางการเมือง และมีความสามารถทางวิชาการขั้นสูง รวมถึงมีหลักประกันการดำเนินงานที่สำคัญ ว่ามีแนวปฏิบัติที่ดีอย่างไร รวมถึงความเป็นไปได้หรือไม่อย่างไรในการจัดตั้งขึ้นในประเทศไทยภายใต้ความสอดคล้องและเหมาะสมกับบริบททางการเมืองและการคลัง ด้วยการพรรณนา และวิเคราะห์ลักษณะความเป็นจริงในกระบวนการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระ โดยใช้แนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองที่ศึกษาเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์เชิงอำนาจ โครงสร้างของเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในกิจกรรมการผลิต การจัดสรร การแบ่งปัน และการช่วงชิงงบประมาณ โดยการวิเคราะห์ที่ละเอียดและครอบคลุมทุกด้าน เน้นการทำความเข้าใจปัญหาอย่างลึกซึ้งผ่านการมองแบบองค์รวมและบูรณาการ การสังเกตและอธิบายความขัดแย้งของกลุ่มอิทธิพลในสังคม เพื่อเข้าใจเหตุผลและผลกระทบ และการสำรวจปรากฏการณ์ในสังคม โดยมีความเชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ มีลักษณะเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและไม่มีสถานะคงที่

การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงในการพิจารณาอนุมัติงบประมาณและการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระ ได้แก่ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกวุฒิสภา ซึ่งเคยเป็นกรรมการวิสามัญพิจารณา/ศึกษาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. และที่เกี่ยวข้อง นักวิชาการ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมจำนวน 11 คน โดยโครงสร้างประเด็นในการสัมภาษณ์ ได้แก่ 1) ข้อมูลส่วนตัวและประสบการณ์เกี่ยวกับกระบวนการงบประมาณ 2) บริบททางการเมืองและการคลังที่ส่งผลต่อกระบวนการงบประมาณ 3) ความเป็นไปได้ในการจัดตั้งขึ้นในประเทศไทย 4) บทบาทหน้าที่ที่ควรจะเป็น 5) ระบบสถาบันและโครงสร้างที่เหมาะสม 6) ประโยชน์หรือผลกระทบเชิงบวก และอุปสรรคหรือความอ่อนไหวของการจัดตั้ง 7) รูปแบบและวิธีการจัดตั้งที่เป็นหน่วยงานขึ้นใหม่ และ 8) รูปแบบและวิธีการพัฒนาสำนักงบประมาณของรัฐสภาสู่สถาบันการคลังอิสระ

การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมเอกสาร (Documentary Research) โดยค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร วารสาร บทความ อินเทอร์เน็ต กฎ ระเบียบ ที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่าง ๆ อาทิ สถาบันการคลังอิสระ บทบาท อำนาจหน้าที่ของฝ่ายนิติบัญญัติ ในกระบวนการงบประมาณ การทำหน้าที่ของสำนักงานงบประมาณของรัฐบาล ฯลฯ

จากนั้น นำข้อมูลที่ศึกษา ค้นคว้า และเก็บรวบรวมจากแหล่งต่าง ๆ มาเป็นกรอบในการ วิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปประมวลผลโดยสร้างแบบข้อสรุปการศึกษาเชิงคุณภาพตามกรอบ แนวคิด ดังภาพ

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ผลการศึกษา

บริบทต่าง ๆ ของประเทศไทยเป็นเงื่อนไขเชิงโครงสร้างที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของ กระบวนการงบประมาณ และเมื่อพิจารณาร่วมกับแนวปฏิบัติที่ดีของการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระ จากต่างประเทศ จะสามารถวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการจัดตั้งขึ้นในประเทศไทย ดังนี้

1. บริบททางการเมือง การคลัง เศรษฐกิจและสังคมของไทย

การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ สะท้อนว่า ที่ผ่านมการเมืองไทยมีพัฒนาการ สู่ความเป็นประชาธิปไตยมากขึ้น โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่และภาคประชาสังคมที่มีบทบาทเพิ่มขึ้น สำหรับ ระบบรัฐสภา ฝ่ายนิติบัญญัติมีอำนาจควบคุมการใช้จ่ายและการรักษาวินัยการเงินการคลังของรัฐ สภา ผู้แทนราษฎรมีบทบาทหลักในการพิจารณาอนุมัติงบประมาณ แต่กลับมีอำนาจต่อน้อยกว่าฝ่าย บริหาร เนื่องจากข้อจำกัดของขอบเขตอำนาจและหน้าที่ อำนาจทางการเมือง ระยะเวลาและกระบวนการ พิจารณา การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ (ในขณะที่ต้องใช้ข้อมูลมากขึ้นและหน่วยรับงบประมาณมีจำนวน มากขึ้น) ความรู้ความสามารถของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร กรรมการ และบุคลากรฝ่ายสนับสนุน

ฯลฯ จึงใช้วิธีการประเมินประนอมและการต่อรองกับฝ่ายบริหารเพื่อรักษาพื้นที่การตรวจสอบถ่วงดุลใน
กระบวนการงบประมาณเอาไว้เท่าที่จะเป็นไปได้ (จรัส สุวรรณมาลา และวีระศักดิ์ เครือเทพ, 2564) ซึ่ง
จะยิ่งชัดเจนมากขึ้นหากเป็นรัฐบาลเสียงข้างมากเด็ดขาด ในขณะที่วุฒิสภามีบทบาทเพียงเล็กน้อยใน
กระบวนการงบประมาณ

สำหรับด้านการคลัง ฝ่ายบริหารในฐานะผู้นำนโยบายการบริหารราชการแผ่นดินไปปฏิบัติ
มีอำนาจบริหารงบประมาณและดำเนินการทางการเงินการคลังอื่น ๆ ทว่า โครงสร้างในระบบ
งบประมาณเป็นตัวกำหนดผลสำเร็จที่สำคัญ โดยเฉพาะการรักษาวินัยการเงินการคลังของรัฐ ซึ่งเป็น
ผลมาจากปัจจัยทางการเมือง ฝ่ายนิติบัญญัติขาดการติดตามประเมินผลอย่างเป็นระบบ ทำให้ไม่มี
โอกาสควบคุมคุณภาพของงบประมาณอย่างแท้จริง และอาจนำไปสู่ปัญหาความยั่งยืนทางการคลัง
ในระยะยาวได้ ที่ผ่านมามีพบว่า บริบทการคลังไทยมีความซับซ้อนและมีอุปสรรคมากขึ้น เนื่องจาก
การเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญของหนี้สาธารณะ และการขาดดุลการคลังอย่างต่อเนื่องยาวนาน โดยมี
ขนาดการขาดดุลที่ใหญ่ขึ้นกว่าในอดีตอย่างชัดเจน เนื่องจากรายรับของรัฐเติบโตช้ากว่ารายจ่ายอย่างมี
นัยสำคัญ ซึ่งเป็นผลจากสถานะเศรษฐกิจที่ไม่แข็งแรง ส่งผลให้เศรษฐกิจโตช้าลงอย่างมีนัยสำคัญ
ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา

นอกจากนี้ เศรษฐกิจและสังคมไทยก็เผชิญกับความผันผวนสูง ทั้งด้านเศรษฐกิจที่มีภาระ
หนี้สินระดับครัวเรือนและในภาคธุรกิจที่อยู่ระดับสูง ปัญหาภัยแล้งส่งผลต่อภาคเกษตรกรรมและ
เศรษฐกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการชะลอตัวของเศรษฐกิจและการเงินโลกที่มีผลต่อการค้าระหว่าง
ประเทศ และการลงทุนต่างประเทศ ประกอบกับการเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ที่มีผลต่อ
โครงสร้างทางสังคมและเศรษฐกิจเนื่องจากความต้องการในหลายมิติ รวมไปถึงการพัฒนาทางเทคโนโลยี
และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภูมิรัฐศาสตร์ด้วย

2. กระบวนการงบประมาณและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับกระบวนการงบประมาณ สะท้อนว่า กระบวนการ
งบประมาณ (Budget Process) หมายความว่า กิจกรรมทุกลำดับขั้นตอนของการกำหนดแผน
การใช้จ่ายเงินและแหล่งที่มาของรายได้รัฐบาลประจำปี รวมไปถึงจนถึงการเสนอรัฐสภาเพื่อพิจารณาอนุมัติ
และตราเป็นพระราชบัญญัติประกาศเป็นกฎหมายใช้เป็นกรอบในการบริหารและติดตามประเมินผล
งบประมาณรายจ่ายประจำปี (ภูมิรักษ์ ชมแสง, 2555) ประกอบด้วย

1) การวางแผนงบประมาณ (Budget Planning) เป็นการสร้างความเชื่อมโยงของเศรษฐกิจ
ในภาพรวม โดยส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงสำนักงานงบประมาณต้องศึกษา

วิเคราะห์หลักการต่าง ๆ ให้เหมาะสม สอดคล้อง และเชื่อมโยงกัน โดยในขั้นนี้ 4 หน่วยงานหลัก คือ สำนักงานงบประมาณ กระทรวงการคลัง สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และธนาคารแห่งประเทศไทย ร่วมกันกำหนดนโยบายและวงเงินงบประมาณที่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจและนโยบายของรัฐบาล เพื่อเสนอคณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบ

2) การจัดทำงบประมาณ (Budget Preparation) ฝ่ายบริหารมีหน้าที่นำเสนองบประมาณต่อฝ่ายนิติบัญญัติ โดยในทางปฏิบัติ หน่วยงานผู้ใช้งบประมาณจัดทำคำขอของงบประมาณส่งให้สำนักงานงบประมาณเพื่อจัดทำเป็นร่างพระราชบัญญัติเสนอต่อนายกรัฐมนตรีและคณะรัฐมนตรีพิจารณาให้ความเห็นชอบเพื่อเสนอต่อรัฐสภา

3) การอนุมัติงบประมาณ (Budget Adoption) โดยรัฐสภาพิจารณาอนุมัติร่างพระราชบัญญัติพร้อมทั้งเอกสารประกอบงบประมาณ โดยสภาผู้แทนราษฎรจะพิจารณา 3 วาระ แล้วจึงเสนอวุฒิสภาพิจารณา ก่อนนำขึ้นทูลเกล้าฯ

4) การบริหารงบประมาณ (Budget Execution) เมื่อพระราชบัญญัติประกาศเป็นกฎหมายแล้ว หน่วยงานผู้ใช้งบประมาณและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงบประมาณจะต้องวางแผนการเบิกจ่ายเงินให้สอดคล้องกับการปฏิบัติ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดสรรงบประมาณรายจ่าย การโอนเปลี่ยนแปลงรายการ การกันเงินเหลือปี

5) การติดตามและประเมินผลงบประมาณ (Budget Follow-up and Evaluation) เพื่อให้การใช้จ่ายงบประมาณเป็นไปตามเป้าหมายหรือบรรลุวัตถุประสงค์ ประกอบด้วยการติดตามผลระหว่างการทำงาน/โครงการ การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน การรายงานทางการเงินเฉพาะกิจและรายงานเชิงคุณภาพ การประเมินผลเมื่อดำเนินการแล้วเสร็จเพื่อพิจารณาประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงการตรวจสอบอย่างเป็นทางการในการเบิกจ่ายเงินและปฏิบัติตามระเบียบวิธีการและผลการดำเนินงานในการบรรลุวัตถุประสงค์

การรวบรวมข้อมูลทุกมิติเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดในการพิจารณาอนุมัติงบประมาณ ประกอบกับข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ สะท้อนการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของกระบวนการงบประมาณในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ประกอบด้วย 3 ประการสำคัญ ได้แก่ ประการแรก รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 บัญญัติให้มีกฎหมายว่าด้วยวินัยการเงินการคลังของรัฐ และรัฐต้องรักษาวินัยการเงินการคลังอย่างเคร่งครัด รวมถึงบัญญัติห้ามมิให้สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแปรญัตติเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขเพิ่มเติมรายการหรือจำนวนในรายการ (แต่อาจแปรญัตติในทางลดหรือตัดทอนรายจ่าย ยกเว้นเงินต้นเงินกู้ ดอกเบี้ยเงินกู้ และเงินที่กำหนดให้

จ่ายตามกฎหมาย) ประการต่อมา พระราชบัญญัติวินัยการเงินการคลัง พ.ศ. 2561 บัญญัติให้นำแผนการคลังระยะปานกลางไปจัดทำกรอบวงเงินงบประมาณฯ หลักเกณฑ์/เงื่อนไขในการตั้งงบประมาณฯ ที่รัฐต้องคำนึงถึง สัดส่วนเพื่อใช้เป็นกรอบในการบริหารหนี้สาธารณะ การมีเงินนอกงบประมาณเท่าที่จำเป็น และองค์ประกอบส่วนท้องถิ่นต้องจัดเก็บรายได้ให้เพียงพอในการจัดทำบริการสาธารณะ รวมถึงใช้เป็นกรอบในการติดตามประเมินผล และประการสุดท้าย พระราชบัญญัติวิธีการงบประมาณ พ.ศ. 2561 บัญญัติให้การจัดทำงบประมาณต้องคำนึงถึงประมาณการรายรับและฐานะทางการคลังของประเทศ ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฯลฯ รวมถึงให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยรับงบประมาณ

3. แนวปฏิบัติที่ดีของต่างประเทศในการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระ

การรวบรวมข้อมูลหัตถยภูมิเกี่ยวกับหลักการ แนวคิด บทบาทหน้าที่ และการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระ สะท้อนว่า หน่วยงานลักษณะนี้ในต่างประเทศมีทั้งที่เป็นหน่วยงานอิสระ หน่วยงานสังกัดรัฐสภา หน่วยงานสังกัดรัฐบาล และสังกัดอื่น ๆ ส่วนใหญ่มีอำนาจและหน้าที่วิเคราะห์สภาพการณ์เศรษฐกิจ การเงิน การจัดสรรงบประมาณ การประมาณการด้านการคลัง รายจ่าย และหนี้สาธารณะ ผลกระทบ ความคุ้มค่า ฯลฯ รวมถึงทำหน้าที่ให้ความช่วยเหลือหรือคำปรึกษาแก่รัฐสภา และคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง โดยที่จะต้องมีการรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นตามอำนาจและหน้าที่

อีกทั้งยังมีอำนาจและหน้าที่วิเคราะห์และประเมินผลแผนพัฒนาประเทศ งบประมาณ โครงการนโยบาย รวมถึงการดำเนินงานของรัฐบาล และวิเคราะห์ความต้องการทางการเงินระยะยาวด้วย

สำหรับในบางประเทศ ได้ระบุอำนาจและหน้าที่วิเคราะห์นโยบายทางเศรษฐกิจ และร่างกฎหมายรายได้และการคลัง รวมถึงวิเคราะห์ผลกระทบของกฎหมาย นอกจากนี้ บางประเทศยังได้จัดทำข้อเสนอทางเลือกงบประมาณ รายงานงบประมาณในอนาคต รายงานผลการดำเนินการตรวจสอบภายใต้กฎหมาย รวมถึงสร้างความร่วมมือและขอข้อมูลจากหน่วยงานอื่น และทำหน้าที่ฝึกอบรมด้วย

อิภัทธ มุทิตาเจริญ (2558) ได้ให้คำแนะนำจากประสบการณ์ต่างประเทศในการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระ ซึ่งรวบรวมจาก The Global Network of Parliamentary Budget Office (GN-PBO) และ OECD Council สรุปได้ดังนี้

1) ความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกันของประชาชนภายในประเทศ (Local ownership) ที่ควรได้รับการยอมรับจากประชาชนทุกภาคส่วน และที่สำคัญคือการยอมรับและเห็นพ้องจากฝ่ายบริหารหรือฝ่ายการเมืองถึงความจำเป็นของสถาบันการคลังอิสระ

2) ความเป็นอิสระและไม่เลือกข้าง (Independence and non-partisanship) เป็นสิ่งที่แสดงถึงเจตนารมณ์และความเป็นมืออาชีพโดยปราศจากอคติหรือการเลือกข้าง ทั้งนี้ ผู้อำนวยการควรคัดเลือกบนพื้นฐานคุณธรรม จริยธรรม และความสามารถด้านวิชาการและด้านบริหารจัดการองค์กร ไม่ควรมีความเกี่ยวข้องกัฝ่ายบริหารหรือฝ่ายการเมือง มีระยะเวลาและวาระการดำรงตำแหน่งระบุในกฎหมายอย่างชัดเจน (ควรระบุสาเหตุที่สามารถเลิกจ้างด้วย) มีสถานะเป็นพนักงานประจำและสามารถทำงานเต็มเวลา นอกจากนี้ พนักงานก็ควรมีสถานะเป็นพนักงานประจำ และเปิดรับสมัครต่อสาธารณชน มีการแข่งขันและคัดเลือกบนพื้นฐานคุณธรรม จริยธรรม และความสามารถด้านวิชาการ รวมถึงไม่ควรมีความเกี่ยวข้องกัฝ่ายบริหารหรือฝ่ายการเมืองเช่นกัน

3) อำนาจและหน้าที่ (Mandate) ควรระบุในกฎหมายจัดตั้งอย่างชัดเจนและยึดโยงกับกระบวนการงบประมาณ รวมถึงควรระบุรายงานและบทวิเคราะห์ที่ต้องเสนอต่อรัฐสภาและสาธารณชน การพิจารณาทำรายงานวิเคราะห์บางเรื่องและการตั้งฝ่ายงานวิจัยต่าง ๆ เพิ่มเติมตามอำนาจและหน้าที่ และผู้ที่สามารถร้องขอให้ทำรายงานวิเคราะห์เป็นการเฉพาะเพิ่มเติม (อาจจะระบุช่วงเวลาที่จะต้องเสร็จและนำเสนอเพื่อให้สามารถใช้งานได้ทันเวลา) ทั้งนี้ หน้าที่ควรประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์และประมาณการงบประมาณรายจ่าย รายได้ และฐานะทางการคลัง ทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว (Budget Analysis) 2) วิเคราะห์และประมาณการเศรษฐกิจมหภาค (Economic Analysis and Forecasting) 3) วิเคราะห์และประมาณการต้นทุนทางการคลังของนโยบายของฝ่ายบริหาร (Cost Estimates of Bills) และ 4) รายงานวิเคราะห์ในบางประเด็นที่สำคัญ (Pro-Active Research)

4) งบประมาณและทรัพยากร (Resource) ควรเหมาะสมและสอดคล้องกับอำนาจและหน้าที่เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยเสริมสร้างความเป็นอิสระและป้องกันการถูกแทรกแซง รวมถึงควรมีอำนาจเสนอและรับงบประมาณโดยตรงไม่ต้องผ่านหน่วยงานอื่น (แม้ส่วนใหญ่จะอยู่ภายใต้สังกัดฝ่ายนิติบัญญัติ) ทั้งนี้ ควรรายงานการใช้จ่ายงบประมาณต่อรัฐสภาและสาธารณชน รวมถึงควรมีคณะกรรมการตรวจสอบจากภายนอก

5) สถานะทางกฎหมาย (Relationship with the legislature) ควรเป็นหน่วยงานอิสระที่รับผิดชอบด้านการวิเคราะห์งบประมาณและเศรษฐกิจให้กับรัฐสภา โดยคณะกรรมการธิการและคณะอนุกรรมการธิการสามารถร้องขอให้ทำการวิเคราะห์ประเด็นต่าง ๆ เพิ่มเติมได้ (มากกว่าการร้องขอรายบุคคลหรือพรรคการเมือง) แต่ก็มีอำนาจพิจารณาทำตามหรือไม่ก็ได้บนพื้นฐานของอำนาจและหน้าที่

6) การเข้าถึงข้อมูล (Access to information) ควรมีความเท่าเทียมกันระหว่างฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติ ซึ่งจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับรายงานวิเคราะห์ โดยระบุในกฎหมายจัดตั้งให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นอย่างทันเวลาในรูปแบบที่ประมวลผลได้ หรืออาจทำบันทึกความเข้าใจร่วมกัน และควรระบุแนวทางการแก้ไขให้ชัดเจนในกฎหมายเพื่อเป็นการป้องกันปัญหาการเข้าถึงข้อมูลที่อาจจะเกิดขึ้นในภายหลัง (แม้ข้อมูลนั้นจะมีความเป็นส่วนตัว)

7) ความโปร่งใส (Transparency) จะช่วยให้สถาบันการคลังอิสระได้รับความน่าเชื่อถือจากสาธารณชน โดยควรนำเสนอและสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย รวมถึงนำเสนอต่อรัฐสภาอย่างทันเวลา เพื่อให้สามารถนำไปใช้งานได้ และผู้อำนวยการควรมีโอกาสชี้แจงแก่สมาชิกรัฐสภาหรือคณะกรรมการธิการ

8) การสื่อสาร (Communication) อย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมช่องทางที่ช่วยส่งเสริมการรับรู้ของสาธารณะ ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้ฝ่ายบริหารสร้างความโปร่งใสและมีความรับผิดชอบด้านงบประมาณมากยิ่งขึ้น

9) การประเมินผลงานจากหน่วยงานภายนอก (External evaluation) ที่มีความเชี่ยวชาญเป็นการเฉพาะ อีกทั้งควรมีการประเมินคุณภาพรายงานการวิเคราะห์ต่าง ๆ โดยอาจตั้งคณะกรรมการหรือการตรวจทานโดยผู้เชี่ยวชาญ (Peer Review)

4. ความเป็นไปได้ของการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระขึ้นในประเทศไทย

สถาบันการคลังอิสระควรสอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทของไทย โดยมีบทบาทหน้าที่และระบบสถาบันที่พึงปรารถนา ภายใต้การคำนึงถึงประโยชน์และผลกระทบ รวมถึงอุปสรรคหรือความอ่อนไหว เพื่อพัฒนาวิธีการหรือรูปแบบที่มีความเป็นไปได้ ดังนี้

1) บทบาทหน้าที่ที่ควรจะเป็นของสถาบันการคลังอิสระ

การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับการจัดตั้งและอำนาจหน้าที่ของสำนักงานงบประมาณของรัฐบาล สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ประกอบกับข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ สะท้อนว่า สถาบันควรมีบทบาทหน้าที่สอดคล้องกับกระบวนการงบประมาณ และยึดโยงกับอำนาจและหน้าที่ของฝ่ายนิติบัญญัติ อันได้แก่ การพิจารณาอนุมัติงบประมาณ การติดตามการบริหารงบประมาณ การตรวจสอบถ่วงดุลการบริหารราชการแผ่นดิน และการตรากฎหมาย

ดังนั้น สถาบันจึงควรมีบทบาทหน้าที่ 4 กลุ่มสำคัญ ประกอบด้วย กลุ่มแรก บทบาทหน้าที่หลักเพื่อสนับสนุนการพิจารณาอนุมัติงบประมาณ ได้แก่ วิเคราะห์ร่างพระราชบัญญัติ (วิเคราะห์หลัง

การปรับลด เพิ่มและเปลี่ยนแปลงด้วย), วิเคราะห์งบประมาณเพื่อสนับสนุนการพิจารณาในชั้น
คณะกรรมการธิการ (ควรแถลงข้อมูลต่อที่ประชุมด้วย) วิเคราะห์งบประมาณเงินกันเหลื่อมปี วิเคราะห์
ประมาณการรายได้ ค่าใช้จ่าย ความเสี่ยง ความยั่งยืน และภาระทางการเงินการคลังของรัฐ วิเคราะห์
การดำเนินงานตามข้อสังเกตของคณะกรรมการธิการ ฯลฯ

กลุ่มที่สอง บทบาทหน้าที่นอกช่วงการพิจารณาอนุมัติงบประมาณ คือ การศึกษาวิเคราะห์เพื่อ
ติดตามการบริหารงบประมาณ ได้แก่ ติดตามและวิเคราะห์การบริหารและการใช้จ่ายงบประมาณ
(และเงินของภาครัฐทุกแหล่งเงิน) วิเคราะห์ความเหมาะสม ความคุ้มค่า ประสิทธิภาพ และประเมิน
ผลกระทบของนโยบาย แผนงาน และโครงการด้านการเงิน การคลัง และการงบประมาณ รวมถึง
ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องที่สมาชิกรัฐสภาและประชาชนให้ความสนใจ ฯลฯ

กลุ่มที่สาม การศึกษาวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบถ่วงดุลการบริหารราชการแผ่นดิน แม้ว่า
บางส่วนจะมีกลไกอื่นที่ทำหน้าที่อยู่แล้ว แต่ฝ่ายนิติบัญญัติจำเป็นต้องศึกษาวิเคราะห์ด้วยระเบียบวิธีการ
ของตนเองเพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมและเป็นการถ่วงดุล ได้แก่ วิเคราะห์คาดการณ์แนวโน้ม
และเสถียรภาพเศรษฐกิจมหภาค วิเคราะห์สภาวะการณ์ (Incident Analysis) ด้านการงบประมาณ
และการประเมินผลกระทบ เช่น การกระจายตัวของงบประมาณ/รายได้ ความเหลื่อมล้ำ/ความเป็นธรรม
ทางการคลัง เป็นต้น รวมถึงศึกษาวิจัยเพื่อการปฏิรูประบบงบประมาณ ฯลฯ

และกลุ่มสุดท้าย คือ วิเคราะห์ร่างกฎหมายว่าด้วยการเงินการคลัง ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น
ต่อภาระทางการเงินการคลังของรัฐ ฯลฯ

การศึกษวิเคราะห์จะต้องไม่เป็นการโจมตีนโยบายหรือมาตรการของพรรคการเมือง
และไม่เป็นลักษณะชี้นำหรือชี้นำถูกผิด โดยเป็นการนำเสนอผลกระทบทางเศรษฐกิจและการคลัง
รายงานวิเคราะห์ควรจะต้องนำเสนอต่อรัฐสภาและมีการให้ความเห็นต่อคณะกรรมการธิการ รวมถึง
เผยแพร่ต่อสาธารณชนให้เข้าถึงได้โดยง่าย ไม่มีค่าใช้จ่าย (หรือมีน้อยที่สุด) อีกทั้งควรมีการจัดทำ
ฐานข้อมูลขนาดใหญ่ด้านการเงิน การคลัง และการงบประมาณ รวมถึงการพัฒนาระบบเทคโนโลยี
สารสนเทศและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ นอกจากนี้ ควรพัฒนาความร่วมมือกับหน่วยงาน
ตรวจสอบและถ่วงดุลการบริหารราชการแผ่นดิน และส่งเสริมระบบงบประมาณแบบมีส่วนร่วม รวมถึง
เสริมศักยภาพสมาชิกรัฐสภา กรรมการธิการ และอนุกรรมการ

2) ระบบสถาบันที่พึงปรารถนาของสถาบันการคลังอิสระ

การรวบรวมข้อมูลทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระขึ้นในประเทศไทย ประกอบกับข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ สะท้อนว่า สถาบันควรได้รับการยอมรับและความเชื่อถือจากประชาชนและฝ่ายการเมืองทุกภาคส่วน ดำเนินงานเชิงรุกด้วยความเป็นกลาง ไม่เลือกข้าง ให้บริการด้วยความเสมอภาค มีความน่าเชื่อถือทางวิชาการ (มีคุณภาพ ไม่ถูกครอบงำ และนำเสนออย่างตรงไปตรงมาครอบคลุมทุกมิติ) บริหารจัดการองค์กรแบบใหม่ เปิดเผย โปร่งใส และตรวจสอบได้ โดยควรมีระบบสถาบัน ดังนี้

(1) สถานะองค์กรที่มีความเป็นอิสระอย่างมีความรับผิดชอบต่อฝ่ายนิติบัญญัติ กล่าวคือ เป็นสถาบันที่ปลอดจากการเมือง มีความเป็นอิสระพอสมควรในระดับหนึ่ง (งบประมาณ บุคลากร และข้อมูล) โดยเฉพาะความเป็นอิสระจากฝ่ายบริหาร แต่รับผิดชอบต่อฝ่ายนิติบัญญัติ คือ อยู่ภายใต้สังกัดรัฐสภา ซึ่งรูปแบบที่เหมาะสมและมีความเป็นไปได้มากที่สุด คือ “สถาบันวิเคราะห์งบประมาณ และการคลังประจำรัฐสภา” ที่เป็นหน่วยงานของรัฐ (โดยเป็นส่วนราชการหรือไม่ก็ได้ แต่ต้องไม่เป็นรัฐวิสาหกิจ) เป็นนิติบุคคล และอยู่ในกำกับดูแลของประธานรัฐสภา

ทั้งนี้ สำนักงบประมาณของรัฐสภาเป็นส่วนราชการสังกัดสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรอาจส่งผลกระทบต่อความเป็นกลาง ในขณะที่การมีสถานะเป็นองค์กรอิสระในทางปฏิบัติมีความเป็นไปได้ไม่มากนักภายใต้บริบททางการเมืองและการคลังของไทย เนื่องจากปฏิสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ฝ่ายบริหารมีอำนาจต่อรองสูงกว่าฝ่ายนิติบัญญัติ

(2) การมีกฎหมายจัดตั้งเพื่อเป็นหลักประกัน สำคัญคือ สถานะองค์กรและระบบสถาบัน ได้แก่ คณะกรรมการนโยบายที่สามารถรับประกันความเป็นอิสระได้ ประกอบด้วย ผู้แทนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรฝ่ายค้านและฝ่ายรัฐบาล ฝ่ายละ 3 คน ผู้แทนสมาชิกวุฒิสภา 3 คน ผู้ทรงคุณวุฒิด้านต่าง ๆ 6 คน (ดำรงตำแหน่ง 3 ปี และอาจได้รับการแต่งตั้งอีกได้) ร่วมกันเป็นคณะกรรมการนโยบาย โดยคัดเลือกกันเองเป็นประธาน และมีผู้อำนวยการเป็นกรรมการและเลขานุการ

ผู้อำนวยการควรเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ และเป็นที่ยอมรับ มาจากการสรรหาของคณะกรรมการนโยบาย หรือคณะกรรมการสรรหาที่คณะกรรมการนโยบายแต่งตั้ง มีวาระและระยะเวลาการดำรงตำแหน่ง (5 ปี เพื่อไม่ให้เท่ากับวาระของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร) รวมถึงเงื่อนไขการพ้นจากตำแหน่ง ทั้งนี้ กรณีเป็นส่วนราชการ ควรให้ข้าราชการรัฐสภาสามัญจากส่วนราชการอื่นในสังกัดรัฐสภาสามารถเข้าสู่กระบวนการสรรหาได้ด้วย

นอกจากนี้ คณะกรรมการวิชาการเป็นอีกหนึ่งกลไกสำคัญที่ควรจะมีเพื่อกลั่นกรองความถูกต้องเหมาะสมของรายงานวิเคราะห์ (บางประเภท) ให้มีคุณภาพและมาตรฐาน อีกทั้งควรออกแบบระบบสถาบันที่มีความยืดหยุ่นให้สามารถสอดคล้องกับพลวัตทางการเมืองและการคลัง

(3) งบประมาณควรมีความเพียงพอ โดยได้รับการจัดสรรจากงบประมาณแผ่นดิน ในลักษณะเงินอุดหนุน และเป็นหน่วยรับงบประมาณเอง พร้อมกระบวนการตรวจสอบการทำงานที่เข้มงวดจากภายนอก (เช่น คณะกรรมการติดตามประเมินผลภายนอก) มีการรายงานผลการดำเนินงาน และการใช้จ่ายงบประมาณต่อรัฐสภาและสาธารณะ ทั้งนี้ ควรสามารถรับบริจาคหรือรับอุดหนุนงบประมาณจากบุคคล/หน่วยงานภายนอกที่ไม่แสวงหากำไรและไม่ฝักใฝ่กับการเมือง

(4) บุคลากรควรปราศจากอคติทางการเมือง มีจำนวนเพียงพอ (ขนาดองค์กรไม่ควรใหญ่มาก มีความเหมาะสมกับอำนาจและหน้าที่ โดยควรมีบุคลากรไม่น้อยกว่า 70 คน) และมีความรู้ความสามารถในระดับดีถึงดีมาก มีกระบวนการสรรหาและแต่งตั้งที่รัดกุม ปราศจากอิทธิพลทางการเมือง

(5) ข้อมูลสารสนเทศควรมีอำนาจในการเข้าถึงได้เทียบเท่ากับฝ่ายบริหาร สามารถเข้าถึงได้อย่างทันทีทันใดในรูปแบบที่ประมวลผลได้ โดยควรระบุไว้ในกฎหมายจัดตั้ง และมีบทลงโทษหากปกปิดหรือไม่ยอมเปิดเผยข้อมูล ในขณะเดียวกัน รายงานวิเคราะห์ควรเผยแพร่ในวงกว้างให้สามารถเข้าถึงได้โดยง่าย ไม่มีค่าใช้จ่าย (หรือมีน้อยที่สุด)

3) ประโยชน์และผลกระทบของการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระ

การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ ประกอบการข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระขึ้นในประเทศไทย (ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการมีสถาบันการคลังอิสระ) สะท้อนว่า สถาบันจะช่วยจัดการข้อมูลจำนวนมาก วิเคราะห์และสนับสนุนให้กับฝ่ายนิติบัญญัติ (ฝ่ายบริหารสามารถใช้ประโยชน์ได้ด้วย) ทำให้เห็นภาพรวมและภาพย่อยของงบประมาณ โดยเฉพาะความซ้ำซ้อน ประสิทธิภาพ ความเชื่อมโยง และเงินนอกงบประมาณ รวมถึงประเด็นข้อสังเกตที่สำคัญ ช่วยลดระยะเวลาในการศึกษาข้อมูล เพิ่มขีดความสามารถให้พิจารณาอนุมัติและติดตามการบริหารงบประมาณได้อย่างเข้มแข็งและจริงจัง ทำให้การตรวจสอบถ่วงดุลโดยรัฐสภามีความเข้มแข็งเป็นอิสระ และเชื่อถือได้ รวมถึงเป็นเครื่องมือในการดูแลเงินภาษีของประชาชนให้รัดกุมมากยิ่งขึ้น

ในระยะยาว สถาบันจะช่วยเพิ่มพื้นที่ทางการเมืองในการตรวจสอบถ่วงดุลโดยรัฐสภา โดยเฉพาะศักยภาพในการกำกับดูแล ยกระดับการรักษา และก่อให้เกิดความยั่งยืนทางการเงินการคลัง

ของรัฐ และทำให้การปฏิรูประบบงบประมาณและการคลังของไทยเกิดสัมฤทธิ์ผล รวมถึงพัฒนา
ประชาธิปไตยให้เข้มแข็งมากขึ้น

4) อุปสรรคหรือความอ่อนไหวของการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระ

การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ สะท้อนว่า การพิจารณาอนุมัติงบประมาณเป็น
เรื่องของอำนาจทางการเมือง การต่อรองเพื่อรักษาผลประโยชน์ และเหตุผลหรือปัจจัยทางการเมือง
มากกว่าการพิจารณาข้อมูลความถูกต้องเหมาะสมของงบประมาณและการคลังอย่างแท้จริง ส่งผล
ให้การจัดตั้งสถาบันไม่ได้รับการผลักดันอย่างจริงจัง ทั้งนี้ จากประสบการณ์ในอดีตและการ
คาดการณ์สู่อนาคต มีประเด็นที่ควรคำนึงถึงและเป็นอุปสรรคหรือความอ่อนไหว อย่างน้อย 3
ประการสำคัญ ได้แก่ ประการแรก การมีกองทุนของสถาบัน (ข้อเสนอของสภาปฏิรูปแห่งชาติ) เป็น
สาเหตุสำคัญที่ทำให้การจัดตั้งสถาบันไม่เกิดขึ้นในอดีต เนื่องจากเหตุผลทางการเมืองและความกังวล
ต่อการบริหารจัดการในรูปแบบกองทุน

ประการต่อมา ศักยภาพที่เพียงพอสำหรับการทำบทบาทหน้าที่ได้อย่างครอบคลุมและมี
คุณภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับและเชื่อถือของฝ่ายการเมืองและสาธารณชน โดยเฉพาะ
การสนับสนุนข้อมูลการวิเคราะห์ที่มีคุณภาพและทันเวลาใช้งาน อันเป็นบทบาทหลักของสถาบันที่
จะต้องดำรงไว้ซึ่งความเชื่อมั่น

ประการสุดท้าย ฝ่ายการเมือง (โดยเฉพาะฝ่ายรัฐบาล) อาจเห็นว่าไม่มีความจำเป็นต้อง
ต้องปฏิรูประบบงบประมาณ และสำนักงบประมาณของรัฐสภาสามารถสนับสนุนฝ่ายนิติบัญญัติ
ในการพิจารณาอนุมัติงบประมาณ (บทบาทหน้าที่กลุ่มแรกและกลุ่มที่สองบางส่วน) ได้ดีในระดับ
หนึ่ง จนไม่เห็นความสำคัญจำเป็นที่เพียงพอของการทำบทบาทหน้าที่ในกลุ่มที่สอง (บางส่วน) และ
โดยเฉพาะกลุ่มที่สามกับกลุ่มสุดท้าย ประกอบกับการมีสถานะเป็นส่วนราชการสังกัดสำนักงาน
เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรก็เพียงพอต่อการทำบทบาทหน้าที่ตามความคาดหวังแล้ว จึงไม่มี
ความรู้สึกร่วมหรือความต้องการริเริ่มผลักดันและขับเคลื่อนให้เกิดสถาบันอย่างจริงจัง

5) วิธีการหรือรูปแบบของจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระขึ้นใหม่ หรือพัฒนาสำนักงบประมาณ ของรัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร สู่สถาบันการคลังอิสระ

การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ สะท้อนว่า ประการสำคัญ คือ การสร้างความ
ความเข้าใจเพื่อให้กลายเป็นบรรทัดฐานร่วมสมัยของสังคมและการเมืองไทยที่เล็งเห็นความสำคัญ
จำเป็นร่วมกัน โดยปัจจัยภายใน (Internal Factor) คือ ความเห็นพ้องต้องกันของสมาชิกรัฐสภาที่

เห็นประโยชน์และร่วมกันผลักดันขับเคลื่อนให้เกิดขึ้นจริง โดยอาจารย์เริ่มการเสนอร่างกฎหมายเข้าสู่
การพิจารณาของสภาผู้แทนราษฎร หรือการมีคณะกรรมการและแผนปฏิบัติการของสภา
ผู้แทนราษฎรหรือรัฐสภา ว่าด้วยการจัดตั้งสถาบันที่สามารถเกิดผลได้จริงภายในระยะเวลาไม่เกิน 3
ปี (เท่ากับอายุที่เหลืออยู่ของสภาผู้แทนราษฎรชุดปัจจุบัน)

สำหรับปัจจัยภายนอก (External Factor) คือ ภาคประชาสังคมและภาควิชาการซึ่งมี
ศักยภาพสูงในการผลักดันการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและสังคม (การผลักดันการปฏิรูปมักจะเกิด
จากแรงขับเคลื่อนจากภายนอก) ซึ่งผู้เกี่ยวข้องจะต้องริเริ่มการพัฒนาความร่วมมือและทำให้ภาคประชาสังคม
เห็นประโยชน์และความสำคัญจำเป็นของการมีสถาบัน (ภาควิชาการเล็งเห็นและส่งเสริมมาโดย
ตลอด)

โดยที่สำนักงานประมาณของรัฐบาลมีบุคลากรและสามารถทำบทบาทหน้าที่ได้ระดับหนึ่ง
โดยเฉพาะการสนับสนุนการพิจารณาอนุมัติงบประมาณ แต่ยังไม่ครอบคลุมบทบาทหน้าที่ที่ตอบ
โจทย์ความยั่งยืนทางการคลังและจุดมุ่งหมายของความเป็นสถาบัน ในระยะสั้น ควรพัฒนาให้มี
อำนาจในการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ และยกระดับการศึกษาวิเคราะห์ให้เข้าใกล้กับบทบาทหน้าที่ที่ควร
จะเป็นของสถาบัน รวมถึงเพื่อให้การติดตามประเมินผลการใช้จ่ายงบประมาณเป็นระบบ และได้
ข้อมูลสะท้อนกลับสู่การจัดทำและพิจารณาอนุมัติงบประมาณในปีต่อไป สำนักงานประมาณของ
รัฐสภาควรบูรณาการการดำเนินงานร่วมกับคณะกรรมการการศึกษาการจัดทำและติดตามการบริหาร
งบประมาณ สภาผู้แทนราษฎร และคณะกรรมการติดตามการบริหารงบประมาณ วุฒิสภา นอกจากนี้
ควรจะได้ศึกษาวิเคราะห์เพื่อการปฏิรูประบบงบประมาณที่มีประเด็นการจัดตั้งสถาบันเพื่อเป็นข้อมูล
ไว้

ในกรณีที่สถาบันไม่เป็นส่วนราชการและเพื่อให้มีอัตรากำลังตามเป้าหมาย ในระยะเปลี่ยน
ผ่าน ควรให้ข้าราชการที่มีอยู่เดิมสมัครใจเข้าสู่กระบวนการสรรหาเป็นพนักงานของรัฐ หรือจะปฏิบัติ
หน้าที่ต่อไปจนกว่าจะเกษียณอายุราชการ โยกย้าย หรือลาออก ส่วนอัตรากำลังที่เหลือให้เป็นพนักงาน
ของรัฐ โดยผ่านกระบวนการสรรหาและแต่งตั้งตามมาตรฐานที่กำหนด

อภิปรายผล

การศึกษาเปรียบเทียบการจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระ และแสวงหาแนวปฏิบัติที่ดีของ
ต่างประเทศ พบว่า หน่วยงานลักษณะนี้มีสถานะองค์กรทั้งที่เป็นหน่วยงานอิสระ สังกัดรัฐสภา สังกัด

รัฐบาล และสังกัดอื่น ส่วนใหญ่มีอำนาจและหน้าที่วิเคราะห์และประมาณการเศรษฐกิจ การเงินการคลัง และการงบประมาณ การประเมินความคุ้มค่าหรือผลกระทบของแผนพัฒนาประเทศ โครงการ นโยบาย การดำเนินงาน และประเด็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับคำแนะนำของอิฎฐิทร มุทิตาเจริญ (2558) ที่รวบรวมจาก The Global Network of Parliamentary Budget Office (GN-PBO) และ OECD Council

คำแนะนำดังกล่าวยังระบุความสำคัญของความรู้สึกร่วมกันของประชาชนภายในประเทศ การมีระบบสถาบันที่มีความเป็นอิสระและไม่เลือกข้าง เปิดเผย โปร่งใส ตรวจสอบได้ การมีสถานะทางกฎหมาย งบประมาณและทรัพยากร บุคลากรที่เหมาะสมและสอดคล้องกับอำนาจและหน้าที่ รวมถึงสามารถเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นอย่างทันเวลาในรูปแบบที่ประมวลผลได้

สำหรับการศึกษาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการจัดตั้งสถาบันขึ้นในประเทศไทย พบว่ารูปแบบที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด คือ “สถาบันวิเคราะห์งบประมาณและการคลังประจำรัฐสภา” ที่มีความเป็นอิสระอย่างมีความรับผิดชอบต่อฝ่ายนิติบัญญัติ เป็นหน่วยงานของรัฐ (เป็นส่วนราชการหรือไม่ก็ได้) ที่เป็นนิติบุคคลในกำกับดูแลของประธานรัฐสภา เนื่องจากการมีสถานะเป็นองค์กรอิสระเป็นไปได้ไม่ถ่วงนักภายใต้บริบททางการเมืองและการคลังของไทย โดยเฉพาะปฏิสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ฝ่ายบริหารมีอำนาจสูงกว่าฝ่ายนิติบัญญัติ

นอกจากนี้ สถาบันจำเป็นต้องมีกฎหมายจัดตั้งที่ระบุถึงสถานะองค์กรและระบบสถาบัน ขยายความจากแนวปฏิบัติที่ดีว่า ควรมีคณะกรรมการนโยบายที่สามารถรับประกันความเป็นอิสระได้ ผู้อำนวยการที่มีความรู้ ความสามารถ และเป็นที่ยอมรับ รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างทันทีทันใด

โดยที่สถาบันจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถของฝ่ายนิติบัญญัติในการพิจารณาอนุมัติและติดตามการบริหารงบประมาณ รวมถึงการรักษาวินัยการเงินการคลังของรัฐ โดยนอกเหนือจากบทบาทหน้าที่ตามแนวปฏิบัติที่ดีแล้ว สถาบันควรมีบทบาทหน้าที่สอดคล้องกับกระบวนการงบประมาณและยึดโยงกับอำนาจและหน้าที่ของฝ่ายนิติบัญญัติ โดยเฉพาะบทบาทหน้าที่หลักเพื่อสนับสนุนการพิจารณาอนุมัติงบประมาณ เนื่องจากเป็นบทบาทสำคัญของฝ่ายนิติบัญญัติที่พยายามรักษาพื้นที่ทางการเมืองเอาไว้ และสำนักงบประมาณของรัฐสภาในสถานะองค์กรปัจจุบันก็สามารถสนับสนุนการพิจารณาอนุมัติงบประมาณได้ดีในระดับหนึ่งตามความคาดหวัง จนกระทั่งฝ่ายการเมืองไม่เห็นความสำคัญจำเป็นที่เพียงพอ และไม่มีความรู้สึกร่วมหรือความต้องการริเริ่มผลักดันและขับเคลื่อนให้เกิดสถาบันขึ้น

นอกจากการไม่เห็นความสำคัญจำเป็นแล้ว ยังมีประเด็นการมีกองทุนของสถาบัน ศักยภาพที่เพียงพอ และการวิเคราะห์ที่มีคุณภาพและทันเวลา ซึ่งเป็นอุปสรรคหรือความอ่อนไหวของการ

จัดตั้งสถาบัน ดังนั้น การพัฒนาสำนักงบประมาณของรัฐบาลสู่สถาบันควรจะต้องสร้างแรงขับเคลื่อนจากปัจจัยภายใน คือ ความเห็นพ้องต้องกันของสมาชิกสภา ผนวกกับปัจจัยภายนอก คือ การผลักดันจากภาคประชาสังคมและภาควิชาการ ซึ่งจะเป็นความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกันของประชาชนภายในประเทศตามคำแนะนำข้างต้นเช่นกัน

สรุปผล

การจัดตั้งสถาบันการคลังอิสระจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถให้กับฝ่ายนิติบัญญัติในการพิจารณาอนุมัติและติดตามการบริหารงบประมาณ รวมถึงการรักษาวินัยการเงินการคลังของรัฐ ทั้งนี้ ภายใต้บริบททางการเมืองและการคลังของไทย รูปแบบที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด คือ “สถาบันวิเคราะห์งบประมาณและการคลังประจำรัฐสภา” ที่มีบทบาทหน้าที่สอดคล้องกับกระบวนการงบประมาณ และยึดโยงกับอำนาจและหน้าที่ของฝ่ายนิติบัญญัติ รวมถึงระบบสถาบันที่การคำนึงถึงประโยชน์และผลกระทบ อุปสรรคหรือความอ่อนไหว รวมถึงแนวปฏิบัติที่ดีจากต่างประเทศ

ดังนั้น การพัฒนาสำนักงบประมาณของรัฐบาล สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร สู่สถาบันวิเคราะห์งบประมาณและการคลังประจำรัฐสภา มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ทุกภาคส่วนควรร่วมกันสร้างบรรทัดฐานร่วมสมัยของสังคมและการเมืองไทยที่เล็งเห็นความสำคัญจำเป็นร่วมกันของการมีสถาบัน อันจะเป็นการสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกันของประชาชนภายในประเทศ (ตามคำแนะนำของอริภัทร มุทิตาเจริญ, 2558)

2. สภาผู้แทนราษฎรควรริเริ่มการเสนอกฎหมายว่าด้วยสถาบัน และ/หรือจัดตั้งคณะกรรมการและแผนปฏิบัติการของสภาผู้แทนราษฎรหรือรัฐสภา ว่าด้วยการจัดตั้งสถาบัน ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนจากปัจจัยภายในเพื่อผลักดันและขับเคลื่อนการจัดตั้งสถาบันให้เกิดผลได้จริงภายในระยะอันสั้น

3. สำนักงบประมาณของรัฐบาลควรพัฒนาความร่วมมือกับภาคประชาสังคมและภาควิชาการ ซึ่งมีบทบาทสูงในการผลักดันการปฏิรูป เพื่อให้เล็งเห็นถึงความสำคัญจำเป็น และสาธารณชนได้ใช้ประโยชน์จากสถาบัน อันเป็นแรงขับเคลื่อนจากปัจจัยภายนอกที่หนุนเสริมการพัฒนาสู่สถาบัน

4. สภาผู้แทนราษฎรควรพัฒนาให้สำนักงบประมาณของรัฐบาลมีอำนาจในการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ และยกระดับการศึกษาวิเคราะห์ให้เข้ากับบทบาทหน้าที่ที่ควรจะเป็นของสถาบัน โดยอาจริเริ่มจากการแต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการเพื่อยกระดับรายงานการวิเคราะห์ให้มีคุณภาพและมาตรฐาน

5. คณะกรรมการการศึกษาการจัดทำและติดตามการบริหารงบประมาณ สภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมการติดตามการบริหารงบประมาณ วุฒิสภา และสำนักงานงบประมาณของรัฐสภา ควรบูรณาการการดำเนินงานร่วมกันเพื่อยกระดับการติดตามการบริหารงบประมาณ การติดตามประเมินผลงบประมาณให้มีความครอบคลุมและเป็นระบบมากยิ่งขึ้น

6. สภาผู้แทนราษฎรควรปรับปรุงแก้ไขข้อบังคับการประชุมสภาผู้แทนราษฎร เพื่อให้สำนักงานงบประมาณของรัฐสภาจัดทำรายงานการวิเคราะห์ร่างกฎหมายว่าด้วยการเงินการคลัง โดยเฉพาะผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อภาระทางการเงินการคลังของรัฐ ซึ่งเป็นบทบาทหน้าที่ที่ควรจะเป็นของสถาบัน

เอกสารอ้างอิง

จรัส สุวรรณมาลา และวีระศักดิ์ เครือเทพ. (2564). *การเพิ่มขีดความสามารถของสภาผู้แทนราษฎร ในกระบวนการงบประมาณของรัฐ*. สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2567, จาก <https://dl.parliament.go.th/backoffice/viewer2300/web/viewer.php>.

ชูเกียรติ รักบำเหน็จ. (2560). *บทบาทของสำนักงานงบประมาณของรัฐสภา ในการสนับสนุนการพิจารณางบประมาณรายจ่ายประจำปีของฝ่ายนิติบัญญัติ*. เอกสารวิชาการกรณีศึกษาส่วนบุคคล หลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูงสำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 9. สถาบันพระปกเกล้า.

นพฤทธิ์ อนันอภิบุตร. (2544). *การวิเคราะห์กระบวนการงบประมาณแผ่นดินในสภาผู้แทนราษฎรของไทย*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปิยชาติ ศิลปสุวรรณ. (2556). *ข้อสังเกตบางประการในการพัฒนางบประมาณรายจ่ายประจำปีของวุฒิสภา*. *บทความวิชาการ*, ปีที่ 3 ฉบับที่ 8 พฤษภาคม 2556, สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.

ภูมิรักษ์ ชมแสง. (2555). *แนวทางการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการงบประมาณรายจ่ายภาครัฐ*. เอกสารวิจัยหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักรภาครัฐร่วมเอกชน รุ่นที่ 24 ประจำปีการศึกษา 2554–2555.

วนิดา สัจพันธุ์โรจน์. (2550). *เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยการจัดสรรงบประมาณแผ่นดินของไทย
ระหว่างปี พ.ศ. 2504–2549*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

อิทธิพร มุทิตาเจริญ. (2558). *รายการการออกแบบโครงสร้าง PBO สำหรับประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ
22 มีนาคม 2567, จาก <https://www.kpi.ac.th/knowledge/research/data/1169>.

การเสริมสร้างอธิปไตยด้านอาหารของเกษตรกรรายย่อยในประเทศไทย กรณีศึกษา เครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน ประเทศไทย

อรุณวดี รัตนธำ¹, กุลลณี มุทธากลิน²

^{1,2} คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจกระบวนการส่งเสริมอธิปไตยด้านอาหารของเกษตรกรรายย่อย จากฐานรากผ่านการศึกษาแนวทางการทำงานของเครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน โดยเครือข่ายดังกล่าวมีเป้าหมายคือ ส่งเสริมอธิปไตยด้านอาหารของเกษตรกรรายย่อยด้วยการเพิ่มโอกาสให้เกษตรกรสามารถเข้าถึง ปัจจัยการผลิตที่สอดคล้องกับระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืนซึ่งในที่นี้ คือ เมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิจากสมาชิกเครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน ซึ่งประกอบด้วย เกษตรกรที่เป็นสมาชิกในเครือข่าย ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กับ กระบวนการทำงานของเครือข่ายฯ และคณะผู้ก่อตั้งเครือข่าย เพื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีอธิปไตยด้านอาหาร ทฤษฎีการจัดการทรัพยากรร่วม และทฤษฎีนิเวศวิทยาทางการเมือง เพื่อตอบคำถามวิจัยว่า เครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน เป็นเครื่องมือที่ช่วยส่งเสริมอธิปไตยด้านอาหารของผู้ผลิตรายย่อยในประเทศหรือไม่ และเพื่อประโยชน์สูงสุดของงานวิจัย คือ การมีส่วนช่วยวิเคราะห์แนวทางการส่งเสริมอธิปไตยด้านอาหารของเกษตรกรรายย่อยจากฐานราก เพื่อแสวงหาแนวทางในการพัฒนาอธิปไตยด้านอาหารของเกษตรกรรายย่อยอย่างเป็นรูปธรรม

โดยงานวิจัยฉบับนี้ให้ข้อสรุปว่า การทำงานของเครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านมีต้นทุนไม่เพียงพอกับพื้นที่การทำงานสู่เกษตรกรวงกว้าง ฉะนั้นแม้การทำงานของเครือข่ายฯจะมีส่วนช่วยส่งเสริมอธิปไตยด้านอาหารของเกษตรกรรายย่อยจริง แต่ยังจำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มเกษตรกรที่เป็นสมาชิกของเครือข่ายฯ เท่านั้น ไม่ได้เป็นการผลักดันอธิปไตยด้านอาหารของเกษตรกรรายย่อยในภาพรวมระดับประเทศแต่อย่างใด

คำสำคัญ: อธิปไตยด้านอาหาร, ความมั่นคงด้านอาหาร, เมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน, เกษตรกรรายย่อย

Strengthening Food Sovereignty for Thai Smallholder Farmers in Thailand: The Case Study of Local Seed Saving Network in Thailand

Aroonwatree Rattanataree¹, Gullinee Mutakalin²

^{1,2} Faculty of Economics, Chulalongkorn University

Master's Degree Student, Department of Political Economy

Abstract

This research aimed to understand the process of promoting food sovereignty for smallholder farmers from the grassroots by studying the working methods of the local seed saving network in Thailand. The network's goal was to promote food sovereignty for smallholder farmers by increasing opportunities for them to access production inputs consistent with sustainable food production systems, particularly local seeds.

Data was collected from primary sources within the local seed conservation and development network, including farmers who were network members, individuals involved in the network's work process, and the network's founding committee. This data was analyzed alongside food sovereignty theory, common resource management theory, and political ecology theory to answer the research question: Is the local seed conservation and development network a tool that helps promote food sovereignty among small-scale producers in the country?

The research provided valuable insights into promoting food sovereignty among small farmers from the grassroots and identified concrete strategies for developing food sovereignty for them. The findings indicated that while the work of the local seed saving network effectively promoted food sovereignty for small farmers, challenges such as limited resources hindered its ability to expand its reach to a wider range of farmers.

Therefore, while the network contributed significantly to promoting food sovereignty for small farmers, it remained limited to farmers who were network

members and did not have a substantial impact on food sovereignty at the national level.

Keywords: Food Sovereignty, Food Security, Local Seed, Smallholder Farmers

บทนำ

ความเฟื่องฟูของแนวคิดเสรีนิยมใหม่ (neoliberalism) ส่งผลต่อแนวทางการพัฒนาในหลากหลายมิติ ของทุกประเทศทั่วโลก ด้วยแนวคิดดังกล่าวให้ความสำคัญการทำงานของกลไกตลาด การเปิดเสรีการค้าการลงทุน รวมถึงการให้ความสำคัญกับความพยายามลดการแทรกแซงของรัฐ ภายใต้สมมติฐานที่ว่ากลไกตลาดเป็นเครื่องมืออันทรงประสิทธิภาพในการกระจายทรัพยากรและช่วย ให้เศรษฐกิจเติบโตอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามการพัฒนาตามแนวทางดังกล่าว ก็ถูกตั้งคำถามถึง อิทธิพลเชิงลบที่ส่งผลกระทบต่อสังคมเรื่อยมา โดยเฉพาะในภาคเกษตรนั้นเกิดการตั้งข้อสังเกตว่า แนวทางการพัฒนาแบบเสรีนิยมใหม่ได้สร้างผลกระทบเชิงลบอย่างร้ายแรงต่อผู้ผลิตรายย่อย ทั้งจาก ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงทรัพยากรการผลิต ความเหลื่อมล้ำของความสามารถในการผลิต รวมถึง ทางเลือกในการผลิตที่มีจำกัด ทำให้ผู้ผลิตรายย่อยไม่สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตรายใหญ่หรือ กลุ่มนายทุนได้และเป็นสาเหตุสำคัญทำให้เหล่าผู้ผลิตสินค้าเกษตรและอาหารรายย่อยต้องเข้าสู่ ระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรม

ปัญหาที่ฝังรากลึกในระบบการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารเชิงอุตสาหกรรมเป็นแรงผลักดัน ให้เกิดการเคลื่อนไหวเพื่อต่อต้านการพัฒนาตามแนวทางเสรีนิยมใหม่ขึ้น ในช่วงทศวรรษที่ 90 ผ่าน การรวมตัวของ กลุ่มเกษตรกรรายย่อย ระหว่างประเทศนาม ‘ลาเวียแคมเปซินา’ (La Via Campesina) ซึ่งก่อตั้งขึ้น ณ ประเทศเบลเยียม ก่อนจะรวมตัวกันเสนอแนวคิด ‘อธิปไตยทางอาหาร’ (food sovereignty) ขึ้นเป็นครั้งแรก โดยให้นิยามว่าอธิปไตยทางอาหาร คือ สิทธิของแต่ละชาติ ที่จะรักษา และพัฒนาความสามารถ ของตัวเองในการผลิตอาหารพื้นฐานที่ เคารพต่อความหลากหลายและวัฒนธรรม (La via Campesina, 1996)¹

นิยามของแนวคิดอธิปไตยทางอาหารถูกปรับปรุงเพื่อจำกัดขอบเขตการทำงานให้ชัดเจนอีก หลายครั้ง แต่แนวคิดดังกล่าวยังคงเป็นเรื่องนามธรรม เนื่องจากไม่ได้กำหนดเครื่องมือและแนวทาง ปฏิบัติ เพื่อบรรลุเป้าหมายของการมีอธิปไตยทางอาหารไว้อย่างเป็นแบบแผน กลุ่มนักเคลื่อนไหวจึงนำเสนอเครื่องมืออันหลากหลายในการสร้างอธิปไตยทางอาหาร อาทิ การสนับสนุนการทำเกษตรอินทรีย์การเชื่อมเกษตรกรรายย่อยเข้ากับผู้บริโภคผ่านการสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ก่อนแนวคิดอธิปไตยทางอาหารจะกลายเป็นเป้าหมายของนักกิจกรรมด้านอาหาร ทั่วโลก

¹ Peter Rosset. (2010). La Vía Campesina: The Birth and Evolution of a Transnational Social Movement, Journal of Peasant Studies.

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเครื่องมือในการผลักดันการยกระดับอธิปไตยด้านอาหารของผู้ผลิตรายย่อยในประเทศไทยพบว่า เครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งอิทธิพลในทางตรง ที่ว่าการมีสิทธิในเมล็ดพันธุ์ และการมีเมล็ดพันธุ์ที่หลากหลาย ให้เลือกใช้ เป็นปัจจัยการผลิต เป็นการเพิ่มสิทธิในการผลิตแก่ผู้ผลิตรายย่อย อันเป็นข้อแม้สำคัญใน การมีอธิปไตยด้านอาหาร และในทางอ้อม เครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านยังผลักดัน การพัฒนาเชิงสถาบัน อาทิ การตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจรัฐในการดำเนินนโยบายเกี่ยวกับการ เกษตรและอาหาร ซึ่งในภาพรวมแล้วเป็นการขับเคลื่อนที่ส่งผลต่ออธิปไตยด้านอาหารของฝั่งผู้ผลิตรายย่อย รวมถึงส่งผลต่ออธิปไตยด้านอาหารของฝั่งผู้บริโภคในแง่ของการเพิ่มทางเลือกในการบริโภค ให้หลากหลาย และลดการผูกขาดตลาดสินค้าเกษตรและอาหารในทุก ๆ ระดับ

เมื่อมองในภาพรวมจะพบว่าทิศทางการพัฒนาระบบอาหารระดับโลกกำลังมุ่งหน้าสู่การตั้งคำถามถึงผลกระทบเชิงลบที่แนวทางการพัฒนาแบบเสรีนิยมใหม่กระทำต่อระบบอาหารมานับศตวรรษยิ่งเมื่อมีแรงขับเคลื่อนจากวิกฤตการณ์โรคระบาดที่ทำให้สายพานการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ขยายพื้นที่อยู่ทุกมุมโลกต้องหยุดชะงักทำให้สินค้าเกษตรและอาหารในหลายพื้นที่พุ่งสูงขึ้นอย่างฉับพลันมากไปกว่านั้นยังขบขันให้โลกเห็นถึงความเสี่ยงของระบบอาหารอุตสาหกรรมในทุกกระดับ ตอกย้ำว่าการพัฒนามั่นคงทางอาหาร (food security) ที่เน้นปริมาณการผลิตอาหารเพื่อบรรเทาความอดอยากและสนับสนุนการเข้าถึงอาหารอย่างถ้วนหน้า² อาจไม่เพียงพอ

ด้วยแรงผลักดันดังกล่าว จึงอาจทำนายได้ว่าทิศทางการพัฒนาระบบอาหารในอนาคตนั้นกำลังถ่ายเทน้ำหนักความสำคัญจากประเด็นความมั่นคงด้านอาหาร (food security) มาสู่ประเด็นอธิปไตยด้านอาหาร (food sovereignty) ที่มีเป้าหมายในการพัฒนาระบบอาหารแบบองค์รวม ผ่านการส่งเสริมสิทธิในการผลิต (right to produce) และสิทธิของผู้ผลิต (right of producer) และส่งเสริมสิทธิในการเลือกบริโภคของผู้บริโภค รวมถึงโอบรับการพัฒนาในระบบอาหารในมิติสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมการผลิตท้องถิ่น เพื่อสนับสนุนความเข้มแข็งในการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารของแต่ละพื้นที่ และเพื่อลดการพึ่งพาการนำเข้าอาหาร อันเป็นหลักประกันถึงความมั่นคงขั้นพื้นฐานของชีวิตประชากรในยามที่ระบบการผลิตอาหารเชิงอุตสาหกรรมปั่นป่วนจากทั้งการแข่งขันทางเศรษฐกิจ สงคราม หรือวิกฤตการณ์โรคระบาดอันไม่คาดคิด

² สิริทิพย์ นรินทร์ศิลป์. (2561). การเสริมสร้างอธิปไตยทางอาหารของชาวนารายย่อยภายใต้อิทธิพลของ เสรีนิยมใหม่ กรณีศึกษา ขบวนการการค้าข้าวที่เป็นธรรมในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายการเสริมสร้างอธิปไตยด้านอาหารผ่านเครื่องมือต่าง ๆ นั้นเกี่ยวข้องกับบริบทของแต่ละสังคม³ อาทิ บริบทด้านการเมืองและการดำเนินนโยบายด้านอาหารของแต่ละประเทศ ระดับความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและการศึกษา ประสิทธิภาพในการจัดการทรัพยากรร่วมของแต่ละประเทศ เป็นต้น

ดังนั้นแม้กระบวนการส่งเสริมอธิปไตยด้านอาหารของผู้ผลิตรายย่อยในแต่ละประเทศจะใช้เครื่องมือที่ค่อนข้างใกล้เคียงกัน และมีทิศทางผลักดันจากฐานรากเช่นเดียวกัน แต่ไม่ได้ให้ผลลัพธ์เหมือนกันทุกประเทศ อันเนื่องมาจากปัจจัยในแต่ละพื้นที่ที่กล่าวไว้ข้างต้น ผู้วิจัยจึงตั้งข้อสังเกตว่าการส่งเสริมอธิปไตยด้านอาหารของผู้ผลิตรายย่อยผ่านการผลักดันการเปลี่ยนแปลงจากฐานราก ด้วยเครื่องมือการอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน โดยเฉพาะในประเทศผู้ส่งออกสินค้าเกษตรอาหารรายใหญ่ เช่นประเทศไทยนั้น เกี่ยวโยงสัมพันธ์กับปัจจัยใดและอย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์วิธีการเสริมสร้างอธิปไตยด้านอาหาร ผ่านเครือข่ายอนุรักษ์ และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ (qualitative study) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยทำการวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดอธิปไตยด้านอาหาร (food sovereignty) ปี ค.ศ. 2002 แนวคิดนิเวศวิทยาการเมือง (political ecology) และแนวคิดการจัดการทรัพยากรร่วม (Common-Pool Resources-CPRs)

1. การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นการรวบรวมข้อมูลจากทั้งเอกสารขั้นต้นและเอกสารชั้นรอง โดยเอกสารขั้นต้น อาทิ เอกสารข้อมูล เกี่ยวกับนโยบายและยุทธศาสตร์เมล็ดพันธุ์ของประเทศไทย เน้นหาสัญญาณการค้าทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศที่มีรายละเอียดเกี่ยวข้องกับการเข้าถึงและจัดการทรัพยากร

³ สร้อยมาศ รุ่งมณี. (2566). พุทธนิยามอาหาร. สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

หรือกรรมสิทธิ์ในเมล็ดพันธุ์⁴

ในส่วนเอกสารชั้นรอง อาทิ ข้อมูลจากรายงานการศึกษาจากทั้งภาครัฐ และภาคประชาสังคม ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง อาทิ ประเด็นผลกระทบของแนวทางการ พัฒนาแบบเสรีนิยมใหม่ที่กระทำต่อผู้ผลิตสินค้าเกษตรและอาหารรายย่อย งานศึกษาเรื่องอธิปไตยด้านอาหาร ทั้งฝั่งของผู้ผลิตและผู้บริโภค เป็นต้น

2. การสัมภาษณ์

เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในประเด็น ผลกระทบจากนโยบายกรรมสิทธิ์เมล็ดพันธุ์ รวมถึงการต่อสู้ของเกษตรกรรายย่อยถึง โดยแบ่งกลุ่มสัมภาษณ์ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

2.1 ตัวแทนกลุ่มหรือองค์กรภาคประชาสังคมที่ผลักดันและส่งเสริมอธิปไตยด้านอาหารของผู้ผลิตรายย่อย ผ่านการอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน ดังนี้

- คุณคณินนิตย์ ชะนะโม ผู้ก่อตั้งศูนย์เรียนรู้ เศรษฐกิจพอเพียง ๙ ดี และผู้ขับเคลื่อนเครือข่าย อนุรักษ์เมล็ดพันธุ์พื้นบ้านอีสาน จ.บุรีรัมย์
- คุณสุภา ไยเมือง ผู้อำนวยการมูลนิธิเกษตรกรมัยยืน แห่งประเทศไทย หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้งเครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน

2.2 เกษตรกรรายย่อยที่ได้รับผลกระทบจากระบบกรรมสิทธิ์เมล็ดพันธุ์ หรือ เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายอนุรักษ์ และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านในประเทศไทย อาทิ

- คุณกนกพร ดิษฐกระจันทร์ เกษตรกรผู้ก่อตั้งเครือข่าย ส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ อุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

3. การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลข้อมูล

งานวิจัยฉบับนี้เลือกใช้ 4 ทฤษฎีเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา คือ

3.1 แนวคิดอธิปไตยด้านอาหาร (food sovereignty)

งานวิจัยนี้ใช้แนวคิดอธิปไตยด้านอาหารเป็นกรอบแนวคิดหลักในการศึกษา ทั้งนี้แนวคิดอธิปไตยด้านอาหารนั้นมีหลายนิยาม ขึ้นอยู่กับบริบทสังคมที่ถูกนำไปใช้ การเลือกแนวคิด

⁴ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2560). แผนแม่บทยุทธศาสตร์ศูนย์กลางเมล็ดพันธุ์ พ.ศ.2558-2567.

อธิปไตยด้านอาหารเป็นกรอบการศึกษาจึงต้องเลือกนิยามที่สอดคล้องกับกรณีศึกษา โดยงานวิจัยนี้
เลือกใช้นิยามอธิปไตยด้านอาหารซึ่งกำหนดโดยคณะกรรมการวางแผนระหว่างประเทศเพื่ออธิปไตย
ด้านอาหาร (International Planning Committee for Food Sovereignty) ค.ศ.2002 เนื่องจาก
เป็นนิยามที่กว้างและครอบคลุมประเด็นที่ศึกษา โดยนิยามระบุว่า อธิปไตยด้านอาหาร หมายถึง
‘สิทธิในการเลือกวิธีการผลิตและบริโภคอาหาร ทั้งสิทธิระดับปัจเจก ระดับกลุ่ม และระดับสังคม’⁵
รวมถึงระบุหลักเกณฑ์ที่ทำให้เกิดอธิปไตยด้านอาหารไว้ทั้งหมด 4 ข้อ คือ

- 1) การทำงานของกรณีศึกษาเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงปัจจัยการผลิตและวิธีการผลิตที่ยั่งยืน
หรือไม่
- 2) การทำงานของกรณีศึกษาปกป้องสิทธิของเกษตรกรรายย่อยจากการถูกขูดรีดหรือไม่
- 3) การทำงานของกรณีศึกษาส่งเสริมการมีส่วนร่วมเชิงนโยบายของเกษตรกรรายย่อยหรือไม่
- 4) การทำงานของกรณีศึกษาส่งเสริมสิทธิในการเลือกบริโภคของผู้บริโภคหรือไม่

3.2 แนวคิดนิเวศวิทยาทางการเมือง (political ecology)

นิเวศวิทยาทางการเมือง คือ แนวคิดเชิงวิพากษ์ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อทำความเข้าใจความซับซ้อน
ของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ธรรมชาติ และชุมชน อย่างเป็นระบบ
ผ่านการวิเคราะห์ตามหลัก วิชาวิธี (dialectic) ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อค้นหาแนวทางสร้างความ
ยั่งยืนในการใช้และบริหารจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติ โดยกรอบการวิเคราะห์ของแนวคิดนิเวศ
วิทยาทางการเมืองแบ่งออกเป็น 2 มิติ⁶ คือ

1) การวิเคราะห์บริบทด้านเศรษฐกิจและสังคม

กรอบคิดที่มองว่าการเปลี่ยนแปลงของการใช้และบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมนั้นเกี่ยวพันกับ
บริบทด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะนโยบายของรัฐที่มีอิทธิพลต่อปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับ
สิ่งแวดล้อมและมีส่วนในการกำหนดวาทกรรมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งการกำหนดนโยบายสาธารณะ
เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเหล่านั้นเกี่ยวโยงกับการต่อสู้แย่งชิงอำนาจในการกำหนดนโยบายของกลุ่มต่าง ๆ
ที่มีผลประโยชน์แตกต่างกัน

⁵ สิริทิพย์ นรินทราธิปไตย. (2561). การเสริมสร้างอธิปไตยทางอาหารของชาวนารายย่อยภายใต้อิทธิพลของ เสรีนิยมใหม่ กรณีศึกษา
ขบวนการการค้าข้าวที่เป็นธรรมในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

⁶ ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. (2541). นิเวศเศรษฐศาสตร์และนิเวศวิทยาการเมือง. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

2) การวิเคราะห์ความขัดแย้งในการเข้าถึงทรัพยากร

กรอบคิดที่เน้นศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง 1) สิทธิในการเข้าถึงทรัพยากร (access rights) 2) การต่อสู้ในท้องถิ่น (local struggle) และ 3) การเปลี่ยนแปลงระบบนิเวศ (ecological transformation)

โดยมีเป้าหมายเพื่อทำความเข้าใจการต่อสู้ของคนชายขอบที่เรียกร้องสิทธิในการใช้ และบริหารจัดการทรัพยากรในท้องถิ่น

ทั้งนี้การศึกษาความขัดแย้งในการเข้าถึงทรัพยากรนั้น ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์ เพื่อพิจารณาปัจจัยที่ทำให้เกิดความขัดแย้งในแต่ละช่วงเวลา มากกว่านั้นยังมองว่าความขัดแย้งในการเข้าถึงทรัพยากรมีปัจจัยสำคัญจากความซับซ้อนของระบบกรรมสิทธิ์ ซึ่งตามแนวคิดนิเวศวิทยาทางการเมืองได้ระบุไว้อย่างชัดเจนว่าหมายถึง โครงสร้างของสิทธิและหน้าที่ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับผู้อื่นในประเด็นเกี่ยวกับทรัพยากร ซึ่งกรรมสิทธิ์ในที่นี้หมายถึง สิทธิในผลประโยชน์ที่ได้มาจากหน้าที่ของผู้อื่นที่เคารพเงื่อนไขที่ปกป้องผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากทรัพยากรนั้น” (ไชยณรงค์ เศรษฐเชื้อ, 2543)

อนึ่ง งานวิจัยชิ้นนี้นำกรอบแนวคิดนิเวศวิทยาทางการเมืองมาใช้วิเคราะห์กระบวนการผลักดันสิทธิในการเก็บรักษาและใช้เมล็ดพันธุ์พื้นบ้านของเกษตรกรรายย่อย โดยมองเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านในฐานะ ‘ทรัพยากรร่วมของชุมชน’ ที่มีความสำคัญกับชุมชนทั้งมิติวัฒนธรรมและเป็นปัจจัยการผลิตอาหารขั้นพื้นฐานของชุมชน โดยพิจารณาแนวทางการผลักดันประเด็นดังกล่าว ของเครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านในมิติของเครื่องมือและกติกาที่ใช้ในการขับเคลื่อนขบวนการ ว่าสอดคล้องกับหลักการสากลของแนวคิดนิเวศวิทยาทางการเมืองหรือไม่ รวมถึงพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล องค์กร และสถาบัน อาทิ แนวคิดเรื่องระบบกรรมสิทธิ์ ที่อาจเป็น ทั้งปัจจัยส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคในการขับเคลื่อนประเด็น

3.3 แนวคิดการจัดการทรัพยากรร่วม (Common-Pool Resources-CPRs)

เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และทรัพยากร รวมถึงวิเคราะห์การจัดการทรัพยากรร่วมของชุมชนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จึงเลือกใช้แนวคิดการจัดการทรัพยากรร่วมของ Elinor Ostrom เป็นหนึ่งในทฤษฎีหลักในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการส่งเสริมอธิปไตยด้านอาหารของกลุ่มอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน

อนึ่ง ทรัพยากรร่วม ตามนิยามของแนวคิดการจัดการทรัพยากรร่วมหมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติหรือทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้นเองก็ได้ ซึ่งมีขนาดใหญ่พอที่จะยึดถือเอาได้ โดยผู้ใช้ประโยชน์สามารถหวงกันผู้อื่นเข้าใช้หรือแสวงหาประโยชน์ได้ รวมถึงมีการจัดการและรักษาแหล่งทรัพยากรร่วมกัน⁷ อาทิ แหล่งประมงหรือป่าชุมชน ตัวอย่างของทรัพยากรร่วม เช่น ทรัพยากรจากป่า เมล็ดพันธุ์พื้นบ้านที่ถูกเก็บและส่งต่อในชุมชน หรือจำนวนปลาในท้องทะเล ทั้งนี้ แนวคิดดั้งเดิมของ การจัดการทรัพยากรร่วมมองว่า ปัญหาในการบริหารจัดการทรัพยากรร่วมคือ ผู้ใช้ทรัพยากรร่วมไม่มีแรงจูงใจมากพอในการดูแลรักษา ดังนั้นจึงต้องมีกลไกควบคุมจากภายนอก เพราะหากปล่อยให้ปัจเจกใช้ทรัพยากรร่วมอย่างอิสระทรัพยากรเหล่านั้นจะเสื่อมโทรมและสูญสลายในที่สุด โดยกลไกภายนอกนั้นมี 2 ทาง คือ 1) มอบอำนาจให้รัฐบาลบริหารจัดการทรัพยากรร่วม และ 2) มอบสัมปทาน ทรัพยากรร่วมให้เอกชน

หลังจากนั้น Elinor Ostrom ได้เสนอแนวคิดใหม่ในการบริหารจัดการทรัพยากรร่วม ผ่านการมองว่าผู้ใช้ทรัพยากรร่วมสามารถเรียนรู้และกำหนดกติกาในการใช้ทรัพยากรร่วมกันได้โดยไม่ต้องพึ่งพากลไกภายนอก เนื่องจากผู้ใช้ทรัพยากรร่วมที่อาศัยอยู่ในพื้นที่มานาน ย่อมมีความเข้าใจในสภาพพื้นที่ รวมถึงเข้าใจและมีแนวโน้มที่จะทำตามบรรทัดฐาน (norm) ของสังคมที่อาศัยอยู่ ทำให้การบริหารจัดการทรัพยากรมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้งานศึกษาของ Strom (2008) ได้วิเคราะห์แนวคิดการจัดการทรัพยากรร่วมของ Elinor Ostrom เพื่อค้นหาหลักการที่ทำให้การจัดการทรัพยากรร่วมประสบความสำเร็จ โดยได้ข้อสรุปเป็นหลักการ 8 ข้อ คือ

- 1) ความชัดเจนของขอบเขตทั้งขอบเขตเกี่ยวกับผู้ใช้และขอบเขตของทรัพยากร
- 2) ความสอดคล้องระหว่างกติกาว่าด้วยการใช้และรักษาทรัพยากรกับเงื่อนไขทางสังคม
- 3) ความมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการทรัพยากร
- 4) การกำกับดูแลทรัพยากรด้วยการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วม
- 5) มีบทลงโทษอย่างประนีประนอม
- 6) มีกลไกในการจัดการความขัดแย้งที่มีประสิทธิภาพ
- 7) รัฐบาลรับรู้และให้สิทธิผู้ใช้ทรัพยากรในการสร้างกติกาในการใช้และจัดการทรัพยากร

⁷ Elinor Ostrom, Governing the Common หน้า 31.

8) กติกาและการจัดการทรัพยากรเชื่อมโยงและสอดคล้องกับระบบที่ใหญ่กว่า

โดยงานวิจัยนี้นำแนวคิดการจัดการทรัพยากรร่วมของ Elinor Ostrom มาวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายนอกและภายใน ที่ส่งผลต่อระดับสิทธิการเข้าถึงทรัพยากร และความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และทรัพยากรร่วมในแต่ละพื้นที่ รวมถึงนำหลักการบริหารจัดการ ทรัพยากรร่วม 8 ข้อ มาวิเคราะห์กระบวนการส่งเสริมการบริหารจัดการทรัพยากรร่วมของคนในชุมชนของเครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน เพื่อประเมินว่ากระบวนการดังกล่าว บรรลุหลักการ 4 ข้อของแนวคิดอริปไตยด้านอาหาร ของฝั่งผู้ผลิตรายย่อยหรือไม่

ผลการศึกษา

ผู้ศึกษานำข้อมูลจากการสัมภาษณ์และข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านมาวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามว่า กรณีศึกษาเสริมสร้างอริปไตยด้านอาหารให้กับเกษตรกรรายย่อยหรือไม่ โดยนำข้อมูลจากทั้งการสัมภาษณ์ และข้อมูลจากเอกสารมาวิเคราะห์ ตามหลักการแนวคิดอริปไตยด้านอาหารทั้ง 4 ข้อ โดยได้ผลการศึกษาดังนี้

1. การส่งเสริมการเข้าถึงปัจจัยการผลิตที่สอดคล้องกับความยั่งยืน

1.1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์พบว่าเครือข่ายฯ มีส่วนร่วมในการส่งเสริม ให้เกษตรกร เข้าถึงปัจจัยการผลิตที่สอดคล้องกับภูมินิเวศ รวมถึงส่งเสริมสิทธิในการเลือกวิธีการผลิตที่สอดคล้องกับความ ยั่งยืน ผ่านการทำงาน 2 แนวทาง คือ

1) ส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านที่สอดคล้องกับภูมินิเวศ

เครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านสนับสนุนให้เกิดการศึกษาวิจัยและรับรองกระบวนการคัดเลือกปรับปรุงพัฒนาพันธุ์ในแต่ละพื้นที่ของเครือข่าย ผ่านการให้ความรู้กับเกษตรกรในการคัดพันธุ์ การปรับปรุงสายพันธุ์พืช และวิธีการเก็บรักษาเมล็ดพันธุ์ โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านเกษตรผสมผสานของมูลนิธิชีววิถี และมูลนิธิเกษตรกรรมยั่งยืนประเทศไทย ซึ่งเป็นองค์กรผู้ ร่วมก่อตั้ง เครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านในปี 2540 โดยทำทั้งใน ลักษณะการอนุรักษ์ และพัฒนา เมล็ดพันธุ์พื้นบ้านในแปลงรวมของชุมชนและในแปลงย่อยของเกษตรกรแต่ละคนในชุมชน

2) ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านผ่านการจัดอบรมและสัมมนา

เครือข่ายฯ ได้ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านผ่านการจัดอบรมและสัมมนา อาทิมหกรรมพันธุ์รวมพื้นบ้านประจำปีเพื่อให้ความรู้กับสมาชิกเกี่ยวกับความสำคัญของการแลกเปลี่ยนเมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน ต่อการเข้าถึงเมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน

ซึ่งการทำงานตามแนวทางดังกล่าว ตั้งอยู่บนฐานของมุมมองว่าเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านเป็นทรัพยากรร่วมของชุมชน (Common-pool resources) ที่สมาชิกในเครือข่ายมีสิทธิในการใช้ประโยชน์อย่างเท่าเทียมกัน คือ สิทธิในการใช้เมล็ดพันธุ์ เก็บรักษาเมล็ดพันธุ์ และปรับปรุงเมล็ดพันธุ์

โดยเครือข่ายฯ มีรูปแบบในการบริหารจัดการทรัพยากรร่วมให้สามารถใช้ได้อย่างยั่งยืน ผ่าน การกำหนดให้สมาชิกในเครือข่ายฯ ผลัดกันทำงานในแปลงเกษตรส่วนกลาง ตามตารางเวรที่แต่ละกลุ่มสมาชิกตั้งไว้ เพื่อหมุนเวียนปลูกเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านชนิดต่าง ๆ ตามฤดูกาลทุก ๆ ปี เป็นการรักษาคุณภาพของสายพันธุ์พืชให้คงที่ พร้อมกันนั้น ยังกำหนดให้สมาชิกในเครือข่ายฯ มี หน้าที่รับผิดชอบในการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนเมล็ดพันธุ์ การเสวนาให้ความรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์และความสำคัญของเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านตลอดทุก ๆ ปี

1.2 ข้อมูลจากเอกสาร

เมื่อนำแนวทางการบริการจัดการทรัพยากรของเครือข่ายฯ ข้างต้น มาวิเคราะห์ตามหลักการ ทั้ง 8 ข้อของทฤษฎีการบริหารจัดการทรัพยากรร่วม พบว่าแนวทางการทำงานของเครือข่ายฯ ในการบริหารจัดการทรัพยากรร่วมเพื่อเพิ่มโอกาสในการ เข้าถึงปัจจัยการผลิตและวิธีการผลิตที่สอดคล้องกับ ความยั่งยืน มีความไม่สอดคล้องกับหลักการบริหารจัดการ ทรัพยากรร่วมให้มีประสิทธิภาพข้อที่ 5, 6, 7 และ 8 เนื่องจากการทำงานของ เครือข่ายฯ ยังไม่ได้กำหนดกฎกติกาอย่างเป็นรูปธรรม การดำเนินงานเป็นไปโดยใช้หลัก ความสมัครใจเป็นหลัก ในแง่หนึ่งส่งผลให้ผลไม่เกิดความขัดแย้งระหว่างสมาชิกภายในเครือข่าย แต่ในอีกแง่หนึ่งก็ทำให้ ดำเนินงานเป็นไปอย่างล่าช้าและไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจน

เมื่อพิจารณาเนื้อหาของยุทธศาสตร์ศูนย์กลางเมล็ดพันธุ์ของชาติปี 2558-2567 ที่มุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์เป็นหลัก ยังพบว่าการทำงานของเครือข่ายไม่สอดคล้องกับนโยบายและกฎกติกาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรเมล็ดพันธุ์ซึ่งกำหนดโดยรัฐ ทำให้เกิดอุปสรรคในการส่งเสริมการเข้าถึงปัจจัยการผลิตและวิธีการผลิตที่สอดคล้องกับความยั่งยืนใน 2 ส่วน คือ 1. ปริมาณ

เมล็ดพันธุ์พื้นบ้านที่ผลิตได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ 2.ความไม่ต่อเนื่องของระบบการทำงาน
ภายในเครือข่ายฯ

กล่าวได้ว่า แนวทางการทำงานของเครือข่ายฯ ช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงปัจจัยการผลิต
และวิธีการผลิตที่สอดคล้องกับความยั่งยืนได้จริง แต่ยังจำกัดอยู่เพียงสมาชิกภายในเครือข่ายฯ
เท่านั้น เนื่องจากเครือข่ายฯ ยังขาดแคลนต้นทุน อาทิ การมีแหล่งทุนที่ไม่ต่อเนื่อง รวมถึงขาด
เครือข่ายกับภาครัฐและเอกชน ซึ่งทำให้เครือข่ายฯ ไม่สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมเชิงนโยบายเพื่อผลักดันให้
เกษตรกรรายย่อยกลุ่มอื่นๆ สามารถเข้าร่วมเป็นเครือข่ายฯ หรือเข้าร่วมในการใช้เมล็ดพันธุ์
พื้นบ้านและวิธีการผลิตทางเลือกเพิ่มมากขึ้น

จึงเท่ากับว่าการทำงานของเครือข่ายฯ ช่วยส่งเสริมปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดอุปสรรคด้าน
อาหารของเกษตรกรรายย่อยจริง แต่ยังจำกัดอยู่เพียงในกลุ่มเกษตรกรที่เป็น สมาชิกของเครือข่ายฯ
เท่านั้น เนื่องจากเครือข่ายฯ ยังไม่มีต้นทุนมากพอที่จะขยายขอบเขตการทำงานเพื่อให้
เกษตรกรวงกว้าง เข้าถึงปัจจัยการผลิตและเพิ่มทางเลือกในการผลิต ซึ่งจะทำให้เกิดอุปสรรคด้าน
อาหารของเกษตรกรรายย่อยระดับชาติอย่างเป็นรูปธรรม

2. การสัมภาษณ์ในประเด็นการปกป้องสิทธิในเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านของเกษตรกรรายย่อย

2.1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์ พบว่าเครือข่ายฯ ทำงานเพื่อสนับสนุนการปกป้องสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของ
เกษตรกรรายย่อย ผ่านการส่งเสริมความเข้มแข็งของกลุ่มด้วย 2 วิธีการ คือ

1) จัดตั้งศูนย์พันธุ์กรรมประจำชุมชน เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรใช้ อนุรักษ์ และปรับปรุง
เมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน

2) ส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านทั้งในชุมชนและระหว่างชุมชน

โดยทั้ง 2 วิธีการมีเป้าหมาย คือ เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์
พื้นบ้าน ในท้องถิ่น และเพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในเครือข่ายฯ ซึ่งจะเพิ่มอำนาจ
การต่อรองใน ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกรรายย่อย ตัวอย่างเช่น การจัด
มหกรรมพันธุ์กรรมพื้นบ้านประจำปี ที่จะหมุนเวียนไปจัดที่ศูนย์พันธุ์กรรมพื้นบ้านในแต่ละพื้นที่ ซึ่ง
ในงานจะมีกิจกรรม แลกเปลี่ยนเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านระหว่างชุมชน รวมถึงมีกิจกรรม เสวนา
เพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองเรื่องสิทธิ ในเมล็ดพันธุ์ พร้อมออกแถลงการณ์แสดงจุดยืนในประเด็นสิทธิ
ในเมล็ดพันธุ์ที่เกิดขึ้นขณะนั้น

2.2 ข้อมูลจากเอกสาร

เมื่อนำแนวคิดนิเวศวิทยาทางการเมือง (political ecology) มาวิเคราะห์ แนวทางการทำงานของเครือข่ายฯ ในเรื่องการปกป้องสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกร ผ่านการพิจารณาใน 2 มิติ คือ มิติด้านเศรษฐกิจและสังคม และมิติด้านความสัมพันธ์ระหว่างสิทธิในการเข้าถึงทรัพยากร (access rights) การต่อสู้ในท้องถิ่น (local struggle) และการเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศ (ecological transformation) ได้ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

1) มิติด้านเศรษฐกิจและสังคมซึ่งส่งผลกระทบต่อสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกร

เมื่อพิจารณายุทธศาสตร์ศูนย์กลางเมล็ดพันธุ์ของชาติปี 2558-2567 ซึ่งกำหนดเนื้อหาโดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ร่วมกับพิจารณาจุดยืนของเครือข่ายฯ ในเรื่องสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกรที่แสดงออกผ่านแถลงการณ์ พบว่ามีความแตกต่างกันในเรื่องของหลักการและวิธีการใช้ทรัพยากร โดยเครือข่ายฯ นิยามว่าเมล็ดพันธุ์เป็นสิทธิโดยธรรมชาติของเกษตรกร และเป็นทรัพยากรร่วมของชุมชน ไม่ควรตกเป็นกรรมสิทธิ์ของใครคนใดคนหนึ่ง ขณะที่ยุทธศาสตร์ศูนย์กลางเมล็ดพันธุ์แห่งชาตินิยามว่าเมล็ดพันธุ์ คือ ต้นทุนการผลิตที่สำคัญของภาคเกษตร และต้องการพัฒนาให้เมล็ดพันธุ์ภายในประเทศตอบสนองการผลิตในระบบตลาด เพื่อบรรลุเป้าหมายการเป็นศูนย์กลางซื้อขายเมล็ดพันธุ์ระดับนานาชาติภายในปี 25567

ข้อแตกต่างในหลักการและวิธีการ ส่งผลให้เครือข่ายฯ พยายามคานอำนาจการตัดสินใจของรัฐในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเมล็ดพันธุ์มาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งในปี 2540 ผ่านการทำกิจกรรมส่งเสริมการอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน เพื่อแสดงให้เห็นว่าเครือข่ายฯ มีศักยภาพในการบริหารจัดการเมล็ดพันธุ์ด้วยตัวเอง อาทิ การจัดตั้งศูนย์พันธุ์กรรมประจำชุมชน และการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเมล็ดพันธุ์ รวมถึงการสื่อสารแสดงจุดยืนในเรื่องสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกร เพื่อสร้างแนวร่วมในการคานอำนาจการตัดสินใจของรัฐในเรื่องที่กระทบต่อสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกร

ความไม่สอดคล้องกันทั้งในเรื่องของเป้าหมายและกระบวนการพัฒนาเมล็ดพันธุ์ระหว่างรัฐและเครือข่ายฯ ส่งผลให้ไม่เกิดการประสานความร่วมมือเพื่อพัฒนาเมล็ดพันธุ์ไปในทิศทางเดียวกัน และกลายเป็นอุปสรรคที่ทำให้การทำงานเพื่อปกป้องสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกรยังจำกัดขอบเขตการขับเคลื่อนอยู่เพียงการรวมกลุ่มออกแถลงการณ์เพื่อสร้างการตระหนักรู้เรื่องสิทธิเกษตรกรให้กับสังคม และเพื่อสร้างแนวร่วมในการสร้างอำนาจการต่อรองกับรัฐในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกร

2) บริบทด้านความสัมพันธ์ระหว่างสิทธิในการเข้าถึงทรัพยากร (access rights) การต่อสู้ในท้องถิ่น (local struggle) และการเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศ (ecological transformation) เพื่อทำความเข้าใจการต่อสู้ของเครือข่ายฯ ในการปกป้องสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกร

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และเอกสาร พบว่ากลไกทางสังคมที่ส่งผลต่อสิทธิในการเข้าถึงเมล็ดพันธุ์ และกระทบต่อกระบวนการทำงานของเครือข่ายฯ และเกษตรกร รวมถึงส่งผลต่ออุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์ทั้งระบบ คือ กฎหมายคุ้มครองพันธุ์พืช พ.ศ.2542 ซึ่งเกิดจากการที่เครือข่ายเกษตรกรทางเลือก สมัชชาคนจน องค์การพัฒนาเอกชน และนักวิชาการ เคลื่อนไหวผลักดันกฎหมายคุ้มครองพันธุ์พืชที่คำนึงถึงหลักการเรื่องสิทธิเกษตรกร สิทธิอธิปไตยของประเทศเหนือทรัพยากรชีวภาพ รวมถึงการแบ่งปันผลประโยชน์ให้กับเกษตรกรอย่างเป็นธรรม

กฎหมายคุ้มครองพันธุ์พืช พ.ศ.2542 จึงถูกสร้างขึ้นโดยมีเนื้อหาให้ความคุ้มครองพันธุ์พืชใหม่ของนักปรับปรุงพันธุ์และบริษัทเมล็ดพันธุ์ รวมถึงการเคารพสิทธิและผลประโยชน์ของเกษตรกร พร้อมกำหนดกลไกคุ้มครองสิทธิในพันธุ์พืชท้องถิ่นและส่งเสริมบทบาทของชุมชน

แต่เพราะหน่วยงานที่กำกับดูแลการใช้กฎหมายคุ้มครองพันธุ์พืช พ.ศ.2542 นั้น คือ กรมวิชาการ เกษตร ซึ่งเป็นหน่วยงานวิจัยในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีหน้าที่หลักในการค้นคว้า วิจัยด้านการเกษตร จึงปรากฏว่าข้อกำหนดที่มีการบังคับใช้มีเพียง การคุ้มครองสิทธิในพันธุ์พืช ปรับปรุงที่กรมวิชาการเกษตรวิจัยพัฒนาขึ้นมาเท่านั้น แต่ไม่ปรากฏการใช้กฎหมายดังกล่าวเพื่อคุ้มครองสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกรแต่อย่างใด

ความไม่มีประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมายเพื่อคุ้มครองสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกร เป็นเหตุผลที่ทำให้เครือข่ายฯ มองว่าพวกเขาต้องต่อสู้ด้วยตัวเองเพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิ ในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกร และกลายเป็นความขัดแย้งระหว่างเครือข่ายฯ และรัฐซึ่งส่งผลให้เกิดการไม่ประสานความร่วมมือในการทำงาน และเกิดข้อจำกัดในการทำงานส่งเสริมสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกร เนื่องจากเครือข่ายฯ ไม่มีต้นทุนมากพอที่จะขยายพื้นที่การทำงาน รวมถึงไม่มีอำนาจในการตัดสินใจเชิงนโยบาย ที่เกี่ยวข้องกับสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกร

กล่าวได้ว่า การส่งเสริมสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกรนั้นเชื่อมโยงกับมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิทธิในการเข้าถึงทรัพยากรซึ่งข้อกำหนดถูกกำหนดและกำกับโดยรัฐ ซึ่งเป็นปัจจัยที่อยู่นอกเหนืออำนาจการตัดสินใจของเครือข่ายฯ ส่งผลให้กระบวนการทำงานของเครือข่ายฯ ยังจำกัดขอบเขตการขับเคลื่อนอยู่เพียงการรวมกลุ่มออกแถลงการณ์ เพื่อสร้างการตระหนักรู้เรื่องสิทธิ

เกษตรกรให้กับสังคม และเพื่อสร้างแนวร่วมในการสร้างอำนาจการต่อรองกับรัฐในประเด็นที่
เกี่ยวข้องกับสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกร

จึงสรุปได้ว่าการทำงานของเครือข่ายฯ มีส่วนช่วยส่งเสริมหลักการอธิปไตยด้านอาหารข้อ 2
แต่ไม่สามารถประเมินได้ว่ามีส่วนในการขับเคลื่อนประเด็นดังกล่าวในระดับใด เนื่องจากการขับ
เคลื่อนประเด็นสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกรเกี่ยวข้องกับภาคเกษตรทั้งระบบ จึงมีแนวร่วมในการ
ผลักดันประเด็นที่เกี่ยวกับสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกรในแต่ละครั้งจนบรรลุเป้าหมาย

3. การสัมภาษณ์ในประเด็นการสนับสนุนการมีส่วนร่วมเชิงนโยบายของเกษตรกร

3.1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ปรากฏว่าเครือข่ายฯ ยึดหลักการมีส่วนร่วมในกระบวนการ
ตัดสินใจของประชาชน เน้นประชาชนเป็นศูนย์กลาง (Citizen-centered) เป็นแกนหลักในการ
ดำเนินงานส่งเสริมให้เกษตรกรมีส่วนร่วมในอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านผ่านการจัด
กิจกรรมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นที่เกี่ยวกับสิทธิในเมล็ดพันธุ์และแนวทาง
การทำงานของเครือข่ายฯ และรวบรวมความคิดเห็นร่างเป็นข้อเสนอเชิงนโยบาย ที่มีเนื้อหามุ่ง
พิทักษ์สิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกร รวมถึงส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์ และพัฒนาเมล็ดพันธุ์
พื้นบ้านอย่างมีประสิทธิภาพ

โดยข้อเสนอเชิงนโยบายที่เป็นแกนหลักของเครือข่ายฯ นั้นถูกรวบรวมและนำเสนอในปี
2555 ณ งานเสวนาพันธุกรรมเพื่อความเป็นไท ซึ่งจัดขึ้นโดยเครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาพันธุกรรม
ร่วมกับมหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยข้อเสนอดังกล่าวมีเนื้อหามุ่งส่งเสริมสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของ
เกษตรกรรายย่อยและชุมชนเกษตรกรรม ผ่านการกระจายอำนาจและใช้กลไกทางกฎหมาย โดยมี
เป้าหมายเพื่ออนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านเป็นหลัก

3.2 ข้อมูลจากเอกสาร

เมื่อนำแนวคิดนิเวศวิทยาทางการเมือง (political ecology) มาวิเคราะห์ แนวทางการ
ทำงานของเครือข่ายฯ ในเรื่องการปกป้องสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกรผ่านการพิจารณาใน 2 มิติ
คือ มิติด้านเศรษฐกิจและสังคม และมิติด้านความสัมพันธ์ระหว่างสิทธิในการเข้าถึงทรัพยากร
(access rights) การต่อสู้ในท้องถิ่น (local struggle) และการเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศ
(ecological transformation) ได้ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

1) มิติด้านเศรษฐกิจและสังคมซึ่งส่งผลกระทบต่อสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกร

เมื่อพิจารณายุทธศาสตร์ศูนย์กลางเมล็ดพันธุ์ของชาติปี 2558-2567 ซึ่งกำหนดเนื้อหาโดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ร่วมกับพิจารณาจุดยืนของเครือข่ายฯ ในเรื่องสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกรที่แสดงออกผ่านแถลงการณ์ พบว่ามีความแตกต่างกันในเรื่องของหลักการและวิธีการใช้ทรัพยากร โดยเครือข่ายฯ นิยามว่าเมล็ดพันธุ์เป็นสิทธิโดยธรรมชาติของเกษตรกร และเป็นทรัพยากรร่วมของชุมชน ไม่ควรตกเป็นกรรมสิทธิ์ของใครคนใดคนหนึ่ง ขณะที่ยุทธศาสตร์ศูนย์กลางเมล็ดพันธุ์แห่งชาตินิยามว่าเมล็ดพันธุ์ คือ ต้นทุนการผลิตที่สำคัญ ของภาคเกษตรและต้องการพัฒนาให้เมล็ดพันธุ์ ภายในประเทศตอบสนองการผลิตสินค้าเกษตรเชิงอุตสาหกรรม เพื่อบรรลุเป้าหมายการส่งออกเมล็ดพันธุ์เพิ่มขึ้นเป็น 1 หมื่นล้านบาทภายในปี 2563⁸

ข้อแตกต่างในหลักการและวิธีการ ส่งผลให้เครือข่ายฯ พยายามคานอำนาจการตัดสินใจของรัฐในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเมล็ดพันธุ์มาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งในปี 2540 ผ่านการทำกิจกรรมส่งเสริมการอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน เพื่อแสดงให้เห็นว่าเครือข่ายฯ มีศักยภาพในการบริหารจัดการเมล็ดพันธุ์ด้วยตัวเอง อาทิ การจัดตั้งศูนย์พันธุ์กรรมประจำชุมชน และการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเมล็ดพันธุ์ เป็นต้น

ความไม่สอดคล้องกันทั้งในเรื่องของเป้าหมายและกระบวนการพัฒนาเมล็ดพันธุ์ระหว่างรัฐและเครือข่ายฯ ส่งผลให้ไม่เกิดการประสานความร่วมมือเพื่อพัฒนาเมล็ดพันธุ์ไปในทิศทางเดียวกัน และกลายเป็นอุปสรรคที่ทำให้การทำงานเพื่อปกป้องสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกรยังจำกัดขอบเขตการขับเคลื่อนอยู่เพียงการรวมกลุ่มออกแถลงการณ์ เพื่อสร้างการตระหนักรู้เรื่องสิทธิเกษตรกรให้กับสังคม และเพื่อสร้างแนวร่วมในการสร้างอำนาจการต่อรองกับรัฐในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกร

2) บริบทด้านความสัมพันธ์ระหว่างสิทธิในการเข้าถึงทรัพยากร (access rights) การต่อสู้ในท้องถิ่น (local struggle) และการเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศ (ecological transformation) เพื่อทำความเข้าใจการต่อสู้ของเครือข่ายฯ ในการปกป้องสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกร

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และเอกสาร พบว่ากลไกทางสังคมที่ส่งผลต่อสิทธิในการเข้าถึงเมล็ดพันธุ์ และกระทบต่อกระบวนการทำงานของเครือข่ายฯ และเกษตรกร รวมถึงส่งผลต่ออุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์ทั้งระบบ คือ กฎหมายคุ้มครองพันธุ์พืช พ.ศ.2542 ซึ่งเกิดจากการที่เครือข่ายเกษตรกรรวมทางเลือก สมัชชาคนจน องค์กรพัฒนาเอกชน และนักวิชาการ เคลื่อนไหวผลักดัน

⁸ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2560). แผนแม่บทยุทธศาสตร์ศูนย์กลางเมล็ดพันธุ์ พ.ศ. 2558-2567, หน้า 62.

กฎหมายคุ้มครองพันธุ์พืชที่คำนึงถึงหลักการเรื่องสิทธิเกษตรกร สิทธิอธิปไตยของประเทศเหนือ
ทรัพยากรชีวภาพ รวมถึงการแบ่งปันผลประโยชน์ให้กับเกษตรกรอย่างเป็นธรรม

กฎหมายคุ้มครองพันธุ์พืช พ.ศ.2542 จึงถูกร่างขึ้นโดยมีเนื้อหาให้ความคุ้มครองพันธุ์พืชใหม่
ของนักปรับปรุงพันธุ์และบริษัทเมล็ดพันธุ์ รวมถึงการเคารพสิทธิและผลประโยชน์ของเกษตรกร
พร้อมกำหนดกลไกคุ้มครองสิทธิในพันธุ์พืชท้องถิ่นและส่งเสริมบทบาทของชุมชน

แต่เพราะหน่วยงานที่กำกับดูแลการใช้กฎหมายคุ้มครองพันธุ์พืช พ.ศ.2542 นั้น คือ
กรมวิชาการเกษตร ซึ่งเป็นหน่วยงานวิจัยในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ที่มีหน้าที่หลักในการ
ค้นคว้าวิจัยด้านการเกษตร จึงปรากฏว่าข้อกฎหมายที่มีการบังคับใช้มีเพียงการคุ้มครองสิทธิใน
พันธุ์พืชปรับปรุงที่กรมวิชาการเกษตรวิจัยพัฒนาขึ้นมาเท่านั้น แต่ไม่ปรากฏการใช้กฎหมายดังกล่าว
เพื่อคุ้มครองสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกรแต่อย่างใด

ความไม่มีประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมายเพื่อคุ้มครองสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกร
เป็นเหตุผลที่ทำให้เครือข่ายฯ มองว่าพวกเขาต้องต่อสู้ด้วยตัวเองเพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิในเมล็ดพันธุ์
ของเกษตรกร และกลายเป็นความขัดแย้งระหว่างเครือข่ายฯ และรัฐ ซึ่งส่งผลให้เกิดการไม่ประสาน
ความร่วมมือในการทำงาน และเกิดข้อจำกัดในการทำงานส่งเสริมสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกร
เนื่องจากเครือข่ายฯ ไม่มีต้นทุนมากพอที่จะขยายพื้นที่การทำงาน รวมถึงไม่มีอำนาจในการตัดสินใจ
เชิงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกร

กล่าวได้ว่า การส่งเสริมสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกรนั้นเชื่อมโยงกับมิติด้านเศรษฐกิจ
สังคม และสิทธิในการเข้าถึงทรัพยากรซึ่งข้อกฎหมายถูกกำหนดและกำกับโดยรัฐ ซึ่งเป็นปัจจัยที่อยู่
นอกเหนืออำนาจการตัดสินใจของเครือข่ายฯ ส่งผลให้กระบวนการทำงานของเครือข่ายฯ ยังจำกัด
ขอบเขตการขับเคลื่อนอยู่เพียงการรวมกลุ่มออกแถลงการณ์ เพื่อสร้างการตระหนักรู้เรื่องสิทธิ
เกษตรกรให้กับสังคม

จึงสรุปได้ว่าการทำงานของเครือข่ายฯ มีส่วนช่วยส่งเสริมหลักการอธิปไตยด้านอาหารข้อ 2
แต่ไม่สามารถประเมินได้ว่ามีส่วนในการขับเคลื่อนประเด็นดังกล่าวในระดับใด เนื่องจากการ
ขับเคลื่อนประเด็นสิทธิในเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกรเกี่ยวข้องกับภาคเกษตรทั้งระบบจึงมี
แนวร่วมในกาผลักดันประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิทธิในเมล็ดพันธุ์ ของเกษตรกรในแต่ละครั้งจน
บรรลุเป้าหมาย

4. การสัมภาษณ์ในประเด็นการส่งเสริมสิทธิในการเลือกบริโภคอาหารและเข้าถึงอาหารของผู้บริโภค

4.1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์ พบว่าเครือข่ายฯ ได้ให้นิยามถึงอาหารปลอดภัยว่า คือ อาหารที่ปราศจากสารเคมีและผลิตขึ้นอย่างคำนึงถึงความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่การผลิต หรือคือการผลิตที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่ทำลายวิถีการผลิตดั้งเดิมของพื้นที่ เช่น การทำเกษตรผสมผสาน หรือ เกษตรเชิงนิเวศ ซึ่งช่วยอนุรักษ์หน้าดิน และช่วยเพิ่มทางเลือกในการผลิตให้กับเกษตรกรรายย่อย

อนึ่ง จากการทำงานของเครือข่ายฯ ตั้งแต่ปี 2538 เป็นต้นมา พบว่าเครือข่ายฯ ได้ส่งเสริมสิทธิในการเลือกบริโภคอาหารและเข้าถึงอาหารผ่าน 2 แนวทาง คือ

1) สร้างตลาดซื้อขายอาหารปลอดภัยขึ้นในเขตชุมชน

เครือข่ายฯ มองว่าการเพิ่มสิทธิในการเลือกบริโภคอาหารและเข้าถึงอาหารของผู้บริโภคนั้นสามารถทำได้ผ่านการเพิ่มตลาดซื้อขายอาหารที่มีเงื่อนไข คือ 1.กระจายอย่างทั่วถึงและไม่ห่างจากเขตชุมชนเกิน 5 กิโลเมตร 2.ราคาอาหารที่ขายในตลาดต้องอยู่ในระดับที่สอดคล้องกับรายได้ของประชากรส่วนใหญ่ในประเทศ และ 3.อาหารที่ขายในตลาดต้องเป็นอาหารปลอดภัยและมีความหลากหลายสอดคล้องกับวิถีการกินในท้องถิ่น

ด้วยแนวคิดดังกล่าว ทำให้เครือข่ายฯ เริ่มต้นสร้างตลาดซื้อขายอาหารปลอดภัยประจำสัปดาห์หรือประจำเดือนขึ้นในพื้นที่ของสมาชิกในเครือข่ายตั้งแต่ปี 2550 เป็นต้นมา รวมถึงจัดตลาดขึ้นในวาระสำคัญของเครือข่าย อาทิ ในมหกรรมพันธกรรมพื้นบ้านที่เกิดขึ้นเป็นประจำทุกปี หรือในงานเสวนาของมูลนิธิในเครือข่าย อาทิ มูลนิธิเกษตรกรรมยั่งยืน ประเทศไทย มูลนิธิชีววิถี หรือเครือข่ายกินเปลี่ยนโลก เป็นต้น

2) ผนวกสร้างการตระหนักรู้ด้านอาหาร (food literacy) ด้วยการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องอาหารปลอดภัย

การสร้างการตระหนักรู้ด้านอาหารนั้น เครือข่ายฯ ได้นิยามว่าหมายถึงการสื่อสารถึงข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหาร อาทิ การสื่อสารถึงแหล่งที่มาและกระบวนการผลิตอาหาร หรือผลกระทบของการผลิตอาหารรูปแบบต่างๆ ต่อสิ่งแวดล้อม สุขภาพของผู้บริโภค และระดับความมั่นคงด้านอาหารของชาติ

ดังนั้นการส่งเสริมการตระหนักรู้ด้านอาหารนั้น จึงถือเป็นการเพิ่มสิทธิในการเลือกบริโภคอาหารในทางหนึ่ง เนื่องจากการส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีข้อมูลที่เพียงพอในการตัดสินใจบริโภคอาหาร และตระหนักถึงข้อดีข้อเสียของทางเลือกเหล่านั้น

4.2 ข้อมูลจากเอกสาร

ข้อมูลจากเอกสารสรุปผลการดำเนินงานประจำปีของเครือข่ายฯ พบว่าแนวทางการทำงานดังกล่าวเข้าถึงกลุ่มคนในวงจำกัด จากปัจจัยเรื่องต้นทุนของเครือข่ายฯ ที่มีจำกัด ทำให้การดำเนินงาน เป็นไปอย่างไม่สม่ำเสมอ และไม่สามารถขยายการสื่อสารสู่วงกว้างได้ โดยเฉพาะการจัดตลาดอาหาร ปลอดภัยนั้นไม่สามารถจัดในเขตเมืองได้อย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากราคาค่าเช่าพื้นที่ค่อนข้างสูง การจัดตลาดแต่ละครั้งจึงมักทำร่วมกับองค์กรที่เอื้อเพื่อสถานที่จัดงาน อาทิ หอศิลป์กรุงเทพฯ หรือพื้นที่ของ มูลนิธิชีววิถีและมูลนิธิเกษตรกรรมยั่งยืน อำเภไทรมา จังหวัดนนทบุรี ทว่าเป็นพื้นที่ที่ไกลจากแหล่งชุมชน จึงกล่าวได้ว่า แม้การเกิดขึ้นของตลาดอาหารปลอดภัยจะช่วยเพิ่มทางเลือกให้กับ ผู้บริโภคได้จริง แต่ยังจำกัดอยู่ในวงแคบเนื่องจากอุปสรรคด้านต้นทุนของเครือข่ายฯ

ด้านการสื่อสารเพื่อสร้างการตระหนักรู้ด้านอาหาร พบว่ายังไม่สามารถวัดผลลัพธ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม ว่าสามารถเพิ่มสิทธิในการเลือกบริโภคอาหารและเข้าถึงอาหารได้จริงหรือไม่ เนื่องจากรยังไม่มีมีการประเมินผลลัพธ์ในการสื่อสารอย่างเป็นระบบ กล่าวได้ว่า การส่งเสริมสิทธิในการเลือกบริโภคอาหารและเข้าถึงอาหารของผู้บริโภค ผ่านการสร้างพื้นที่ซื้อขายอาหารปลอดภัยและการทำงานสื่อสารเพื่อสร้างการตระหนักรู้เรื่องอาหาร ยังคงมีข้อจำกัดเรื่องต้นทุนในการดำเนินงาน ซึ่งส่งผลให้การดำเนินงานเกิดความไม่ต่อเนื่องและไม่สามารถขยายขอบเขตการทำงานได้

ดังนั้นเมื่อการบริโภคอาหารและสิทธิในการเข้าถึงอาหาร (Consumption of food and the right to food) คือ หลักการข้อที่ 4 ซึ่งทำให้เกิดอริปไตยด้านอาหารของผู้บริโภค และทำให้เกิดอริปไตยด้านอาหารของสังคมตามมา จึงสรุปได้ว่าการทำงานของเครือข่ายฯ มีส่วนช่วยส่งเสริมอริปไตยด้านอาหารจริง แต่ไม่สามารถสรุปได้ว่าช่วยส่งเสริมอริปไตยด้านอาหารอย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ เนื่องจากขอบเขตการทำงานยังอยู่ในวงจำกัด และไม่สามารถวัดประสิทธิภาพการทำงานได้อย่างเป็นรูปธรรม

อภิปรายผล

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเพื่อวิเคราะห์วิธีการเสริมสร้างอธิปไตยด้านอาหาร ผ่านเครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน โดยการพิจารณาแนวทางการทำงานของเครือข่ายฯ ดังกล่าวร่วมกับหลักการของแนวคิดอธิปไตยด้านอาหาร อนึ่ง งานวิจัยฉบับนี้มีสมมติฐานว่า การทำงานของเครือข่ายฯ นั้นไม่สอดคล้องกับเป้าหมายของนโยบายรัฐที่เกี่ยวข้องกับเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านและเกษตรกร จึงส่งผลให้เครือข่ายฯ ไม่สามารถดำเนินงานส่งเสริมอธิปไตยด้านอาหารของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลวิจัยพบว่า การทำงานของเครือข่ายฯ นั้นมีอุปสรรคสำคัญที่เกิดขึ้นจากทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน คือ 1. ต้นทุนของเครือข่ายที่ไม่เพียงพอต่อการขยายพื้นที่การทำงานสู่เกษตรกรวงกว้าง และ 2. นโยบายการพัฒนาเมล็ดพันธุ์ ในเป้าหมายของยุทธศาสตร์ศูนย์กลางเมล็ดพันธุ์ พ.ศ.2558-2567 ปรากฏว่ามีเนื้อหามุ่งส่งเสริมอุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์เพื่อการส่งออกเป็นหลัก และไม่มีเป้าหมายที่จะส่งเสริมการอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านแต่อย่างใด เท่ากับว่าเครือข่ายฯ มีเป้าหมายการทำงานสวนทางกับนโยบายด้านเมล็ดพันธุ์ของรัฐ

อุปสรรคดังกล่าวส่งผลให้การทำงานของเครือข่ายฯ ดำเนินไปอย่างช้า ๆ และไม่บรรลุเป้าหมาย ที่ตั้งไว้ เนื่องจากไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐ และไม่มีต้นทุนเพียงพอ ที่จะขยายพื้นที่การทำงาน ซึ่งสวนทางกับการเติบโตของอุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์ในประเทศที่ได้รับการส่งเสริมจากรัฐและเติบโตอย่างรวดเร็ว

เมื่อพิจารณาผลลัพธ์ของการทำงานของเครือข่ายฯ ข้างต้น ประกอบกับหลักการของแนวคิดอธิปไตยด้านอาหาร ทั้ง 4 ข้อ คือ 1) เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงปัจจัยการผลิตและวิธีการผลิตที่สอดคล้องกับความยั่งยืน 2) ปกป้องสิทธิของเกษตรกรรายย่อยจากการถูกขูดรีด 3) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมเชิงนโยบายของเกษตรกรรายย่อย และ 4) ส่งเสริมสิทธิในการเลือกบริโภคของผู้บริโภค มาใช้วิเคราะห์แนวทางการ ทำงานของเครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน พบว่าการทำงานของ เครือข่ายมีส่วนส่งเสริมหลักการทั้ง 4 ข้อจริง แต่ยังมีข้อจำกัดของขอบเขตการทำงานอยู่เพียงในกลุ่ม เกษตรกรที่เป็นสมาชิกของเครือข่ายฯ เดิมเท่านั้น อนึ่งจากผลลัพธ์ดังกล่าว จึงสามารถสรุปได้ว่าการทำงานของเครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์ พื้นบ้าน สอดคล้องกับสมมติฐานของงานวิจัยที่ตั้งไว้

สรุปผล

เมื่อพิจารณาการทำงานของเครือข่ายฯ ข้างต้น เพื่อตอบคำถามการวิจัยที่ว่า เครือข่าย อนุรักษ์และพัฒนาเมล็ดพันธุ์พื้นบ้านเป็นเครื่องมือที่ช่วยส่งเสริมอธิปไตยด้านอาหารของผู้ผลิตราย ย่อยในประเทศหรือไม่ สรุปได้ว่า การทำงานของเครือข่ายมีส่วนช่วยส่งเสริมอธิปไตยด้านอาหารจริง แต่ยังจำกัดขอบเขตอยู่เพียงในกลุ่มเกษตรกรที่เป็นสมาชิกของเครือข่ายฯ เท่านั้น เนื่องจาก เครือข่ายฯ ยังขาดต้นทุนเพื่อขยายพื้นที่การทำงานสู่เกษตรกรในวงกว้าง นอกจากนั้นจุดยืนและ เป้าหมายของ เครือข่ายฯ ซึ่งมุ่งเน้นส่งเสริมสิทธิของเกษตรกร โดยมองว่าเมล็ดพันธุ์เป็น ทรัพยากรร่วมของชุมชน ยังสวนทางกับจุดยืนและเป้าหมายของนโยบายยุทธศาสตร์เมล็ดพันธุ์ แห่งชาติปี 2558-2567 ที่มุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์เป็นหลัก จึงทำให้เครือข่ายฯ ไม่มี ส่วนร่วมเชิงนโยบายด้านเกษตร และอาหารของภาครัฐ และเกิดเป็นอุปสรรคในการดำเนินงานเพื่อ บรรลุเป้าหมาย นอกจากนั้นเนื่องจากแนวคิดอธิปไตยด้านอาหารเป็นแนวคิดเชิงนามธรรมไม่มี มาตรการระดับอธิปไตยด้านอาหารที่ชัดเจน การวิเคราะห์การทำงานของเครือข่ายฯ นั้น ส่งเสริม อธิปไตยด้านอาหารของเกษตรกร รายย่อยในระดับใด จึงยังคงเป็นข้อจำกัดในการวิจัยในประเด็น ดังกล่าว

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2558). แผนแม่บทยุทธศาสตร์ศูนย์กลางเมล็ดพันธุ์ พ.ศ.2558-2567.

กรุงเทพมหานคร: สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ.

เกษตรกรรายย่อย. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ศรีเมืองการพิมพ์ จำกัด.

โฆสิต ปั้นเปี่ยมรัษฎ์. (2534). นโยบายการเกษตรกับความเป็นประเทศอุตสาหกรรม.

กรุงเทพมหานคร: สถาบันนโยบายศึกษา.

นาวิน โสภากุมิ. (2556). การควบคุม ความเสี่ยง และความลึกลับขัดกันของความสัมพันธ์เชิงอำนาจ

ในระบบเกษตรพันธะสัญญา. วารสารสังคมศาสตร์. ที่ปี 25(ฉบับที่ 1/2556).

ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. (2541). นิเวศเศรษฐศาสตร์และนิเวศวิทยาการเมือง. กรุงเทพมหานคร:

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- พรอุมา จงวิมานสินธุ์. (2552). ปัญหาและขอบเขตของสิทธิเกษตรกรภายใต้สนธิสัญญาระหว่างประเทศว่าด้วยทรัพยากรพันธุกรรมพืชเพื่ออาหารและการเกษตร. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ผาสุก พงษ์ไพจิตร และ คริส เบเกอร์. (2546). เศรษฐกิจการเมืองไทยสมัยกรุงเทพฯ. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์ซิลค์เวอร์ม.
- พิมพ์ชนก ขาญวิจิต. (2563). ผลกระทบข้อตกลง CPTPP ต่อสิทธิเกษตรกรรายย่อยในประเทศไทย. วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี. ปีที่ 6(ฉบับที่ 2), 14-22.
- วีระ หวังสัจจะโชค. (2559). ความมั่นคงทางอาหารและอธิปไตยทางอาหาร: การศึกษาการเมืองเรื่องอาหาร (Food Politics) ในศตวรรษที่ 21. วารสารรัฐศาสตร์ มสธ. ปีที่ 1(ฉบับที่ 2).
- สิรินทิพย์ นรินทรศิลป์. (2561). การเสริมสร้างอธิปไตยด้านอาหารของชาวนารายย่อยภายใต้อิทธิพลของเสรีนิยมใหม่ กรณีศึกษา ขบวนการการค้าข้าวที่เป็นธรรมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาสหวิทยาการ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
- สร้อยมาศ รุ่งมณี. (2566). ทุนนิยมอาหาร. กรุงเทพมหานคร: สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนุสรณ์ อุณโณ. (2546). ขบวนการเกษตรกรรมยั่งยืนในสังคมไทยและการเมืองของงานเขียน. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิเกษตรกรรมยั่งยืน (ประเทศไทย).
- อานันท์ กาญจนพันธุ์. (2544). มติชุมชน : วิธีคิดท้องถิ่นว่าด้วยสิทธิอำนาจและการจัดการทรัพยากร. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- Akram-Lodhi, A. Haroon. (2013). How to Build Food Sovereignty. In Food Sovereignty: A Critical Dialogue, International Conference on September 14-15, 2013, Program in Agrarian Studies, Yale University.
- Angela M. Chapman. (2017). The Neoliberal Economy of Food: Evaluating the Ability of the Local Food System around Athens, Ohio to Address Food Insecurity, Ohio University.
- Elinor Ostrom, (1990). Governing the Common: The Evolution of Institutions of Collective Action, Cambridge University Press.

Elinor Ostrom, Roy Gardiner and James Walker. (1994). *Rules, Games, & Common-Pool Resources*, The University of Michigan Press.

Peter Rosset. (2010). La Via Campesina: The Birth and Evolution of a Transnational Social Movement, *Journal of Peasant Studies*.

Philip McMichael. (2014). *Food Regimes and Agrarian Questions*, Practical Action Publishing.

Valeria Sodano. (2012). *Food Policy Beyond Neo-Liberalism*, University Federico II of Naples, Italy.

Wayne Roberts. (2008). *The No-Nonsense Guide to World Food*, New Internationalist. World Bank Group. (2020). *Revising Public Agricultural Support to Mitigate Climate Change*.

Young-Chool Choi & Hak-Sil Kim. (2015). *Success Factors of the Local Food Movement and Their Implications: The Case of Wanju-gun, Republic of Korea*, 2nd Global Conference on Business, Economics, Management and Tourism, 30-31 October 2014.

การพัฒนาเกมส์เพื่อส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจต่อการเรียนรู้ เรื่องตารางธาตุของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ปวริศ สมานบุตร¹, พัฒน์ศรีญ์ เลหาไพบุลย์², อรณิชา คงวุฒิ³

¹ โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

² ห้างหุ้นส่วนจำกัดบุญพาวาสนาสง 84 เขตบางแค กรุงเทพมหานคร

³ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

¹ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาเกมส์ที่ใช้ในการสอนตารางธาตุสำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย 2) ศึกษาผลของการใช้เกมส์ที่พัฒนาขึ้นต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องตารางธาตุ และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนต่อการเรียนโดยใช้เกมส์ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 45 คน ซึ่งได้จากการสุ่ม เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วย 1) เกมส์สอนตารางธาตุที่ผู้วิจัยแก้ไขจาก Platform 2) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องตารางธาตุ และ 3) แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการเรียนโดยใช้เกมส์ ดำเนินการทดลองเป็นเวลา 2 สัปดาห์ ผลการวิจัยพบว่า 1) นักเรียนกลุ่มทดลองที่เรียนโดยใช้เกมส์มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องตารางธาตุสูงกว่านักเรียนกลุ่มควบคุมที่เรียนแบบปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 33 2) นักเรียนกลุ่มทดลองมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 56 และ 3) นักเรียนกลุ่มทดลองมีความพึงพอใจต่อการเรียนโดยใช้เกมส์อยู่ในระดับมาก ดังนั้นครูผู้สอนวิชาเคมีและผู้ที่เกี่ยวข้องจึงควรพิจารณานำเกมส์ไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: เกมส์ตารางธาตุ, สื่อการสอน, การผสมผสาน

Developing a Game to Enhance Learning Achievement and Satisfaction on the Periodic Table for High School Students

Pavarich Samanboot¹, Phatsaran Laohhapaibon², Ornnicha Kongwut³

¹The Demonstration School of Kanchanaburi Rajabhat University

²Boonpawassanasong Company 84 Bangkae Bangkok

³Department of Physics, Faculty of Science and Technology

³Kanchanaburi Rajabhat University

¹High School Student

Abstract

This research aimed to 1) develop a game for teaching the periodic table to high school students, 2) study the effects of using the developed game on learning outcomes regarding the periodic table, and 3) investigate students' satisfaction with learning through the game. The sample group consisted of 45 randomly selected 12th-grade students. The tools used included 1) the developed periodic table game, 2) a test measuring learning outcomes regarding the periodic table, and 3) a questionnaire assessing students' satisfaction with learning through the game. The experiment lasted for 2 weeks. The results of the research revealed that 1) the experimental group, who learned through the game, demonstrated significantly higher learning outcomes regarding the periodic table compared to the control group, with a statistically significant difference of 33%, 2) the post-learning learning outcomes of the experimental group were significantly higher than their pre-learning outcomes, with a statistically significant improvement of 56%, and 3) the experimental group reported a high level of satisfaction with learning through the game. Therefore, chemistry teachers and relevant educators should consider integrating educational games into their teaching practices to enhance the effectiveness of teaching and learning.

Keywords: Periodic Table Game, Teaching Aid, Integration

บทนำ

การเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเคมี เป็นเรื่องท้าทายสำหรับทั้งผู้สอนและผู้เรียน เนื่องจากเนื้อหาที่มีความเป็นนามธรรมสูง ผู้เรียนจำเป็นต้องใช้จินตนาการและความเข้าใจในระดับจุลภาค ซึ่งอาจทำให้รู้สึกว่ายากต่อการเรียนรู้ (Hibbard et al 2016, Wilson & Varma-Nelson, 2018) ตารางธาตุเป็นหัวข้อพื้นฐานที่สำคัญในวิชาเคมี แต่ผู้เรียนมักจดจำได้ยากและไม่เห็นความเชื่อมโยงกับชีวิตประจำวัน (Cardellini, 2012, Tsai et al, 2020) ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีวิธีการสอนที่ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจและเห็นคุณค่าของตารางธาตุมากขึ้น

การใช้เกมเป็นวิธีการหนึ่งที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ (Samide & Wilson, 2017) เพื่อเพิ่มแรงจูงใจและความสนใจของผู้เรียน งานวิจัยหลายชิ้นแสดงให้เห็นว่าการใช้เกม ทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิทยาศาสตร์สูงขึ้น (Sevcik et al., 2018, Bayir, 2014, Kavak, 2012) และผู้เรียนมีทัศนคติที่ดีต่อวิชาวิทยาศาสตร์ (Li & Tsai, 2013, Rastegarpour & Marashi, 2012) โดยเกมที่ใช้มีทั้งแบบกระดานและแบบดิจิทัล (Kurshkin & Mikhaylenko, 2016) ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนทักษะการคิดและแก้ปัญหาตลอดจนมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมชั้นเรียน

งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้เกมในการสอนตารางธาตุยังมีอยู่อย่างจำกัด Franco-Mariscal et al. (2016) พัฒนาเกมกระดานเพื่อสอนสมบัติของธาตุและได้ผลเป็นที่น่าพอใจ แต่ยังไม่มีการศึกษาผลในวงกว้าง ในขณะที่ Martí-Centelles & Rubio-Magnieto (2014) ใช้เกมการ์ดเพื่อสอนการจัดเรียงอิเล็กตรอนของธาตุ ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจโครงสร้างอะตอมได้ดีขึ้น แต่อาจจำกัดอยู่แค่เพียงบางหัวข้อของตารางธาตุ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. พัฒนาเกมที่ใช้ในการสอนตารางธาตุสำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมปลาย
2. ศึกษาผลของการใช้เกมที่พัฒนาขึ้นต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องตารางธาตุ และ
3. ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนต่อการเรียนโดยใช้เกม

โดยมีสมมติฐานว่า นักเรียนที่เรียนด้วยเกมจะมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องตารางธาตุสูงกว่านักเรียนที่เรียนแบบปกติ และมีความพึงพอใจต่อการเรียนในระดับมาก ผลการวิจัยนี้จะเป็น

ประโยชน์ต่อครูผู้สอนวิชาเคมีในการนำเกมส์ไปประยุกต์ใช้ เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนให้มี
ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง: นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏ
กาญจนบุรี ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 จำนวน 2 ห้องเรียน รวม 90 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ
นักเรียนจำนวน 1 ห้องเรียน รวม 45 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Random
Sampling) และกลุ่มควบคุม 45 คน

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย: เกมส์ Periodic Table Train

กลุ่มเป้าหมาย: นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 แผนการเรียนวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์
โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีจำนวน 45 คน

อุปกรณ์: ใบงานตารางธาตุ เกมส์ Periodic Table Train และแบบสอบถามความพึงพอใจ

ระยะเวลา: 100 นาที (2 คาบเรียน)

วิธีวิจัย: 1. ชี้แจงวัตถุประสงค์ ขอความร่วมมือนักเรียน

2. ทดสอบก่อนเรียน

3. อธิบายเกมส์และดำเนินการกิจกรรมการเล่นเกมส์

4. ทดสอบหลังเรียนและให้นักเรียนทำแบบสอบถามความพึงพอใจ

การวิเคราะห์ข้อมูล: ใช้ร้อยละเป็นค่าเฉลี่ย เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ระหว่างก่อนและ
หลังใช้เกมส์

เครื่องมือและการหาคุณภาพ

1. เกมส์สอนตารางธาตุ เป็นเกมส์ใน Platform สำเร็จที่ผู้วิจัยต้องใส่ข้อมูลการสอนเพิ่มไป
เกมส์นี้ครอบคลุมเนื้อหาเรื่องสมบัติของธาตุ และการนำไปใช้ประโยชน์ มีการตรวจสอบความตรงเชิง
เนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่าน

2. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องตารางธาตุ เป็นข้อสอบแบบเลือกตอบ
2 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ ให้คะแนนข้อละ 2 คะแนน

3. แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการเรียนโดยใช้เกมส์ ใช้การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ในการคำนวณค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในแต่ละรายการและค่าเฉลี่ยรวม (Stringfield & Kramer, 2016)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการทดลองเป็นเวลา 2 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 2 คาบ คาบละ 50 นาที รวม 8 คาบ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ทดสอบก่อนเรียน (T-test) ด้วยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
2. จัดการเรียนรู้ตามแผนการจัดการเรียนรู้ที่กำหนด กลุ่มทดลองเรียนโดยใช้เกมส์ กลุ่มควบคุมเรียนแบบปกติ
3. ทดสอบหลังเรียน (Post-test) ด้วยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนฉบับเดิม
4. ให้กลุ่มทดลองตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการเรียนโดยใช้เกมส์

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องตารางธาตุระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม โดยใช้ค่าร้อยละ (Hung et al, 2020)
2. เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องตารางธาตุของกลุ่มทดลองระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน โดยใช้ค่าร้อยละ (Ye et al, 2019)
3. วิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มทดลองต่อการเรียนโดยใช้เกมส์ ด้วยการหาค่าเฉลี่ยแบบร้อยละ (Gauthier et al, 2015)
4. วิเคราะห์แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการเรียนโดยใช้เกมส์ ใช้การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ในการคำนวณค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในแต่ละรายการและค่าเฉลี่ยรวม โดยค่าเฉลี่ยเลขคณิตคำนวณได้จากสูตร:

$$\text{ค่าเฉลี่ยเลขคณิต} = \text{ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด} \div \text{จำนวนข้อมูลทั้งหมด}$$

การใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิตเหมาะสำหรับการหาค่ากลางของข้อมูลที่มีลักษณะเป็นมาตรวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) หรืออัตราส่วน (Ratio Scale) เช่น คะแนนความพึงพอใจที่วัดจากมาตรวัดแบบ Likert Scale ซึ่งมีระดับการวัดตั้งแต่ 1 ถึง 5 คะแนน

ผลการศึกษา

1. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องตารางธาตุระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมก่อนเรียน

ตาราง 1 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องตารางธาตุระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม

กลุ่ม	จำนวน (คน)	ก่อนเรียนผ่านเกณฑ์ (คน)	ร้อยละ
ทดลอง	45	15	33.33
ควบคุม	45	13	28.89

จากตาราง 1 พบว่า นักเรียนกลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยการผ่านเกณฑ์การทำใบงานอยู่ที่ 15 คน และกลุ่มควบคุมอยู่ที่ 13 คนคิดเป็นค่าเฉลี่ย 33.33 กับ 28.89 ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องตารางธาตุของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมหลังเรียน

ตาราง 2 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องตารางธาตุของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมหลังเรียน

กลุ่ม	จำนวน (คน)	หลังเรียนผ่านเกณฑ์ (คน)	ร้อยละ
ทดลอง	45	40	89.00
ควบคุม	45	25	56.00

จากตาราง 2 พบว่า นักเรียนกลุ่มทดลองมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องตารางธาตุหลังเรียนโดยใช้เกมส์สูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 33 แสดงให้เห็นว่าการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมส์ช่วยพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนได้

3. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มทดลองต่อการเรียนโดยใช้เกมส์

ตาราง 3 แสดงผลความพึงพอใจต่อการเรียนรู้ด้วยเกมส์ตารางธาตุ

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. ความน่าสนใจของเกมส์	4.35	0.68	มาก
2. ความสวยงามของกราฟฟิก	4.12	0.74	มาก
3. ความเหมาะสมของเสียงประกอบ	4.08	0.82	มาก
4. ความง่ายในการเล่นเกมส์	4.42	0.71	มาก
5. ความรู้ที่ได้รับจากการเล่นเกมส์	4.65	0.58	มากที่สุด
6. ความสนุกสนานในการเล่นเกมส์	4.58	0.64	มากที่สุด
7. ความพึงพอใจโดยรวมต่อเกมส์	4.46	0.65	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.38	0.69	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อการเรียนรู้ด้วยเกมส์ตารางธาตุโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.38, S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้เรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด 2 รายการ ได้แก่ ความรู้ที่ได้รับจากการเล่นเกมส์ (ค่าเฉลี่ย = 4.65, S.D. = 0.58) และความสนุกสนานในการเล่นเกมส์ (ค่าเฉลี่ย = 4.58, S.D. = 0.64) ส่วนรายการอื่น ๆ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมส์ที่พัฒนาขึ้นสามารถเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องตารางธาตุและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้เรียนซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์และสมมติฐาน การวิจัยนี้มีข้อค้นพบที่สอดคล้องกับการวิจัยของ Franco-Mariscal et al. (2016) ที่พบว่าการใช้เกมส์ช่วยพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมบัติของธาตุได้

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่พบว่า นักเรียนที่เรียนโดยใช้เกมสมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องตารางธาตุ สูงกว่านักเรียนที่เรียนแบบปกติ และมีผลสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนให้เห็นว่าการใช้เกมสเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาความรู้ความเข้าใจของผู้เรียน เกี่ยวกับตารางธาตุ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเกมสช่วยเพิ่มแรงจูงใจและความสนใจในการเรียนสอดคล้อง กับแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ของ Keller (2010) ที่ระบุว่าการเร้าความสนใจของผู้เรียน (Attention) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งเสริม การเรียนรู้ (Moser, S, et al 2017) นอกจากนี้การได้ลงมือ ปฏิบัติและมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนผ่านการเล่นเกมส ยังสอดคล้องกับหลักการเรียนรู้แบบ Active Learning (Prince, 2004) ซึ่งเน้นบทบาทของผู้เรียนในการสร้างองค์ความรู้

ผลการวิจัยนี้ให้ข้อค้นพบที่สอดคล้องกับงานวิจัยอื่น ๆ เช่น Franco-Mariscal et al. (2016) ที่พบว่าการใช้เกมกระดานช่วยพัฒนาความเข้าใจเรื่องสมบัติของธาตุได้ดี และ Martí-Centelles & Rubio-Magnieto (2014) ที่พบว่าการใช้เกมการ์ดช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจการจัดเรียง อิเล็กตรอนได้มากขึ้น อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้ มีจุดเด่นในแง่ที่พัฒนาเกมสที่ครอบคลุมเนื้อหาเรื่อง ตารางธาตุในวงกว้าง และมีการศึกษาผลกับกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือ (Validity) ของผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีนัยสำคัญทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ ในเชิงทฤษฎี ผลการวิจัยช่วยยืนยันแนวคิด เรื่องการใช้เกมสในการส่งเสริมการเรียนรู้ และขยายองค์ความรู้ไปสู่บริบทของการสอนเคมี ส่วนใน เชิงปฏิบัติ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นแนวทางในการจัดการเรียนการสอนเรื่องตารางธาตุที่มี ประสิทธิภาพ ซึ่งครูผู้สอนสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และสร้าง เจตคติที่ดีต่อวิชาเคมีให้แก่ผู้เรียนได้

การวิจัยนี้มีข้อจำกัดบางประการเช่น กลุ่มตัวอย่างมาจากโรงเรียนเดียว ซึ่งอาจมีบริบท เฉพาะที่แตกต่างจากโรงเรียนอื่น ๆ และไม่ได้ศึกษาผลในระยะยาวหลังจากการทดลอง จึงยังไม่อาจ สรุปได้ว่า การเรียนรู้โดยใช้เกมสจะคงทนถาวรเพียงใด นอกจากนี้ ยังมีตัวแปรอื่นที่อาจมีผลต่อการ เรียนรู้ เช่น ความแตกต่างระหว่างบุคคล หรือบรรยากาศในชั้นเรียน ซึ่งงานวิจัยนี้ไม่ได้ควบคุม ดังนั้น ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมโดยขยายกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลาย ศึกษาผลระยะยาว และควบคุมตัวแปร แทรกซ้อนให้มากขึ้นเพื่อตรวจสอบผลการวิจัยซ้ำและสร้างข้อสรุปที่มั่นคงยิ่งขึ้นต่อไป

สรุปผล

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการใช้เกมที่พัฒนาขึ้นต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องตารางธาตุและความพึงพอใจต่อการเรียน กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 45 คน แบ่งเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ผลการวิจัยสรุปได้ว่า 1) นักเรียนกลุ่มทดลองที่เรียนโดยใช้เกม มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่ากลุ่มที่เรียนแบบปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 33 2) นักเรียนกลุ่มทดลองมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 56 และ 3) นักเรียนกลุ่มทดลองมีความพึงพอใจต่อการเรียนโดยใช้เกม อยู่ในระดับมาก

ข้อค้นพบจากการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าการนำเกมมาใช้ในการเรียนการสอนเรื่องตารางธาตุ สามารถช่วยพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสร้างเจตคติที่ดีต่อการเรียนเคมีได้ ดังนั้น ครูผู้สอนวิชาเคมี จึงควรพิจารณานำแนวทางการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของตนเอง อย่างไรก็ตาม ควรมีการวางแผนและออกแบบเกมให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ เนื้อหา และความต้องการของผู้เรียน รวมทั้งใช้ควบคู่กับการจัดการเรียนรู้รูปแบบอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ที่รอบด้านและเกิดประสิทธิผลสูงสุด นอกจากการประยุกต์ใช้ในห้องเรียนแล้ว การเผยแพร่ผลการวิจัยนี้ ยังเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสื่อการสอนเคมีในอนาคต โดยผู้ที่สนใจสามารถนำแนวทาง รูปแบบ และองค์ประกอบของเกมที่มีประสิทธิภาพไปปรับใช้และต่อยอดให้เหมาะกับเนื้อหาวิชาอื่น ๆ ได้

โดยสรุปงานวิจัยนี้มีคุณค่าในแง่ของการพัฒนาเทคนิคการสอนเคมี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องตารางธาตุ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของวิชาเคมีแต่ผู้เรียนมักเข้าใจได้ยาก การใช้เกมเป็นแนวทางหนึ่งที่ช่วยแก้ปัญหาดังกล่าวได้ เนื่องจากสามารถดึงดูดความสนใจ กระตุ้นการมีส่วนร่วม และสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่สนุกสนาน ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในที่สุด นอกจากนี้ ความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อการเรียนโดยใช้เกม ยังเป็นผลลัพธ์ทางอารมณ์ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดเจตคติที่ดีและมีแรงจูงใจในการเรียนเคมีอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้งานวิจัยชิ้นนี้จึงมีคุณูปการต่อวงการศึกษาวិทยาศาสตร์ โดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีทางการศึกษาเข้ามามีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ภาพ 1 เกมสื Periodic Table Train



เอกสารอ้างอิง

- Bayir, E. (2014). Developing and Playing Chemistry Games to Learn about Elements, Compounds, and the Periodic Table: Elemental Periodica, Compoundica, and Groupica. *Journal of Chemical Education*, 91(4), 531-535.
- Cardellini, L. (2012). Chemistry: Why the Subject is Difficult?. *Educación Química*, 23, 305-310.
- Franco-Mariscal, A. J., Oliva-Martínez, J. M., Blanco-López, Á., & España-Ramos, E. (2016). A Game-Based Approach to Learning the Idea of Chemical Elements and Their Periodic Classification. *Journal of Chemical Education*, 93(7), 1173-1190.
- Gauthier, A., Corrin, M., & Jenkinson, J. (2015). Exploring the Influence of Game Design on Learning and Voluntary Use in an Online Vascular Anatomy Study Aid. *Computers & Education*, 87, 24-34.

- Hibbard, L., Sung, S., & Wells, B. (2016). Examining the Effectiveness of a Semi-Self-Paced Flipped Learning Format in a College General Chemistry Sequence. *Journal of Chemical Education*, 93(1), 24-30.
- Hung, C.-M., Hwang, G.-J., & Huang, I. (2020). A Concept Map-Embedded Educational Computer Game for Improving Students' Learning Performance in Natural Science Courses. *Journal of Educational Technology & Society*, 23(3), 13-24.
- Kavak, N. (2012). ChemOkey: A Game to Reinforce Nomenclature. *Journal of Chemical Education*, 89(8), 1047-1049.
- Keller, J. M. (2010). *Motivational Design for Learning and Performance: The ARCS Model Approach*. Springer Science & Business Media. Florida State University.
- Kurushkin, M., & Mikhaylenko, M. (2016). Orbital Battleship: A Guessing Game to Reinforce Atomic Structure. *Journal of Chemical Education*, 93(9), 1595-1598.
- Li, M.C., & Tsai, C.C. (2013). Game-Based Learning in Science Education: A Review of Relevant Research. *Journal of Science Education and Technology*, 22(6), 877-898.
- Martí-Centelles, V., & Rubio-Magnieto, J. (2014). ChemMend: A Card Game to Introduce and Explore the Periodic Table while Engaging Students' Interest. *Journal of Chemical Education*, 91(6), 868-871.
- Moser, S., Zumbach, J., & Deibl, I. (2017). The Effect of Metacognitive Training and Prompting on Learning Success in Simulation-Based Physics Learning. *Science Education*, 101(6), 944-967.
- Prince, M. (2004). Does Active Learning Work? A Review of the Research. *Journal of Engineering Education*, 93(3), 223-231.

- Rastegarpour, H., & Marashi, P. (2012). The effect of card games and computer games on learning of chemistry concepts. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 31, 597-601.
- Samide, M. J., & Wilson, A. M. (2017). Games, Games, Games; Playing to Engage with Chemistry Concepts. *The Chemical Educator*. 19, 167-170.
- Sevcik, R. S., Hicks, O., Schultz, L. D., & Alexander, S. V. (2018). Elements - A Card Game of Chemical Names and Symbols. *Journal of Chemical Education*, 95(9), 1567-1568.
- Stringfield, T. W., & Kramer, E. F. (2016). Benefits of a Game-Based Review Module in Chemistry Courses for Nonmajors. *Journal of Chemical Education*, 91(1), 56-58.
- Tsai, J.-C., Chen, S. Y., Chang, C.-Y., & Liu, S.-Y. (2020). Element Enterprise Tycoon: Playing Board Games to Learn Chemistry in Daily Life. *Education Sciences*, 10(3), 48.
- Wilson, A., & Varma-Nelson, P. (2018). Characterization of First-Semester Organic Chemistry Peer-Led Team Learning and Cyber Peer-Led Team Learning Students' Use and Explanations of Electron-Pushing Formalism. *Journal of Chemical Education*, 95(9), 1533-1544.
- Ye, X., Chang, Y.-H., & Lai, C.-L. (2019). An Interactive Problem-Posing Guiding Approach to Bridging and Facilitating Pre- and In-class Learning for Flipped Classrooms. *Journal of Interactive Learning Environments*, 27(8), 1075-1092.

กลวิธีการขอโทษภาษาไทยของชาวจีนที่พูดภาษาไทย: กรณีศึกษาสถานการณ์ ทางธุรกิจในประเทศไทย

นพรัตน์ เรวัตโต¹, จักริน จุลพรหม²

^{1,2} คณะมนุษยศาสตร์

^{1,2} มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาภาษาไทยเพื่ออาชีพ

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้ศึกษาเรื่องกลวิธีการขอโทษภาษาไทยของชาวจีนที่พูดภาษาไทย: กรณีศึกษาสถานการณ์ทางธุรกิจในประเทศไทย โดยศึกษาจากกลุ่มนักศึกษาสัญชาติจีน เพศหญิง ที่ศึกษาอยู่ในประเทศไทย ระดับปริญญาโท สาขาภาษาไทยเพื่ออาชีพ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยจำนวน 16 คน โดยใช้ (Discourse Completion Test: DCT) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งหมด 6 สถานการณ์

ผลการศึกษาพบว่า 1. กลวิธีการกล่าวขอโทษของผู้เรียนภาษาไทยชาวจีนมีทั้งหมด 8 กลวิธี เรียงลำดับความถี่การเลือกใช้ดังนี้ 1) การกล่าวคำแสดงการขอโทษ 2) การเสนอขอใช้ 3) กลวิธีการยอมรับผิด 4) กลวิธีการกล่าวแก้ตัว 5) กลวิธีการพยายามทำให้ผู้อื่นพอใจ 6) กลวิธีการขอร้อง 7) กลวิธีการกล่าวกลบเกลื่อน 8) กลวิธีการใช้คำอุทาน ซึ่งนักศึกษาชาวจีนเลือกใช้กลวิธีในการกล่าวคำแสดงการขอโทษมากที่สุด จึงมีความคล้ายกับสังคมไทย ซึ่งสังคมไทยจะกล่าวคำ “ขอโทษ” บ่อยครั้งในชีวิตประจำวันเพื่อเป็นการรักษา “หน้า” ของผู้ฟัง จึงมีความคล้ายคลึงกับสังคมไทย สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาชาวจีนมาพำนักในประเทศไทยจะเกิดการข้ามวัฒนธรรมและการปรับตัวผ่านเพื่อนคนไทยและอาจารย์คนไทยที่เชี่ยวชาญ รวมถึงสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ในประเทศไทย เพื่อให้เข้ากับสังคมไทย 2. เพื่อศึกษารูปแบบความซับซ้อนของหน่วยข้อความที่สัมพันธ์กับน้ำหนักความผิด พบว่าความซับซ้อนของหน่วยข้อความจำนวนมากขึ้นตามระดับน้ำหนักความผิดที่มากขึ้น 3. เพื่อศึกษารูปแบบความซับซ้อนของหน่วยข้อความที่สัมพันธ์กับระยะเวลาที่พำนักในประเทศไทย พบว่าความซับซ้อนของหน่วยข้อความไม่สัมพันธ์กับจำนวนปีที่พำนักในประเทศไทย

คำสำคัญ: กลวิธี, การกล่าวขอโทษ, นักศึกษาชาวจีน, น้ำหนักความผิด, สถานการณ์ทางธุรกิจ

Apology Strategies in Thai by Chinese Speakers of Thai: A Case Study of Business Situations in Thailand

Nopparat Rewatto¹, Jakkrin Junlaprom²

^{1,2} School of Humanities

^{1,2} University of the Thai Chamber of Commerce

¹ Master's Degree Student, Department of Thai Language for Careers

Abstract

This research article investigates the apology strategies in Thai used by Chinese speakers of Thai: A case study of business situations in Thailand. The study focuses on a group of 16 female Chinese postgraduate students studying Thai for careers at the University of the Thai Chamber of Commerce. Data was collected using the Discourse Completion Test (DCT), covering six different scenarios.

The findings are as follows: 1. The apology strategies used by Chinese learners of Thai include eight methods, ranked by frequency of use as follows: 1. Expressing an apology 2. Offering compensation 3. Admitting fault 4. Providing an excuse 5. Attempting to please the other party 6. Pleading 7. Using distraction 8. Using exclamations. Chinese students most frequently chose the strategy of expressing an apology, which is similar to Thai society, where the phrase “sorry” is often used in daily life to maintain the listener's “face”. This reflects that Chinese student, while residing in Thailand, experience cross-cultural adaptation through interactions with Thai peers and knowledgeable Thai teachers, as well as various environments in Thailand, to integrate into Thai society. 2. To study the complexity of message units in relation to the severity of the offence, it was found that the complexity of the message units increased with the severity of the offence. 3. To study the complexity of message units in relation to the duration of stay in Thailand,

it was found that the complexity of the message units was not affected by the number of years spent in Thailand.

Keywords: Strategies, Apologies, Chinese Students, Severity of Offense, Business Situations

บทนำ

“ขอโทษ” ตามความหมายในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554, 34) หมายถึง “ก. ขอให้ยกเว้นโทษ ใช้เป็นคำสุภาพเมื่อรู้สึกว่าจะเป็นการล่วงเกินผู้อื่น” ซึ่งเมื่อบุคคลที่รู้สึกว่าจะตนเองได้กระทำความผิดต่อบุคคลอื่น ๆ ไม่ว่าจะเจตนาหรือไม่เจตนา และรู้สึกเสียใจต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้น จะแสดงความรับผิดชอบโดยการกล่าวคำ “ขอโทษ” เพื่อเป็นเครื่องมือแสดงการขอโทษแบบทางตรงหรืออาจใช้กลวิธีอื่นเพื่อแสดงความรู้สึกเสียใจและสำนึกผิด เพื่อให้ผู้ถูกขอโทษเข้าใจเจตนาและยอมรับว่าตนรับผิดชอบและรู้สึกเสียใจต่อการกระทำของตนเอง

ซึ่งการขอโทษในสังคมไทยจะกล่าวขอโทษหลากหลายรูปแบบ เช่น การขอโทษก่อนแสดงความเห็น หรือ การขออนุญาตนั่งเก้าอี้ เป็นต้น และยังสามารถสื่อความหมายว่าผู้พูดรู้สึกผิดที่ตนทำให้ผู้ฟังรู้สึกเสียหน้า ซึ่งสัมพันธ์กับคำว่า “หน้า” และ “ความสุภาพ” มากกว่า “การกระทำความผิด” แสดงให้เห็นถึงความสุภาพของสังคมไทย ซึ่งการขอโทษในสังคมญี่ปุ่นและสังคมตะวันตก พบว่ามีความแตกต่างกันเนื่องจากชาวญี่ปุ่นจะกล่าวขอโทษเมื่อกระทำความผิดต่อผู้อื่นทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับเรื่องที่เกิดขึ้นโดยตรงหรือโดยอ้อม ส่วนชาวตะวันตกจะกล่าวขอโทษเมื่อกระทำความผิดต่อผู้อื่นโดยตรงเท่านั้น (Brown and Levison, 1968 อ้างถึงใน ทศนีย์ เมฆถาวรวัฒนา, 2553, 47)

อย่างไรก็ตามการแสดงออกของการขอโทษที่ข้ามวัฒนธรรม จะพบข้อบกพร่องจากการสื่อสารที่มีความแตกต่างกันทางวัฒนธรรม ข้อบกพร่องในเรื่องการใช้วัจนกรรมที่แตกต่างกัน เช่น คนญี่ปุ่นจะกล่าวคำขอโทษบ่อยครั้งแต่ไม่ชี้แจงเหตุผล จึงทำให้คนไทยรู้สึกถึงความไม่จริงจังและการสำนึกผิดของผู้ขอโทษ อีกทั้งชาวญี่ปุ่นยังใช้คำกล่าวขอโทษในการแสดงมารยาททางสังคมในการเข้าออกห้องหรือเมื่อแยกจากกัน แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมมีผลทำให้เกิดข้อบกพร่องขึ้น (วรวรรณ เฟื่องขจรศักดิ์, 2548, 183)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงพบประเด็นสนใจศึกษาว่าหากนักศึกษาชาวจีนที่อาศัยในประเทศไทยในจำนวนปีที่แตกต่างกัน เมื่อตกอยู่ในสถานการณ์ที่เป็นผู้กระทำผิดในสถานการณ์ทางธุรกิจ จะพบกลวิธีการขอโทษที่มีรูปแบบความซับซ้อนมากหรือน้อยเพียงใด และมีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการแสดงวัจนกรรมการขอโทษของนักศึกษาชาวจีน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิธีการขอโทษและรูปแบบการขอโทษในสถานการณ์ทางธุรกิจในประเทศไทย

2. เพื่อศึกษารูปแบบความซับซ้อนของหน่วยข้อความที่สัมพันธ์กับน้ำหนักความผิด
3. เพื่อศึกษารูปแบบความซับซ้อนของหน่วยข้อความที่สัมพันธ์กับระยะเวลาที่พำนักในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง นักศึกษาสัญชาติจีน เพศหญิง ที่ศึกษาอยู่ในประเทศไทย ระดับปริญญาโท สาขาวิชาภาษาไทยเพื่ออาชีพ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จำนวน 16 คน โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม กลุ่มละ 4 คน ดังนี้

- A) กลุ่มที่ 1 นักศึกษาชาวจีนที่พำนักอาศัยในประเทศไทย จำนวน 0-1 ปี
- B) กลุ่มที่ 2 นักศึกษาชาวจีนที่พำนักอาศัยในประเทศไทย จำนวน 2-3 ปี
- C) กลุ่มที่ 3 นักศึกษาชาวจีนที่พำนักอาศัยในประเทศไทย จำนวน 4-5 ปี
- D) กลุ่มที่ 4 นักศึกษาชาวจีนที่พำนักอาศัยในประเทศไทย จำนวน 5 ปี ขึ้นไป

โดยการนับจำนวนปีของนักศึกษาชาวจีนที่พำนักในประเทศไทย เริ่มนับตั้งแต่การมาอยู่ครั้งแรกจนถึงปัจจุบัน รวมถึงการไปและกลับในแต่ละครั้ง เช่น นางสาวเอ เคยมาพำนักในประเทศไทย จำนวน 3 ครั้ง ครั้งที่หนึ่งพำนัก 1 ปี ครั้งที่สองพำนัก 1 ปี และปัจจุบันเป็นครั้งที่สามพำนัก 2 ปี หมายความว่านางสาวเอพำนักในประเทศไทยมาแล้ว 4 ปี เป็นต้น และผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เคยมีประสบการณ์ การซื้อเครื่องสำอางที่เคาน์เตอร์แบรนด์เนม ในห้างสรรพสินค้า

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด (Discourse Completion Test: DCT) ให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 16 คน เขียนตอบแบบสอบถามสถานการณ์ความผิดทั้งหมด 6 สถานการณ์ จำแนกเป็นความผิดระดับรุนแรงน้อย 3 สถานการณ์ S1) - S3) และความผิดระดับรุนแรงมาก 3 สถานการณ์ S4) - S6) ดังต่อไปนี้

ความผิดระดับความรุนแรงน้อย ได้แก่ S1) ลูกค้าจ่ายเงินไม่ครบขณะอยู่ที่หน้าแคชเชียร์ S2) ลูกค้าทำลิปสติกที่เป็นสินค้าทดลองหักครึ่งแท่ง S3) ลูกค้านัดแต่งหน้าแต่มาสาย ความผิดระดับความรุนแรงมาก ได้แก่ S4) ลูกค้าลืมนำเงินแล้วสัญญาณกันขโมยดังขึ้น S5) ลูกค้าทำน้ำหกใส่แบงก์ S6) ลูกค้าทำน้ำหอมตกแตก

วิเคราะห์ข้อมูลโดยนำผลของข้อมูลมาวิเคราะห์หาความซับซ้อนของรูปแบบการขอโทษ โดยพิจารณาร่วมกับน้ำหนักความผิด และระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพำนักในประเทศไทย

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาจากวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษากลวิธีในการขอโทษและรูปแบบการขอโทษในสถานการณ์ทางธุรกิจในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษารูปแบบความซับซ้อนของหน่วยข้อความที่สัมพันธ์กับน้ำหนักความผิด 3) เพื่อศึกษารูปแบบความซับซ้อนของหน่วยข้อความที่สัมพันธ์กับระยะเวลาที่พำนักในประเทศไทย

ผลการศึกษาในจุดประสงค์ข้อที่หนึ่งเพื่อศึกษากลวิธีในการขอโทษและรูปแบบการขอโทษในสถานการณ์ทางธุรกิจในประเทศไทย พบกลวิธีหลักจำนวน 8 กลวิธี และกลวิธีย่อยจำนวน 11 กลวิธี ซึ่งใน 5 กลวิธีหลัก และ 10 กลวิธีย่อย มีความคล้ายตามกันกับกรอบแนวคิดของ ทศนีย์ เมฆถาวรวัฒนา (2541) ได้แก่ 1) การกล่าวคำแสดงการขอโทษ 2) การยอมรับผิด 3) การกล่าวแก้ตัว 4) การเสนอการชดใช้ 5) การพยายามทำให้ผู้ฟังพอใจ และผู้วิจัยพบกลวิธีหลักเพิ่มอีก 3 กลวิธี ได้แก่ 1) กลวิธีในการขอร้อง 2) กลวิธีในการกล่าวกลบเกลื่อน 3) กลวิธีในการใช้คำอุทาน และพบกลวิธีย่อยเพิ่มอีก 1 กลวิธี คือ กลวิธีในการกล่าวขอบคุณ ซึ่งอยู่ในกลวิธีหลักการพยายามทำให้ผู้อื่นรู้สึกพอใจ ผู้วิจัยจึงสรุปข้อมูลในรูปแบบตารางแสดงผลดังต่อไปนี้

ตาราง 1 ตารางภาพรวมความถี่ของกลวิธีในการขอโทษของนักศึกษาชาวจีนที่พำนักในประเทศไทย

กลวิธีในการขอโทษ	ร้อยละ (%)	กลวิธีย่อย	ร้อยละ (%)
1. กลวิธีในการกล่าวคำแสดงการขอโทษ	34.27	1.1 การกล่าวขอโทษทั่วไป	97.24
		1.2 การแสดงความเสียใจ	2.75
		รวม	100
2. กลวิธีในการยอมรับผิด	17.29	2.1 ดำเนินตัวเอง	9.09
		2.2 การบอกว่าผู้พูดทำความผิด	21.81
		2.3 การบอกว่าผู้พูดไม่มีเจตนากระทำผิด	69.1
		รวม	100
3. กลวิธีในการกล่าวแก้ตัว	12.89	3.1 การตำหนิผู้อื่นหรือสิ่งอื่น	4.87
		3.2 การอธิบายเหตุผลของการกระทำผิด	95.13
		รวม	100

4. กลวิธีการเสนอขอใช้	28.61	4.1 การเสนอขอใช้แบบทั่วไป	40.27
		4.2 การเสนอขอใช้แบบเจาะจง	61.54
		รวม	100
5. กลวิธีการพยายามทำให้ ผู้อื่นรู้สึกพอใจ	2.52	5.1 การแสดงความห่วงใยผู้ฟัง	94.73
		5.2 การกล่าวขอบคุณ	5.27
		รวม	100
6. กลวิธีการขอร้อง	2.51	-	-
7. กลวิธีการกล่าวกลบเกลื่อน	0.94	-	-
8. กลวิธีการใช้คำอุทาน	0.94	-	-
รวม	100		

จากตารางข้างต้นพบว่า นักศึกษาชาวจีนเลือกใช้กลวิธีการกล่าวคำแสดงการขอโทษมากที่สุด ร้อยละ 34.27 และเรียงตามลำดับความถี่ดังนี้ การเสนอขอใช้ ร้อยละ 28.61 การยอมรับผิด ร้อยละ 17.29 การกล่าวแก้ตัว ร้อยละ 12.89 การพยายามทำให้ผู้อื่นรู้สึกพอใจ ร้อยละ 2.52 กลวิธีการขอร้อง ร้อยละ 2.51 กลวิธีการกล่าวกลบเกลื่อนและกลวิธีการใช้คำอุทาน ร้อยละ 0.94 ตัวอย่างรูปแบบการขอโทษทั้ง 8 กลวิธีหลัก และ 1 กลวิธีย่อย ดังต่อไปนี้

1. กลวิธีการกล่าวแสดงเจตนาในการขอโทษ

S1) ลูกค้าจ่ายเงินไม่ครบขณะอยู่ที่หน้าแคชเชียร์

“ขอโทษด้วยนะ ฟังผิด ขอโอนอีกที”

กล่าวคำแสดงการขอโทษ + การยอมรับผิด + การเสนอขอใช้

2. กลวิธีการยอมรับผิด

S2) ลูกค้าทำลิปสติกที่เป็นสินค้าทดลองหักครึ่งแท่ง

“ขอโทษจริง ๆ + ฉันไม่ได้ตั้งใจ + เเท้าไห้ร้คะ + ฉันทอมจ่าย
ค่าชดเชย”

กลวิธีกล่าวคำแสดงการขอโทษ + กลวิธีการยอมรับผิด + กลวิธีการ
เสนอขอใช้ + กลวิธีการเสนอขอใช้

3. กลวิธีการกล่าวแก้ตัว

S3) ลูกค้านัดแต่งงานแต่มาสาย

“ขอโทษมากเลยคะ พอดีติดธุระด่วนจริง ๆ เกรงใจมากที่ทำให้เสียเวลารอเลย
เราจ่ายทิปเพิ่มให้คะ

กลวิธีการกล่าวคำแสดงการขอโทษ + กลวิธีการกล่าวแก้ตัว + กลวิธีการพยายาม
ทำให้ผู้อื่นรู้สึกพอใจ + กลวิธีการเสนอขอใช้

4. กลวิธีการเสนอขอใช้

S4) ลูกค้าลืมจ่ายเงินแล้วสัญญากันขโมยตั้งขึ้น

“ขอโทษด้วยคะ ไม่คิดว่าจะมีสินค้าอยู่ในกระเป๋าอีก ตอนหยิบไม่ทันระวัง
ถ้าฉันช่วยคิดสินค้ามาได้เลยคะ เดี๋ยวจะชำระเลยคะ”

กลวิธีการกล่าวคำแสดงการขอโทษ + กลวิธีการกล่าวแก้ตัว + กลวิธีการยอมรับผิด
+ กลวิธีการเสนอขอใช้

5. กลวิธีการพยายามทำให้ผู้อื่นรู้สึกพอใจ

S5) ลูกค้าทำน้ำหกใส่แบงก์

“ขอโทษคะ สองฉบับนี้ฉันซื้อเองคะ จะไม่ทำให้คุณลำบากใจ”

กลวิธีการกล่าวคำแสดงการขอโทษ + กลวิธีการเสนอขอใช้ + กลวิธีการพยายามทำให้
ผู้อื่นรู้สึกพอใจ

6. กลวิธีการขออภัย

S6) ลูกค้าทำน้ำหอมตกแตก

“ขอโทษจริง ๆ ค่ะ ความผิดพลาดจากไม่ระวังของตัวเอง ต้องขอโทษจริง ๆ ด้วยนะคะ
สินค้านี้ราคาอยู่ที่เท่าไรคะ ขอเสนอวิธีแก้ให้หน่อยคะ เราจะปฏิบัติตามข้อกำหนด
ทางร้านคะ”

กลวิธีการกล่าวคำแสดงการขอโทษ + กลวิธีการยอมรับผิด + กลวิธีการกล่าวคำแสดงเจตนา
ในการขอโทษ + กลวิธีการเสนอขอใช้ + กลวิธีการขออภัย + กลวิธีการเสนอขอใช้

7. กลวิธีกล่าวกลบเกลื่อน

S2) ลูกค้าทำลิปสติกที่เป็นสินค้าทดลองหักครึ่งแบ่ง

“ขอโทษทีค่ะ ลิปสติกสวยจัง ขอซื้ออันนี้ค่ะ”

กลวิธีกล่าวคำแสดงเจตนาในการขอโทษ + กลวิธีกล่าวกลบเกลื่อน + กลวิธีการเสนอขอใช้

8. กลวิธีการใช้คำอุทาน

S6) ลูกค้าทำน้ำหอมตกแตก

“อ้าว ขอโทษ ฉันไม่ได้ตั้งใจค่ะ มีเครื่องมือทำความสะอาดไหม ฉันจ่ายเงินก่อน แล้วจะมาเก็บมัน”

กลวิธีการใช้คำอุทาน + กลวิธีกล่าวคำแสดงการขอโทษ + กลวิธีการยอมรับผิด + กลวิธีการเสนอขอใช้

กลวิธียอเยย กลวิธีกล่าวขอบคุณ

S3) ลูกค้านัดแต่งงานหน้าแต่มาสาย

“ขอโทษจริง ๆ ค่ะพี่ พอดีติดธุระนิดหน่อยก็เลยมาช้า ทำให้พี่ ๆ ต้องรอค่ะ หนูซื้อขนมมาฝากด้วยนะคะ ขอบคุณมากนะคะ”

กลวิธีกล่าวคำแสดงการขอโทษ + กลวิธีกล่าวแก้ตัว + กลวิธีการเสนอขอใช้ + กลวิธีกล่าวขอบคุณ

ผลการศึกษาในจุดประสงค์ข้อที่สองเพื่อศึกษารูปแบบความซับซ้อนของหน่วยข้อความที่สัมพันธ์กับ น้ำหนักความผิด โดยผู้วิจัยเลือกใช้กรอบแนวคิดของ จักริน จุลพรหม (2554) มาเป็นแนวทางในการจัดรูปแบบความซับซ้อนของหน่วยข้อความ จำแนกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้ รูปแบบการขอโทษแบบที่ 1 หมายถึง ในการขอโทษแต่ละครั้ง จะปรากฏกลวิธีขอโทษเพียง 1 กลวิธี รูปแบบการขอโทษแบบที่ 2 หมายถึง ในการขอโทษแต่ละครั้ง จะปรากฏกลวิธีขอโทษ 2-3 กลวิธี รูปแบบการขอโทษแบบที่ 3 หมายถึง ในการขอโทษแต่ละครั้ง จะปรากฏกลวิธีขอโทษ 4-5 กลวิธี รูปแบบการขอโทษแบบที่ 4 หมายถึง ในการขอโทษแต่ละครั้ง จะปรากฏกลวิธีขอโทษ 5 กลวิธีขึ้นไป หลังจากผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลแล้วจึงนำเสนอในรูปแบบตารางดังนี้

ตาราง 2 ตารางแสดงรูปแบบการขอโทษของนักศึกษาชาวจีนกับตัวแปรน้ำหนักความผิด

รูปแบบ	จำนวนและร้อยละรูปแบบของกลวิธีการขอโทษ				รวม	
	ความผิดระดับรุนแรงน้อย		ความผิดระดับรุนแรงมาก			
	จำนวนครั้ง	ร้อยละ	จำนวนครั้ง	ร้อยละ(%)	จำนวนทั้งหมด	ร้อยละ
รูปแบบที่ 1	1	1.04	0	0	1	1.04
รูปแบบที่ 2	32	33.33	27	28.12	59	61.45
รูปแบบที่ 3	14	14.58	18	18.75	32	33.33
รูปแบบที่ 4	1	1.04	3	3.12	4	4.17
รวม	48	50	48	50	96	100

จากตารางข้างต้น เรียงตามลำดับความถี่ดังนี้ ความผิดระดับรุนแรงน้อย (S1) ได้แก่ 1) รูปแบบที่ 2 ร้อยละ 33.33 2) รูปแบบที่ 3 ร้อยละ 14.58 3) รูปแบบที่ 1 และรูปแบบที่ 4 ร้อยละ 1.04 ความผิดระดับรุนแรงมาก (S2) ได้แก่ 1) รูปแบบที่ 2 ร้อยละ 28.12 2) รูปแบบที่ 3 ร้อยละ 18.75 3) รูปแบบที่ 4 ร้อยละ 3.12 และไม่พบการใช้รูปแบบที่ 1

การขอโทษรูปแบบที่ 2 นักศึกษาชาวจีนเลือกใช้มากที่สุดกับทั้งสองระดับความผิด ส่วนรูปแบบการขอโทษรูปแบบที่ 1 ไม่พบการใช้ในความผิดระดับรุนแรงมาก และพบว่าการขอโทษรูปแบบที่ 3 และการขอโทษรูปแบบที่ 4 นักศึกษาชาวจีนเลือกใช้รูปแบบการขอโทษที่ซับซ้อนมากขึ้น เมื่อความผิดระดับรุนแรงมาก แสดงให้เห็นว่านักศึกษาชาวจีนให้ความสำคัญกับผู้ฟัง มีความเห็นอกเห็นใจ มีความจริงใจในการขอโทษ และพร้อมรับผิดชอบกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

ผลการศึกษาในจุดประสงค์ข้อที่สามเพื่อศึกษารูปแบบความซับซ้อนของหน่วยข้อความที่สัมพันธ์กับระยะเวลาที่พำนักในประเทศไทยของนักศึกษาชาวจีนทั้ง 4 กลุ่ม A) - D) โดยผู้วิจัยเลือกใช้กรอบแนวคิดของ จักริน จุลพรหม (2554) มาเป็นแนวทางในการจัดรูปแบบความซับซ้อนของข้อความ จำแนกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้ รูปแบบการขอโทษแบบที่ 1 หมายถึง ในการขอโทษแต่ละครั้ง จะปรากฏกลวิธีขอโทษเพียง 1 กลวิธี รูปแบบการขอโทษแบบที่ 2 หมายถึง ในการขอโทษแต่ละครั้ง จะปรากฏกลวิธีขอโทษ 2-3 กลวิธี รูปแบบการขอโทษแบบที่ 3 หมายถึง ในการขอโทษแต่ละครั้ง จะปรากฏกลวิธีขอโทษ 4-5 กลวิธี รูปแบบการขอโทษแบบที่ 4 หมายถึง ในการขอโทษแต่ละครั้ง จะปรากฏกลวิธีขอโทษ 5 กลวิธีขึ้นไป หลังจากผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลแล้วจึงนำเสนอในรูปแบบ

ตารางดังต่อไปนี้

ตาราง 3 ตารางแสดงผลจำนวนความซับซ้อนของหน่วยข้อความกับเวลาที่พำนักในประเทศไทย

กลุ่ม A) - D)

รูปแบบ	จำนวนและร้อยละของรูปแบบการขอโทษ								รวม	
	กลุ่ม A) 0-1 ปี จำนวน ครั้ง	ร้อยละ	กลุ่ม B) 2-3 ปี จำนวนครั้ง	ร้อยละ	กลุ่ม C) 4-5 ปี จำนวน ครั้ง	ร้อยละ	กลุ่ม D) 5 ปีขึ้นไป จำนวน ครั้ง	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบที่ 1	0	0	0	0	0	0	1	1.04	1	1.05
รูปแบบที่ 2	14	14.58	14	14.58	15	15.62	16	16.66	59	61.45
รูปแบบที่ 3	9	9.37	9	9.37	7	7.3	7	7.3	32	33.33
รูปแบบที่ 4	1	1.05	1	1.05	2	2.08	0	0	4	4.17
รวม	24	25	24	25	24	25	24	25	96	100

จากตารางแสดงผลข้างต้น พบว่ากลุ่ม A) – D) นิยมใช้รูปแบบการขอโทษแบบที่ 2 มากที่สุด ร้อยละ 61.45 ส่วนกลุ่ม A) และกลุ่ม B) ใช้การขอโทษรูปแบบที่ 3 ร้อยละ 9.37 มากกว่า กลุ่ม C) และกลุ่ม D) ร้อยละ 7.3 และกลุ่ม C) ใช้รูปแบบการขอโทษรูปแบบที่ 4 ซึ่งมีความซับซ้อนมากที่สุด ร้อยละ 2.08 กล่าวคือ ในการขอโทษแต่ละครั้ง จะปรากฏกลวิธีการขอโทษ 5 กลวิธีขึ้นไป

ส่วนกลุ่ม D) เพียงกลุ่มเดียวที่ใช้การขอโทษรูปแบบที่ 1 และไม่ได้ใช้การขอโทษรูปแบบที่ 4 อาจเพราะกลุ่ม D) พำนักในประเทศไทยเป็นเวลานานกว่ากลุ่มอื่น และมีทักษะการสื่อสารภาษาไทยที่คล่องแคล่ว จึงให้ความสำคัญกับการเลือกใช้กลวิธีการขอโทษที่ตรงประเด็นกับเหตุการณ์นั้น ๆ มากกว่าจำนวนของกลวิธี จึงไม่ได้เลือกใช้รูปแบบการขอโทษหลายกลวิธี

อภิปรายผล

การอภิปรายผลจะแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ 1) กลวิธีการขอโทษหลักและกลวิธีการขอโทษย่อยที่ปรากฏ 2) รูปแบบความซับซ้อนของหน่วยข้อความที่สัมพันธ์กับน้ำหนักความผิด 3) รูปแบบความซับซ้อนของหน่วยข้อความที่สัมพันธ์กับเวลาที่พำนักในประเทศไทยและปัจจัยการข้ามวัฒนธรรม

1. กลวิธีการขอโทษ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลของวัตถุประสงคในข้อที่หนึ่งเพื่อศึกษากลวิธีการขอโทษและรูปแบบการขอโทษในสถานการณ์ทางธุรกิจในประเทศไทย พบจำนวนทั้งหมด 8 กลวิธีหลัก และ 12 กลวิธีย่อย พบว่านักศึกษาชาวจีนที่ใช้กลวิธีการกล่าวคำแสดงเจตนาในการขอโทษ มากที่สุด ร้อยละ 34.27 แสดงให้เห็นว่านักศึกษาชาวจีนให้ความสำคัญกับความรู้สึกของผู้ฟังมากกว่าการคำนึงถึงการเสียหายของตนเอง สอดคล้องกับทฤษฎีของบราวน์และเลวินสัน (Brown and Levinson, 1987) กล่าวว่าการขอโทษเป็นการใช้ภาษาสุภาพแบบความสุภาพเชิงลบ คือ ผู้พูดหรือผู้กระทำผิดได้คำนึงถึงหน้าของผู้ฟังหรือผู้ได้รับการขอโทษ เพื่อให้ผู้ฟังรู้สึกและรับรู้ได้ว่าผู้ฟังไม่ได้ถูกบีบบังคับและได้รับคำกล่าวขอโทษ และผู้วิจัยพบกลวิธีหลักเพิ่มอีกจำนวน 3 กลวิธี ได้แก่ 1) กลวิธีการขออภัย 2) กลวิธีการกล่าวกลบเกลื่อน 3) กลวิธีการใช้คำอุทาน และพบกลวิธีย่อยเพิ่มจำนวน 1 กลวิธีย่อย ได้แก่ 1) กลวิธีการกล่าวขอบคุณ

กลวิธีหลักที่พบเพิ่ม คือ 1) กลวิธีการขออภัย พบทั้งในสถานการณ์ความผิดระดับรุนแรงน้อยและสถานการณ์ความผิดระดับรุนแรงมาก ซึ่งพบวัจนกรรม “กรุณา” “รบกวน” “ขอ” สอดคล้องกับทฤษฎีวัจนกรรมของเซอร์ล (Searle, 1976) ในวัจนกรรม Directive หมายถึง วัจนกรรมที่ผู้พูดสื่อสารไปยังผู้ฟัง เพื่อมุ่งหมายให้ผู้ฟังเกิดการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อผู้พูด คือ วัจนกรรมการขออภัย 2) กลวิธีการกล่าวกลบเกลื่อน เป็นวิธีการทางภาษาที่ช่วยลดความรับผิดชอบของถ้อยคำที่กล่าวและลดการถูกโต้แย้งจากผู้ฟัง อีกทั้งยังเป็นภาษาที่มีความคลุมเครือ เพื่อทำให้น้ำหนักความผิดของตนเบาบางลงและลดการโต้แย้งที่จะเกิดขึ้น สอดคล้องกับ (อรวี บุนนาค และสมชาย สำเนียงงาม, 2561: 144) ดังเช่นสถานการณ์ S

2) ลูกค้าทำลิปสติกเป็นสินค้าทดลองหัดครั้งแรก นักศึกษาชาวจีนแสดงวัจนกรรมการขอโทษว่า “ลิปสติกสวยจัง” “มันใช้ไม่ได้แล้วอะ” สถานการณ์ S4) ลืมจ่ายเงินแล้วสัญญากันขโมย ดังนั้น นักศึกษาชาวจีนแสดงวัจนกรรมการขอโทษว่า “จริง ๆ แล้วไม่เคยทำแบบนี้มาก่อน 555” และยังพบว่าใช้ความอารมณ์ขันเพื่อลดความตึงเครียดของปัญหา

3) กลวิธีการใช้คำอุทาน พบในสถานการณ์ความผิดระดับรุนแรงมาก S6) ลูกค้าทำน้ำหอมตกแตก นักศึกษาชาวจีนแสดงวัจนกรรมการขอโทษว่า “อ้าว ขอโทษ ฉันไม่ได้ตั้งใจอะ มีเครื่องมือทำความสะอาดไหม ฉันจ่ายเงินก่อน แล้วจะมาเก็บมัน” พบวัจนกรรม “อ้าว” ขึ้นต้นวัจนกรรม “ขอโทษ” แสดงให้เห็นถึงความตกใจและเป็นเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดแสดงให้เห็นถึงความไม่ได้ตั้งใจ จึงปรากฏการใช้วัจนกรรมอ้อม สอดคล้องกับทฤษฎีของ บราวน์และเลวินสัน (Brown and Levinson) โดยการใช้ภาษาอ้อม (off record) คือ การสื่อสารที่ผู้ถูกขอโทษจะต้องตีความหมาย

นอกเหนือจากตัวภาษาที่ปรากฏ ซึ่งผู้กล่าวขอโทษใช้ภาษาอ้อมแทนกลวิธีการบอกว่าผู้พูดไม่มีเจตนา
กระทำผิด

กลวิธีย่อยที่พบเพิ่ม 1 กลวิธี คือ กลวิธีการกล่าวขอบคุณ ซึ่งกลวิธีการกล่าวขอบคุณ ใน
เหตุการณ์ที่สาม S3) ลูกค้านัดแต่งงานหน้าแต่มาสาย นักศึกษาชาวจีนแสดงวัจนกรรมการขอโทษว่า
“ขอบคุณที่รอฉันไว้นะคะ ฉันซื้อของมาให้ เพราะว่าด้วยความเกรงใจ ขอโทษค่ะ” ซึ่งผู้กล่าวขอโทษ
ได้กล่าวขอบคุณผู้ถูกขอโทษที่รออยู่ แม้จะเลยเวลานัดหมายแล้วก็ตาม ทำให้ผู้ถูกขอโทษรับรู้ได้ว่าผู้
กล่าวขอโทษมีเจตนาที่จริงใจพร้อมทั้งชื่นชมและพยายามทำให้ผู้ถูกขอโทษรู้สึกดีขึ้น ซึ่งสอดคล้อง
กับหลักความสุภาพของ (Brown and Levinson, 1987) โดยการคำนึงถึงหน้าเชิงบวก (Positive
face)

2. รูปแบบความซับซ้อนของหน่วยข้อความที่สัมพันธ์กับน้ำหนักความผิด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของวัตถุประสงคในข้อที่สองเพื่อศึกษารูปแบบความซับซ้อนของ
หน่วยข้อความที่สัมพันธ์กับน้ำหนักความผิด พบว่านักศึกษชาวจีนใช้รูปแบบการขอโทษรูปแบบที่ 3
กล่าวคือ ในการขอโทษแต่ละครั้ง จะปรากฏกลวิธีการขอโทษ 4-5 กลวิธี และการขอโทษรูปแบบที่
4 คือ ในการขอโทษแต่ละครั้ง จะปรากฏกลวิธีการขอโทษ 5 กลวิธีขึ้นไป ในสถานการณ์ความผิด
ระดับรุนแรงมาก ซึ่งมีจำนวนการปรากฏมากกว่าสถานการณ์ความผิดระดับรุนแรงน้อย จึงมีผลทำ
ให้รูปแบบความซับซ้อนของหน่วยข้อความเพิ่มขึ้นตามระดับน้ำหนักความผิด สะท้อนให้เห็นว่า
นักศึกษชาวจีนตระหนักถึงการแสดงการขอโทษด้วยเจตนาที่จริงใจและมีความเห็นอกเห็นใจ เข้าใจ
ความรู้สึกของผู้ถูกขอโทษ โดยคำนึงถึงเรื่องภาพลักษณ์หรือ “หน้า” ของสมาชิกในสังคม เมื่อกระทำ
ผิดก็คำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างคู่สนทนา (Brown and Levinson, 1987)

3. รูปแบบความซับซ้อนของหน่วยข้อความที่สัมพันธ์กับเวลาที่พำนักในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของวัตถุประสงคในข้อที่สาม เพื่อศึกษารูปแบบความซับซ้อนของ
หน่วยข้อความที่สัมพันธ์กับระยะเวลาที่พำนักในประเทศไทย พบว่ากลุ่ม C) ใช้การขอโทษรูปแบบที่
4 มากที่สุด ร้อยละ 2.08 รองลงมา คือ กลุ่ม A) และกลุ่ม B) ร้อยละ 1.05

แต่เป็นที่น่าสนใจว่ากลุ่ม D) ไม่พบการใช้การขอโทษในรูปแบบที่ 4 อาจเนื่องมาจากการอยู่
ประเทศไทยเป็นเวลานาน แล้วพบว่าถ้าพูดหลายประโยคและอ้อมค้อมเกินไปจะหาใจความสำคัญ
ไม่ได้ ทำให้ถูกเข้าใจผิดได้ว่าจะไม่รับผิดชอบกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ผู้วิจัยจึงสัมภาษณ์เพิ่มเติมจาก
กลุ่มตัวอย่าง กลุ่ม D) ให้ข้อมูลว่า “ต้องการบริหารจัดการปัญหาให้เสร็จ เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาให้เร็ว
ที่สุด และแสดงความรับผิดชอบอย่างรวดเร็ว เพื่อให้สถานการณ์ไม่บานปลาย” ซึ่งสอดคล้องกับ
ทฤษฎีของบราวน์และเลวินสัน (Brown and Levinson, 1987) ในหลักความสุภาพประการที่หนึ่ง

คือ การพูดแบบกระชับ (without redressive action, baldly) หมายถึง การที่ผู้กล่าวขอโทษใช้ถ้อยคำอย่างตรงไปตรงมา ชัดเจน และกระชับเพื่อแสดงให้เห็นถึงวัตถุประสงค์ของการขอโทษอย่างจริงจังและตรงจุดประสงค์ พูดกระชับและไม่พูดอ้อมค้อมมากเกินไป อีกทั้งในการกล่าววัจจนกรรม “ขอโทษ” ของคนไทยในแต่ละครั้งจะให้ความสำคัญกับชนิดของกลวิธีมากกว่าจำนวนของกลวิธีที่ใช้ เพราะในแต่ละกลวิธีจะประกอบไปด้วยความสุภาพที่ไม่เท่ากัน ดังนั้นผู้พูดจึงคำนึงถึงการเลือกใช้กลวิธีที่มีความสุภาพมากที่สุดก่อน โดยไม่จำเป็นต้องใช้กลวิธีการขอโทษหลายกลวิธี (ทัศนีย์ เมฆถาวรวัฒนา, 2541, 107) จึงสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่ม D) คือ นักศึกษาชาวจีนที่พำนักในประเทศไทยจำนวน 5 ปีขึ้นไป มีรูปแบบการขอโทษที่คล้ายคลึงกับคนไทย จึงสรุปได้ว่ารูปแบบความซับซ้อนของหน่วยข้อความไม่สัมพันธ์กับระยะเวลาที่พำนักในประเทศไทย กล่าวคือ ความซับซ้อนของหน่วยข้อความจำนวนมากหรือจำนวนน้อย ไม่ได้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่พำนักในประเทศไทยเป็นเวลานานมากหรือน้อย

ปัจจัยที่อาจเกี่ยวเนื่องกับการข้ามวัฒนธรรมของนักศึกษาชาวจีน บ่งชี้ได้จากแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว ในข้อคำถามว่า จำนวนเพื่อนที่เป็นคนไทย คำตอบของกลุ่มตัวอย่างทุกคนตอบว่ามีจำนวนเพื่อนที่เป็นคนไทย มากกว่า 2 คนขึ้นไป จึงอาจเป็นเหตุผลที่ได้เรียนรู้ภาษาไทยและวัฒนธรรมไทยจากเพื่อน ๆ คนไทยและอาจารย์ รวมถึงการเรียนรู้จากสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ละครไทย ภาพยนตร์ไทย หรือสื่อจากอินเทอร์เน็ตที่จะสอดแทรกอยู่ในบริบทสังคมไทยและวัฒนธรรมไทยอยู่ด้วย (ดวงทิพย์ เจริญรุขซ์ เผื่อนโชติ และ พัทธราภา เอื้ออมรนิคม, 2557, 78) และอีกปัจจัยที่เป็นสาเหตุของการปรับตัวข้ามวัฒนธรรมของนักศึกษาจากกลุ่มประเทศอาเซียน ประกอบด้วยปัจจัยด้านบุคคล ด้านสังคม และด้านวัฒนธรรม (พลเทพ พูนพล, 2560, 117) ซึ่งนักศึกษาชาวจีนที่พำนักในไทยจะมีเพื่อนเป็นคนไทยที่เรียนในคณะเดียวกันหรือต่างคณะทั้งในเวลาเรียนและนอกเวลาเรียน บางรายพักอาศัยในหอพักเดียวกัน จึงทำให้นักศึกษาชาวจีนซึมซับวัฒนธรรมไทยและปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนคนไทย ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับปัจจัยด้านวัฒนธรรมความเป็นกลุ่มนิยม คือ ลักษณะของคนในสังคมที่ให้ความสำคัญกับการอยู่ร่วมกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จึงทำให้มิติทางวัฒนธรรมมีผลให้โดยตรงต่อการปรับตัวของนักศึกษาต่างชาติ (Hofstede, 1980: อ้างถึงในพลเทพ พูนพล, 2560, 117) นอกจากนี้การที่นักศึกษาชาวจีนเข้ามาศึกษาต่อในประเทศไทย ได้เรียนรู้ภาษาไทยและวัฒนธรรมไทย ด้วยการเรียนรู้จากเพื่อนคนไทยและอาจารย์ที่เชี่ยวชาญ ทำให้พวกเขาได้รับความรู้และความเข้าใจที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยอย่างแท้จริง และรูปแบบกลวิธีการขอโทษของนักศึกษาชาวจีนที่คล้ายคลึงกับสังคมไทยที่ให้ความสำคัญกับผู้ฟังมากกว่าผู้พูด (ทัศนีย์ เมฆถาวรวัฒนา, 2541, 104) ซึ่งในสังคมไทยคำว่า “ขอโทษ” ยังเกี่ยวเนื่องกับ “หน้า” และ “ความสุภาพ”

มากกว่า “การทำความผิด” และคนไทยมักใช้คำว่า “ขอโทษ” บ่อยครั้งในชีวิตประจำวัน (ทัศนีย์ เมฆถาวรวัฒนา, 2553, 28-29) ซึ่งคำตอบในแบบสอบถามที่นักศึกษาชาวจีนตอบกลับมาทั้งหมด จะมีคำว่า “ขอโทษ” อยู่ในทุกคำตอบของแบบสอบถาม จึงสะท้อนให้เห็นว่าการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมมีผลกับนักศึกษาชาวจีนที่มาพำนักในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาพฤติกรรมการขอโทษภาษาไทยของชาวจีนที่พูดภาษาไทย: กรณีศึกษาสถานการณ์ทางธุรกิจในประเทศไทย พบว่ายังมีประเด็นที่น่าสนใจและสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้ 1. ด้านตัวแปรที่หลากหลายมากขึ้น เช่น อายุ สถานภาพทางสังคม นักศึกษาสัญชาติอื่น ๆ เป็นต้น 2. เปลี่ยนสถานการณ์ทางธุรกิจเป็นสถานที่อื่น ๆ ไม่จำกัดเพียงที่เคาน์เตอร์เครื่องสำอาง

เอกสารอ้างอิง

- จักริน จุลพรหม. (2554). การขอโทษในสถานการณ์ทางธุรกิจ. *วารสารวิชาการ*, ปีที่ 31(ฉบับที่ 2), 78-87.
- ดวงทิพย์ เจริญรุกษ์ เผื่อนโชติ และ พัทธราภา เอื้อมอมรรนิช. (2557). การปรับตัวของนักศึกษาชาวจีนที่เข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, ปีที่18(ฉบับที่ 1), 75-86.
- ทัศนีย์ เมฆถาวรวัฒนา. (2541). *วัจนกรรมการขอโทษในภาษาไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทัศนีย์ เมฆถาวรวัฒนา. (2553). บทวัฒนธรรมการขอโทษในภาษาไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, ปีที่27(ฉบับที่ 2), 28-50.
- พลเทพ พูนผล. (2560). ปัจจัยด้านบุคคล สังคม และวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของนักศึกษาจากกลุ่มประเทศอาเซียนที่ได้รับทุนทางสังคมผ่านสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์*. ปีที่23(ฉบับที่1), 105-121.
- ราชบัณฑิตยสถาน. *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก https://dictionary.orst.go.th/lookup_domain.php.

- วรวรรณ เฟื่องขจรศักดิ์. (2548). *การศึกษาเปรียบเทียบกลวิธีการขอโทษของคนญี่ปุ่นและคนไทย*.
วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาญี่ปุ่นศึกษา. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรวิ บุนนาค และสมชาย สำเนียงงาม. (2561). กลวิธีการกลบเกลื่อนในการสื่อสารในภาวะวิกฤต
ผ่านเฟซบุ๊กองค์กรธุรกิจ. *วารสารวรรณวิทัศน์*, ปีที่ 18. 138-165.
- Brown, P. and Levinson, S. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*.
Cambridge: Cambridge University Press.
- Searle, J. R. (1976). *Speech Acts*. Cambridge: Cambridge University Press.

การศึกษาอัตลักษณ์จีนในสังคมไทย: กรณีศึกษานวนิยายไทย เรื่อง โปตันทกสิบสุดท้าย ของกานติมา

กวี อยู่นัว¹, ขนิษฐา จิตชินะกุล²

^{1,2} คณะมนุษยศาสตร์

^{1,2} มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาภาษาไทยเพื่ออาชีพ

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาอัตลักษณ์จีนในสังคมไทย: กรณีศึกษานวนิยายไทยเรื่อง โปตันทกสิบสุดท้าย ของกานติมา นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ความเป็นจีนที่ปรากฏในนวนิยาย เรื่องนี้พบว่า อัตลักษณ์ความเป็นจีนที่ปรากฏในนวนิยายสะท้อนให้เห็นใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ในด้านการใช้ภาษาจีน พบว่า ตัวละครใช้ภาษาจีนแต่จืดในการสื่อสารกับคนในครอบครัว และใช้คำภาษาจีนคำปนอยู่ในภาษาไทย และการตั้งชื่อให้ลูกหลานเป็นภาษาจีน 2) ในด้านวิถีชีวิต พบว่า ตัวละครยังสวมเสื้อผ้าแบบจีน เช่น “กี่เพ้า” เครื่องเรือนตกแต่งในบ้านด้วยองค์ประกอบแบบจีน เช่น “ดอกโปตันท” และ “ลวดลายมังกร” และการใช้วิธีการรักษาแบบแพทย์แผนจีน 3) ในด้านศิลปะการแสดง พบว่า ปรากฏเครื่องดนตรีจีน 2 ชนิด ได้แก่ ขลุ่ยและซอเอ้อหู และการแสดงงิ้วเป็นลักษณะที่ชัดเจนของอัตลักษณ์ของจีน 4) ในด้านค่านิยม พบว่ามี 3 ประเด็น ได้แก่ ค่านิยมทางการมีลูกหลาน ค่านิยมทางเพศ และในด้านค่านิยมทางคุณธรรมโดยยึดถือค่านิยมที่คนต้องซื่อสัตย์ เชื่อฟังและเคารพพี่ชายของตนและกตัญญูต่อพ่อแม่ ซึ่งได้แก่ “信” (ลั่น) “悌” (ที) “孝” (เลี้ยว) ในลัทธิขงจื้อ 5) ในด้านประเพณีและความเชื่อ พบว่ามีประเพณีจีนที่ชัดเจนที่สุด 2 ประการปรากฏขึ้น ได้แก่ การไหว้เทพเจ้า และการแต่งงานแบบคลุมถุงชน

คำสำคัญ: อัตลักษณ์, นวนิยายไทย, วัฒนธรรมจีน

Chinese Identity in Thai Society: A Case Study of a Thai Novel “Botan Gleeb Sud Tai” by Kantima

Guo Huiduo¹, Khanita Jitchinakul²

^{1,2} School of Humanities

^{1,2} University of the Thai Chamber of Commerce

¹ Master's Degree Student, Department of Thai Language for Careers

Abstract

The objectives of the research on “Chinese identity in Thai society: a case study of a Thai novel, “Botan Gleeb Sud Tai” by Kantima were to study the Chinese identity that appears in the novel. The scope of information studied is the Thai novel *Botan Gleeb Sud Tai* by Kantima. The results of the research found that the Chinese identity appearing in the novel *Botan Gleeb Sud Tai* is reflected in 5 areas: 1) In terms of the use of Chinese, it was found that the characters use Teochew Chinese in Communication with family members and use Chinese words mixed in Thai and giving names to children and grandchildren in Chinese. 2) In terms of lifestyle, it was found that the characters still wear Chinese clothing, such as “cheongsams”. Furniture is decorated in the home with Chinese elements, such as “Peony” and “Dragon Pattern” and the use of traditional Chinese medicine treatment methods 3) In terms of performing arts, it was found that two types of Chinese musical instruments appeared: the flute and the erhu fiddle. And, opera is a clear characteristic of Chinese identity. 4) In terms of values, it was found that there were 3 issues: the values of having offspring , the sexual values and the moral values; in terms of moral values, adhering to the value that people must be honest Obey and respect one's elder brother and be filial to one's parents, which are “信” (xin), “悌” (ti), “孝” (xiao) in Confucianism. 5) in customs and beliefs Two of the most prominent Chinese traditions emerged: worship gods and arranged marriage.

Keywords: Identity, Thai Novels, Chinese Culture

บทนำ

คำว่า “อัตลักษณ์” มาจากภาษาบาลี ประกอบด้วยคำว่า “อัตต” หมายถึง “ตน หรือ ตัวตน ของตน” กับ “ลักษณ์” หมายถึง “สมบัติ เฉพาะตัว” เมื่อรวมกันคำว่า “อัตลักษณ์” จะหมายถึง “ลักษณะเฉพาะหรือคุณสมบัติเฉพาะที่ทำให้บางคนหรือกลุ่มคนหรือบางกลุ่มมีความแตกต่างและโดดเด่นจากคนหรือกลุ่มคนอื่น ๆ” การศึกษาอัตลักษณ์ (Identity) เป็นการศึกษาลักษณะความมีตัวตนที่ถูกสร้างขึ้นจากรากฐานแห่งความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน และเป็นการศึกษา ลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในกลุ่มชนนั้น ๆ และเป็นวิธีวิทยาที่สำคัญอย่างหนึ่งของการศึกษาด้านวัฒนธรรม อันเป็นการช่วยให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมกลุ่มได้ยิ่งขึ้น (เพ็ญประภา เหล่าทะนันท, 2564, 10)

“วรรณกรรมเป็นกระจกส่องสะท้อนสังคมแต่ละยุคสมัย” และเป็นสื่อที่ทำให้เห็นการดำรงชีวิตและความเปลี่ยนแปลงในสังคมผ่านมุมมองและการเล่าเรื่องของนักเขียน และนวนิยาย นับเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของวรรณกรรมที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตของคนแต่ละยุคสมัย การศึกษาอัตลักษณ์จีนที่ปรากฏในนวนิยายไทยที่สะท้อนความเป็นอยู่ของชาวจีนในสังคมไทย จึงจะเป็นวิธีหนึ่งที่ศึกษา ลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมจีนของกลุ่มชาวจีน ชาวจีนที่มีลักษณะเฉพาะว่า พวกเขาจะเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เข้มแข็งมากที่สุดชาติพันธุ์หนึ่ง ไม่ว่าจะเข้ามาตั้งถิ่นฐานในที่ใด สิ่งที่กลุ่มชาวจีนจะไม่ลืมก็คือธำรงอัตลักษณ์ความเป็นจีน และยังคงมีการสืบทอด วัฒนธรรม ภาษา วิถีชีวิต ประเพณีและความเชื่อส่งต่อไปสู่รุ่นต่อรุ่น แม้ว่าลูกหลานของชาวจีนโพ้นทะเลจะไม่รักษา อัตลักษณ์ความเป็นจีนอย่างเคร่งครัดเหมือนบรรพบุรุษของตนก็ตาม (พิณวิไล บริบูรณ์, 2555, 8) แม้ว่าอัตลักษณ์เป็นกระบวนการทางสังคมและสามารถปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ตลอดเวลา (อภิญา เพื่องฟูสกุล 2546, 27-28) ดังนั้น ชาวจีนที่อพยพไปสู่เมืองไทยจึงอาจจะต้องปรับเปลี่ยน อัตลักษณ์จีนในบางประการเพื่อให้เหมาะสมกับยุคสมัยก็ตาม แต่ท้ายที่สุดพวกเขาก็ยังสามารถยึดถือลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากคนไทยในด้านต่าง ๆ เอาไว้ และในกระบวนการที่พยายามรักษาอัตลักษณ์จีนก็สามารถสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมจีนอันเป็นเอกลักษณ์ด้วย

นวนิยายไทย เรื่อง โบทันกลีบสุดท้าย ของกานติมา บอกเล่าเรื่องราวของครอบครัวชาวจีนที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ซึ่งจากบทประพันธ์ของ กานติมา และถูกดัดแปลงเป็นละครโทรทัศน์และออกอากาศในปีพ.ศ. 2551 และได้รับรางวัลประเภทละครโทรทัศน์ยอดเยี่ยม และรางวัลคมชัดลึก อวอร์ด ครั้งที่ 6 ประจำปี พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นนวนิยายได้ฉายภาพของชาวจีนที่อพยพเข้าสู่ผืนแผ่นดินไทยอีกเรื่องหนึ่ง โบทันกลีบสุดท้ายชี้ให้เห็นถึงชีวิตความเป็นอยู่ของตัวละครคนจีนที่แม้ว่าจะจาก

บ้านเกิดเมืองแต่ก็ยังคงยึดถือแนวแบบจีนเป็นปฏิบัติไว้อย่างเหนียวแน่น กล่าวได้ว่าตัวละครชาวจีนยังคงรักษาอัตลักษณ์จีนที่สืบทอดจากพ่อแม่ อีกทั้งโบตันกลีบสุดท้าย ยังเป็นนวนิยายที่มี ความโดดเด่นด้านตัวละครที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างจากตัวละครชาวจีนในวรรณกรรมเรื่องอื่น ๆ ว่า แม้แต่ในครอบครัวชาวจีนที่รักลูกชายตามค่านิยมดั้งเดิม ตัวละครเอกในฐานะลูกชายก็ไม่ได้รับ ความรักและเอาใจใส่จากครอบครัว และเชื่อกันว่าตัวละครเอกเป็นคนที่นำโชคร้ายมาสู่ครอบครัวด้วยซ้ำ โบตันกลีบสุดท้ายบอกเล่าเรื่องราวของคนสองรุ่นที่มีสายเลือดจีนที่อาศัยอยู่ในสังคมไทย จึงได้สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์จีนของชาวจีน 2 รุ่น กล่าวคือ ชาวจีนรุ่นที่ 1 ที่อพยพเข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่อดีต และชาวจีนรุ่นที่ 2 ที่เกิดในเมืองไทยจากพ่อแม่ที่มีสายเลือดจีน ซึ่งสามารถให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของพวกเขาที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจจะศึกษาอัตลักษณ์จีนที่ปรากฏในโบตันกลีบสุดท้ายของกานติมานี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ความเป็นจีนที่ปรากฏในนวนิยายเรื่องโบตันกลีบสุดท้ายของกานติมา

ขอบเขตการวิจัย

นวนิยายไทยเรื่อง โบตันกลีบสุดท้าย ของ กานติมา พิมพ์ครั้งที่ 2 สำนักพิมพ์แสงดาว ในปี พ.ศ. 2558

ทบทวนวรรณกรรม และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์มาประยุกต์ในการวิเคราะห์อัตลักษณ์จีนที่ปรากฏในนวนิยายไทย เรื่อง โบตันกลีบสุดท้าย ของกานติมา มีรายละเอียดต่อไปนี้

1. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์

ชาวดี เกษมณี (2555, 24) กล่าวว่า อัตลักษณ์คือ คุณสมบัติหรือลักษณะเฉพาะของบุคคลที่ทำให้เข้าใจและรับรู้ตนเองหรือคนอื่นเป็นใคร และคนอื่นรับรู้ว่าเป็นอย่างไร อัตลักษณ์ไม่ได้เป็นสิ่งที่คงที่และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสภาพแวดล้อมและเวลา การสื่อสารและการแลกเปลี่ยนสิ่งต่างๆระหว่างกลุ่มและสังคมที่ต่างกันสามารถทำให้อัตลักษณ์เปลี่ยนแปลงไปได้ อัตลักษณ์ไม่

เพียงแต่เกี่ยวกับลักษณะทางกายหรือตัวตนของบุคคล แต่ยังเกี่ยวข้องกับความคิดเห็น ทัศนคติ
ค่านิยม และสิ่งที่เราเชื่อมั่น

นอกจากนี้แล้ว สุขชาติ เกษมณี (2555, 25) ยังกล่าวถึง อัตลักษณ์โดยสรุปจากทฤษฎีของ
Hall (1997) ว่า อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แต่เป็นผลมาจากวัฒนธรรมและถูกสร้าง
ขึ้นในวัฒนธรรม เนื่องจากสิ่งต่างๆในสังคมนี้ไม่ได้มีอยู่อย่างแท้จริงและไม่เป็นสิ่งที่กำหนดมาแต่เดิม
แต่ถูกสร้างขึ้นและกำหนดโดยสังคมและวัฒนธรรม เรามองอัตลักษณ์เป็นผลมาจากกระบวนการ
ทางสังคมและวัฒนธรรมที่เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (circuit of culture)

เพ็ญประภา เหล่าทะนันท (2564, 10-13) กล่าวถึง คำ “อัตลักษณ์” (Identity) มี
ความหมายว่า “เอกลักษณ์” ซึ่งเป็นคุณลักษณะเฉพาะของกลุ่มชนที่มีความแตกต่างจากกลุ่มชนอื่น
ๆ หรือความเป็นอย่างหนึ่งอย่างเดียวกันของผู้คน ซึ่งอาจเป็นกลุ่มคนที่มีสำนึกร่วมกันว่าตนเอง มีจุด
กำเนิดของบรรพบุรุษร่วมกัน มีขนบธรรมเนียมประเพณีเดียวกันและภาษาเดียวกันตลอดจนมี
ความรู้สึกผูกพันร่วมกัน

จากการศึกษาความหมายของ “อัตลักษณ์” อาจกล่าวได้ว่า อัตลักษณ์หมายถึง ลักษณะ
หรือคุณลักษณะที่เฉพาะโดดเด่นของบุคคลหรือกลุ่มคนซึ่งทำให้บุคคลหรือกลุ่มคนนั้นแตกต่างจาก
บุคคลหรือกลุ่มคนนั้น การสร้างอัตลักษณ์ของตนเองผ่านประสบการณ์และความเชื่อส่วนตัว ซึ่งทำให้
เรามีความรู้สึกเป็นตัวของตัวเองและเชื่อมโยงกับกลุ่มหรือชนเผ่าที่มีความเหมือนกันในด้านวัฒนธรรม
ความเชื่อ และค่านิยมเดียวกัน

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของชาวจีนในสังคมไทย

สุขชาติ เกษมณี (2555) ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง วรรณกรรมไทยที่สะท้อนอัตลักษณ์จีนใน
สังคมไทย โดยวิเคราะห์วรรณกรรมไทย 43 เล่ม พบว่า อัตลักษณ์ของชาวจีนในประเทศไทยสะท้อน
ให้เห็นใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความสัมพันธ์และครอบครัว ชาวจีนยังคงสืบทอดวัฒนธรรมแบบ
ดั้งเดิม และสถานะและบทบาทของผู้ชายยังสูงกว่าผู้หญิง 2) ด้านภาษาจีน คนจีนอยากให้ลูกเรียน
ภาษาจีน จึงให้ลูกไปเรียนภาษาจีนที่โรงเรียน ศาลเจ้า หรือจ้างครูจีนมาสอนที่บ้าน 3) ด้านอุปการ
จีน ชาวจีนยังคงให้ความสนใจกับอุปการจีน แม้ว่าความนิยมของอุปการจีนจะลดลงแต่ชาวจีนก็
ยังคงพัฒนาอุปการจีนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้รอดอยู่คู่ประเทศไทย 4) ด้านประเพณี ชาวจีนยังคง
ฉลองเทศกาลและประเพณีของจีน

सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล และ เฉลิมชัย วิโรจน์วรรณ (2557) ได้ทำงานวิจัยเรื่อง การอ้างอัตลักษณ์ของชาวจีนเจนเนอเรชันวายในย่านไชน่าทาวน์เยาวราช เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความแตกต่างในการอ้างอัตลักษณ์ความเป็นจีนของชาวจีนเจนเนอเรชันวายในย่านไชน่าทาวน์เยาวราช กรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของชาวจีนเจนเนอเรชันวายที่พักอาศัยอยู่ในย่านไชน่าทาวน์เยาวราช จำนวน 280 คน พบว่า การอ้างอัตลักษณ์ความเป็นจีนสะท้อนให้เห็นใน 1) ด้านภาษาและชีวิตความเป็นอยู่ 2) ด้านการแต่งกาย 3) ด้านความเชื่อ 4) ด้านค่านิยม 5) ด้านประเพณี 6) ด้านความสัมพันธ์ทางครอบครัว และปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตลักษณ์ของ ชาวจีนในเขตเยาวราชมีปัจจัย อายุ ถิ่นกำเนิดของบรรพบุรุษ เชื้อชาติของบิดามารดา ระยะเวลาในที่พักอาศัยอยู่ในเขตเยาวราช และความยึดมั่นผูกพันในครอบครัวและเครือญาติ

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับชาวจีนในสังคมไทยในวรรณกรรมไทย

นิษฐา จันทปัญญาศิลป์ (2541) ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง พฤติกรรมจริยธรรมของตัวละครเอกชาวจีนในนวนิยายไทย โดยวิเคราะห์นวนิยายไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2480 ถึง ปี พ.ศ. 2500 พบว่า ภาพลักษณ์ของชาวจีนในประเทศไทยมีทั้งอาชญากร ศัตรู กลุ่มอิทธิพล และสมาชิกพรรคคอมมิวนิสต์ แต่แตกต่างจากภาพชาวจีนในประเทศไทยในนวนิยายไทยช่วง พ.ศ. 2512-2523 โดยมีความแตกต่าง คือ ชาวจีนในไทยปรับตัวเข้ากับสังคมไทยได้ดี และยังคงมีความภูมิใจในความเป็นจีนและยึดมั่นในวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้

พิณวิไล ปริบุษณะ (2555) ได้ทำงานวิจัยเรื่อง การปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของคนจีนในไทย: กรณีศึกษาตัวละครคนจีนอพยพในนวนิยายเรื่องลอดลายมังกร โดยวิเคราะห์อัตลักษณ์และปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของคนจีนอพยพตามบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในนวนิยายลอดลายมังกร พบว่า ชาวจีนที่อพยพมาสู่ประเทศไทยพยายามรักษาอัตลักษณ์ของความเป็นจีนโดยไม่ต้องการยอมรับตัวเองว่าเป็นคนไทย สิ่งนี้ประกอบด้วยค่านิยม วิถีชีวิต การยึดมั่นในวัฒนธรรมและประเพณีจีน และการอบรมสั่งสอนลูกหลานอย่างต่อเนื่อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ยังไม่มีการศึกษาอัตลักษณ์ดั้งเดิมของชาวจีนและอัตลักษณ์ของชาวไทยเชื้อสายจีนที่เป็นรุ่นลูก จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจจะศึกษาและปรับปรุงเพิ่มเติม

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาอัตลักษณ์ของชาวจีนในนวนิยายไทย เรื่อง โบทันกลีบสุดท้าย ของกานติมา
ดำเนินการศึกษาค้นคว้าดังต่อไปนี้

1. การรวบรวมข้อมูล

1.1 รวบรวมทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์

1.2 รวบรวมทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของนวนิยาย

1.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของชาวจีนในสังคมไทย

1.3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับชาวจีนในสังคมไทยในวรรณกรรมไทย

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 วิเคราะห์นวนิยายเรื่อง โบทันกลีบสุดท้าย เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ความเป็นจีนที่
ปรากฏในนวนิยาย

3. สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษา

อัตลักษณ์จีนที่ปรากฏในนวนิยาย เรื่อง โบทันกลีบสุดท้าย ของกานติมา สะท้อนเห็นใน 5
ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการใช้ภาษาจีน 2) ด้านวิถีชีวิต 3) ด้านศิลปะการแสดง 4) ด้านค่านิยม และ
5) ด้านประเพณีและความเชื่อ

1. การใช้ภาษาจีน

1.1 การใช้ภาษา

การใช้ภาษาจีนนับเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นในนวนิยายเรื่องนี้ เพราะภาษาจีนไม่ใช่แค่เพียง
การถ่ายทอดวัฒนธรรมจีนและอารยธรรมจีนเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นเอกลักษณ์และสัญลักษณ์
ของประเทศจีน ดังที่ สุชาวดี เกษมณี (2555, 118-119) กล่าวไว้ว่า “ภาษาจีนเป็นอัตลักษณ์จีนที่มี
ความสำคัญยิ่งในการแสดงถึงความเป็นกลุ่ม เป็นพวก และก่อให้เกิดการรวมกลุ่มภาษาไว้ได้อย่าง
เหนียวแน่น” ในนวนิยายเรื่องนี้ ตัวละครที่เป็นชาวจีนโพ้นทะเลจะใช้ภาษาจีนแต่จู้ในการสื่อสารกับ
คนในครอบครัวและลูกหลานที่เกิดและเติบโตในไทย แม้ว่าลูกหลานจะสามารถใช้ภาษาไทยได้ก็ตาม

ซึ่งนับว่าเป็นการรักษาอัตลักษณ์ความเป็นจีนผ่านการใช้ภาษา ดังเช่นตัวละครอาฉางการสั่งสอนลูก
คนโตให้ดูแลครอบครัวและน้อง ๆ เชื้อฟิงพ่อแม่ และคนที่มิกัตถุญจะรำรวยว่า

ตัวอย่างที่ 1

“อาหลา...ตัวแจ้เตี้ยะใจไทยไหล ไทยอาตี้อาหมวย...จ้อจาโบ้เกี้ยเตี้ยะ เทียแปไ้อ...เกี้ยไ้อแก่
เตี้ยะเทียแปป้อ...เกี้ยไ้อยเกี้ยเห่าจะอ่วยฮวกใช้” อาฉางพูดด้วยน้ำเสียงเข้มเป็นงานเป็นการ ทุก
คนรู้ว่ายามใดที่ผู้เป็นพ่อ หรือแม่พูดภาษาจีนกับลูก ๆ นั้นหมายถึงเรื่องนั้นใครจะทำเป็นไม่สนใจ
หรือไม่ใส่ใจไม่ได้ ความหมายที่เขาพูดมาทั้งหมดคือ ดาหลาเป็นลูกคนโตต้องดูแลครอบครัว...เป็น
ลูกผู้หญิงที่ดีต้องเชื่อฟังพ่อแม่...ลูกต้องแต่งงานกับคนที่พ่อแม่ เลือกให้...ลูกกัตถุญจะพบกับ
ความเจริญ

(กานติมา, 2558, 44)

จากการวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษาของตัวละครในเรื่อง จะพบว่า ตัวละครจะมีการใช้
ภาษาจีนควบคู่กับภาษาไทย ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ชาวจีนโพ้นทะเลได้ให้ลูกหลานของตนเองเรียนรู้
ภาษาไทยด้วยเช่นกัน และยังคงรักษาการใช้ภาษาจีนเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของตน ซึ่งลักษณะการใช้
ภาษาจีนของตัวละคร นอกจากจะใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารแล้ว ยังสะท้อนในการใช้คำ

1.2 การใช้คำ

คำสรรพนามในภาษาไทยและภาษาอังกฤษแบ่งออกเป็นเพศ แต่สรรพนามส่วนตัวใน
ภาษาจีน คำสรรพนามไม่ได้แยกตามเพศหรืออายุ คำสรรพนามที่ปรากฏในนวนิยายคือ “อ้าว” แทน
สรรพนามบุรุษที่ 1 คำว่า “ลื้อ” แทนสรรพนามบุรุษที่ 2 และคำว่า “อี” แทนสรรพนามบุรุษที่ 3
ดังที่ปรากฏในบทสนทนาว่า

ตัวอย่างที่ 2

“เพื่อนของลื้อเขาจะมาหาลื้อแน่หรือ แล้วจะจำกันได้หรือ ลื้อสองคนจากกันตั้งแต่อายุสิบขวบ
นะ” “จำได้ซื่อชิน สองปีก่อนอาภวยังกลับไปเยี่ยมอาแม่ของอีที่ซิงไห่ อีชวนอ้าวมาตั้งแต่นั้น
แล้ว แต่อ้าวไม่ตามอีมา ก็เพราะอ้าวอยากแต่งงานกับลื้อเสียก่อนไง อย่างไรเสียก็ไม่มีวันลืมหน้าตา
กันได้หรอกน่า”

(กานติมา, 2558, 7)

1.3 การตั้งชื่อ

คนจีนตั้งชื่อตามรูปแบบ “นามสกุล + ชื่อ” และล้วนมีชื่อเล่นง่าย ๆ ในนวนิยายเรื่องนี้ นอกจากชาวจีนรุ่นแรกแล้ว ผู้เขียนตั้งชื่อลูก ๆ ของพวกเขาซึ่งก็คือชาวจีนรุ่นที่ 2 และลูกหลานของพวกเขาซึ่งก็คือลูกชาวจีนรุ่นที่ 3 อีกสองคน ทั้งหมดมีชื่อเป็นภาษาจีน ดังเช่นแม้ว่าลูกชายทั้งสามคนของตัวละครอาเซงจะตั้งชื่อจริงเป็นภาษาไทยว่า “ธีรชัย” “ธีรชาติ” และ “ธีรเดช” แต่เพื่อรักษาอัตลักษณ์จีนของพวกเขา ผู้เขียนยังได้ตั้งชื่อตัวละครทั้งสามเป็นภาษาจีนด้วยว่า “อาโจ” “อาจิว” และ “อาจู” และอาเซงและอาเหมยหลัง มักใช้ชื่อจีนเรียกลูกชายของตนเองในชีวิตประจำวัน

ตัวอย่างที่ 3

“แยกย้ายกันไป อาโจ อาจิว ล้อรับไปทำการบ้านอ่านหนังสือทบทวนตำราละ ส่วน อาจู...”

(กานติมา, 2558: 87)

2. วิถีชีวิต

2.1 การแต่งกาย

การแต่งกายเป็นส่วนสำคัญของสังคมและวัฒนธรรมของมนุษย์ ผู้คนแสดงบุคลิกภาพและอัตลักษณ์ของตนเองโดยการเลือกเสื้อผ้าที่เหมาะสม การแต่งกายไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือในการปกปิดร่างกาย แต่ยังมีคามหมายแฝงทางวัฒนธรรมอีกด้วย นอกจากนี้ เครื่องการแต่งกายยังแสดงให้เห็นถึงความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ ดังเช่นตัวละครอาฉางและอาชินจะไปเยี่ยมบ้านเพื่อนอาทวง การแต่งกายของอาชินเป็นกิ๊เพ้า เช่น

ตัวอย่างที่ 1

อาฉางแต่งตัวโก้หรั่งดังชาวพระนคร เสื้อแบบจีนของเขาถูกแขวนไว้ชั่วคราว เขาใส่เสื้อเชิ้ตสีขาวสะอาดสะอ้านติดกระดุมคออย่างเรียบร้อย ใส่กางเกงแบบฝรั่งสีเทา

ในขณะที่อาชินซึ่งมักจะใส่เสื้อแพรจีนเข้าสู่ดักกับกางเกงเป็นประจำ วันนี้ เธอใส่กิ๊เพ้าตัวยาวดูสวยงาม หุหุหากว่าปกติ เธอยังคงมีความงามตามแบบนางเอกจิวที่แม้จะเป็นสาวใหญ่แล้ว แต่รูปร่างสูงของเธอก็ยังคงดูดีมีทรวดทรงสะดุดตา

(กานติมา, 2558, 31)

การแต่งกายแบบจีนดั้งเดิมเป็นสัญลักษณ์ที่ชัดเจนของอัตลักษณ์ของชาวจีน จากตัวอย่างนี้ จะได้เห็นว่ “เสื้อแบบจีนของเขาถูกแขวนไว้ชั่วคราว” แสดงให้เห็นถึงอาฉางใส่ชุดแบบจีนใน

ประจำวัน แม้ว่าพออพยพไปสู่เมืองไทยมาหลายปีแล้ว แต่อาฉางและอาชินยังคงรักษาลักษณะความเป็นจีนเอาไว้ในการแต่งกาย โดยเฉพาะชุดกี่เพ้าที่อาชินสวมใส่นั้นเห็นได้ชัดว่าเป็นสัญลักษณ์ของวัฒนธรรมจีน วรรณกรรม ทองเชื้อ (2550, 260) กล่าวว่า “กี่เพ้า” เป็นชุดของสตรีแมนจูสมัยราชวงศ์ชิงได้รับการยกย่องให้เป็นแบบฉบับของชุดเครื่องแต่งกายจีน รูปแบบเป็นผ้าผืนเดียวทั้งชุดกลมกลืนเป็นพิเศษกับวัฒนธรรมจีน “กี่เพ้า” ถือเป็นชุดของคนจีนที่ทรงเสน่ห์โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง เป็นที่นิยมมาเป็นเวลายาวนานและจะไม่คลายความนิยมลงไปง่าย ๆ

2.2 การแพทย์แผนจีน

คนจีนมีความรู้เรื่องเครื่องยาโบราณมานาน และเมื่ออพยพเข้ามาอยู่ในประเทศไทย ก็ยังคงสืบทอดการรักษาและเผยแพร่ตำรายาจีนส่งผลให้ยาจีนมีบทบาทในสังคมไทย (แสงอรุณ กนกพงศ์ชัย, 2550, 174-175) ดังเช่นเมื่อรู้สึกร่างกายไม่สบาย วิธีการรักษาของตัวละครอาเชงคือการใช้ยาจีน

ตัวอย่างที่ 2

“อ๊วย อาปาดื้อนะผีนั่งซังซาร์ รู้มัยว่าอ๊ิ่นะปวดหลัง ปวดหัวเหมือนจะไข้ขึ้นอยู่ตลอดเลย อ๊ว ต้มยาจีนให้ดื่มแทนน้ำชามาเป็นเดือนแล้วนะ”

ธีรเดชสีหน้าเคร่งเครียดขึ้นมาทันที เขาบ่นเบา ๆ ให้ได้ยินกันสองคนกับ ผู้เป็นแม่ “มาม้า ต้องหาทางพาอาปาไปหาหมอให้ได้นะ อย่าให้ถึงกับล้มไปนะ”

(กานติมา, 2558, 162)

การใช้ยาจีนนั้นได้สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะพิเศษของวัฒนธรรมจีน ดังที่ แสงอรุณ กนกพงศ์ชัย (2550, 174-175) กล่าวว่า คนจีนมีความรู้เรื่องเครื่องยาโบราณมานานเป็นพัน ๆ ปี และเผยแพร่ที่ประเทศไทยเป็นเวลายาวนานจึงทำให้เรื่องของยาจีนมีบทบาทในสังคมไทย ชาวจีนที่อพยพเข้ามาในประเทศไทยยังคงสืบทอดและรักษาอัตลักษณ์ด้วยวัฒนธรรมการรักษาแบบแพทย์แผนจีน ดังนั้น การแพทย์แผนจีนได้สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของชาวจีนในนวนิยายเรื่องนี้

3. ศิลปะการแสดง

3.1 เครื่องดนตรีจีน

เครื่องดนตรีจีนถือเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญาของชาวจีนจนกลายมาเป็นอัตลักษณ์ ซึ่งเครื่องดนตรีจีนมีหลายชนิด แต่ที่ปรากฏในนวนิยายมีเพียงขลุ่ยและซอเอ้อหู

ซึ่งเป็นเครื่องดนตรีที่มีมาแต่โบราณ กล่าวคือ “ขลุ่ย” หรือ “เซียว” เป็นเครื่องเป่าที่ทำจากไม้ไผ่ และเป็นหนึ่งในเครื่องดนตรีที่เก่าแก่ที่สุดในจีน ซึ่งตัวละครอาซุนในนวนิยายก็สามารถเป่าขลุ่ยได้เช่นกัน

ตัวอย่างที่ 1

ส่วนอาซุนนั้นไหว้เสร็จแล้วก็ออกไปนั่งรออยู่ใต้ต้นไม้ เขาเอา**ขลุ่ยจีน**ขึ้นมาเป่า เรียกความสนใจของผู้คนในบริเวณศาลเจ้าได้เป็นอย่างดี คนที่มาไหว้เจ้าส่วนใหญ่เป็นคนจีนด้วยกัน ดังนั้นจึงมีการทักทายพูดคุยกันอย่างเป็นกันเองบ้างเป็นบางคน

(กานติมา, 2558, 13)

ส่วนขอเอ๋อหู เป็นเครื่องดนตรีประเภทสี มีประวัติตั้งแต่สมัยราชวงศ์ถัง และเป็นศิลปะพื้นบ้านชนิดหนึ่งที่มักเล่นในพื้นที่งานวัด งานแต่งงาน เทศกาล พิธีกรรมและชนบท ดังที่ปรากฏตอนอาฉางเพิ่งมาถึงประเทศไทยและรอเพื่อนคืออาทงที่จะมารับ ซึ่งอาทงมาเมืองไทยก่อนอาฉางหลายปี ระหว่างรออาทง อาฉางจึงหยิบขอเอ๋อหูขึ้นมาเล่นเพื่อสื่อความรู้สึกในใจของตนเอง จะเห็นได้ว่า เครื่องดนตรีจีนได้มีบทบาทในการแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ความเป็นจีนได้อีกอย่างหนึ่ง นอกจากนี้เครื่องดนตรียังสื่อให้เห็นถึงอารมณ์ความรู้สึกภายในจิตใจของผู้เล่นว่า มีอารมณ์สุข เศร้า เหงา ว้าวุ่น อย่างไร ดังนั้น เครื่องดนตรีจีนจึงเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์จีน และสามารถแสดงอารมณ์และความคิดของผู้คนผ่านดนตรีและถ่ายทอดภูมิปัญญาของประเทศไทยด้วย

3.2 การแสดงจ๊ว

จ๊วเป็นวัฒนธรรมจีนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวซึ่งมีประวัติศาสตร์ยาวนานนับร้อยปีและเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงตัวตนของความเป็นจีนหรืออัตลักษณ์จีน เมื่อชาวจีนอพยพไปยังดินแดนแห่งใหม่ จ๊วเป็นการแสดงประเภทหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของชาวจีน สิ่งที่จ๊วนำเสนอจะสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมจีน เพราะโครงเรื่องของจ๊วมักมีพื้นฐานมาจากวรรณคดี ประวัติศาสตร์ และเรื่องราวดั้งเดิมของจีนโบราณ เครื่องดนตรีแบบดั้งเดิมที่ใช้กันทั่วไปในดนตรีจ๊ว เช่น เอ๋อหูและขลุ่ย ซึ่งเป็นเครื่องดนตรีประจำชาติจีนมาเสริมให้โดดเด่นในอัตลักษณ์จีนเพิ่มขึ้น การเล่นจ๊วเป็นอาชีพที่สำคัญสำหรับบางชาวจีนในสมัยยุคหนึ่งๆ และมีบทบาทสำคัญในการรักษาความเป็นจีนและการสืบทอดประเพณีของครอบครัวของนางเอก ดังเช่นตัวละครอาฉางให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการสืบทอดจ๊วเมื่อลูกทั้งสี่ของเขายังเป็นเด็กและทำให้ลูกๆ ของพวกเขาฝึกฝนทักษะพื้นฐานของการแสดงจ๊วอย่างจริงจัง

ตัวอย่างที่ 2

ก่อนเกิดสงคราม อาฉางกับอาชินเคยจับเด็ก ๆ ทั้งสี่ ฝึกนิ้วมาบ้างแล้ว แต่ไม่เอาจริงเอาจัง
มากนัก คราวนี้สองสามีภรรยาเอาจริงเอาจังกับการถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ลูก ๆ เพราะเห็นว่าทุก
คนเติบโตมากพอที่จะเรียนรู้ได้แล้ว อาชินจับลูกสาวทั้งสามมาหัดร้องจ๊ว และร่ายรำกันตามลีลา
ของตัวแสดงทั้งตัวดีและตัวร้าย

ส่วนอาหล่งนั้นถูกอาชินจับหัดจ๊วร้องจ๊วตั้งแต่อายุ 8 ขวบ ปีนี้โตเป็นหนุ่มน้อยวัย 15 ปี
จึงถูกฝึกหนัก ทั้งฝึกฟันดาบ รำทวน ออกท่าออกทาง วางมาด เป็นตัวพระบ้าง ตัวร้ายบ้าง ฝึก
ร้องจ๊ว ฝึกเจรจา เป็นตัวต่าง ๆ อยู่ทุกวัน ทั้งสี่คนถูกฝึกอย่างเข้มงวด ไม่มีเวลาไปเล่นตามประสา
เด็กแม้แต่เน้อย

(กานติมา, 2558, 22-23)

การแสดงจ๊วจึงเป็นหนึ่งในลักษณะเด่นของอัตลักษณ์จีน จากตัวอย่างที่ 1 จะเห็นว่า
อาฉางและครอบครัวของเขาเปิดโรงคณะจ๊วในเมืองสยามเพื่อหาเลี้ยงชีพ ซึ่งแสดงอัตลักษณ์ความ
เป็นจีนอย่างชัดเจน นอกจากถือการแสดงจ๊วเป็นเครื่องมือในการหาเลี้ยงชีพแล้ว ครอบครัวของอา
ฉางยังให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดวัฒนธรรมจ๊วแบบเดิมอีกด้วย

4. ค่านิยม

4.1 การเชื่อฟังและเคารพพี่ชาย

ในลัทธิขงจื๊อ “悌” (ที่) ก็เป็นแนวคิดที่สำคัญมาก ซึ่งหมายถึง “การเชื่อฟังและเคารพ
พี่ชาย” เช่นเดียวกับหลังจากตัวละครอาฉารู้ว่า พี่ชายของเขาอาจได้ปกปิดสถานที่และเวลาที่แท้จริง
ของงานแต่งงานเพราะไม่อยากให้พ่อแม่เข้าร่วมงานแต่งงาน อาฉารู้สึกพี่ชายขู่ไม่ให้บอกความจริงกับ
พ่อแม่ อาฉุอยากกบฏต่อพี่ชาย แต่เขานึกถึงคำสอนของพ่อแม่ว่า “พี่ชายก็เหมือนพ่อที่สอง” และ
เลือกเคารพและเชื่อฟังพี่ชาย จึงไม่ได้ทำอะไรผิดต่อพี่ชาย

ตัวอย่างที่ 1

“เฮ้ย อ้าวก็ต้องมีแผนสำหรับอนาคตอ้าวไวเหมือนกัน แต่ลื้อห้ามพูดไปนะ ไว้ย รอให้เสร็จเรื่อง
แต่งงานไปก่อน... อ้าวกับอาฉิตกลงกันแล้วว่าให้ลื้อเป็นตัวแทนพวกอ้าวทำงานอยู่กับอาปาห้ามหนี
ไปไหน และห้ามบอกเรื่องนี้กับอาปา ถ้าอาปารู้ลื้อก็จะโดนตี...เข้าใจมั๊ย” อีร์ชียกเท้าขึ้น
ทำท่าจะถีบตักปากว่าอย่างไมเกรงใจน้องชายแม้แต่เน้อย

ธีรเดชพรวดพราดลุกขึ้น อยากจะชกแผลที่ปากของพี่ชายให้เลือดทะลักออกมาอีกให้ สามี
สมกับความเห็นแก่ตัวที่พี่ชายกำลังกระทำอยู่ แต่เพราะคิดถึงคำสั่งสอนที่พ่อแม่พูดกรอกหูมา
ตลอดว่าเป็นน้องต้องเชื่อฟังพี่ เคารพพี่ดุจดั่งพ่อคนที่สอง เขาจึงไม่อาจจะลงไม้ลงมือกับพี่ชายได้

(กานติมา, 2558, 121)

4.2 ความกตัญญูทเวที

“孝” (เสี่ยว) ในแนวคิดของลัทธิขงจื้อ ชาวจีนเชื่อว่า “百善孝为先” (ป๋ายซ่านเสี่ยวเว่ย
เซียน) ซึ่งหมายถึง “คุณธรรมร้อยประการ ความกตัญญูทเวทีอยู่อันดับหนึ่ง” (สู่ เว่ยเจีย Xu Wei-jie,
2555, 62) เช่นเดียวกับตัวละครอาจุเป็นคนกตัญญูมาก แม้ว่าพ่อของเขาจะมีอคติมาตั้งแต่เด็กและ
ไม่เขาเคยได้รับความรักจากพ่อ แต่เขาก็ยังกตัญญูทเวทีพ่อแม่ด้วยคำพูดและการกระทำ

ตัวอย่างที่ 2

ในเมื่ออาเฮียทั้งสองก็เรียนจบและมีงานทำแล้ว อี้มีครอบครัวแล้ว ต่อไปอาปากก็ไม่ต้องส่งเสีย
อี้ เราไม่ต้องทำงานหนักมากนัก วันหนึ่งสองคนนั้นก็จะต้องส่งเงินมาให้อาปากับมามาใช้ อาเฮีย
ต้องจำคำสอนของอาปาได้ เกี้ย โอ้ย เกี้ย เहां จะ อ่วย ฮวก ใช้ ลูกกตัญญูจะพบกับความเจริญ
เพราะฉะนั้นต่อไปนี้อาปากับมามาลดเวลาทำงานลง ทำเบ็ดไก่ให้น้อยลง นอนให้มากขึ้น มีเวลาก็
ออกไปดูจิ้งมั่ง ไปหาเพื่อนเก่ามั่ง ไปนั่งเล่นสวนลุมพินีมั่ง เรื่องที่ร้าน อัวกับอาโนจะรับผิดชอบให้
มากที่สุด...อ้วขออาปาแค่นี้ได้มัย”

(กานติมา, 2558, 132-133)

จากตัวอย่างนี้จะเห็นได้ว่า อาจุรับรู้ว่พ่อของเขาไม่มีความสุขเพราะต้องตื่นแต่เช้าไปทำงานและ
นอนดึก เขาจึงขอร้องให้พ่อทำงานน้อยลง มีเวลาก็ได้ไปดูจิ้งว้ ไปพบปะเพื่อนฝูงบ้าง จากคำพูดของอา
จุจะรู้ว่า เขาไม่เคยขอเงินพ่อและไม่ได้ไปทำงานไกลโดยไม่บอกพ่อแม่เหมือนพี่ชายสองคน และ
เขาคอยอยู่เคียงข้างพ่อแม่เสมอเพื่อช่วยดูแลครอบครัว ซึ่งเผยให้เห็นความกตัญญูของเขา

5. ความเชื่อและประเพณี

5.1 ความเชื่อและประเพณีการไหว้เจ้า

ประเพณีการไหว้เจ้าของจีนมีมาตั้งแต่สมัยโบราณ ในเวลานั้น ชาวจีนมีความเข้าใจอย่าง
จำกัดมากเกี่ยวกับปรากฏการณ์ทางธรรมชาติและทางสังคม และพวกเขาจึงถือว่าปรากฏการณ์ที่ไม่
สามารถอธิบายได้เหล่านี้เกิดจากพลังของเทพเจ้า ดังนั้นพวกเขาจึงเริ่มอธิษฐานต่อเทพเจ้าเพื่อขอพร

และคุ้มครอง ประเพณีนี้ค่อย ๆ ก่อตัวขึ้นตามประวัติศาสตร์และกลายเป็นหนึ่งในประเพณีที่สำคัญของชาวจีน ทั้งนี้ ประเพณีการไหว้เทพเจ้าและการสวดภาวนาขอพรจึงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมจีน ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อของผู้คนในพลังเหนือธรรมชาติและการเคารพเทพเจ้า นอกจากนี้ยังสะท้อนถึงความปรารถนาโชคดี ความสุข และความสงบในครอบครัว ดังเช่นตัวละครสองสามีภรรยา อาซิน อาฉาง และเพื่อนอาซุ่นเมื่ออพยพมาถึงเมืองไทย อาซินพบว่าตนตั้งครภรรแล้ว พวกเขาทั้ง 3 คนก็ใกล้จะกลายเป็น 4 คน อาซินจึงอยากจะไหว้พระเจ้าและขอพรจากพระเจ้า

ตัวอย่างที่ 1

“พรุ่งนี้อ้วจะเอาผลไม้ไปไหว้เจ้า แล้วก็ขอพรให้ท่านคุ้มครองพวกเราทั้งสี่”

(กานติมา, 2558, 11)

นอกจากตัวละครชาวจีนโพ้นทะเลแล้ว ชาวไทยเชื้อสายจีนในนวนิยายยังรักษาประเพณีการไหว้เจ้าด้วย เช่นเดียวกับเมื่อตัวละครดาหลารู้สึกไม่สบายใจเพราะไม่รู้ว่าทำไมสามีของเธอถึงทำให้เธอเห็นทาง จึงเตรียมของไหว้เจ้าเพื่ออธิษฐานขอความสงบและความสบายใจจากภายใน

5.2 ประเพณีการแต่งงานแบบคลุมถุงชน

“การแต่งงานแบบคลุมถุงชน” หมายถึงรูปแบบการแต่งงานที่พ่อแม่หรือญาติคนอื่น ๆ จัดเตรียมการสมรสแทนที่จะให้เจ้าสาวและเจ้าบ่าวเลือกคู่สมรสด้วยตนเอง (จ้าว สว่าง 赵爽, 2015, 25) ประเพณีการแต่งงานแบบคลุมถุงชนของจีนสามารถสืบย้อนไปถึงจีนโบราณและมีอยู่ในสังคมจีนในยุคประวัติศาสตร์ต่างๆ และสามารถสืบย้อนไปถึงสมัยราชวงศ์ฮั่นตะวันออก หลังจากราชวงศ์เหนือและใต้ และประเพณีนี้ก็ได้รับการสืบทอดและยังคงมีอยู่ต่อไปและเป็นส่วนหนึ่งของประเพณีจีน จนกระทั่งประเทศจีนประกาศใช้กฎหมายการแต่งงานในปี 1950 ประเพณีการแต่งงานแบบคลุมถุงชนถูกยกเลิก

นวนิยายเรื่องนี้เกิดขึ้นในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง ในขณะนั้นยังไม่มีบทบัญญัติทางกฎหมายที่ชัดเจนเกี่ยวกับประเพณีที่ไม่ดีดั้งเดิมนี้ ตัวละครอากว ซึ่งที่เกิดที่จีนจึงยังคงมีวิถีคิดแบบดั้งเดิม ดังนั้น เมื่อเห็นภรรยาของอาฉาวตั้งท้อง อากวจึงพิจารณาจัดแต่งงานแบบคลุมถุงชนระหว่างลูกชายของตนเองกับลูกในครรภ์ของอาฉาง ด้วยวิธีนี้อาฉางจึงไม่ต้องชำระหนี้ที่ยืมมาจากตนเองเพื่อเปิดโรงจิวแล้ว

ตัวอย่างที่ 2

อาฉางนั้นคิดว่าถึงเวลาแล้วที่จะสานฝัน ในอันที่จะมีโรงงิ้วของตนเองจึงพาเมียรักที่เริ่ม
ท้องแก่เดินทางขอความช่วยเหลือจากอาทงทางด้านเงินลงทุน ซึ่งสหายรักในวัยเยาว์ก็เต็มใจที่
จะช่วยเหลือ แต่อาทงก็ไม่วายกระเช้าเพื่อนว่า

“ถ้าถึงกำหนดเวลาชดใช้หนี้แล้วลื้อไม่มีให้อ้วละก็ อ้วจะยึดลูกคนแรกของลื้อนา.....
อาฉาง”

“ถ้าลูกคนแรกของลื้อเป็นลูกชายให้มาเป็นน้องชายอาแฟ้ง ถ้าเป็นลูกสาวอ้วจะขอเป็น
ลูกสะใภ้”

(กานติมา, 2558, 13-14)

จากตัวอย่างข้างต้นจะได้เห็นว่า อาฉางยืมเงินจากอาทงเพื่อเปิดโรงงิ้ว อาทงจึงอยากให้
ลูกชายทำสัญญาแต่งงานกับลูกสาวคนโตของอาฉางเพื่อชำระหนี้ การจัดการการแต่งงานแบบนี้
ไม่ได้คำนึงถึงสิทธิส่วนบุคคลของลูก ๆ ในการเลือกการแต่งงานและครอบครัวของพวกเขา ประเพณี
ศักดิ์ณาดังกล่าวจำกัดการเลือกส่วนบุคคลของลูกและยังกดขี่ต่อพวกเขาด้วย ในนิยาย ดาหลา
แต่งงานกับพงษ์เลิศซึ่งเป็นคนรักร่วมเพศโดยไม่ได้ทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ประเพณีการแต่งงาน
แบบคลุมถุงชนลิดรอนสิทธิในการศึกษาของเธอ และก็เป็นสาเหตุพื้นฐานของโศกนาฏกรรมในชีวิต
สมรสของเธอ แม้ว่าการปรากฏของประเพณีนี้จะสะท้อนถึงลักษณะเฉพาะของจีนอย่างชัดเจน แต่ก็
ถือเป็นวัฒนธรรมที่เลวร้ายเช่นกัน

สรุปผลและอภิปรายผล

อัตลักษณ์จีนที่ปรากฏในนวนิยายเรื่องนี้สะท้อนให้เห็นในด้าน 1) การใช้ภาษาจีน 2) วิถีชีวิต
3) ศิลปะการแสดง 4) ค่านิยม 5) ประเพณีและความเชื่อ จากผลการศึกษาผู้วิจัย พบว่า อัตลักษณ์
ความเป็นจีนที่ปรากฏในนวนิยายเรื่องโศกนาฏกรรมสุดท้าย ของกานติมา ซึ่งจะสอดคล้องกับในบาง
ประเด็นของอัตลักษณ์จีนที่ปรากฏในวรรณกรรมไทยที่ผู้วิจัยหลายท่านเคยศึกษา เช่น สอดคล้องกับ
บางประเด็นในวิทยานิพนธ์ของสุชาวดี เกษมณี (2555) ที่ว่าอัตลักษณ์จีนในสังคมไทยที่ปรากฏใน
วรรณกรรมไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2510 จนถึงพ.ศ. 2550 มีด้านภาษาจีนและด้านประเพณี คล้องกับบาง
ประเด็นในการศึกษาค้นคว้าอิสระของ พิณวิไล บริบูรณ์ (2555) ที่ว่าอัตลักษณ์ความเป็นจีนที่
ปรากฏในนวนิยายเรื่อง ลอดลายมังกร สะท้อนผ่านค่านิยม วิถีชีวิต การยึดถือประเพณีจีน และ

สอดคล้องกับบางประเด็นในวิทยานิพนธ์ของ เพ็ญประภา เหล่าทะนนท์ (2555) ที่ว่า อัตลักษณ์จีนที่ปรากฏในนวนิยายและเรื่องสั้นของ ประภัสสร เสวิกุล สะท้อนผ่านด้านการแต่งกาย การแพทย์จีน และด้านภาษา

จากการสังเกตว่า การศึกษาอัตลักษณ์จีนที่ปรากฏในนวนิยายก็เป็นการศึกษาลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมของจีนที่ปรากฏในนวนิยาย เนื่องจากในกระบวนการที่ตัวละครรักษาอัตลักษณ์จีนนั้นสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามในการสืบทอดวัฒนธรรมจีน แม้ว่าจะเป็นวัฒนธรรมที่ไม่ดีหรือล้าหลังก็ตาม กล่าวได้ว่า เหตุผลที่อัตลักษณ์จีนจะมีลักษณะเฉพาะแบบจีนเป็นเพราะว่ามาจากวัฒนธรรมอันยาวนานที่สืบทอดมาจากรุ่นสู่รุ่น วัฒนธรรมจีนเป็นระบบที่ยาวนานและหลากหลาย รวมถึงภาษา ศาสนา ศิลปะ มารยาท และด้านอื่น ๆ องค์ประกอบทางวัฒนธรรมเหล่านี้มีการพัฒนาและสืบทอดอย่างต่อเนื่องตลอดประวัติศาสตร์ก่อให้เกิดอัตลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์ของจีน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ สุชาวดี เกษมณี (2555, 25) เกี่ยวกับอัตลักษณ์ว่า อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แต่เป็นผลมาจากวัฒนธรรมและถูกสร้างขึ้นในวัฒนธรรมซึ่งสามารถมองอัตลักษณ์เป็นผลมาจากกระบวนการทางสังคมและวัฒนธรรม และสอดคล้องกับทฤษฎีของ เพ็ญประภา เหล่าทะนนท์ (2564, 10) ว่าการศึกษาอัตลักษณ์เป็นการศึกษาลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในกลุ่มชนนั้น ๆ เช่นเดียวกับ อภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2546, 27-28) กล่าวว่าอัตลักษณ์เป็นกระบวนการทางสังคมและสามารถปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ตลอดเวลา ดังนั้นเมื่อชาวจีนอยู่ในประเทศไทยมาเป็นเวลานาน อัตลักษณ์จีนของชาวจีนอาจเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับสังคมมากขึ้นเนื่องจากอิทธิพลของเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และการเมืองของประเทศไทย และชาวไทยเชื้อสายจีนที่เติบโตในประเทศไทยก็จะค่อย ๆ เปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์จีนบางประการที่สืบทอดจากพ่อแม่ เช่นเดียวกับในนวนิยายเรื่อง โบทันกลีบสุดท้ายนี้ แม้ว่าโดยส่วนใหญ่แล้วตัวละครชาวไทยเชื้อสายจีนจะยังคงรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สืบทอดมาจากพ่อแม่ แต่เมื่อพวกเขาได้รับการศึกษาไทยและได้สัมผัสกับสังคมไทยที่กำลังพัฒนา ค่านิยมบางประการก็จะเปลี่ยนไปตามการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยด้วย เช่น นางเอกต้นหยงไม่ยอมรับความคิดเห็นของพ่อแม่ว่าจะลาออกหลังเรียนจบมัธยม แต่พยายามเรียกร้องพ่อแม่ให้สิทธิผู้หญิงได้รับการศึกษาระดับสูง และในค่านิยมในทางด้านการเลือกอาชีพ ก็คิดว่าลูกหลานควรเลือกอาชีพตามความต้องการและความชอบของตนเองแทนที่จะทำตามคำสั่งของพ่อแม่หรือสืบทอดธุรกิจของครอบครัว เป็นต้น อย่างไรก็ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษานี้จะเน้นศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวจีนในสังคมไทยที่ไม่ได้รับผลกระทบจากยุคสมัยกาลเวลาทางสังคมและปัจจัยอื่น ๆ

ข้อเสนอแนะ

ควรศึกษาการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของตัวละครและปัจจัยในปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ที่ปรากฏในนวนิยายเรื่อง โปต้นกลีบสุดท้าย ของกานติมา นี้

เอกสารอ้างอิง

- นิษฐา จันทปัญญาศิลป์. (2541). พฤติกรรมจริยธรรมของตัวละครเอกชาวจีนในนวนิยายไทย
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิณวิไล ปริบูรณ์. (2555). การปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของคนจีนในไทย: กรณีศึกษาตัวละครคนจีน
อพยพในนวนิยายเรื่องลอคลายมังกร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. นครปฐม:
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เพ็ญประภา เหล่าทะนันท. (2564). ความเป็นจีนในนวนิยายและเรื่องสั้นของประภัสสร เสวิกุล.
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยสารคาม.
- วรุดม ทองเชื้อ. (2550). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีจีน. กรุงเทพมหานคร: สุขภาพใจ.
- सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล และ เฉลิมชัย วิโรจน์วรรณ. (2557). การดำรงอัตลักษณ์ของชาวจีนเจนเนอเรชั่น
วายในย่านไชน่าทาวน์เยาวราช. กรุงเทพมหานคร: สำนักวิจัยมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ,
175-182.
- สุชาวดี เกษมณี. (2555). วรรณกรรมไทยที่สะท้อนอัตลักษณ์จีนในสังคมไทย. บัณฑิตวิทยาลัย.
(Unpublished Master's Degree thesis). กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- แสงอรุณ กนกพงศ์ชัย. (2547). บั๊บบั๊บกั๊ว วัฒนธรรมไทยจีน: ไม่รู้ต้องแฉวง. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์สิดา.
- อภิญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). อัตลักษณ์: การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด. พิมพ์ครั้งที่ 1.
กรุงเทพมหานคร: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา. สำนักงาน
คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

Xu Weijie. (2555). ภาพสะท้อนการก่อร่างสร้างตัวของคนไทยเชื้อสายจีนในสังคมไทยจากนวนิยาย
ไทย. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารภาษาไทยเป็นภาษาที่
สอง. สมุทรปราการ: มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.

赵爽. (2015). 中国近代婚姻观念的变迁. 黑龙江史志 2015.14 (总第351 期) 第25页.

ตัวละครในละครโทรทัศน์ไทย: กรณีศึกษาเรื่อง “คุณชาย”

เจียง ตานถึง¹, ขนิษฐา จิตชินะกุล²

^{1,2} คณะมนุษยศาสตร์

^{1,2} มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาภาษาไทยเพื่ออาชีพ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างตัวละครและวิเคราะห์ลักษณะตัวละครในละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “คุณชาย” ที่ออกอากาศระหว่างวันที่ 3 ตุลาคม – 28 พฤศจิกายน 2565 ทางช่องวัน 31 จำนวน 13 ตอน ผ่านรายการย้อนหลังจาก YouTube

ผลงานวิจัยได้พบว่า การสร้างตัวละครในละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “คุณชาย” ที่มีลักษณะเฉพาะ 7 ลักษณะ ได้แก่ การสร้างตัวละครที่ทำให้เห็นลักษณะภายนอก การสร้างตัวละครผ่านบทสนทนา การสร้างตัวละครผ่านพฤติกรรม การสร้างตัวละครผ่านความรู้สึกนึกคิด การสร้างตัวละครผ่านปฏิกิริยาของตัวละครอื่น ๆ การสร้างตัวละครโดยใช้ลักษณะตรงกันข้ามด้วยการสร้างตัวละครอื่น ๆ เทียบเคียง และการสร้างตัวละครโดยใช้ความเกินเลยหรือการทำซ้ำ ๆ ซึ่งถูกสร้างโดยสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะนิสัย และบุคลิกภาพของตัวละครในเรื่องนี้ออกมา ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย ลักษณะทั้งพูดและกระทำ และค่านิยมต่าง ๆ ส่วนลักษณะของตัวละคร ถ้าจำแนกลักษณะตัวละครในเรื่องนี้ตามคุณสมบัติของตัวละครสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ ตัวละครผู้กระทำ และตัวละครผู้ถูกกระทำ ถ้าจำแนกลักษณะตัวละครตามลักษณะนิสัยของตัวละครสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ ตัวละครมีดีเดียว และตัวละครหลายมิติ

คำสำคัญ: การสร้างตัวละคร, ละครโทรทัศน์, คุณชาย

Character in the Thai TV Series “To Sir with Love”

Xiang Danting¹, Khanita Jitchinakul²

^{1,2} School of Humanities

^{1,2} University of the Thai Chamber of Commerce

¹ Master’s Degree Student, Department of Thai Language for Careers

Abstract

The purpose of this research is to study the strategies for creating characters in the Thai TV series “To sir, with love” and to analyze the characteristics of the characters in the Thai TV series “To Sir, with Love” by studying the Thai TV series “To Sir, with Love” that was broadcasted from 3 October to 28 November 2022 on One 31 Channel, 13 episodes, by watching the programs on YouTube.

The research result showed that the creation of characters in the Thai TV series “To Sir with Love” has 7 unique characteristics, including characterization by appearance, characterization through dialogue, characterization through external, characterization through Internal action, characterization through reaction of other characters, binary opposition and characterization through caricature and leitmotif, which was created to reflect the character traits and personalities of the characters in this TV series whether it's the dress Both speaking and acting and various values. If classify the characters in this TV series according to their characteristics, they can be divided into 2 types of active character and passive character. If classifying characters according to their personality traits, they can be divided into two types of flat character and well-rounded character.

Keywords: Character Creation, Thai TV Series, To Sir with Love

บทนำ

ในปัจจุบันนี้ ละครโทรทัศน์ที่นำเสนอเรื่องราวความรักไม่ได้มีแต่เพียงเรื่องราวความรักระหว่างชายหญิงเท่านั้น แต่ยังมีความรักเกี่ยวกับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทสังคมร่วมสมัย ความหลากหลายทางเพศหรือในปัจจุบันเรียกอีกอย่างหนึ่งว่ากลุ่ม LGBTIQA+ ซึ่งประกอบด้วยผู้ที่มีเพศวิถีทางเลือกทุกแบบ ได้แก่ ชายรักชาย หญิงรักหญิง เกย์ ทอม กระเทย เลสเบี้ยน ดี คนข้ามเพศ เป็นต้น ปัจจุบันกลุ่มเพศทางเลือกได้รับการยอมรับในสังคมไทยมากขึ้น ดังนั้นกลุ่มเพศทางเลือกจึงมีการเปิดเผยตัวตนและแสดงออกทางพฤติกรรมที่ชัดเจน อันส่งผลให้บุคคลกลุ่มเพศทางเลือกมีบทบาททางสังคม และได้รับการยอมรับมากขึ้นเช่นกัน ดังที่ปรากฏละครโทรทัศน์หลายเรื่องในสังคมไทยร่วมสมัยได้มีการถ่ายทอดและเปิดเผยวิถีชีวิตของกลุ่ม LGBTIQA+ เพื่อให้สังคมได้รับรู้ความคิดทัศนคติที่มีต่อบุคคลอื่น และสภาพสังคมในเวลานั้น (สิริภพ แก้วมาก, 2558, 1)

อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าเนื้อเรื่องของละครโทรทัศน์จะมีแนวเรื่องเกี่ยวกับอะไรบ้างก็ขาดองค์ประกอบสำคัญ 6 ประการไม่ได้ ได้แก่ โครงเรื่อง ตัวละคร ฉากบรรยากาศ ภาษา บทสนทนา และภาพ ซึ่งองค์ประกอบทุกองค์ประกอบมีความสำคัญในการสร้างละครโทรทัศน์ และการดำเนินเรื่อง โดยเฉพาะตัวละครไม่เพียงแต่เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ และมีความขัดแย้งเกิดขึ้นในเนื้อเรื่องตั้งแต่ต้นจนจบ แต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดผู้ชมด้วย เนื่องจากละครโทรทัศน์ตอนละมีความยาวประมาณ 45-120 นาที จำนวน 2-3 วันต่อสัปดาห์นั้น ลักษณะนิสัย และบุคลิกของตัวละครจึงถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สามารถทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจได้โดยเร็วที่สุด และตรงไปตรงมา ทั้งนี้ในละครเรื่องหนึ่งต้องสร้างตัวละครหลากหลายตัว ได้แก่ ตัวละครเอก และตัวละครประกอบอื่น ๆ เพื่อดึงดูดสายตาของผู้ชม ยังช่วยให้เหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ดำเนินอย่างมีเหตุผล และทำให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อหาหลักได้ดีขึ้น อีกทั้ง ความหลากหลายของตัวละครทำให้ผู้ชมมีโอกาสเลือกตัวละครตัวใดตัวหนึ่งที่พวกเขาสนใจและชอบ แม้แต่นำตัวเองไปเปรียบเทียบกับตัวละครนั้น ซึ่งจะทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ความรู้สึกร่วมกับตัวละครได้ง่าย และได้เรียนรู้ความเป็นจริงจากตัวละครต่าง ๆ ที่มีส่วนเชื่อมโยงเข้ากับชีวิตจริงของผู้ชมทางบ้านได้ (มังคลารักษ์ ใจตรง, 2557, 9) กล่าวได้ว่าตัวละครมีบทบาทสำคัญในละครโทรทัศน์ ซึ่งไม่เพียงแต่ให้โครงเรื่องได้ดำเนินอย่างมีเหตุผลเท่านั้น แต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดผู้ชมอีกด้วย แม้ว่าตัวละครจะเป็นสิ่งที่ผู้สร้างสมมติขึ้น แต่ตัวละครที่ดีก็สามารถเป็นแบบอย่างให้ผู้ชมสามารถเรียนรู้ได้ ดังที่สายทิพย์ นุกูลกิจ (2543, 183-184) กล่าวถึงว่า ตัวละครคือต้นเหตุของเหตุการณ์ และยังเป็นองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ในการส่งเสริม

พัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงของเรื่องราว ดังนั้น ตัวละครจึงถือเป็นส่วนสำคัญของเรื่อง เพราะหากไม่มีตัวละครก็จะเกิดเรื่องราวต่าง ๆ ไม่ได้ อีกทั้ง จำนวนตัวละครไม่จำกัดขึ้นอยู่กับความคิดของผู้เขียน

การสร้างตัวละครที่ดีจะทำให้ผู้ชมจดจำตัวละครได้จนเกิดความสนใจที่อยากติดตามละครใดละครหนึ่ง ดังนั้น ผู้สร้างจึงให้ความสำคัญกับการสร้างตัวละครเป็นอย่างมาก และจะต้องมีความสมจริงทั้งในด้านรูปร่างหน้าตา บุคลิกภาพ การแสดงออกทางพฤติกรรม ความรู้ความสามารถ ฯลฯ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมชื่นชอบ คล้อยตามและเชื่อถือในการกระทำของตัวละครจนเกิดอารมณ์ความรู้สึกร่วมไปกับตัวละครได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ ตัวละครที่คล้ายคลึงกับบุคคลใดบุคคลหนึ่งในสังคมยังสามารถกระตุ้นให้ผู้ชมได้แนวคิดทัศนคติ ค่านิยมที่ถูกต้อง และประสบการณ์ทางอารมณ์ (พัชรวาลี จินนิกร, 2559, 1)

ลักษณะแนวคิดในการสร้างตัวละครได้ถูกนำมาถ่ายทอดในการสร้างตัวละครในบทละครโทรทัศน์ เช่นเดียวกับละครเรื่อง “คุณชาย” ที่เป็นละครย้อนยุคที่มีตัวละครเอกมีพฤติกรรมรักร่วมเพศ ถูกสร้างเป็นละครโทรทัศน์ในปี 2565 ผลิตโดย เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ เค้าโครงเรื่องโดย วาทีนีย์ โอहारกร เขียนบทโดย ชวนนท์ สารพัฒน์, วรรณฉวี สุขน้อย และ ธนนันต์ คำศรี กำกับการแสดงโดย วรวิทย์ ชัตติโยธิน ละครเรื่อง “คุณชาย” ออกอากาศวันที่ 3 ตุลาคม – 28 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565 ทางช่องวัน 31 จำนวน 13 ตอน ความยาวตอนละ 90 นาที ตัวละครมีลักษณะเฉพาะสอดคล้องกับยุคสมัยสังคมไทยในช่วงปี พ.ศ. 2474 และมีบทบาทในการดำเนินเรื่องที่ทำให้เห็นว่าลักษณะของตัวละครเรื่อง “คุณชาย” มีความสมจริง ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมกับตัวละคร และเกิดความเข้าใจต่อพฤติกรรมของตัวละครได้ง่าย นอกจากนั้น ผู้ชมยังมีความประทับใจต่อตัวละครที่สามารถถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกที่ขัดแย้งกับเพศสภาพของตนเองได้เป็นอย่างดี เพื่อรักษาภาพลักษณ์ของความเป็น “คุณชาย” ลูกชายคนโตของครอบครัวคนจีนที่ต้องรับการสืบทอดธุรกิจและวงศ์ตระกูล จึงมีความขัดแย้งภายในจิตใจตลอดเวลา แต่ด้วยหน้าที่และความรับผิดชอบจึงทำให้ “คุณชาย” ไม่สามารถเปิดเผยตัวตนและความรู้สึกที่แท้จริงให้ครอบครัวรู้ได้ จึงส่งผลให้ผู้ชมเกิดความสนใจที่อยากติดตามละครเรื่องนี้ นอกจากนี้ ยังมีตัวละครอื่น ๆ ที่ต้องการปิดบังความลับของ “คุณชาย” โดยมีพฤติกรรมที่แสดงออกในเชิงปกป้อง หรือให้ความช่วยเหลือ “คุณชาย” ซึ่งพฤติกรรมของตัวละครทุกตัวในละครเรื่องนี้ล้วนสืบเนื่องมาจากความเป็นเพศทางเลือกของตัวละครเอกคือ “คุณชาย” ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวิธีการสร้างตัวละครของละครเรื่องนี้ด้วยสภาพสังคมของยุคสมัย 2474 ยังไม่ยอมรับในกลุ่มเพศทางเลือก กอปรกับตัว

เอกของเรื่องอยู่ในครอบครัวของชาวจีนที่ถูกขายคนโตต้องสืบทอดตำแหน่งของครอบครัว แต่มี
พฤติกรรมเบี่ยงเบนที่ขัดกับขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวจีน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการสร้างตัวละครในละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “คุณชาย”
2. เพื่อวิเคราะห์ลักษณะของตัวละครในละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “คุณชาย”

ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาเฉพาะตัวละครหลักในละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “คุณชาย” ที่ออกอากาศวันที่ 3
ตุลาคม – 28 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565 ทางช่องวัน 31 จำนวน 13 ตอน

ทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างตัวละคร

ตัวละครเป็นบุคคลที่ผู้แต่งสมมติขึ้น เพื่อให้เหตุการณ์ได้เกิดขึ้นและได้ดำเนินไปอย่าง
ต่อเนื่อง โดยแต่ละตัวละครมีทั้งความคิดเป็นของตนเองและกระทำพฤติกรรมตามความคิดเอง ตัว
ละครเหล่านี้จะเชื่อมโยงเหตุการณ์ต่าง ๆ ทำให้เรื่องราวได้เข้ามาสู่จุดปลายอย่างราบรื่นและมีเหตุมี
ผล ในขณะเดียวกัน ตัวละครจะมีความชัดเจนมากขึ้น โดยได้พัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปตาม
เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในเรื่องราว รวมถึงความคิด บุคลิกลักษณะ และทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ดังนั้น
เนื่องจากตัวละครต่างมีลักษณะที่แตกต่างกัน และจะมีการเปลี่ยนแปลงตามการดำเนินของเรื่องราว
ตัวละครจึงสามารถจำแนกได้หลายแบบ ได้แก่ จำแนกประเภทตัวละครตามคุณสมบัติของตัวละคร
แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ (Dwight V. Swain, 1982 อ้างถึงในจิตาภา ธนโรจน์, 2563, 21) คือ
ตัวละครผู้กระทำ (Active Character) และตัวละครผู้ถูกกระทำ (Passive Character) จำแนก
ประเภทตัวละครตามลักษณะนิสัยของตัวละครแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ (สุขฤทัย ไม้เกตุ, 2555, 13)
คือ ตัวละครมิติเดียว และตัวละครหลายมิติ

จะเห็นได้ว่า ตัวละครสามารถแบ่งออกเป็นได้หลายประเภท และตัวละครต่างมีบทบาทที่
แตกต่างกันในเรื่องราว เพื่อให้เรื่องราวได้ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และมีเหตุมีผล นอกจากมีหน้าที่
ที่ดำเนินเรื่องราว ตัวละครยังมีหน้าที่ที่ดึงดูดความสนใจของผู้ชม ทำให้ผู้ชมติดตามพัฒนาการของ

เรื่องราว และให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ความรู้สึกร่วมไปกับตัวละคร ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นนวนิยาย ละคร
โทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ การสร้างตัวละครมีความสำคัญมาก ทั้งนักวิชาการและผู้สร้างจึงสนใจ
เรื่องการสร้างตัวละครเป็นอย่างมาก เพื่อให้เรื่องราวน่าสนใจ น่าติดตาม น่าเชื่อ และเป็นศิลปะ
(อรอุษา อึ้งศรีวงศ์, 2555, 46) เช่นเดียวกับ J. Boggs (2003, อ้างถึงในสุขฤทัย ไม่เกตุ, 2555, 14)
ได้สรุปกลวิธีการสร้างตัวละครไว้ว่า กลวิธีการสร้างตัวละครแบ่งออกเป็น 9 วิธี ได้แก่

1. การสร้างตัวละครโดยปรากฏตัวให้เห็นลักษณะภายนอก ได้แก่ รูปร่างหน้าตา การแต่ง
กาย ลักษณะการเคลื่อนไหวของตัวละคร เพศ วัย เป็นต้น
2. การสร้างตัวละครผ่านบทสนทนา เป็นการให้ตัวละครเปิดเผยความเป็นตัวตนจากสิ่งที่
พูด นอกจากจะสนใจเนื้อหาที่ตัวละครพูดมาแล้ว ยังต้องสนใจด้วยว่าตัวละครพูดอย่างไร ความคิด
ทัศนคติ อารมณ์ และการกระทำของตัวละครได้สะท้อนถึงบุคลิกลักษณะของตัวละครนั้น ๆ อย่างไร
3. การสร้างตัวละครผ่านผู้เล่าเรื่อง จากนวนิยาย ภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์บางเรื่อง เรา
มักพบว่า มีการบรรยาย หรือพรรณนาคุณลักษณะของตัวละครไว้ในตอนต้นเรื่อง หรือตลอดทั้งเรื่อง
เพื่อให้ผู้ชมได้เข้าใจตัวละครมากขึ้น
4. การสร้างตัวละครผ่านการกระทำภายนอก การให้ตัวละครได้แสดงออกถึงพฤติกรรม
เพื่อให้บุคคลอื่นได้รับถึงบุคลิกภาพ นิสัย
5. การสร้างตัวละครผ่านการกระทำภายใน หมายถึงความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของตัวละคร
6. การสร้างตัวละครผ่านปฏิกิริยาของตัวละครอื่น ๆ พูดถึงตัวละครที่ต้องการแนะนำ ซึ่ง
เป็นวิธีที่จะทำให้ผู้ชมได้รู้จักกับตัวละครก่อนที่จะมีการปรากฏตัว
7. การสร้างตัวละครโดยใช้ลักษณะตรงกันข้ามด้วยการสร้างตัวละครอื่น ๆ เทียบเคียง
ได้แก่ ฝาแฝดที่หน้าตาเหมือนกัน แต่มีลักษณะนิสัยต่างกัน
8. การสร้างตัวละครโดยใช้ความเกินเลยหรือการทำซ้ำ ๆ การกำหนดลักษณะของตัวละคร
ผ่านการนำเสนอที่มากเกินไปจนจริง
9. การสร้างตัวละครผ่านการเลือกชื่อ ชื่อมีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับตัวละคร โดยตั้ง
ชื่อผ่านสิ่งที่ตัวละครได้ประสบมา คุณลักษณะของตัวละคร บุคลิกภาพ นิสัยของตัวละคร เป็นต้น

ผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีของ J. Boggs (2003, อ้างถึงในสุขฤทัย ไม่เกตุ, 2555, 14) มา
วิเคราะห์กลวิธีการสร้างตัวละครในละครโทรทัศน์ “คุณชาย” เพื่อจะได้รับรู้ลักษณะทั้งภายนอกและ

ภายในของตัวละครให้ชัดเจน จนได้รับรู้ถึงความคิด ทศนคติและอารมณ์ความรู้สึกของตัวละครนั้น
จึงจะได้เข้าใจการกระทำพฤติกรรมที่ตัวละครทำ และเหตุผลที่ผู้ชมชอบตัวละครใดตัวละครหนึ่งใน
ละครเรื่องนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การสร้างตัวละครในละครโทรทัศน์ไทย: กรณีศึกษาเรื่อง “คุณชาย” ผู้วิจัย
ดำเนินการศึกษาค้นคว้าดังต่อไปนี้

1. การรวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 1.1 รวบรวมแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างตัวละคร
 - 1.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างตัวละคร
2. การศึกษาข้อมูล
 - 2.1 ศึกษาละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “คุณชาย” โดยดูจากรายการย้อนหลังใน YouTube
 - 2.2 ศึกษาการสร้างตัวละครในละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “คุณชาย”
 - 2.3 วิเคราะห์ลักษณะของตัวละครในละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “คุณชาย”
3. สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาตัวละครในละครโทรทัศน์เรื่องคุณชายจำแนกได้ 2 ประเด็น ได้แก่ การสร้างตัว
ละคร และลักษณะของตัวละคร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การสร้างตัวละคร

จากการศึกษาตัวละครในละครโทรทัศน์เรื่องคุณชายจะพบว่า การสร้างตัวละครในเรื่องนี้มี
7 ลักษณะ ดังนี้

- 1.1 การสร้างตัวละครที่ทำให้เห็นลักษณะภายนอก โดยปรากฏอยู่ในตัวละครแต่ละตัว ใน
ด้านลักษณะภายนอก ตัวละครแต่ละตัวถูกสร้างขึ้นให้มีลักษณะทางร่างกายที่สอดคล้องกับเชื้อชาติ

และมีลักษณะสากลนิยมในยุคสมัยนั้น เช่น ตัวละครเทียนที่เป็นผู้สืบทอดของตระกูลช่งมักใส่ชุดสูท และผูกไท ตัวละครลี่ที่เป็นเมียใหญ่ของเจ้าสัวช่งและแม่ของเทียน และตัวละครไช่เสี่ยวถิงที่เป็นสมาชิกของสมาคม 5 มังกรมักสวมชุดกิ๊พ้า ตัวละครหยางที่เป็นขุนชายรองของตระกูลช่งมักใส่สวมเสื้อโปโล เสื้อแจ็กเก็ต และหมวกเบเรต์ ตัวละครจันท์ซึ่งเป็นเมียรองของเจ้าสัวช่งและแม่ของหยางมักสวมชุดเซต เดรสผ้าไทยแบบทันสมัย ตัวละครหญิงพิณที่เป็นสตรีเชื้อสายเจ้า และคู่หมั้นของเทียนมักใส่กระโปรงแบบทันสมัย สวมกระเป๋าสะพาย และสวมหมวกที่เข้ากับสีของเสื้อผ้าด้วย ตัวละครบัวที่เป็นเมียน้อยของเจ้าสัวช่ง การแต่งกายแบบดบไทย นุ่งผ้าถุง หรือกระโปรงปักที่มีสีอ่อน ตัวละครเจ้าสัวช่งที่เป็นผู้นำของสมาคม 5 มังกรและเจ้าสัวหม่าที่เป็นสมาชิกของสมาคม 5 มังกรใส่ชุดถังจวง ตัวละครจิ่วที่เป็นนักล่าสวมเสื้อหม้อฮ่อมคอจีนกระดุมจีน ซึ่งทำให้ภาพลักษณ์ของตัวละครเข้ากับภูมิหลังของยุคสมัยนั้น และยังแสดงให้เห็นถึงสถานภาพทางสังคม ความยากจน ความร่ำรวย และลักษณะนิสัยของตัวละคร

1.2 การสร้างตัวละครผ่านบทสนทนา บทสนทนาในเรื่องนี้ทำให้ผู้ชมมีความเข้าใจอย่างชัดเจนถึงลักษณะนิสัย บุคลิกภาพ ค่านิยม และสภาวะทางอารมณ์ผ่านคำพูดและน้ำเสียงของตัวละคร ได้แก่ การพูดของตัวละครบัวจะมีลักษณะเป็นเสียงที่นุ่มใส น่ารัก และอ่อนโยน มักจะแสดงสีหน้ายิ้มแย้ม สดใสมองเสมอ มีแววตาที่ตั้งใจเฝ้าระวังเรื่องราวจากตัวละครอื่น ๆ คำพูดของบัวมีความคิดใหม่ที่ต่างจากคนในยุคสมัยนั้นโดยคิดว่าความรักแท้ไม่จำกัดเพศ และคุณค่าของผู้หญิงไม่ได้ขึ้นอยู่กับความสามารถในการมีลูก ตัวละครหญิงพิณจะมีลักษณะการพูดต่อตัวละครตามสถานการณ์ของเรื่อง เมื่อพูดถึงเรื่องเกี่ยวกับศักดิ์ศรีของวงศ์ตระกูลเอง คำพูดของหญิงพิณจะมีลักษณะแบบจริงจังและสุขุม เมื่อคุยกันกับเทียน และหยาง หญิงพิณก็ใช้วิธีที่มีลักษณะอ่อนโยน น่ารัก และน่ารัก อีกทั้ง คำพูดยังแสดงให้เห็นถึงหญิงพิณเป็นคนที่มีความคิดเห็นของตัวเอง รู้หน้าที่ของตนเอง นอกจากนั้นบทสนทนายังได้แสดงมุมมองของสังคมต่อเรื่องการรักร่วมเพศในสมัยนั้นด้วย โดยเชื่อกันว่าผู้ชายควรแต่งงานกับผู้หญิง แล้วมีลูกเพื่อสืบทอดตระกูล สภาพสังคมในยุคสมัยนั้นไม่เข้าใจและไม่ยอมรับความรักประเภทอื่น ๆ นอกจากความรักระหว่างชายและหญิง และยังทำให้ผู้ชมเข้าใจถึงเจตนาของนายแม่ลี่ที่ทำการสิ่งที่ไม่ถูกต้องกฎหมายเพื่อปกป้องลูกไม่ได้รับการทำร้ายจากคนอื่น ๆ

1.3 การสร้างตัวละครผ่านพฤติกรรม วิธีนี้จะทำให้ภาพลักษณ์ของตัวละครสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และแสดงถึงบุคลิก และเจตนาของตัวละครได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น ตัวละครเทียน จากพฤติกรรมของเทียนจะเห็นได้ว่าเทียนเป็นสุภาพบุรุษที่เคารพผู้หญิง พี่ชายที่ดีที่รักน้องชาย และลูกชายที่ดีที่กตัญญูต่อแม่ ตัวละครหยาง แม้ว่าแม่ของหยางมักจะสั่งสอนให้หยางไปแย่งชิงทุกอย่างในตระกูลช่งกับ

เทียน แต่จากพฤติกรรมที่หยางไม่ยอมทำตามคำสอนของแม่ก็เห็นว่าหยางเป็นน้องชายที่ดีที่รัก
พี่ชายมาก และมีความคิดที่เป็นตัวเอง ตัวละครลี่ ลี้ฆ่าคนตาย เพื่อปกป้องความลับที่เทียนชอบผู้ชาย
แต่หลังจากที่ฆ่าคนตายแล้ว ลี้ก็ไปไหว้พระแม่กวนอิม จากพฤติกรรมของลี่จะเห็นได้ถึงความขัดแย้ง
ระหว่างจิตใจและพฤติกรรมของลี่ ทำให้ลักษณะของตัวละครลี่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และยังแสดงให้เห็น
ถึงความรักของลี่ที่มีต่อเทียนอีกด้วย ตัวละครจันท์ จากพฤติกรรมที่จันท์ช่วยคนนอกบ้านทำร้าย
ตระกูลช่งจะเห็นได้ว่าจันท์เป็นคนโหดร้ายและเห็นแก่ตัวที่เพิกเฉยต่อชื่อเสียงของตระกูลช่ง
ตัวละครหญิงผิน เมื่อเทียนถูกวางยากำหนดและอยากก้าวร้าวหญิงผิน หญิงผินก็ไม่เคยคิดว่า
เทียนจะทำร้ายตนเองแต่กลับเป็นห่วงเทียน จากพฤติกรรมของหญิงผินจะแสดงให้เห็นถึงหญิงผิน
เป็นคนมองโลกในแง่ดี มีน้ำใจและมีอารมณ์เย็นหนักแน่น ตัวละครบัว บัวทำปิ่นปักผมให้เทียน ทำให้
นายแม่ลี่ได้รับรู้ว่าเทียนเป็นตัวแทนชิ่ง ซึ่งทำให้เนื้อเรื่องได้ดำเนินอย่างราบรื่น ตัวละครเจ้าสัวช่ง
หลังจากที่เทียนหายตัวไป เจ้าสัวช่งก็พาผู้คนไปที่บ้านของเจ้าสัวหมาซึ่งอาจทำร้ายเทียนเพื่อ
สอบถามที่อยู่ของเทียน พฤติกรรมของเจ้าสัวช่งแสดงให้เห็นถึงความกังวล ความรักและความใส่ใจ
ของเจ้าสัวช่งที่มีต่อลูกชายในฐานะที่เป็นพ่อ ตัวละครจิ่ว จิ่วพาเทียนไปไหว้พ่อแม่ของตนเอง ซึ่ง
แสดงให้เห็นถึงความปรารถนาของจิ่วที่อยากมีครอบครัวของตนเอง และความสำคัญของเทียนต่อจิ่ว
ตัวละครเจ้าสัวหมา เจ้าสัวหม้ามักทำร้ายตระกูลช่ง และฆ่าพี่น้องของตนเองตาย เพื่อประโยชน์ส่วน
ตน ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของผู้ที่โหดร้าย ไม่คำนึงถึงความเป็นพี่เป็นน้อง และเห็นแก่ตัว
ตัวละครไช่เสี่ยวถง ไช่เสี่ยวถงไม่ได้มีส่วนร่วมในความขัดแย้งระหว่างเจ้าสัวหมาและเจ้าสัวช่ง และ
เลือกที่จะช่วยเจ้าสัวช่งที่เป็นผู้นำที่ยอดเยียมกว่าเจ้าสัวหมาเมื่อเจ้าสัวหมานำทัพญี่ปุ่นบุกตระกูลช่ง
ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ฉลาดและรู้วิธีสร้างประโยชน์ให้กับตัวเอง

1.4 การสร้างตัวละครผ่านปฏิกิริยาของตัวละครอื่น ๆ ซึ่งปรากฏอยู่ในตัวละครเทียน ลี่
จันท์ หญิงผิน บัว เจ้าสัวหมาและไช่เสี่ยวถง ในสายตาของตัวละครอื่น ๆ ตัวละครเทียนเป็นคนดี
มาก ทำงานหนัก ไม่โกรธแค้นใครที่เคยทำร้ายเขาโดยตอบแทนด้วยความเมตตา ใจดีอ่อนน้อมถ่อม
ตัว และไม่เคยกดขี่คนงาน ตัวละครลี่เป็นคนที่สามารถช่วยเจ้าสัวช่งทั้งในชีวิตและการทำงาน และ
ยังเป็นคนที่เข้าใจเจ้าสัวช่งดีที่สุด ตัวละครจันท์เป็นคนที่ไม่มีน้ำใจ และชอบสร้างความวุ่นวายเสมอ
ตัวละครหญิงผินเป็นสาวสวยที่มีนิสัยดี มีความฉลาด และมีความคิดในตัวเอง ตัวละครบัวเป็นคนที่
น้ำใจต่อทุกคนในตระกูลช่ง เจียมเนื้อเจียมตัว และไม่เคยร้องขออะไรสำหรับตนเอง ตัวละครเจ้าสัว
หมาเป็นคนเลวที่ฆ่าคนในสมาคม 5 มังกรโดยไม่คำนึงถึงความเป็นพี่เป็นน้อง ตัวละครไช่เสี่ยวถง
เป็นคนดีและมีเมตตา เพราะสาว ๆ ทุกคนในโรงน้ำชาได้รับความช่วยเหลือจากไช่เสี่ยวถงด้วย วิธี
นี้ทำให้ตัวละครมีความสมจริงเหมือนเป็นเพื่อนมนุษย์ในสังคมจริงที่พฤติกรรมได้รับการประเมินจาก

ครอบข้าง ซึ่งทำให้ตัวละครมีความสมจริงจนทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมกับตัวละครได้ง่ายขึ้น

1.5 การสร้างตัวละครโดยใช้ลักษณะตรงกันข้ามด้วยการสร้างตัวละครอื่น ๆ เทียบเคียง ซึ่งปรากฏอยู่ในตัวละครเทียน หยาง ลี จันทร โดยสร้างตัวละครที่มีลักษณะนิสัยต่างกัน ทำให้ลักษณะของตัวละครชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น เทียนเป็นลูกที่เจ้าสัวชงพอใจมาก แต่หยางเป็นลูกที่เจ้าสัวชงไม่พอใจ การเทียบเคียงระหว่างเทียนกับหยาง ทำให้ลักษณะนิสัย บุคลิกภาพของเทียนและหยางมีความแตกต่างกัน แม้ว่าเจ้าสัวชงไม่ยุติธรรมต่อหยาง แต่หยางไม่เคยเกลียดเทียน และมักจะช่วยเหลือและสนับสนุนเทียน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความรักพี่น้องระหว่างเทียนกับหยาง การเทียบเคียงระหว่างลีกับจันทร ลีและจันทรเป็นแม่ที่แตกต่างกัน ลีเป็นแม่ที่มีความซบซึ้งมากกว่าตัวละครอื่นๆ เธอจำเป็นต้องทำสิ่งที่ห้ามทำ เพื่อปกป้องลูกชายเองไม่ถูกคนอื่นรังเกียจ แต่จันทรคือแม่ตัวร้ายที่เราได้เห็นในละครไทย แม้รู้ว่าลูกชายตัวเองไม่อยากยุ่งชิงทุกอย่างในตระกูลชง แต่จันทรยังคงพยายามอย่างเต็มที่เพื่อต้องการทุกอย่างในตระกูลชง เพราะคิดว่าตัวเองไม่ได้ด้อยไปกว่าลี ซึ่งแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของแม่ที่แตกต่างกัน

1.6 การสร้างตัวละครผ่านความรู้สึกนึกคิด ซึ่งปรากฏอยู่ในตัวละครเทียน เจ้าสัวชง และจิ๋ว ตัวละครเทียนมีความลับที่ไม่สามารถระบายให้บุคคลภายนอกได้รู้ ซึ่งทำให้เทียนเป็นทุกข์ ตัวละครเจ้าสัวชง การตายของเจ้าสัวจางเป็นปมภายในจิตใจของเจ้าสัวชง โดยคิดว่าตนเองเป็นคนบาปที่ฆ่าเจ้าสัวจางตาย และยังเสียใจที่ไม่ควรบังคับเจ้าสัวจางอย่างรุนแรง ส่วนตัวละครจิ๋วมีความขัดแย้งภายในจิตใจที่อยากได้ยารักษาอาการเจ็บป่วยของน้องสาวจากเจ้าสัวหม่า แต่ไม่ยอมทำร้ายเทียนตามคำสั่งของเจ้าสัวหม่า วิธีนี้จะแสดงให้เห็นถึงความคิดจริง หรือความขัดแย้งภายในจิตใจของตัวละคร ทำให้ตัวละครมีชีวิตชีวามากขึ้น

1.7 การสร้างตัวละครโดยใช้ความเกินเลยหรือการทำซ้ำ ๆ ซึ่งปรากฏอยู่ในตัวละครลี ลีมักฆ่าคนตายด้วยว่านแมลงทับ เมื่อมีใครได้รู้ความลับของเทียน ทำร้ายเทียน หรือกีดขวางเทียน กลายเป็นผู้นำของสมาคม 5 มังกร ลีก็จะฆ่าคนนั้นตายด้วยว่านแมลงทับ วิธีการนี้ทำให้ตัวละครลีมีจุดจดจำจนทำให้ผู้ชมประทับใจอย่างลึกซึ้ง และช่วยสร้างภาพลักษณ์แม่ที่ยอมทำทุกอย่างเพื่อปกป้องลูก

2. ลักษณะของตัวละคร

จากการศึกษาตัวละครในละครโทรทัศน์เรื่องขุนชายจะพบว่า ลักษณะของตัวละครในละครโทรทัศน์เรื่องขุนชายสามารถกำหนดได้ตามคุณสมบัติ และลักษณะนิสัยของตัวละคร

2.1 คุณสมบัติของตัวละคร

ถ้าจำแนกลักษณะตัวละครในเรื่องคุณชายตามคุณสมบัติของตัวละครสามารถแบ่งออกเป็น

2 ลักษณะ ได้แก่

2.1.1 ตัวละครผู้กระทำ ได้แก่ ตัวละครหยาง แม้ว่าแม่ของหยางมักสั่งสอนให้หยางไปแย่งชิงตำแหน่งผู้สืบทอดของสมาคม 5 มังกรกับเทียน แต่หยางไม่เคยทำตามคำสั่งของแม่ แต่กลับจะพยายามปกป้องความลับของเทียน ให้ความช่วยเหลือและการสนับสนุนกับเทียนเสมอ ตัวละครนี้หลังจากได้รับรู้รสนิยมทางเพศของเทียนแล้ว ลี้ก็พยายามทุกวิถีทางเพื่อปกป้องเทียนไม่ถูกคนอื่นทำร้าย ตัวละครจันทร์และตัวละครเจ้าสัวหม่ามักจะร่วมมือกันทำร้ายตระกูลช่ง และทำให้ตระกูลช่งประสบความวุ่นวาย ตัวละครหญิงพินกล้ำทำกล้าคิด ยอมสละความสุขของตนเองเพื่อปกป้องหน้าตาและศักดิ์ศรีของวงศ์ตระกูล แต่หลังจากคุยเรื่องความรักกับเทียนแล้ว ก็เลือกที่จะปกป้องความสุขของตนเองในขณะที่ปกป้องศักดิ์ศรีของวงศ์ตระกูลโดยใช้วิธีถูกต้อง ตัวละครเจ้าสัวช่งเป็นผู้ที่ตัดสินใจทุกสิ่งทุกอย่างในสมาคม 5 มังกรและตระกูลช่ง และตัวละครไช่เสี่ยวถิงจัดสายสืบในตระกูลช่ง เพื่อสังเกตสิ่งที่เกิดขึ้นในตระกูลช่งตลอดเวลา แม้แต่ให้สายสืบยั่ววนเทียนโดยหวังว่าจะยืมมือของเทียนเพื่อจะได้ผลประโยชน์บางอย่างให้กับโรงน้ำชาจนเปลี่ยนสถานะของโรงน้ำชา

2.1.2 ตัวละครผู้ถูกกระทำ ได้แก่ ไ้แก่ ไ้แก่ เทียน จิว ตัวละครสองตัวนี้ต่างถูกควบคุมจากตัวละครอื่น ๆ ซึ่งเทียนถูกแม่บังคับโดยตลอด เพราะว่าเทียนอยากสารภาพความลับของตนเอง แต่แม่ห้ามเทียนทำแบบนั้นโดยข่มขู่เทียนด้วยชีวิตของเธอเอง อีกทั้ง เทียนไม่ยอมแต่งงานกับผู้หญิงแต่แม่ยังคงบังคับให้เทียนแต่งงานกับผู้หญิงเพื่อให้เทียนสามารถสืบทอดสมาคม 5 มังกรได้อย่างราบรื่น ส่วนจิวถูกหลอกลวงจากเจ้าสัวหม่าโดยตลอด เพราะจิวมีเงินไม่พอไปรักษาอาการเจ็บปวดของน้องสาว จึงช่วยเจ้าสัวหม่าจัดการคนที่ทำให้เจ้าสัวหม่าไม่พอใจ เพื่อจะได้ยาที่รักษาอาการเจ็บปวดของน้องสาว แต่ในความเป็นจริง จิวช่วยเจ้าสัวหม่าทำสิ่งต่าง ๆ ภายใต้อำนาจของเจ้าสัวหม่าตลอดเวลา เพราะว่ายาที่เจ้าสัวหม่ามอบให้เป็นสิน นอกจากนั้น เจ้าสัวหม่ายังจำคุณน้อง ๆ ของจิว เพื่อให้จิวช่วยค้นหาความลับของเทียน

2.2 ลักษณะนิสัยของตัวละคร

ถ้าจำแนกลักษณะตัวละครในเรื่องคุณชายตามลักษณะนิสัยของตัวละครก็สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะเช่นกัน ได้แก่

2.2.1 ตัวละครมิติเดียว ได้แก่ เทียน หยาง บัว เจ้าสัวหม่า จิว และไช่เสี่ยวถิง ตัวละครเหล่านี้มีบุคลิกภาพ ความคิดและพฤติกรรมเพียงด้านเดียว ไม่มีการเปลี่ยนแปลง และคงรักษามิติ

เดียวอยู่เสมอ เช่น เทียนอยากให้คนในครอบครัวยอมรับสนิมทางเพศของตนเอง และอยากได้รับความเท่าเทียมและความเคารพที่เท่าเทียมเหมือนกับคนทั่วไป หยางไม่เคยแย้งชิงทุกอย่างในตระกูลช่งกับเทียนตามคำสั่งสอนของแม่ และมักให้ความช่วยเหลือและการสนับสนุนกับเทียน บัวมีความคิดล้ำสมัยที่ต่างจากบุคคลในยุคสมัยนั้น และมีความคิดในตัวเองโดยไม่ได้รับผลกระทบจากตัวละครอื่น ๆ เจ้าสัวหม่า เนื่องจากเจ้าสัวหม่าอยากสืบทอดสมาคม 5 มังกร จึงทำร้ายตระกูลช่ง และไม่เคยคิดว่าจะทำสิ่งที่ดี ๆ ต่อสมาคม 5 มังกร ส่วนไข่เสี่ยวถิงมีเป้าหมายเดียวตลอดเวลาที่อยากทำให้ธุรกิจโรงงานชาดีขึ้น

2.2.2 ตัวละครหลายมิติได้แก่ ลี จันทร์ หึงพิณ และเจ้าสัวช่ง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงของตัวละครเหล่านี้ เช่น ลี ตอนแรกสืบทอดรับเทียนชอบผู้ชายไม่ได้ และยังทำสิ่งผิดมากมายเพื่อปกปิดความลับนี้ แต่หลังจากตระกูลช่งได้ประสบความสำเร็จ ลีจึงยอมรับเทียนชอบผู้ชาย และหวังว่าเทียนจะมีชีวิตที่มีความสุขตามที่เธออยากได้ จันทร์ ตอนแรกเนื่องจากเจ้าสัวช่งไม่ยุติธรรมต่อเทียนกับหยาง ซึ่งทำให้จันทร์ไม่พอใจกระทำของเจ้าสัวช่ง จึงทำสิ่งที่ทำร้ายตระกูลช่งมากมาย แต่สุดท้ายก็ได้ตระหนักถึงความผิดพลาดของตนเอง และกลับเนื้อกลับตัวเป็นคนดี หึงพิณ ตอนแรกหึงพิณอยากแต่งงานกับเทียนเพื่อไถ่วงศ์ตระกูล แต่หลังจากที่คุยกันเรื่องความรักกับเทียนแล้ว หึงพิณก็ตัดสินใจใช้วิธีการอื่น ๆ มาไถ่วงศ์โดยไม่ต้องเสียสละความสุขของตนเอง ส่วนเจ้าสัวช่ง ตอนแรกเจ้าสัวช่งใส่ใจเทียนกับหยางไม่เท่าเทียมกัน จึงทำให้ลี้กับจันทร์มักมีความขัดแย้งกันเสมอ เมื่อได้รับรู้ว่าเทียนชอบผู้ชาย เจ้าสัวช่งก็ไม่น่าเชื่อเรื่องแบบนี้จะเกิดขึ้นกับเทียน และไม่ยอมรับเรื่องนั้น แต่หลังจากตระกูลช่งได้ประสบความสำเร็จ เจ้าสัวช่งก็ได้รับรู้ว่าตัวเองทำผิดโดยตระหนักถึงมือคดและความไม่ยุติธรรมต่อหยางในอดีต และยอมรับเรื่องที่เทียนชอบผู้ชาย

สรุปผลและอภิปรายผล

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การสร้างตัวละครในละครโทรทัศน์เรื่องคุณชายสอดคล้องกับแนวคิด และทฤษฎีการสร้างตัวละครของ J. Boggs หลายแนวคิด ได้แก่ การสร้างตัวละครที่ทำให้เห็นลักษณะภายนอก การสร้างตัวละครผ่านบทสนทนา การสร้างตัวละครผ่านการกระทำภายนอก การสร้างตัวละครผ่านปฏิกริยาของตัวละครอื่น ๆ การสร้างตัวละครโดยใช้ลักษณะตรงกันข้ามด้วยการสร้างตัวละครอื่น ๆ เทียบเคียง การสร้างตัวละครผ่านความรู้สึกนึกคิด และการสร้างตัวละครโดยใช้ความเกินเลยหรือการทำซ้ำ ๆ ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพ การแต่งกาย ลักษณะการพูด ลักษณะนิสัย ภาพลักษณ์เฉพาะ และความคิดของตัวละครแต่ละตัว ทำให้ผู้ชมได้

เกิดความสนใจ และอารมณ์ร่วมกับตัวละครโดยได้เห็นถึงการแสดงออกของตัวละครเพียงมิติเดียว และตัวละครหลายมิติ ในขณะเดียวกันพัฒนาการของเรื่องราวก็ได้รับผลกระทบจากการกระทำ พฤติกรรม และการเปลี่ยนแปลงภายในจิตใจของตัวละครแต่ละตัว

ดังนั้น วิจัยเรื่องการสร้างตัวละครในละครโทรทัศน์เรื่องคุณชายสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุทธทัย ไม้เกตุ (2555) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การสร้างตัวละครหญิงในภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ที่ดัดแปลงมาจาก เทพนิยาย เรื่องซินเดอเรลลา สโนว์ไวท์กับคนแคระทั้งเจ็ด และเจ้าหญิงนิทรา” โดยพบว่า ถ้าจำแนกลักษณะของตัวละครตามคุณสมบัติของตัวละครแบ่งได้เป็นสองลักษณะ ได้แก่ ตัวละครผู้กระทำ ตัวละครผู้ถูกกระทำถ้าจำแนกลักษณะของตัวละครตามลักษณะนิสัยของตัวละครแบ่งได้เป็นสองลักษณะ ได้แก่ ตัวละครมิติเดียว และตัวละครหลายมิติ อีกทั้ง เมื่อเปรียบเทียบกับวิจัยเรื่องการสร้างตัวละครในละครโทรทัศน์เรื่องคุณชายกับวิจัยของ จิตติวัฒน์ สมิตินันท์ (2553) เรื่อง “การสร้างตัวละครเพศที่สามในภาพยนตร์ไทย” จะพบได้ว่า ในภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ไทย ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย อาชีพ สถานะทางสังคม ค่านิยมต่าง ๆ และสัมพันธภาพระหว่างบุคคลของตัวละครที่มีรสนิยมทางเพศที่ต่างจากคนทั่วไปจะดีแค่ไหน ก็ยังคงถูกมองอย่างแปลกแยกและถูกทำร้ายจากสังคม ตัวละครบางตัวมีความสับสนรสนิยมทางเพศและมุ่งไปค้นหาตัวตนที่แท้จริง แต่ตัวละครบางตัวมีการรู้จักรสนิยมทางเพศของตัวเองอย่างชัดเจน และยอมรับตัวเองได้อย่างถูกต้อง ซึ่งจะทำให้ตัวละครเหล่านั้นมีความขัดแย้งกับสังคมและครอบครัว แต่อย่างไรก็ตามวัตถุประสงค์ของผู้สร้างภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ไม่ใช่เพื่อวิพากษ์วิจารณ์หรือทำร้ายคนกลุ่มนี้ แต่เพื่อใช้วิธีนี้เพื่อทำให้คนทั่วไปในสังคมเข้าใจกลุ่มประเภนี้มากขึ้น และให้คนกลุ่มนี้ได้รับความเคารพและความเท่าเทียมเหมือนกับคนทั่วไป

ในการสร้างตัวละครในละครโทรทัศน์เรื่องคุณชาย ไม่ว่าจะเป็นตัวละครเอก และตัวละครประกอบ ผู้สร้างก็ต่างให้ตัวละครแต่ละตัวมีลักษณะและบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน ทำให้ภาพลักษณ์ของตัวละครแต่ละตัวมีความน่าสนใจและสมบูรณ์แบบมากขึ้นจนสามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้ชมได้ เช่น ตัวละครเทียนที่มีความรู้รักตัวเอง ตัวละครลีที่อยากปกป้องลูกแต่ใช้วิธีผิด ตัวละครบัวที่มีความคิดล้ำยุคสมัยนั้นโดยคิดว่าความรักไม่จำกัดเพศ และคุณค่าของผู้หญิงถูกกำหนดด้วยตัวเอง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวละครที่มีลักษณะแตกต่างกันทำให้โครงเรื่องของละครเรื่องนี้ได้ดำเนินไปอย่างมีเหตุผลโดยเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับการต่อสู้ระหว่างตระกูล ความรักแบบพี่น้อง ความรักระหว่างพ่อแม่และลูก และการยอมรับรสนิยมทางเพศที่ต่างจากคนทั่วไป อีกทั้ง การสร้างตัวละครใกล้เคียงกับบุคคลทั่วไปที่มีอยู่ในสังคมจริง ซึ่งทำให้ผู้ชมเกิดความเห็นอกเห็นใจ และอารมณ์ร่วมกับตัวละคร

ได้ง่ายจนกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความคิดและความเข้าใจลึกซึ้งต่อชีวิตและสภาพสังคม เช่นเดียวกับคนอย่างตัวละครเอก “เทียน” ที่มีรสนิยมทางเพศที่ทั้งคนในครอบครัวและสังคมก็ยอมรับไม่ได้และไม่ค่อยเข้าใจ ซึ่งจะทำให้คนกลุ่มเหล่านั้นได้มีความขัดแย้งกับคนในครอบครัว ละครเรื่องนี้นำเสนอตัวละครเอกเทียนที่เป็นภาพลักษณ์เชิงบวกของสุภาพบุรุษที่มีความเป็นเลิศในทุกด้านและมีบุคลิกที่อ่อนโยน และเข้มแข็ง ซึ่งจะถ่ายทอดให้ผู้ชมเข้าใจถึงแนวคิดเรื่องอิสรภาพแห่งความรัก ความรักที่แท้จริงไม่จำกัดเพศ ทุกคนมีสิทธิ์ที่เลือกความรักของตนเอง และผู้อื่นไม่มีสิทธิ์ไปตัดสินถูกและผิดของความรักของคนใดคนหนึ่ง ยังแสดงให้เห็นถึงสถานการณ์ปัจจุบันที่ทั้งคนในครอบครัวและสังคมไม่ยอมรับและไม่เข้าใจรสนิยมทางเพศที่ต่างจากคนทั่วไป และหวังว่าผู้ชมเข้าใจคนที่มีความหลากหลายทางเพศที่ต่างจากคนทั่วไปผ่านเรื่องราวของตัวละครเทียน โดยพยายามไปเข้าใจความหลากหลายของความรัก ถ้าไม่เข้าใจก็ลองไปให้ความเคารพและเท่าเทียมเท่าเหมือนกับคนทั่วไปแก่คนเหล่านี้แทนที่ทำร้ายพวกเขา

ข้อเสนอแนะ

1. ศึกษาการสร้างตัวละครในละครโทรทัศน์อื่น ๆ
2. ศึกษาภาพสะท้อนสังคมในละครโทรทัศน์เรื่องคุณชาย โดยศึกษาร่วมกันกับละครโทรทัศน์ที่มีแนวเรื่องคล้ายกันกับเรื่อง คุณชาย

เอกสารอ้างอิง

- จิตาภา ธนโรจน์. (2563). *การเล่าเรื่องและการสร้างตัวละครหลักของละครโทรทัศน์แนวโรแมนติกคอมเมดี้ตามแบบฉบับละครช่อง 7HD*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐิติวัฒน์ สมิตินันท์. (2553). *การสร้างตัวละครเพศที่สามในภาพยนตร์ไทย*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการภาพยนตร์ ภาควิชาการภาพยนตร์และภาพนิ่ง. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชรวาลี จินนิกร. (2559). *การศึกษาภาพลักษณ์ของตัวละครหญิงในวรรณกรรมเรื่องผู้ชนะสิบทิศ*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

มังกรราช ใจตรง. (2557). *บทบาทของตัวละครเด็กในละครโทรทัศน์ระหว่างปี 2551-2557*.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์. กรุงเทพมหานคร:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สิริภพ แก้วมาก. (2558). *การสร้างตัวละครหลักและวิธีการเล่าเรื่องชายรักชายในสื่อบันเทิงไทย*.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์. กรุงเทพมหานคร:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สายทิพย์ นุกูลกิจ. (2543). *วรรณกรรมไทยปัจจุบัน (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพมหานคร: เอส. อาร์.
พรินต์.

สุขฤทัย ไม่เกตุ (2555). *การสร้างตัวละครหญิงในภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ที่ดัดแปลงมาจาก
เทพนิยาย เรื่องซินเดอเรลลา สโนว์ไวท์กับคนแคระทั้งเจ็ด และเจ้าหญิงนิทรา*. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

อรอุษา อึ้งศรีวงศ์. (2555). *การสร้างตัวละครและการเล่าเรื่องในละครโทรทัศน์ญี่ปุ่นที่ใช้อาชีพเป็น
แก่นเรื่อง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์.
กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การศึกษาวัฒนธรรมในแบบเรียนบทสนทนาภาษาไทยในฐานะภาษาที่สอง

โหว เมิงเจีย¹, ขนิษฐา จิตชินะกุล²

^{1,2} คณะมนุษยศาสตร์

^{1,2} มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาภาษาไทยเพื่ออาชีพ

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวัฒนธรรมมารยาททางวาจาได้แก่ การทักทายและการกล่าวลาในแบบเรียนบทสนทนาภาษาไทยในฐานะภาษาที่สอง โดยเก็บข้อมูลจากแบบเรียนบทสนทนาภาษาไทยจำนวน 3 เล่ม 1. ตำราเรียนพูดภาษาไทย 2. พูดเป็น พูดดี มีเสน่ห์กับภาษาไทยในชีวิตประจำวัน 3. บทสนทนาภาษาไทยในชีวิตประจำวัน ผลการวิจัยพบว่า 1) การทักทาย มี 2 ประเภท ได้แก่ การทักทายแบบเป็นทางการ และการทักทายแบบไม่เป็นทางการ การทักทายแบบเป็นทางการได้แก่การทักทายพบกันครั้งแรกและการทักทายกับบุคคลที่รู้จัก 2) การกล่าวลา คือการกล่าวลาทั่วไปและกรณีการนัดหมายแทนการกล่าวคำอำลา

ในกรณีการทักทายพบกันครั้งแรก ลักษณะการใช้ภาษาเป็นแบบกึ่งทางการ ในกรณีการทักทายกับบุคคลที่รู้จักและการทักทายแบบไม่เป็นทางการ ลักษณะการใช้ภาษาเป็นแบบภาษาปาก ส่วนในกรณีการกล่าวลา ลักษณะการใช้ภาษาเป็นแบบกึ่งทางการหรือแบบภาษาปาก นอกจากนี้แบบเรียนยังสะท้อนให้เห็นว่า สังคมไทยมีการเน้นเรื่องมารยาทการสื่อสาร โดยการใช้ถ้อยคำที่เน้นความสุภาพ และมีการใช้ถ้อยคำที่แสดงออกถึงความมีไมตรีจิตต่อกัน รวมทั้งการสื่อสารของสังคมไทยมักเรียกชื่อเล่นในการสนทนา เนื่องจากคนไทยนิยมเรียกชื่อเล่นเพื่อแสดงออกถึงความสนิทสนมกันเป็นอย่างดี ดังนั้นจึงทำให้ผู้เรียนชาวจีนมีตัวอย่างที่ดีในการเรียนรู้เรื่องมารยาทในการสื่อสารของคนไทย

คำสำคัญ: มารยาททางวาจา, แบบเรียน, การสนทนา

A Study of Culture in Thai as the Second Language Conversation Textbooks

Hou Mengjia¹, Khanita Jitchinakul²

^{1,2} School of Humanities

^{1,2} University of the Thai Chamber of Commerce

¹ Master's Degree Student, Department of Thai Language for Careers

Abstract

This research article aims to study the culture of verbal etiquette, greetings and farewells, in Thai as the second language conversation textbooks. Data was collected from three Thai conversation textbooks: 1. Thai speaking textbooks 2. Thai multimedia situational conversation 3. Thai conversation in daily life. The results of the study found that: 1) greetings can be divided into two types: formal and informal. Formal greetings are used when meeting someone for the first time and when greeting someone you know; 2) farewells include general farewells and making appointments instead of bidding farewells.

Semi-formal language is used when greeting someone you meet for the first time, colloquial is used when greeting someone you know or when greeting someone informally. Semi-formal language or colloquial is used when bidding farewells. In addition, the textbooks reflect the fact that Thai society emphasizes communication etiquette. Polite words are used, and there is an emphasis on showing goodwill towards others. Also, communication in Thai society often uses nicknames, as Thais prefer to use nicknames to show closeness. This provides Chinese learners with good examples to learn from in terms of various forms of verbal etiquette.

Keywords: Verbal Etiquette, Textbooks, Conversation

บทนำ

ภาษาไทยถือเป็นภาษาที่ได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติโดยเฉพาะชาวจีนเป็นอย่างมาก ปัจจุบันประเทศจีนมีมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนวิชาภาษาไทยมากกว่า 60 แห่ง (Zhangli, 2557) นอกจากนี้ยังมีสถาบันเอกชนหรือศูนย์ภาษาอีกหลายแห่งที่เปิดสอนวิชาภาษาไทย อย่างไรก็ตามหลักการศึกษภาษาไทยในฐานะที่เป็นภาษาต่างประเทศของนักศึกษาจีนนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้เรียนจะต้องได้รับการฝึกทักษะการเรียนรู้ภาษาทั้ง 4 ด้านคือ ฟัง พูด อ่าน เขียน ทั้งนี้เพื่อจะได้เป็นผู้ที่มีความรู้และสามารถสื่อสารภาษาไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะด้านการฟังและการพูดนั้นนับเป็นทักษะแรกๆที่ผู้เรียนจะได้รับการฝึกฝนและเรียนรู้ก่อนทักษะการอ่านและการเขียน ดังที่บัณฑิตา จารุมะ และ พยอม ก้อนในเมือง (2563) กล่าวว่า ก่อนมนุษย์ประดิษฐ์ตัวอักษร ภาษาพูดเป็นเครื่องมือที่มนุษย์ใช้ติดต่อสื่อสารกัน ดังนั้นวิชาการพูดภาษาไทยจึงเป็นวิชาบังคับสำหรับผู้เรียนชาวจีนที่เรียนภาษาไทย และปัจจุบันการเรียนการสอนพูดภาษาไทยในประเทศจีนหลายสถาบันได้เลือกที่จะใช้แบบเรียนหรือตำราเรียนเกี่ยวกับการพูดภาษาไทยเพื่อช่วยให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพและทำให้ผู้เรียนได้มีตัวอย่างในการพูดเชิงสนทนาในสถานการณ์ต่าง ๆ

สำหรับแบบเรียนหรือตำราเรียนเกี่ยวกับภาษาไทยสำหรับผู้เรียนชาวจีนนั้นมีหลายเล่ม แต่แบบเรียนการพูดภาษาไทยหรือแบบเรียนบทสนทนาภาษาไทยยังมีจำนวนไม่มาก จากการศึกษาพบว่า แบบเรียนหรือตำราเรียนเกี่ยวกับบทสนทนาภาษาไทยที่ได้รับความนิยมจากผู้เรียนชาวจีน มีจำนวน 5 เล่ม ได้แก่ 1. ตำราเรียนพูดภาษาไทย 2. พูดเป็น พูดดี มีเสน่ห์กับภาษาไทยในชีวิตประจำวัน 3. บทสนทนาภาษาไทยในชีวิตประจำวัน 4. ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 5. การสนทนาภาษาไทยเพื่อธุรกิจการค้า

แบบเรียนทุกเล่มได้มีการนำสถานการณ์การสื่อสารให้ผู้เรียนได้รู้จักการสนทนาโต้ตอบกันทั้งที่เป็นแบบทางการและแบบไม่เป็นทางการ โดยการเรียนรู้ภาษาเพียงอย่างเดียวอาจยังไม่ประสบผลสำเร็จในการสื่อสารเนื่องจากภาษากับวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้ควบคู่กัน โดยเฉพาะประเทศไทยให้ความสำคัญกับมารยาททางวาจาเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะอยู่ในสถานการณ์แบบใด ดังที่คุณกร คงจันทร์, นันทิยา ดวงกุ่มเมศ และ สิรินทร พิบูลภานุวัธน์ (2564) กล่าวว่า มารยาทการสื่อสารทางวาจาจะอยู่ในสถานการณ์ต่าง ๆ ของชีวิตประจำวัน เช่น การทักทายด้วยกล่าวคำว่า “สวัสดีค่ะ/ครับ” การแนะนำบุคคลให้รู้จักกัน การแนะนำผู้อาวุโสน้อยกว่าต่อผู้อาวุโสมาก และแนะนำหลักทั่วไป เช่น หลักการใช้คำ “ขอบคุณ” และ “ขอใจ” โดยการกล่าวคำ “ขอบคุณ” และ “ขอใจ” จะใช้ในกรณีที่มีผู้ให้ความช่วยเหลือหรือการให้สิ่งของต่าง ๆ ทั้งนี้มารยาทไทยจะให้ความสำคัญกับ

ผู้อาวุโส

มารยาททางวาจาจึงเป็นสาระสำคัญของการเรียนการสอนภาษาไทย จึงทำให้แบบเรียนบทสนทนาภาษาไทยได้มีการสอดแทรกเรื่องมารยาททางวาจาไว้ในบทสนทนาด้วย นอกจากนี้จะทำให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ เข้าใจและมีทักษะทางภาษาแล้วยังเป็นสื่อการเรียนการสอนที่ช่วยทำให้ผู้เรียนได้เรียนรู้วัฒนธรรม ค่านิยมของคนไทย ดังนั้นแบบเรียนบทสนทนาภาษาไทยจึงต้องมีเนื้อหาที่สัมพันธ์กับวัฒนธรรมรวมอยู่ด้วย

อย่างไรก็ตามการสอนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ ผู้สอนส่วนใหญ่จะเน้นสอนการออกเสียงที่ถูกต้องและถูกหลักไวยากรณ์มากกว่าที่จะเชื่อมโยงให้เห็นถึงความสำคัญของวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งมารยาททางวาจาที่มีความเกี่ยวข้องกับภาษาไทยอย่างไร จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้เรียนใช้ภาษาไม่เหมาะสมกับบริบทของสังคมไทย รวมทั้งทำให้ผู้เรียนไม่ตระหนักถึงความสำคัญของบริบทสังคมและวัฒนธรรมไทยที่ปรากฏอยู่ในแบบเรียน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวัฒนธรรมไทยด้านมารยาททางวาจาที่ปรากฏอยู่ในแบบเรียนบทสนทนาภาษาไทยเพื่อให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างภาษากับวัฒนธรรมไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาวัฒนธรรมมารยาททางวาจาได้แก่ การทักทายและการกล่าวลาในแบบเรียนบทสนทนาภาษาไทยในฐานะภาษาที่สอง

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาแบบเรียนบทสนทนาภาษาไทยเพียง 3 เล่มเท่านั้น โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกแบบเรียนดังนี้ คือ แบบเรียนเล่มที่ 1-2 เป็นแบบเรียนระดับชาติ เล่มที่ 3 มีเนื้อหาและคำศัพท์ที่ทันสมัย เล่มที่ 4-5 มีเนื้อหาเฉพาะด้านธุรกิจการค้าเป็นส่วนใหญ่ซึ่งไม่เหมาะสมวัตถุประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกแบบเรียนเล่มที่ 1-3 ดังนี้

1. ตำราเรียนพูดภาษาไทย เขียนโดยหลี่เจี้ยน (LI JIAN) หงซิงฮุย (CHEN HUI) ขงเทา (XIONG TAO). (2014). พิมพ์ครั้งที่ 3. กวางโจว:สำนักพิมพ์หนังสือโลก (WORLD PUBLISHING CORPORATION) แบบเรียนเล่มนี้ได้รับการตีพิมพ์ตั้งแต่ ค.ศ. 2014 จนถึง ค.ศ. 2019 และเป็นแบบเรียนได้รับการยกย่องให้เป็นแบบเรียนระดับชาติ

2. พูดเป็น พูดดี มีเสน่ห์กับภาษาไทยในชีวิตประจำวัน เขียนโดยหลอยี่หยวน (LUO YIYUAN) เลี้ยวอยู่ฟู (LIAO YUFU) JINTANAPUTTAMATA และ TEAVAKORNKHUMSAT. (2020). พิมพ์ครั้งที่ 1. กวางโจว: สำนักพิมพ์หนังสือโลก (WORLD PUBLISHING CORPORATION) เป็นแบบเรียนที่มีเนื้อหาทันสมัยและมีการใช้ภาษาพูดที่สอดคล้องกับสถานการณ์จริง และเป็นแบบเรียนได้รับการยกย่องให้เป็นแบบเรียนระดับชาติ

3. บทสนทนาภาษาไทยในชีวิตประจำวัน เขียนโดยเหลียงหยวน (LIANG YUAN) หลีชวนเสี่ยว (LI CHUNXIAO) จางชินชิน (ZHANG QINQIN) เก่อหลาน (GE LAN). (2020). พิมพ์ครั้งที่ 2. ปักกิ่ง: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยปักกิ่ง (PEKING UNIVERSITY) แบบเรียนเล่มนี้เป็นแบบเรียนร่วมสมัย มีคำศัพท์และวลีใหม่จำนวนมาก

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะศึกษาเฉพาะมารยาททางวาจา ได้แก่ การทักทายและการกล่าวลา

เอกสารที่เกี่ยวข้อง

ศิริรัตน์ เอกปัทมา (2564) แบ่งระดับภาษาเป็น 2 ระดับ ดังนี้

1. ภาษาแบบเป็นทางการ (หรืออาจเรียกว่าภาษาเขียน) ซึ่งเป็นภาษาที่ใช้อย่างถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ ระเบียบ รูปประโยคมีการเรียบเรียงอย่างถูกต้อง และมีสำนวนภาษาที่สละสลวย ปกติใช้ในงานพิธีและงานเป็นทางการซึ่งเป็นภาษาระดับพิธีการและภาษาระดับมาตรฐานราชการ

2. ภาษาแบบไม่เป็นทางการ (หรืออาจเรียกว่าภาษาพูด) เป็นภาษาที่ไม่เคร่งครัดตามแบบแผน ปกติใช้ในการเขียนและการพูดโดยทั่วไปในชีวิตประจำวันหรือโอกาสทั่ว ๆ ไป แบ่งภาษาเป็น 3 ระดับ คือ

2.1 ภาษาระดับกึ่งทางการโดยมีรูปประโยคอาจไม่สมบูรณ์และใช้ถ้อยคำระดับสามัญที่ใช้สื่อสารทั่วไปในชีวิตประจำวัน แต่ยังคงความสุภาพ

2.2 ภาษาระดับสนทนา มีลักษณะของภาษาพูดที่เป็นกลาง ๆ ใช้ถ้อยคำระดับต่ำปะปนอยู่บ้าง

2.3 ภาษาปาก มีลักษณะภาษาพูดที่ใช้ประโยคไม่สมบูรณ์ ไม่คำนึงถึงหลักไวยากรณ์ ใช้ในวงจำกัดที่เป็นการส่วนตัว ใช้ถ้อยคำระดับต่ำปะปนเป็นส่วนใหญ่ ปกติใช้ในการสนทนากับผู้ที่สนิทสนมคุ้นเคยกันมาก ๆ

แก้วตา กรุงวงศ์, สุนันท์ จันทรวิเมลิ้ง และ สุรีย์ ดึงสมบูรณ์ (2534) แบ่งภาษาเป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. ภาษาปาก หมายถึง ภาษาที่บุคคลใช้ในการพูดในชีวิตประจำวัน ได้แก่ ภาษาถิ่น ภาษาตลาด หรือภาษาพูดของคนทั่วไป ภาษาสแลงซึ่งภาษาที่ใช้ผิดปกติในทางเสียงหรือทางความหมาย ภาษาเฉพาะหมู่ ภาษาต่ำ ฯลฯ ภาษาปากเหมาะสำหรับใช้ในการสนทนากันในระหว่างผู้คุ้นเคย บทสนทนาในบันเทิงคดี บทล้อเลียนเสียดสี ประชดประชัน ความเรียงส่วนตัว บันทึก อนุทิน จดหมายส่วนตัว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การหาเสียง ฯลฯ

2. ภาษากึ่งแบบแผนหรือเรียกว่า ภาษากึ่งมาตรฐาน หมายถึง ภาษาที่มีลักษณะกึ่งกันระหว่างภาษาปากกับภาษาแบบแผนประโยคสละสลวยมากยิ่งขึ้นกว่าภาษาปาก แต่ไม่เป็นแบบแผนเสียจนเคร่งครัด ภาษากึ่งแบบแผนเหมาะสำหรับใช้ในการสนทนาในระหว่างผู้ที่ไม่คุ้นเคย การพูดในที่ประชุมชนทั่วไป ใช้ในการรายงานข่าว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั่วไป บทความ สารคดี จดหมายธุรกิจ จดหมายส่วนตัวระหว่างผู้ที่ไม่คุ้นเคยกัน

3. ภาษาแบบแผนหรือเรียกว่า ภาษามาตรฐาน หมายถึง ภาษาที่ใช้อย่างเป็นทางการถูกต้องตามระเบียบแบบแผน ภาษาแบบแผนเหมาะสำหรับใช้ในการกล่าวสุนทรพจน์ในโอกาสต่าง ๆ การเขียนเรียงความทางวิชาการ สารคดีเชิงวิชาการ การเขียนบทความสำคัญในหนังสือพิมพ์ เช่น บทบรรณาธิการ การเขียนตำราวิชาการ แบบเรียน หนังสืออ้างอิง วิทยานิพนธ์ ฯลฯ

การแบ่งประเภทระดับภาษาของข้างต้น สรุปได้ว่า ระดับของภาษาแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ ภาษาระดับแบบแผน ภาษาระดับกึ่งแบบแผน ภาษาระดับปาก แต่การแบ่งภาษาไม่ได้เป็นการแบ่งอย่างเด็ดขาด บางครั้งก็อาจแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ ภาษาแบบเป็นทางการหรืออาจเรียกว่าภาษาเขียน ภาษาแบบไม่เป็นทางการหรืออาจเรียกว่าภาษาพูด

ภาษาและสังคมเป็นของคู่กัน คนที่อยู่ในสังคมเดียวกันใช้ภาษาแตกต่างกัน มีปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ที่อยู่ในสังคมเดียวกันใช้ภาษาแตกต่างกัน แก้วตา กรุงวงศ์, สุนันท์ จันทรวิเมลิ้ง และ สุรีย์ ดึงสมบูรณ์ (2534) กล่าวถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดระดับภาษามี 1. โอกาสและสถานที่ 2. สัมพันธภาพระหว่างบุคคล 3. ลักษณะของเนื้อหา 4. สื่อที่ใช้สื่อสาร

วิไลวรรณ ขนิษฐนันท์ (2533) กล่าวถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดระดับของภาษา ดังนี้

1. อายุ คนวัยต่างกันจะใช้ภาษาต่างกันและผู้พูดภาษาต้องเลือกใช้คำที่เหมาะสม เช่น ถ้าคุยกับคนอาวุโสกว่าจะใช้คำบุรุษว่า “กระผม” “ผม” “ดิฉัน” “หนู” ถ้าคุยกับคนที่มีเพื่อน ๆ ก็ใช้คำว่า “เรา” “ฉัน” ฯลฯ
2. เพศ มีคำพูดบางอย่างที่ผู้พูดภาษามักใช้กับผู้หญิงโดยเฉพาะหรือผู้ชายโดยเฉพาะ และมีคำบางคำที่ผู้พูดต้องเป็นผู้หญิงจึงจะใช้ เช่น สวยงาม อ่อนช้อย แซ่บซ้อย ใช้เฉพาะกับผู้หญิงเท่านั้น คำว่า หล่อ สมาร์ท ปีกบิน ใช้เฉพาะกับผู้ชาย
3. สถานการณ์และอาชีพ สถานการณ์ในที่นี้หมายถึงกาลเทศะ เมื่อคุยกับคนที่คุ้นเคยกันเราจะมีแบบกันพูดอย่างหนึ่งซึ่งไม่เหมือนคุยกับคนที่ไม่คุ้นเคยกัน บุคคลในแต่ละอาชีพหรือกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจร่วมกัน มักมีคำศัพท์เฉพาะใช้ระหว่างคนในหมู่เดียวกันและใช้ที่มีความหมายพิเศษ
4. สถานภาพทางสังคมหรือชนชั้น เช่น รายได้ อาชีพ การศึกษา ความเป็นอยู่ ภูมิหลังของการใช้ภาษา
5. ภาษาถิ่น คนที่อยู่ต่างถิ่นกันก็ใช้ภาษาต่างกันด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและวัฒนธรรม

สุภัทรา อักษรานุเคราะห์ (2532) กล่าวว่า ภาษาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมหรือเป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ได้ ด้วยเหตุนี้ การไม่มีความรู้ทางวัฒนธรรม ประเพณีของสังคมนั้นและการไม่มีความรู้เกี่ยวกับรูปแบบของภาษา กฎเกณฑ์ของภาษา หรือภาษาตามบริบทสังคมจริง ความสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องในการสื่อความหมายย่อมทำให้การสื่อสาร การใช้ภาษามีอุปสรรค นอกจากนี้ นวลทิพย์ เพิ่มเกษร (2547) กล่าวถึงความสำคัญของวัฒนธรรมไทยต่อการเรียนการสอนภาษาไทยว่า หากผู้สอนสอดแทรกวัฒนธรรมไทยก็จะช่วยให้การเรียนการสอนภาษามีประสิทธิภาพ เพราะเมื่อผู้เรียนเข้าใจวัฒนธรรมไทยอย่างชัดเจน เช่น ความเชื่อ ทศนคติ ขนบธรรมเนียม ประเพณี ค่านิยมของคนไทยก็จะส่งผลต่อผู้เรียนได้เข้าใจวิธีคิด การกระทำ ตลอดจนคำพูดที่ใช้ในการสื่อสารของคนไทยด้วย ดังนั้นผู้เรียนจะสามารถเข้าใจถึงวิธีการสื่อสารได้ว่าจะสื่อสารอย่างไรให้ถูกต้องหรือมีประสิทธิภาพ การสอนแบบสอดแทรกวัฒนธรรมจะช่วยบรรยากาศของการเรียนการสอนได้รับความสนุกสนาน ยังส่งเสริมให้ผู้เรียนมีทัศนคติที่ดีต่อวัฒนธรรมนั้น ๆ เพราะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้เรียนและการเข้าใจภาษาได้ง่าย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาแนวทางการวิเคราะห์วัฒนธรรมด้านมารยาทการทักทายและการกล่าวลาในหนังสือหรือแบบเรียนภาษาไทย จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งที่เป็นภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ เพื่อสังเคราะห์แนวทางการวิเคราะห์มารยาทการทักทายและการกล่าวลาที่ปรากฏในแบบเรียนบทสนทนาภาษาไทย

2. ศึกษาเนื้อหาวัฒนธรรมด้านมารยาททางวาจาได้แก่การทักทายและการกล่าวลาในแบบเรียนบทสนทนาภาษาไทยทั้ง 3 เล่มจำนวน 81 บท โดยใช้แนวคิดการแบ่งประเภทระดับภาษาและแนวคิดปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดระดับของภาษา ความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและวัฒนธรรมมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหาในแบบเรียนบทสนทนาภาษาไทย

3. เรียบเรียงผลการศึกษาวิเคราะห์เชิงพรรณนาวิเคราะห์

4. สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษา

จากการศึกษาบทสนทนาในแบบเรียนทั้ง 3 เล่ม ได้แก่ 1. ตำราเรียนพูดภาษาไทย 2. พูดเป็น พูดดี มีเสน่ห์กับภาษาไทยในชีวิตประจำวัน 3. บทสนทนาภาษาไทยในชีวิตประจำวัน พบว่า การทักทายและการกล่าวลา แบ่งได้ 4 ชนิด

1. การทักทาย แบ่งได้เป็นการทักทายแบบเป็นทางการและการทักทายแบบไม่เป็นทางการ ดังนี้

1.1 การทักทายแบบเป็นทางการ หมายถึง การทักทายกับบุคคลที่รู้จักกันครั้งแรกหรือบุคคลไม่คุ้นเคย

การทักทายเป็นจุดเริ่มต้นของการสนทนากับผู้อื่น ซึ่งโดยปกติเราจะใช้คำพูดในการกล่าวทักทายที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับว่าเรากำลังทักทายกับใคร จากการวิเคราะห์พบว่า “การทักทายแบบเป็นทางการ” ที่ปรากฏมีดังนี้

ตาราง 1 การทักทายแบบเป็นทางการแบบพบกันครั้งแรก

บทสนทนาภาษาไทยใน ชีวิตประจำวัน	ตำราเรียนพูดภาษาไทย	พูดเป็น พูดดี มีเสน่ห์กับ ภาษาไทยในชีวิตประจำวัน
ตัวอย่างที่ 1 โบว์กับเอิร์ธพบกันครั้งแรก “โบว์ : สวัสดีค่ะ เอิร์ธ : สวัสดีครับ โบว์ : คุณชื่ออะไรคะ เอิร์ธ : ผมชื่อเอิร์ธ แล้วคุณล่ะ โบว์ : ดิฉันชื่อโบว์ ยินดีที่ได้ รู้จักค่ะ ...” (หน้า 1)	ตัวอย่างที่ 2 จางหมิงเป็นคนจีนที่มา เที่ยวที่ไทยเป็นครั้งแรก และ จินตนาเป็นคนไทย พวกเขาเพิ่ง พบกัน “1. สวัสดีครับ 2. สวัสดีค่ะ 3. ขอโทษครับ คุณชื่ออะไรครับ 4. ดิฉันชื่อจินตนาค่ะ 5. ยินดีที่ได้รู้จักครับ ผมชื่อจาง หมิงครับ ...” (หน้า 1)	ตัวอย่างที่ 3 มะลิกำลังจะเดินทางมา เรียนต่อที่มหาวิทยาลัยใน ประเทศไทย เพื่อน ๆ คนไทยที่ มหาวิทยาลัยกว้างไว้ได้แนะนำ เพื่อนที่อยู่มหาวิทยาลัยเดียวกัน ชื่อปิติให้รู้จักด้วยการติดต่อผ่าน โปรแกรมวีแชต (WeChat) “ มะลิ: สวัสดีค่ะ ดิฉันชื่อมะลิ กำลังจะไปเรียนที่ เมืองไทยค่ะ ปิติ: สวัสดีครับ ผมชื่อปิติ ยินดีที่ได้รู้จักครับ ...” (หน้า 2)

จากตัวอย่างที่ 1 ในตาราง 1 เห็นได้ว่า การทักทายแบบเป็นทางการนี้จะกล่าวด้วยคำว่า “สวัสดี” และสอบถามชื่อคู่สนทนาซึ่งจะมีการใช้สรรพนามแทนผู้พูดว่า “ผม” และ “ดิฉัน” จากนั้นจะจบด้วยคำว่า “ยินดีที่ได้รู้จัก” จากตัวอย่างที่ 2 จะเห็นได้ว่า การทักทายแบบเป็นทางการนี้จะกล่าวด้วยคำว่า “สวัสดี” และสอบถามชื่อคู่สนทนาโดยมีการใช้คำว่า “ขอโทษ” เพื่อแสดงถึงความรู้สึกที่รบกวนสอบถามชื่อในเชิงที่ต้องการรู้จัก ซึ่งจะมีการใช้สรรพนามแทนผู้พูดว่า “ผม” และ “ดิฉัน” จากนั้นจะจบด้วยคำว่า “ยินดีที่ได้รู้จัก” ที่เหมือนตัวอย่างที่ 1 จากตัวอย่างที่ 3 จะเห็นได้ว่า การทักทายแบบเป็นทางการนี้จะกล่าวด้วยคำว่า “สวัสดี” พร้อมทั้งแนะนำตัวเองว่าเป็นใคร และจะ

ทำอะไรต่อไป ซึ่งจะมีการใช้สรรพนามแทนผู้พูดว่า “ผม” และ “ดิฉัน” จากนั้นจะจบด้วยคำว่า “ยินดีที่ได้รู้จัก” ที่เหมือนตัวอย่างที่ 1 และ 2

เห็นได้ว่า แบบเรียนบทสนทนาทั้ง 3 เล่มนี้ จะมีรูปแบบการทักทายที่คล้ายคลึงกัน คือการใช้คำว่า “สวัสดีค่ะ/ครับ” ซึ่งเป็นคำที่คนไทยใช้ทักทายกันในชีวิตประจำวันมากที่สุดคำหนึ่ง และหากต้องการเพิ่มความสุภาพจะใช้คำว่า “ขอโทษ” เพิ่มเติมที่ฝ่ายชายแสดงออกถึงความเกรงใจในการสอบถามชื่อฝ่ายหญิง ทั้งนี้ถือเป็นธรรมเนียมที่ฝ่ายชายจะต้องให้เกียรติฝ่ายหญิง

ตาราง 2 การทักทายแบบเป็นทางการกับบุคคลที่รู้จัก

บทสนทนาภาษาไทยในชีวิตประจำวัน	ตำราเรียนพูดภาษาไทย	พูดเป็น พูดดี มีเสน่ห์กับภาษาไทยในชีวิตประจำวัน
ตัวอย่างที่ 1 การทักทายระหว่างदनัยกับอาจารย์ที่เคยสอน “दनัย : สวัสดีครับ อาจารย์อาจารย์ : อ้าว दनัยหรือ สวัสดีจ้ะ दनัย : ไม่ได้พบอาจารย์ตั้งนานแล้ว อาจารย์สบายดีนะครับ อาจารย์ : สบายดีจ้า แล้วदनัยมาทำอะไรที่นี่จ้ะ ...” (หน้า 2)	ตัวอย่างที่ 2 ฉินเฉิงมาเยี่ยมคุณสมศักดิ์ที่บ้าน “ฉินเฉิง : สวัสดีครับ คุณสมศักดิ์ดีใจมากที่ได้พบกันอีก สมศักดิ์ : เช่นเดียวกัน ดีใจมากที่ได้พบกันอีก คุณฉินมาเมืองไทยเมื่อไรครับ ...” (หน้า 10)	ตัวอย่างที่ 4 มะลิมาพบคณบดีเพื่อเข้ารายงานตัวนักศึกษาใหม่ “มะลิ : สวัสดีค่ะ ท่านคณบดี คณบดี : สวัสดีค่ะ ...” (หน้า 5)
	ตัวอย่างที่ 3 คนไข้ไปพบแพทย์ที่คลินิก “สวัสดีครับ คุณหมอ สวัสดีค่ะ คุณเป็นอะไรคะ...” (หน้า 53)	

จากตัวอย่างในตาราง 2 เห็นได้ว่า การทักทายแบบเป็นทางการกรณีที่เราเจอกันมาก่อนจะยังคงใช้คำว่า “สวัสดี” เช่นเดิมและต่อท้ายด้วยชื่อหรือตำแหน่งของคู่สนทนาที่มีความอาวุโสกว่าผู้พูด และตามด้วยบทสนทนาอื่น ๆ ที่ไม่ได้จบด้วยคำว่า “ยินดีที่ได้รู้จัก” เช่นการทักทายแบบพบการครั้งแรก อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเนื้อหาของแบบเรียนบทสนทนาภาษาไทยมีสถานการณ์เกี่ยวข้องกับการสนทนาระหว่างนักเรียนกับคุณครูหรือเพื่อน เช่น คำบอกอาชีพ ตำแหน่ง “อาจารย์” “คนบติ” “คุณหมอ” หรือ คำสรรพนามกลาง ๆ เช่น “คุณ” ซึ่งเป็นคำเรียกขานที่แสดงออกถึงความสุภาพต่อบุคคลนั้น ๆ คำเรียกขานนอกจากสามารถสะท้อนให้เห็นถึงความใกล้ชิดระหว่างผู้พูดและผู้ฟังแล้วยังเป็นการให้เกียรติกับคู่สนทนาที่สะท้อนภาพทางสังคมแต่ละวัฒนธรรมได้ชัดเจน (อนงค์นาฏ นุศาสตร์เลิศ, 2556) สอดคล้องกับวิไลวรรณ ขนิษฐนันท์ (2533) ที่กล่าวว่า อายุ เพศ สถานการณ์ และอาชีพ สถานภาพทางสังคมหรือชนชั้นจะมีลักษณะการใช้ภาษาที่มีความแตกต่างกัน ดังจะเห็นได้ว่า การทักทายแบบทางการพบกันครั้งแรกและบุคคลที่รู้จักได้ใช้คำลงท้ายตามเพศ คือ ครับ/ค่ะ หรือคำแบบไม่เป็นทางการคือคำว่า จ๊ะ

1.2 การทักทายแบบไม่เป็นทางการ

การทักทายแบบไม่เป็นทางการ หมายถึง การทักทายในกลุ่มเพื่อน บุคคลที่รู้จักโดยจะใช้ภาษาปาก ลักษณะการทักทายอาจจะตัดคำว่า “สวัสดี” เป็น “หวัดดี” ซึ่งเป็นภาษาปากที่ใช้สนทนาแบบกันเอง

ตาราง 3 การทักทายแบบไม่เป็นทางการ

บทสนทนาภาษาไทยในชีวิตประจำวัน	ตำราเรียนพูดภาษาไทย	พูดเป็น พูดดี มีเสน่ห์กับภาษาไทยในชีวิตประจำวัน
ตัวอย่างที่ 1 ลินลี่พบกับแเบงค์ระหว่างทางกลับหอพัก “ลินลี่ : สวัสดีแเบงค์ กำลังจะไป ไหนคะ แเบงค์ : อ้อ ผมกำลังจะออกไปซื้อของมาทำอาหารกิน	ตัวอย่างที่ 2 จางหมิงกับหลินไห้ไปซื้อรองเท้า “จางหมิง : จะไปไหนครับ หลินไห้ : ว่าจะไปซื้อรองเท้าสักคู่ครับ จางหมิง : รอประเดี๋ยวนะ	ตัวอย่างที่ 3 เวลา 12.00 น. ธาดาชวนมะลิไปทานอาหารกลางวันที่โรงอาหารชั้น 3 “ ธาดา : อ้าว! มะลิ หวัดดี มะลิ : หวัดดี ธาดา ธาดา : วันนี้มีเรียนอีกไหม

ครับ ลิลลี่สนใจมากิน ด้วยไหม ...” (หน้า 1)	ผมจะไปด้วย...” (หน้า 89)	มะลิ : มีเรียนวิชาภาษาไทย ตอน บ่าย 2 โมงค่ะ...” (หน้า 20)
--	--	--

จากตัวอย่างที่ 1 ในตาราง 3 เห็นได้ว่า จะใช้คำทักทายว่า “สวัสดี” แบบเป็นทางการและต่อท้ายด้วยชื่อเล่นของกลุ่มสนทนา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเป็นการทักทายแบบกึ่งทางการที่ผู้สนทนามีความคุ้นเคยกัน และมักจะมีการพูดคุยถึงประเด็นเกี่ยวกับการเดินทาง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการแสดงความห่วงใย สอดคล้องกับบุญเลิศ วงศ์พรม (2545) กล่าวว่า วัฒนธรรมการทักทายของคนไทยมักจะถามทุกข์-สุขซึ่งกันและกัน ดังที่ปรากฏคนไทยนิยมทักทายกันด้วยคำว่า “ไปไหนมา” ซึ่งเป็นธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมไทยที่อยู่ภายใต้สังคมแห่งความเอื้ออาทรต่อกัน และมีแนวคิดที่คนไทยทั้งผองเป็นพี่น้องกัน จากตัวอย่างที่ 2 กับ 3 จะเห็นได้ว่า การทักทายแบบไม่เป็นทางการจะมีลักษณะการใช้ภาษากึ่งทางการกับบุคคลที่คุ้นเคยรู้จักกันมาก่อน รวมทั้งมีการใช้คำอุทานที่แสดงถึงการได้พบกันโดยบังเอิญ นอกจากนี้รูปแบบการทักทายยังมีในเชิงสอบถามที่แสดงออกถึงความสนิทสนมคุ้นเคยกัน ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า การใช้ภาษาในการทักทายในสังคมไทยขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างคู่สนทนาเป็นสำคัญ

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาคำว่า “สวัสดี” พบว่า พระยาอุปกิตศิลปสาร (อั้งอิงในลักขณา ชาญ 2537, 37-39) เป็นผู้คิดคำนี้ขึ้นในปี พ.ศ. 2473 เพื่อใช้เป็นคำทักทายและคำกล่าวอำลาอย่างเป็นทางการของคนไทย นอกจากจะเป็นคำพูดสำหรับการทักทายแล้ว ในเทศกาลปีใหม่มคนไทย ใช้คำว่า สวัสดีปีใหม่ ที่ไม่ได้หมายถึงคำทักทาย แต่หมายถึง ขอให้ท่านผู้ได้รับบัตรอวยพรนี้มีความสุข ความงาม ความเจริญ ความสุขในวันขึ้นปีใหม่

2. การกล่าวลา

การกล่าวลาในสังคมไทยถือเป็นมารยาทอีกอย่างที่ต้องยึดถือปฏิบัติเมื่อจะจากลากับคู่สนทนาตามมารยาทและธรรมเนียมไทย ก่อนจะจบสิ้นการสนทนา คู่สนทนาจะต้องกล่าวลาและตอบรับการกล่าวลาและหวังว่าได้มีโอกาสพูดคุยกันอีก จากการวิเคราะห์เนื้อหาในแบบเรียน พบเนื้อหาเกี่ยวข้องกับ “การกล่าวลา” ดังนี้

ตาราง 4 การกล่าวลา

บทสนทนาภาษาไทยใน ชีวิตประจำวัน	ตำราเรียนพูดภาษาไทย	พูดเป็น พูดดี มีเสน่ห์กับ ภาษาไทยในชีวิตประจำวัน
ตัวอย่างที่ 1 दनัยพบอาจารย์ที่รู้จัก “ ... อาจารย์ : ไข่จะ ดีใจที่ได้เจอเธอ แล้วอย่าลืมส่งข่าวมา บ้างนะ दनัย : ขอขอบคุณครับอาจารย์ สวัสดิ์ครับ อาจารย์ : สวัสดิ์ค่ะ” (หน้า 2)	ตัวอย่างที่ 5 หลีก้างกับหลินอิงพบ กันที่หน้าตึกหอพัก “ ... หลีก้าง : หมู่นี้การเรียน หนักไหมครับ หลินอิง : ไม่ค่อยหนักค่ะ การเรียนของคุณ เป็นไบบ้างคะ หลีก้าง : ค่อนข้างหนักครับ ว่าง ๆ ค่อยคุยกัน อีกนะครับ หลินอิง : สวัสดิ์ค่ะ หลีก้าง : สวัสดิ์ครับ” (หน้า 4)	ตัวอย่างที่ 6 มะลิเป็นนักศึกษาชาวจีนที่ เรียนภาษาไทยที่ไทย ธาดาเป็น คนไทย พวกเขา กำลังคุยเรื่องการ ใช้ภาษาของการตกทาย “ ... มะลิ : อ้อ ฉันเข้าใจละคะ วันหลัง คุณช่วยสอนภาษาพูดให้ ฉันบ้างนะ ธาดา : ได้สิ สบายมาก มะลิ : ชอบใจนะ” (หน้า 5)
ตัวอย่างที่ 2 แอนเพิ่งแนะนำแพร์กับ กีตาร์ได้รู้จักกัน “ ... แพร์ : เช่นกันค่ะ ไม่ทราบว่ คุณกีตาร์เรียนที่นี้ใช้ไหมคะ กีตาร์ : ออครับ แพร์ : โชคดีค่ะ กีตาร์ : ครับผม” (หน้า 13)		ตัวอย่างที่ 7 นารีชี้ทางให้ปติ และปติ แสดงขอบคุณกับนารี “ ... นารี : ยินดีค่ะแล้วเจอกัน ใหม่นะ ปติ : ครับ แล้วพบกันใหม่ สวัสดิ์ ครับ นารี : ะะ สวัสดิ์” (หน้า 35)

ตัวอย่างที่ 3 จางเฉิงเจียงแอร์ที่ห้องเสีย กับพนักงานอุสุมา “... อุสุมา : ภายในวันพรุ่งนี้จะ ให้ช่างแอร์เข้าไปดูให้นะคะ จางเฉิง : โอเค ขอขอบคุณครับ อุสุมา : ยินดีค่ะ” (หน้า 17)		
ตัวอย่างที่ 4 แบงค์กับนิสาคุยเรื่องจอง ตั๋วเครื่องบิน “... แบงค์ : โห เก่งจังเลย วันหลัง แบงค์ต้องขอวิธีการ จอง จากเพื่อนนิสา หน่อยแล้ว นิสา : ได้เลยไม่มีปัญหา แบงค์ : ไว้เจอกันนะนิสา นิสา : จ้า” (หน้า 108)		

จากตัวอย่างที่ 1–5 ในตาราง 4 เห็นได้ว่า การกล่าวลามีหลายแบบทั้งการใช้คำว่า “สวัสดี”
“แล้วเจอกันใหม่” และ “แล้วพบกันใหม่” หรือแม้กระทั่งการอวยพรสั้น ๆ “โชคดีนะ” ซึ่งสะท้อน

ให้เห็นว่าสังคมไทยมีการใช้ถ้อยคำที่หลากหลายและแสดงออกถึงความมีไมตรีจิตต่อกัน จากตัวอย่างที่ 6 และ 7 จะเห็นได้ว่า การกล่าวลาเป็นการแสดงความ “ขอบคุณ” หรือ “ขอใจ” แสดงออกถึงความมีน้ำใจที่จะได้รับการช่วยเหลือในอนาคต

นอกจากนี้การกล่าวคำอำลาในสังคมไทยยังมีกรณีที่ผู้สนทนานัดหมายสำหรับการพบกันอีกครั้งหนึ่งโดยจะมีการระบุเวลาหรือสถานที่ที่แน่นอน การกล่าวคำอำลาโดยนัดหมายแล้ว แสดงออกให้ผู้สนทนาเห็นที่ผู้พูดรอคอยที่จะได้พบกันอีกครั้ง ตัวอย่างเช่นในแบบเรียน *ตำราเรียนพูดภาษาไทย* จางหมิงชวนติงหลิงไปดูหนังด้วยกัน

“...
ติงหลิง : หนังจะเริ่มกี่โมงคะ
จางหมิง : ทุ่มตรงครับ
ติงหลิง : งั้นคืนนี้เจอกันเมื่อไรคะ
จางหมิง : 6 โมงครึ่ง เจอกันที่หน้าโรงหนังนะครับ
ติงหลิง : คืนนี้เจอกันอีก”

(หน้า 18)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผู้สนทนาจะใช้ภาษาปากในการนัดหมายแทนการกล่าวคำอำลาเพื่อพบกันอีกตามเวลาและสถานที่ที่นัดล่วงหน้า

สรุปผลและอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า 1) การทักทาย มี 2 ประเภท ได้แก่ การทักทายแบบเป็นทางการ และการทักทายแบบไม่เป็นทางการ การทักทายแบบเป็นทางการได้แก่การทักทายพบกันครั้งแรกและการทักทายแบบบุคคลที่รู้จัก 2) การกล่าวลา การใช้ภาษามีลักษณะเป็นแบบกึ่งทางการในกรณีการทักทายพบกันครั้งแรก การใช้ภาษามีลักษณะเป็นแบบกึ่งทาง หรือแบบภาษาปากในกรณีการทักทายกับบุคคลที่รู้จักและการทักทายแบบไม่เป็นทางการ ส่วนการกล่าวลา การใช้ภาษามีลักษณะเป็นแบบกึ่งทางการ หรือจะใช้ภาษาปาก การใช้ภาษามีลักษณะเป็นแบบกึ่งทางการ ในกรณีการนัดหมายแทนการกล่าวคำอำลา มารยาทการทักทายแบบเป็นทางการหรือแบบไม่เป็นทางการมักจะเริ่มการทักทายด้วยคำว่า “สวัสดีค่ะ/ครับ” จากนั้นถ้าเป็นการทักทายพบกันครั้งแรกก็จะสอบถามชื่อคู่สนทนา โดยมีการใช้คำว่า “ขอโทษ” เพื่อแสดงถึงความสุภาพที่รบกวนสอบถามชื่อในเชิงที่ต้องการรู้จัก และจะจบด้วยคำว่า “ยินดีที่ได้รู้จัก” ในกรณีการทักทายแบบเป็นทางการกับบุคคลที่รู้จักจะ

ยังคงใช้คำว่า “สวัสดี” เหมือนการทักทายพบกันครั้งแรก และต่อท้ายด้วยชื่อหรือตำแหน่งของคู่สนทนาที่มีความอาวุโสกว่าผู้พูด และตามด้วยบทสนทนาอื่น ๆ เช่น ถามทุกข์-สุขซึ่งกันและกัน แต่ไม่ได้จบด้วยคำว่า “ยินดีที่ได้รู้จัก” การทักทายไม่เป็นทางการนอกจากเริ่มทักทายด้วยคำว่า “สวัสดีค่ะ/ครับ” ได้ โดยทั่วไปจะตามด้วยคำว่า “จะไปไหน” “ไปไหนมา” มาแทนคำว่า “สวัสดี” ต่อท้ายด้วยชื่อเล่นของคู่สนทนา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเป็นการทักทายแบบกึ่งทางการที่ผู้สนทนาที่มีความคุ้นเคยกัน การกล่าวลามีหลายแบบทั้งการใช้คำว่า “สวัสดี” “แล้วเจอกันใหม่” และ “แล้วพบกันใหม่” หรือแม้กระทั่งการอวยพรสั้น ๆ “โชคดีนะ” ซึ่งจะใช้พูดตามโอกาสและสถานที่ สัมพันธภาพระหว่างบุคคล หรือลักษณะของเนื้อหา ผลยังพบว่า อายุ เพศ สถานการณ์ เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดระดับของภาษา สอดคล้องกับอัศวพันธ์ สายจีน (2562) เขียนวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรและประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษาศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์รังสิต ผลพบว่า รายได้ อายุ เพศ การศึกษาระดับตำแหน่ง สถานภาพ และประสบการณ์ทำงานแตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กร

จากการทักทายและการกล่าวสวัสดีเหล่านี้ได้เห็นว่า สังคมไทยมีมารยาทในการสื่อสารโดยจะมีการใช้ถ้อยคำเพื่อแสดงไมตรีจิตต่อกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ ฐิตินันท์ ฝิวนิล (2564) เขียนวิจัยเรื่อง มารยาทดิจิทัล: ข้อกำหนดในการสื่อสารออนไลน์ที่พลเมืองดิจิทัลไทยควรตระหนัก ผลพบว่า มารยาทไทยในการสื่อสารนั้นเน้นการให้ความสำคัญกับคู่สนทนาและมุ่งเน้นการควบคุมกิริยาและบรรยากาศของการสนทนาให้เป็นไปด้วยดี นอกจากนี้ การสื่อสารในสังคมไทยมักใช้ชื่อเล่นแทนชื่อจริง สอดคล้องกับอารตี อภิวงศ์งาม (2557) เขียนวิจัยเรื่อง การเรียนรู้ภาษาผ่านการเรียนรู้แบบข้ามวัฒนธรรม ผลพบว่า คนไทยที่คุ้นเคยกันหรือสนิทกันอาจรู้จักเพียงแค่ชื่อเล่น นอกจากนี้ มารยาททางวาจาที่ปรากฏในแบบเรียนบทสนทนาภาษาไทยยังมี การแนะนำ การเชื้อเชิญ ฯลฯ ซึ่งเป็นสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อยู่ในการสื่อสารสังคมไทย ลักษณะการใช้ภาษาในแบบเรียนบทสนทนาภาษาไทยมักเป็นคำที่สุภาพเรียบร้อย ซึ่งทำให้ผู้เรียนชาวจีนได้มีตัวอย่างที่ดีในการเรียนรู้มารยาททางวาจาต่าง ๆ ได้อย่างดี

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวัฒนธรรมมารยาททางวาจาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเฉพาะเรื่องมารยาททางวาจา การทักทายกับการกล่าวลา ผู้วิจัยจึงขอเสนอว่าควรมีการศึกษาที่เกี่ยวกับมารยาทการแนะนำ การเชื้อเชิญ ฯลฯ รวมถึงศึกษาวัฒนธรรมอื่นด้วย

เอกสารอ้างอิง

- แก้วตา กรุงวงศ์,สุนันท์ จันทร์วิเมลียง และสุรีย์ ตั้งสมบุญ. (2534). *เอกสารคำสอน วิชา บธ.112 ภาษาไทย*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- คุณากร คงจันทร์ นันทิยา ดวงภูมิเมศ และสิรินทร พิบูลภาณุวัฒน์. (2564). มารยาทการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของคนไทย. *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 1(34), 156-175.
- ฐิตินันท์ ฝวนิล.(2564). มารยาทดิจิทัล: ข้อกำหนดในการสื่อสารออนไลน์ที่พลเมืองดิจิทัลไทยควรรู้. *วารสารวิชาการกลทข.ประจำปี 2564*, ม.ม.ป.(.), 401-418.
- นวลทิพย์ เพิ่มเกษร.(2547). การสอนภาษาและวัฒนธรรมไทยแก่ชาวต่างประเทศ. *วารสารวรรณวิทัศน์*,15(4), 268-278.
- บัณฑิตา จารุมา และพยอม ก้อนในเมือง. (2563).วิธีพัฒนาทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ. *วารสาร มจร มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์*, 6(1), 409-423.
- บุญเลิศ วงศ์พรหม.(2545). วัฒนธรรมของการใช้ภาษา. *วารสารศรีปทุมปริทัศน์*, 2(2), 89-98.
- ลักขณา ชาปู้. (2557). ภาษาและวัฒนธรรม. *วารสารแม่โจ้ปริทัศน์*, ม.ม.ป.(.), 37-39.
- วิไลวรรณ ขนิษฐนันท์. (2533). *ภาษาและภาษาศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศรีรัตน์ เอกปักษา. (2564). *การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง ระดับภาษาและคำราชาศัพท์ของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดห้องเรียนกลับด้าน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชาการสอนภาษาไทย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุภัทรา อักษรานุเคราะห์. (2532). *การสอนทักษะทางภาษาและวัฒนธรรม (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อนงค์นาฏ นุศาสตร์เลิศ. (2556). การใช้คำเรียกขานในภาษาการเมือง กฎหมาย ภาษาสื่อ และภาษาวิชาการของไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์*, 3(30), 117-130.
- อัศวพรณ์ สายจีน. (2562). *ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรและประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษาศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์รังสิต*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- อารตี อภิวงค์งาม. (2557). การเรียนรู้ภาษาผ่านการเรียนรู้แบบข้ามวัฒนธรรม. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 1(2), 105-117.
- LI JIAN, CHENG HUI และ XIONG TAO. (2014). *ตำราเรียนพูดภาษาไทย*. GUANG DONG: สำนักพิมพ์หนังสือโลก (World Publishing Corporation).
- LUO YIYUAN, LIAO YUFU และคนอื่น. (2020). *พูดเป็น พูดดี มีเสน่ห์กับภาษาไทยในชีวิตประจำวัน*. GUANG DONG: สำนักพิมพ์หนังสือโลก(World Publishing Corporation).
- LIANG YUAN และคนอื่น. (2020). *บทสนทนาภาษาไทยในชีวิตประจำวัน*. BEI JING: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยปักกิ่ง (Peking University).
- ZHANG LI. (2557). *แบบเรียนภาษาไทยเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับนักศึกษาชาวจีน วิชาเอกภาษาไทย มหาวิทยาลัยยูนนานนอร์มอลสาธารณรัฐประชาชนจีน*. สารนิพนธ์ศิลปศาสตร มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ถอดรหัสสุนทรียะเมือง: การออกแบบพื้นที่การเรียนรู้ทางวัฒนธรรม โดยใช้เกมสถานการณ์จำลอง¹

อรอุษา สุวรรณประเทศ², แคทรียา อังทองกำเนต³, ณัฐพร ไช่มุกข์⁴, ปฐวี พรหมแสน⁵

^{2,3,4,5} คณะมนุษยศาสตร์, ^{2,3,4,5} มหาวิทยาลัยนเรศวร

^{2,3,4,5} ภาควิชาภาษาศาสตร์ คติชนวิทยา ปรัชญาและศาสนา

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประยุกต์ใช้เกมสถานการณ์จำลองเป็นเครื่องมือในการสืบค้นความต้องการและความคาดหวังของชุมชนที่มีต่อการพัฒนาพื้นที่การเรียนรู้ทางวัฒนธรรม “หอศิลป์สุโขทัย” การดำเนินการวิจัยใช้วิธีการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและสนทนากลุ่มย่อยระหว่างคณะผู้วิจัยกับกลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกจากชุมชนในพื้นที่อำเภอสวรรคโลก จังหวัดสุโขทัย จำนวน 40 คน โดยคณะผู้วิจัยได้ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของเมืองแห่งการเรียนรู้ และใช้เกมเป็นเครื่องมือสร้างสถานการณ์จำลองให้เสมือนเป็นการสร้างพื้นที่การเรียนรู้ “หอศิลป์สุโขทัย” หลังจากนั้นคณะผู้วิจัยได้ถอดรหัสสุนทรียะของเมืองที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและรสนิยมของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อสกัดแนวคิดสำคัญและนำไปเป็นต้นแบบในการพัฒนาพื้นที่จริง ทั้งนี้พบว่าวิธีการใช้เกมเป็นเครื่องมือ ได้รับความสนใจจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมเป็นอย่างดี ช่วยสร้างบรรยากาศในการระดมความคิดและกระตุ้นให้เกิดการแสดงออกถึงความรู้สึกและความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง โดยรหัสสุนทรียะของเมืองที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ 1) การรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 2) การเรียนรู้ผ่านการเล่น และ 3) เนื้อหาองค์ความรู้เกี่ยวกับศิลปินมีความหลากหลายปรับเปลี่ยนได้ไม่ซ้ำเดิม เมื่อแปลเป็นภาษาอังกฤษ แล้วนำตัวอักษรตัวแรกมาเรียงกันได้เป็นคำว่า “ฟิน” เป็นคำสแลงภาษาวัยรุ่น มาจากคำว่า “ฟินาเล่” ที่แปลว่า จบแบบสมบูรณ์แบบ ใช้ในบริบทเมื่อรู้สึกดีที่สุดในความสุขที่สุด เปรียบกับเมื่อเข้าชมหอศิลป์สุโขทัยแล้วต้องรู้สึก “ฟิน” คือมีความสุขอิ่มเต็มและได้รับแรงบันดาลใจ

คำสำคัญ: การออกแบบพื้นที่การเรียนรู้, เกมสถานการณ์จำลอง, หอศิลป์สุโขทัย

¹ บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมพื้นที่การเรียนรู้ “ศิลปินสุโขทัย” สู่การยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและการส่งเสริมวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต” ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ปี 2565

Decoding the City Emotion: Designing Cultural Learning Space Using Simulation Game

Onusa Suwanpratest², Catthaleeya Aungthonggumnerd³, Nattaporn Kaimook⁴,
Patawee Promsen⁵

^{2,3,4,5} Faculty of Humanities

^{2,3,4,5} Naresuan University

^{2,3,4,5} Department of Linguistics, Folklore, Philosophy and Religion

Abstract

The purpose of this research is to apply a simulation game as a tool to investigate community needs and expectations regarding the development of cultural learning spaces, “Sukhothai Artist Hall”. The research was carried out by organizing workshops and small group discussions between the research team and a 40-people-sample group selected from communities in the Sawankhalok District, Sukhothai Province. The research team transferred knowledge about the characteristics of learning cities and applied a problem-based simulation game to create a learning space, “Sukhothai Artist Hall”. After that, the research team analysed the mood of the city that reflected lifestyles and tastes of the sample group and extracted important conceptual ideas then developed them as a “Sukhothai Artist Hall”. It was found that using simulation games as a tool attracted great interests from the participants. It helps to create a brainstorming atmosphere and encourages genuine expression of community feelings and needs. The codes of the city emotion from this research included 1) Flexibility, 2) Interaction with people, and 3) Nature-friendly. The first letter from these individual codes were selected and arranged into the word “FIN”, a slang term in youth language. This slang word was derived from the word "finale," meaning complete or perfect ending. It is used in contexts where one feels

the best, happiest, akin to experiencing 'FIN' when visiting the Sukhothai Artist's Hall,
meaning complete happiness and being fully inspired.

Keywords: Designing Learning Space, Simulation Game, Sukhothai Artist Hall

บทนำ

โลกใหม่ในยุคศตวรรษที่ 21 มีแนวทางการเรียนรู้ที่กำลังแปรเปลี่ยนจาก “กระบวนทัศน์การสอน” (instruction paradigm) ไปสู่ “กระบวนทัศน์การเรียนรู้” (learning paradigm) (แอนดรูว์ แฮร์ริสัน, 2561) จากเดิมที่ครูเป็นศูนย์กลางการจัดการเรียนการสอนก็กลายมาเป็นการเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง นักเรียนเปลี่ยนบทบาทจากการเป็น “ผู้รับ” ไปเป็น “ผู้เรียน” และ ครูเปลี่ยนบทบาทจาก “ผู้สอน” ไปเป็น “ผู้จัดประสบการณ์การเรียนรู้” ดังนั้นผู้เรียนจึงกลายเป็นศูนย์กลางของการเรียนการสอนเพราะบทบาทในการเรียนรู้ส่วนใหญ่จะอยู่ที่ตัวผู้เรียนเป็นสำคัญ ดังนั้น “สถานที่สำหรับการสอน” จึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนเป็น “สถานที่สำหรับสร้างการเรียนรู้” เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทใหม่ที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ การเรียนรู้จะไม่ได้อยู่แต่เพียงในห้องเรียนอย่างเดียวเท่านั้น แต่อาจจะเป็นที่ใดก็ได้ที่ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ตามความสามารถและความสนใจของตน ดังนั้นการจัดการสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพ และการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้าไปผสมผสานจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างพื้นที่การเรียนรู้ที่ดึงดูดใจผู้เรียน ส่งผลต่อการสร้างประสบการณ์และช่วยส่งเสริมให้การเรียนรู้เป็นไปได้อย่างน่าสนใจและมีประสิทธิภาพ

ด้วยแนวคิดดังกล่าวได้ถูกตระหนักถึงในระดับโลก โดยองค์การศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ ยูเนสโก ได้จัดตั้งเครือข่ายเมืองแห่งการเรียนรู้ (Global Network of Learning Cities: GNLC) ขึ้น เพื่อช่วยรัฐบาลท้องถิ่นพัฒนากลยุทธ์ที่เป็นรูปธรรมในการสร้างเมืองแห่งการเรียนรู้ (สถาบันวิจัยเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (วสศ.), 2564) เพื่อให้เมืองเป็นพื้นที่การเรียนรู้ของคนในชุมชนและสังคม สร้างโอกาสให้ผู้ต้องการเรียนรู้ได้พัฒนาตนเอง หรือนำตนเองไปสู่การเรียนรู้ได้ทุกช่วงวัยตลอดชีวิต

คำถามสำคัญก็คือ ในการสร้างพื้นที่การเรียนรู้ในชุมชนนั้น “ท้องถิ่น” จะสามารถเข้ามามีบทบาทในการสร้างและพัฒนาพื้นที่นั้น ๆ อย่างแท้จริงได้อย่างไร

ในกระบวนการทำวิจัยหลาย ๆ ครั้ง พบว่ามีการค้นหาคำตอบของโจทย์วิจัยที่เป็นการค้นหาความต้องการของชุมชนโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ (Interview) หรือการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม (Focus group) แต่ในหลาย ๆ ครั้งอีกเช่นกันก็พบว่าประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนั้นไม่กล้าที่จะแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ด้วยปัจจัยที่แตกต่างกัน ดังนั้น การทดลองใช้เครื่องมืออื่นที่ไม่ใช่การถามคำถามโดยตรงอาจมีส่วนช่วยในการสืบค้นความต้องการและความคาดหวังของชุมชนที่มีต่อการพัฒนาพื้นที่การเรียนรู้ได้ดียิ่งขึ้น

การใช้เกมเป็นฐานในการเรียนรู้ (Game Based Learning) มีส่วนช่วยในการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางปัญญาที่เกิดจากความสนุกสนานและความท้าทายที่เหมาะสม ตลอดจนการมีส่วนร่วมในเนื้อหาที่อ้างอิงจากเกม (Fengfeng Ke, Kui Xie and Ying Xie, 2015) จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าเริ่มมีการใช้เกมเป็นฐานในการเรียนรู้ในหลาย ๆ รูปแบบ โดยเฉพาะงานของคาทาลินา โอโทอียู และ เปลา ริซซี (Catalina Otoiu & Paola Rizzi, 2019) ที่ริเริ่มส่งเสริมการใช้การจำลองการเล่นเกมนางผังเมืองให้เข้ากับบริบทและการเรียนรู้อื่น ๆ ในธุรกิจและการศึกษาของประเทศโรมาเนีย

คณะผู้วิจัยจึงอยากจะทำลองนำแนวทางการจำลองการเล่นเกมนางผังเมือง (Urban Planning Gaming Simulation) ในการการสืบค้นความต้องการและความคาดหวังของชุมชนที่มีต่อการพัฒนาพื้นที่การเรียนรู้ทางวัฒนธรรม “หอศิลป์สุโขทัย” เพื่อประโยชน์ในการละลายพฤติกรรม (Ice Breaking) และเพื่อให้ได้ความรู้สึกที่แท้จริงของกลุ่มตัวอย่าง ที่จะสามารถนำไปใช้ออกแบบพื้นที่การเรียนรู้ได้อย่างสอดคล้องกับสุนทรียะของเมืองที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและรสนิยมของผู้คนในเมืองได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อประยุกต์ใช้เกมสถานการณ์จำลองเป็นเครื่องมือในการสืบค้นความต้องการและความคาดหวังของชุมชนที่มีต่อการพัฒนาพื้นที่การเรียนรู้ทางวัฒนธรรม “หอศิลป์สุโขทัย”

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ทบทวนวรรณกรรมและศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างพื้นที่การเรียนรู้และการใช้เกมเป็นฐานในการเรียนรู้

2. กำหนดขอบเขตการศึกษาและกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในกระบวนการใช้เกมเป็นฐานเพื่อสืบค้นความต้องการและความคาดหวังของชุมชนที่มีต่อการพัฒนาพื้นที่การเรียนรู้ทางวัฒนธรรม “หอศิลป์สุโขทัย” โดยกำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ คือ อำเภอสวรรคโลก จังหวัดสุโขทัย ซึ่งจะเป็นที่ตั้งของ “หอศิลป์สุโขทัย” ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่จะเข้าร่วมกิจกรรมนั้นคัดเลือกจากบุคคล 4 กลุ่ม ที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ต่อการพัฒนาและการใช้ประโยชน์จากหอศิลป์สุโขทัย ได้แก่ 1) กลุ่มตัวแทนจากเทศบาลสวรรคโลก จำนวน 10 คน 2) กลุ่มตัวแทนจากองค์การบริหาร

การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานเขตสุโขทัย จำนวน 10 คน 3) กลุ่มตัวแทนชุมชนจากตำบลต่าง ๆ ในอำเภอสวรรคโลก จำนวน 10 คน และ 4) กลุ่มตัวแทนเยาวชนจากสถานศึกษา จำนวน 10 คน รวมทั้งหมด 40 คน

3. เชิญกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยเริ่มต้น คณะผู้วิจัยได้ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของเมืองแห่งการเรียนรู้ให้ผู้เข้าอบรมทราบ จากนั้น แบ่งผู้เข้าอบรมออกเป็น 4 กลุ่ม กลุ่มละ 10 คน ตามที่กำหนดไว้ใน การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง แล้วใช้ เกมสถานการณ์จำลองเป็นเครื่องมือในการสร้างสถานการณ์ให้เสมือนเป็นการสร้างพื้นที่การเรียนรู้ “หอศิลป์สุโขทัย” โดยขั้นแรก ให้สมาชิกกลุ่มระดมความคิดโดยเขียนสิ่งที่คิดว่าควรมีอยู่ในพื้นที่ การเรียนรู้ “หอศิลป์สุโขทัย” ลงในกระดาษโพสต์อิท (post-it) ที่เตรียมไว้ให้ โดยเขียนใบละ 1 คำ หรือ 1 ใจความสำคัญ คนหนึ่งจะเขียนก็คำก็ได้ ใช้เวลาประมาณ 15 นาที หลังจากนั้นให้แต่ละคนนำ กระดาษมารวมกันและอภิปรายร่วมกันว่าได้คำว่าอะไรมาบ้างและสิ่งที่ได้มานั้นคือสิ่งที่เราอยากให้มี ในพื้นที่การเรียนรู้ “หอศิลป์สุโขทัย” ที่ครบถ้วนแล้วหรือยัง ถ้ายัง คิดว่ายังขาดอะไรไปอีกก็ เพิ่มเติมเข้าไป โดยใช้เวลาอภิปรายประมาณ 15 นาที หลังจากนั้น แจกกระดาษโปสเตอร์แผ่นใหญ่ พร้อมเครื่องเขียนและชุดอุปกรณ์ระบายสี ให้แต่ละกลุ่มวาดภาพ “หอศิลป์สุโขทัย” ในจินตนาการ ของกลุ่มตัวเอง โดยใช้เวลาประมาณ 20 นาที เมื่อแต่ละกลุ่มวาดภาพเสร็จให้ส่งตัวแทนออกมา อธิบายภาพและแนวคิดของกลุ่มที่หน้าห้องให้ทุก ๆ คนได้ทราบร่วมกัน ประมาณกลุ่มละ 10-15 นาที

4. คณะผู้วิจัยดำเนินการถอดรหัสสุนทรียะของเมืองที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและรสนิยมของกลุ่ม ตัวอย่าง จากทั้งคำในกระดาษโพสต์อิท ภาพวาดพื้นที่การเรียนรู้ “หอศิลป์สุโขทัย” และการเล่า เรื่องอธิบายภาพเพื่อสกัดแนวคิดสำคัญและนำไปเป็นต้นแบบในการพัฒนาพื้นที่จริง

ผลการศึกษา

จากการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการที่คณะผู้วิจัยใช้เกมสถานการณ์จำลองเป็นเครื่องมือ ในการสืบค้นความต้องการและความคาดหวังของชุมชนที่มีต่อการพัฒนาพื้นที่การเรียนรู้ทาง วัฒนธรรม “หอศิลป์สุโขทัย” นั้น พบว่า

1. กิจกรรมแรก การระดมความคิดโดยการเขียนคำลงในโพสต์อิท ทุกกลุ่มเขียนคำในกลุ่ม
ความหมายที่คล้ายคลึงกันสามารถจัดกลุ่มได้ ดังนี้

1.1 กลุ่มคำที่สื่อถึงความเป็นพื้นที่การเรียนรู้ เช่น ข้อมูลศิลปิน ประวัติและผลงาน
ของศิลปิน รูปศิลปิน เสียงดนตรีเพลงของศิลปิน อัตลักษณ์ของสุโขทัยและสวรรคโลก ศูนย์เรียนรู้
ชุมชน ข้อมูลการท่องเที่ยว เรียนรู้ผ่านการเล่น เรียนรู้ผ่าน 6 สัมผัส ตา-หู-จมูก-ลิ้น-กาย-ใจ ทุกคน
เข้าถึงได้ นิทรรศการ หลักสูตรองค์ความรู้ต่าง ๆ เป็นต้น

1.2 กลุ่มคำที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจและอาชีพ เช่น มีพื้นที่ขายของ ร้านค้าชุมชน
อาชีพเสริม รายได้เพิ่มขึ้น ยกระดับเศรษฐกิจชุมชน อาชีพใหม่ ตลาดชุมชน เป็นต้น

1.3 กลุ่มคำที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นพื้นที่ทางสังคม เช่น พื้นที่ให้คนได้พบปะ
พูดคุยกันเวทีเสวนา จัด Event สวนสาธารณะ พื้นที่ชีวิต เป็นต้น

1.4 กลุ่มคำที่กล่าวถึงสื่อสมัยใหม่ เช่น สื่อวิดีโอ ภาพยนตร์ infographic เป็นต้น

ภาพ 1 กิจกรรมการระดมความคิด



(ภาพถ่ายโดย ณัฐพร ไข่มุกข์)

2. กิจกรรมที่ 2 ออกแบบเมือง วาดภาพ “หอศิลปินสุโขทัย” ในจินตนาการ พบว่า ใน
ภาพรวมที่ทุกกลุ่มวาดออกมาจะมีการใช้สีสันทันในการวาดภาพที่สดใสมีชีวิตชีวา มีการออกแบบโดย
พยายามใช้พื้นที่อย่างคุ้มค่าและเชื่อมโยงถึงพื้นที่ใกล้เคียง โดยคงบริบทสภาพธรรมชาติแวดล้อม
รอบ ๆ พื้นที่เอาไว้ ไม่มีกลุ่มใดที่เสนอแนะให้ “ตัด” ของเดิมที่มีอยู่ออก ทุกกลุ่มพยายามคิดวางแผน
การจัดสถานที่ภายใต้ข้อจำกัดของพื้นที่จริงที่มีอยู่ และเสนอแนะกิจกรรมที่อยากให้ออกมาจัดในบริเวณ
พื้นที่การเรียนรู้ที่จะสร้างขึ้นอีกด้วย

ที่น่าสนใจคือ ไม่มีกลุ่มใดออกแบบหอศิลป์ในลักษณะย้อนยุคหรือดำเนินตามแนวคิดอนุรักษ์แบบดั้งเดิม ในภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าเนื้อหาเกี่ยวกับ “ศิลปิน” เป็นข้อมูลที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ และมีความเป็นเอกลักษณ์ แต่รูปแบบในการนำเสนอควรมีความทันสมัย เข้าถึงคนได้ทุกกลุ่มทุกวัย และอยากให้รูปแบบการเรียนรู้มีความสนุกสนาน เรียนรู้ได้ทุกสไตล์ประสาทสัมผัส

ภาพที่ 2-3 กิจกรรมออกแบบเมือง วาดภาพ “หอศิลป์สุขโขทัย” ในจินตนาการ



(ภาพถ่ายโดย แคทรียา อังทองกำเนิด)

3. จากกิจกรรมการใช้เกมในการระดมความคิดและการออกแบบเมือง ผู้วิจัยได้ดำเนินการถอดรหัสสุนทรียะของเมืองที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและรสนิยมของกลุ่มตัวอย่าง จากทั้งคำในกระดาดโพสท์อิท ภาพวาดพื้นที่การเรียนรู้ “หอศิลป์สุขโขทัย” และการเล่าเรื่องอธิบายภาพ โดยวิเคราะห์คำที่สื่อถึงรสนิยมของกลุ่มตัวอย่างว่าอยากเห็นภาพของหอศิลป์สุขโขทัยในจินตนาการของพวกเขาเป็นอย่างไร โดยพบว่า มีคำสำคัญที่พบซ้ำ ๆ อยู่ 3 ประเด็น ได้แก่ 1) การรักษาสถาปัตยกรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 2) การเรียนรู้ผ่านการเล่น และ 3) เนื้อหาองค์ความรู้เกี่ยวกับศิลปินมีความหลากหลายปรับเปลี่ยนได้ไม่ซ้ำเดิม จากนั้นจึงได้นำคำสำคัญ 3 ประเด็นดังกล่าวมาใช้เป็นแนวคิดสำคัญสำหรับจัดทำต้นแบบพื้นที่ “หอศิลป์สุขโขทัย” ณ อำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดสุโขทัย โดยเมื่อผู้วิจัยได้ปรึกษากับสถาปนิกผู้ออกแบบหอศิลป์ ก็ได้นำคำสำคัญมาแปลเป็นภาษาอังกฤษ ได้แก่ Nature-friendly, Interaction with people และ Flexible/Adaptable แล้วนำตัวอักษรตัวแรกมาเรียงกันได้เป็นคำว่า “FIN” ซึ่งคำว่า “ฟิน” นั้น เป็นคำสแลงภาษาวัยรุ่น มาจากคำว่า “ฟินาเล่” ที่แปลว่า จบแบบสมบูรณ์แบบ โดยส่วนมากมักจะใช้ตอนที่รู้สึกว้าว... “สุดยอด” หรือ รู้สึกดีที่สุดในความสนุกที่สุด

เปรียบกับเมื่อเข้าชมหอศิลป์แล้วต้องรู้สึก “ฟิน” โดยเมื่อได้แนวคิดหลักแล้วได้นำ “FIN” มาอธิบายอักษรย่อเพิ่มเติมเพื่อส่งต่อให้สถาปนิกออกแบบดังนี้

F มาจาก Flexible/ Adaptable: เพิ่มหรือปรับเปลี่ยนเนื้อหาได้

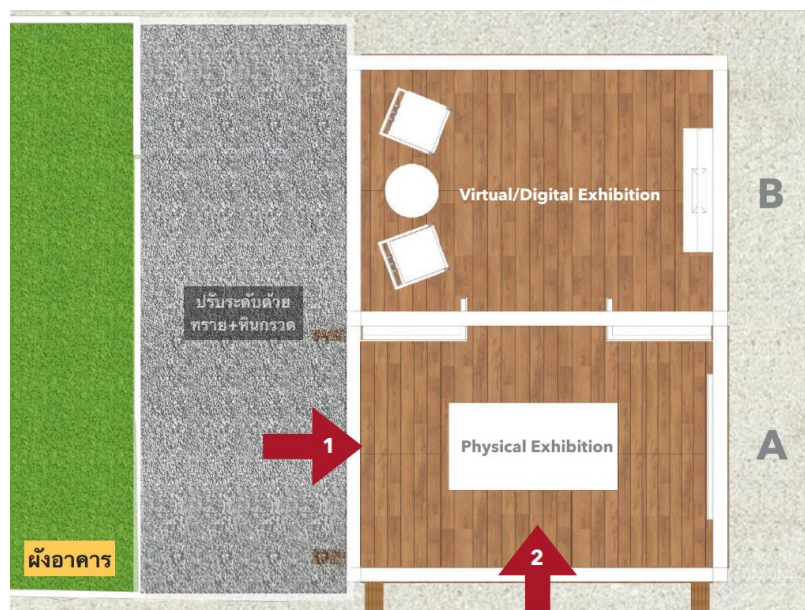
I มาจาก Interaction with people: รู้จักศิลปินผ่านการเล่น

N มาจาก Nature-friendly/Minimal contact to existing building: เป็นมิตรต่อ

ธรรมชาติแวดล้อม และปรับปรุงให้กระทบกับอาคารเดิมน้อยที่สุด

จากแนวคิด (concept) ดังกล่าว ก็นำไปออกแบบพื้นที่ทางกายภาพของ “หอศิลป์ สุขุขทัย” ได้ดังนี้

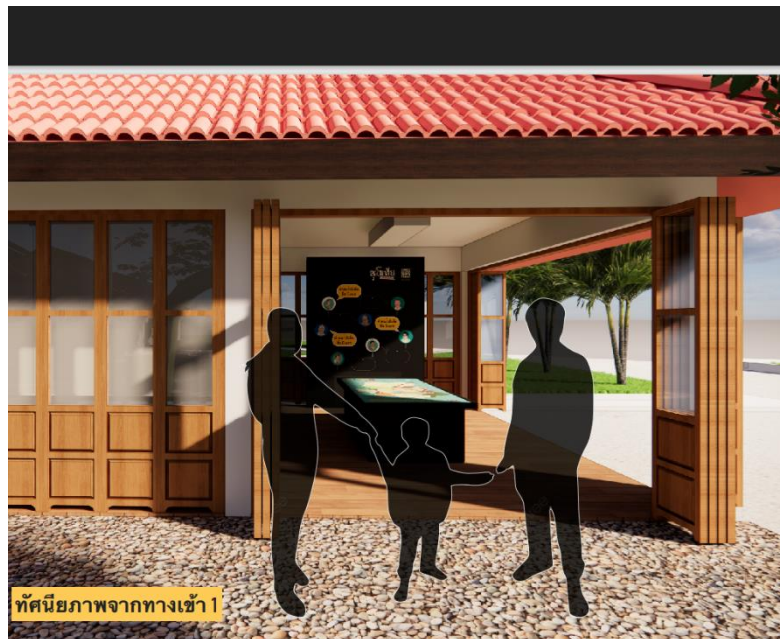
ภาพ 4 ผังอาคารศูนย์การท่องเที่ยวเมืองสวรรคโลก



(ภาพกราฟิกโดย สุวรรณ ร่องวิริยะพานิช)

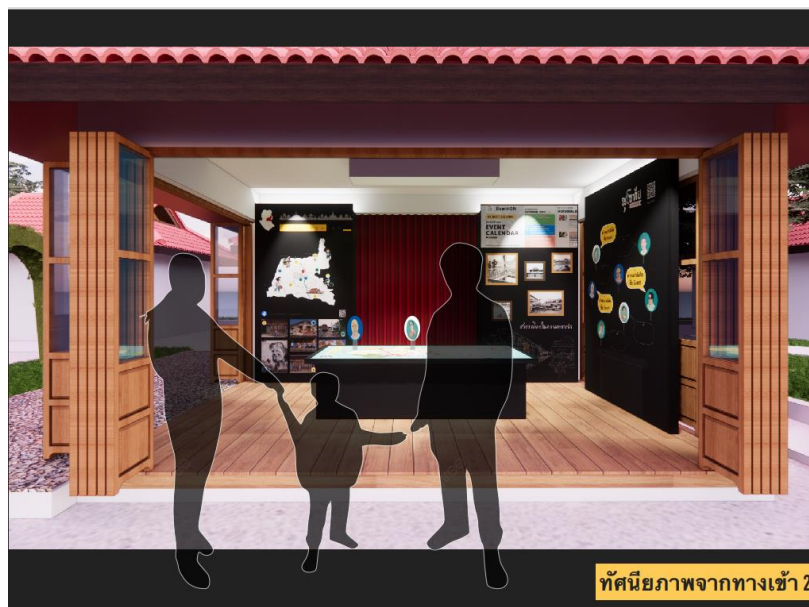
ภาพ 4 เป็นผังอาคารเดิมของศูนย์การท่องเที่ยวเมืองสวรรคโลก จะออกแบบให้เป็นพื้นที่การเรียนรู้หอศิลป์สุขุขทัยโดยแบ่งออกเป็น 2 โซน ได้แก่โซน A และโซน B โดยโซน A จะเป็นโรงจัดแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับศิลปินสุขุขทัย และโซน B ออกแบบให้เป็น Mini Theater หรือโรงภาพยนตร์ขนาดเล็ก เพื่อฉายภาพยนตร์เกี่ยวกับศิลปิน สื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับศิลปิน และสามารถรับชมหอศิลป์ออนไลน์ได้

ภาพ 5 ทศนียภาพจากทางเข้า 1



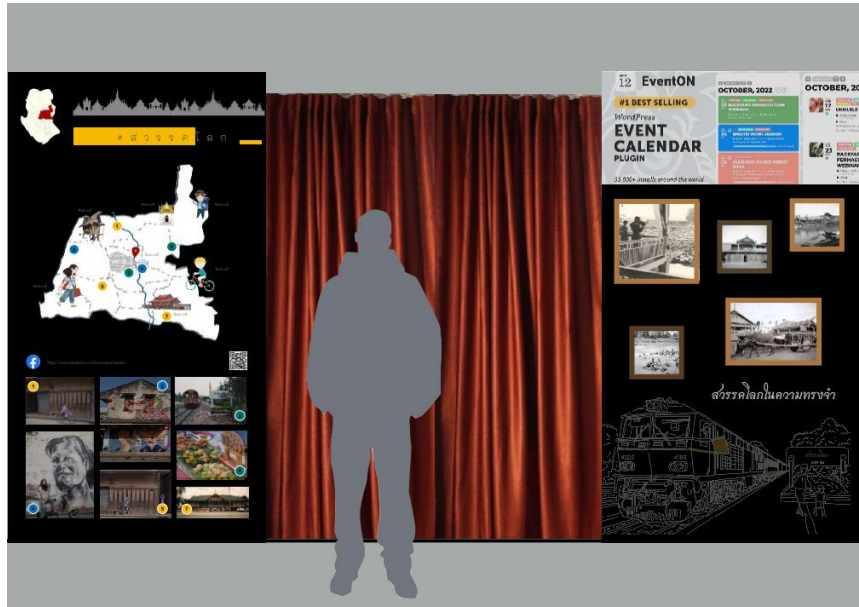
(ภาพกราฟิกโดย สุวรรณ ร่องวิริยะพานิช)

ภาพ 6 ทศนียภาพจากทางเข้า 2



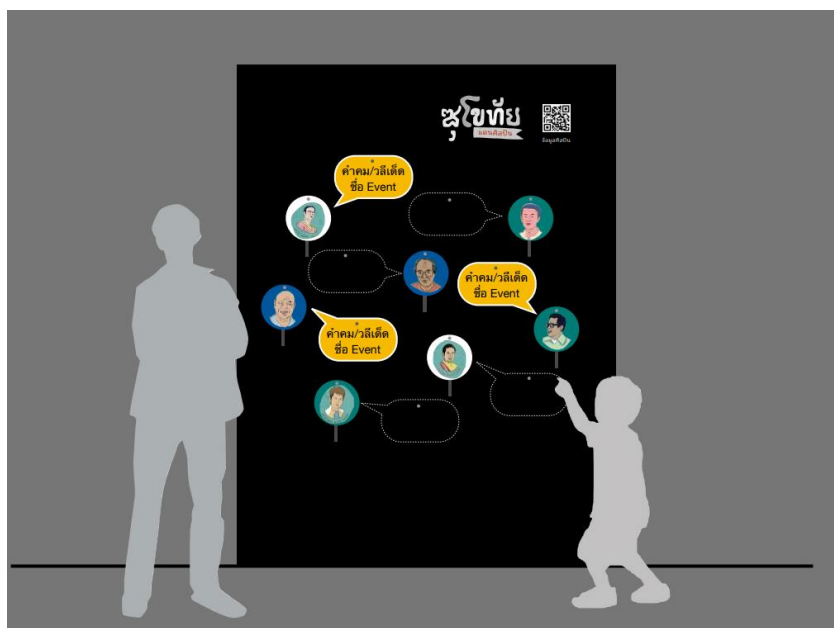
(ภาพกราฟิกโดย สุวรรณ ร่องวิริยะพานิช)

ภาพ 7 แบบตัวอย่างการจัดนิทรรศการในโถงนิทรรศการ A ด้านที่ 1



(ภาพกราฟิกโดย สุวรรณ ร่องวิริยะพานิช)

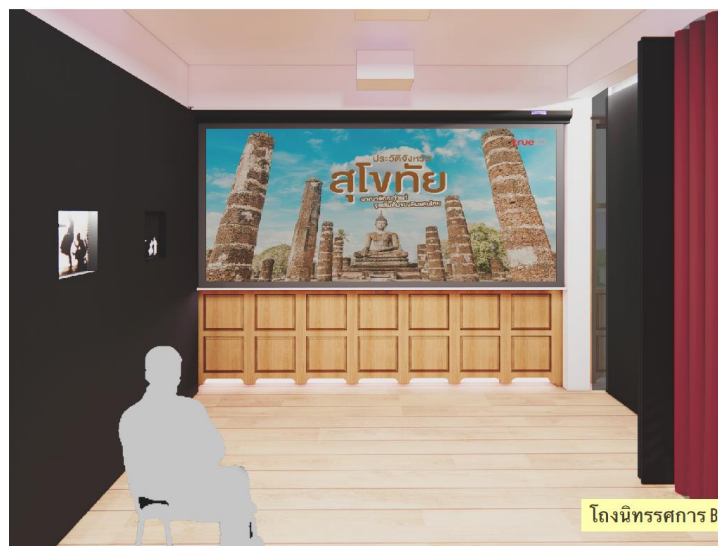
ภาพ 8 แบบตัวอย่างการจัดนิทรรศการในโถงนิทรรศการ A ด้านที่ 2



(ภาพกราฟิกโดย สุวรรณ ร่องวิริยะพานิช)

ภาพ 5-8 เป็นภาพของโรงนิทรรศการ A โดยด้านที่ 1 ออกแบบให้เป็นแผนที่สถานที่สำคัญในเมืองสุวรรณโลก ซึ่งสามารถเล่นจับคู่หมายเลขของสถานที่กับแผนที่ได้ นอกจากนั้นมีภาพเก่าในความทรงจำและปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวประจำปี เพื่อให้ยังคงมีข้อมูลสำคัญจากสถานที่เดิมที่เป็นศูนย์การท่องเที่ยว ส่วนโรงนิทรรศการ A ด้านที่ 2 เป็นเกมจับคู่ภาพศิลปินกับคุณสมบัติสำคัญของศิลปินท่านนั้น ๆ

ภาพ 9 โรงนิทรรศการ B



(ภาพกราฟิกโดย สุวรรณ ร่องวิริยะพานิช)

ภาพ 9 โรงนิทรรศการ B ออกแบบให้เป็น Mini Theater หรือ โรงภาพยนตร์ขนาดเล็ก เพื่อฉายภาพยนตร์เกี่ยวกับศิลปิน สื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับศิลปิน และสามารถรับชมหอศิลปินออนไลน์ได้

ภาพ 10-11 พื้นที่การเรียนรู้ “หอศิลปินสุโขทัย” ที่เปิดให้เข้าชม



(ภาพถ่ายโดย ณัฐพร ไข่มุกข์)

ภาพ 10 และ 11 เป็นภาพตัวอย่างของพื้นที่หอศิลป์สุโขทัยที่พัฒนาขึ้นตามแนวคิดและเปิดให้เข้าชมแล้วโดยในส่วนของโถงนิทรรศการ A มีโต๊ะตรงกลางห้อง ที่ทำเป็นแผนที่ และมีรูปศิลปินให้นำไปปักหมุดที่บ้านของศิลปินคนนั้น ๆ

ภาพ 12 หอศิลป์สุโขทัยโซน B ฉายภาพยนตร์เกี่ยวกับศิลปินสุโขทัย



(ภาพถ่ายโดย ณัฐพร ไข่มุกข์)

ภาพ 12 โซน B ถูกปรับแต่งให้เป็นโรงภาพยนตร์ขนาดเล็กที่สามารถเป็นพื้นที่รับชมภาพยนตร์เกี่ยวกับประวัติและผลงานของศิลปินสุโขทัยแต่ละท่าน

สรุปผลและอภิปรายผล

จากการทดลองนำแนวทางการจำลองการเล่นเกวามังเมืองมาใช้เป็นกระบวนการในการสืบค้นความต้องการและความคาดหวังของชุมชนที่มีต่อการพัฒนาพื้นที่การเรียนรู้ทางวัฒนธรรม “หอศิลป์สุโขทัย” พบว่า การใช้เกมเป็นเครื่องมือ ได้รับความสนใจจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมเป็นอย่างดี แม้ว่าในช่วงเริ่มต้นอาจมีช่วงที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมยังมีความกลัว ๆ กลัว ๆ อยู่บ้าง จากการสังเกตของคณะผู้วิจัยพบว่า ในช่วงกิจกรรมระดมความคิดผู้เข้าร่วมกิจกรรมมักจะกลัวว่าจะเขียนคำตอบที่ผิดลงไป ส่วนในช่วงออกแบบเมืองก็กลัวว่าจะวาดรูปไม่สวยหรือวาดแล้วไม่สื่อความหมายตามที่ใจคิด เป็นต้น แต่เมื่อคณะผู้วิจัยได้ช่วยกันอธิบายว่าสิ่งที่ทำอยู่คือ “เกม” ก็ทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมรู้สึกผ่อนคลายมากขึ้น การกำหนดเงื่อนไขว่าเป็น “สถานการณ์จำลอง” ไม่ใช่เรื่องจริงช่วยให้ “ความกลัว” ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมลดน้อยลง กล้าที่จะแสดงออกมากขึ้น ช่วยสร้าง

บรรยากาศในการระดมความคิดและกระตุ้นให้เกิดการแสดงออกถึงความรู้สึกและความต้องการอย่างแท้จริง และยังสามารถช่วยในการละลายพฤติกรรม (Ice Breaking) ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ทั้งภายในกลุ่ม ระหว่างกลุ่ม และระหว่างผู้เข้าร่วมกิจกรรมกับคณะผู้วิจัยอีกด้วย

นอกจากนี้ เมื่อเงื่อนไขถูกกำหนดว่าเป็น “เกม” เป็น “สถานการณ์จำลอง” ก็เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้แสดงออกตามจินตนาการและความต้องการของตนอย่างเต็มที่ ไม่ติดเงื่อนไขความเป็นไปไม่ได้อื่น ๆ ทำให้คณะผู้วิจัยได้ข้อมูลที่เป็นความรู้สึกหรือความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มตัวอย่าง สะท้อนถึงวิถีชีวิตและรสนิยมของผู้คนในเมือง ทำให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ออกแบบพื้นที่การเรียนรู้ได้อย่างมีสุนทรียะสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ ทำให้พื้นที่การเรียนรู้ทางกายภาพ (Physical Space) กลายเป็นพื้นที่ที่มีชีวิตขึ้นมาได้

หลังจากที่ได้พัฒนาพื้นที่การเรียนรู้หรือศิลปะป็นสุขุขทัยและได้เปิดให้เข้าชมก็พบว่า ผู้เข้าชมหรือศิลปะป็นสุขุขทัยมีความสนใจและมีการตอบรับที่ดีกับพื้นที่การเรียนรู้ที่ทีมนักวิจัยพัฒนาขึ้น จากการติดตามประเมินผล พบว่า ผู้เข้าชมมีประสบการณ์ที่ดีจากการเรียนรู้ผ่านการเล่นตามที่ออกแบบไว้ และสามารถจดจำข้อมูลศิลปะป็นสุขุขทัยได้โดยอัตโนมัติผ่านเกมจับคู่กับแผนที่และคุณสมบัติของศิลปะป็นสุขุขทัย ทั้งนี้ อยู่ระหว่างดำเนินการประเมิน SROI (Social Return on Investment) ของโครงการ และการประเมินการนำไปใช้ประโยชน์ในมิติต่าง ๆ โดยคณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าพื้นที่การเรียนรู้หรือศิลปะป็นสุขุขทัยที่พัฒนาขึ้นนี้จะสามารถมีส่วนช่วยขับเคลื่อน “สุขุขทัย” เมืองแห่งการเรียนรู้ของยูเนสโก ไปสู่เป้าหมายที่จะส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals: SDGs ของสหประชาชาติ ด้านที่ 4 คือ สร้างการศึกษาให้มีคุณภาพ เข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม และสร้างโอกาสการเรียนรู้ตลอดชีวิตแก่คนทั้งมวล

เอกสารอ้างอิง

สถาบันวิจัยเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (วสศ.). (2564). *เมืองแห่งการเรียนรู้คืออะไร*. สืบค้น

เมื่อ 12 เมษายน 2567, จาก <https://research.eef.or.th/learning-city>.

เอกสารวิชาการ อุทยานการเรียนรู้ TK Park. สืบค้นเมื่อ 12 เมษายน 2567, จาก

<https://www.tkpark.or.th/>.

แอนดรูว์ แฮร์ริสัน. (2018). *เหนือกว่าภูมิทัศน์แห่งการเรียนรู้ การสร้างชุมชนที่มีการเรียนรู้เป็น*

ศูนย์กลาง. มหาวิทยาลัยแห่งเวลส์ ทรีนีตี เซนต์ เดวิด.

- Ke, F., Xie, K. and Xie, Y. (2015). Game-based learning engagement: A theory and data driven exploration. *British Journal of Educational Technology*.
<https://doi:10.1111/bjet.12314>.
- Otoiu, C., Rizzi, P. (2019). City of Emotions: Case Studies for a Broader Scope of Intervention. In: Hamada, R., et al. Neo-Simulation and Gaming Toward Active Learning. *Translational Systems Sciences*, 18. Springer, Singapore.
https://doi.org/10.1007/978-981-13-8039-6_39

บทความเรื่องแนวคิดการสร้าง AI เพื่อเสริมสร้างทักษะการพูดภาษาอังกฤษ ให้นักเรียนไทย

ณัฐกิตติ์ หนูทอง¹, พัฒน์ศรีณัฐ เล่าห์ไพบูลย์², อรณิชา คงวุฒิ³

¹ โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

² ห้างหุ้นส่วนจำกัดบุญพาวาสนาสง 84 เขตบางแค กรุงเทพมหานคร

³ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

¹ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

บทคัดย่อ

การศึกษาภาษาอังกฤษมีผลกระทบที่มีนัยสำคัญต่อการพัฒนาบุคลิกภาพและอนาคตของนักเรียนไทยไม่เพียงแต่ช่วยเสริมสร้างทักษะการสื่อสารและทำให้สามารถเข้าถึงความรู้ได้มากขึ้นแต่ยังเปิดโอกาสในด้านการศึกษาและอาชีพอย่างมากมาย ดังนั้นการให้ความสำคัญกับการเรียนภาษาอังกฤษในวัยเรียนเป็นสิ่งสำคัญที่ควรทำให้แน่ใจว่านักเรียนไทยทุกคนมีโอกาสในการพัฒนาตนเองแล้วเตรียมตัวสำหรับอนาคตที่สมบูรณ์ การใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการสอนภาษาอังกฤษเป็นทางเลือกที่น่าสนใจที่สามารถสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสำหรับผู้เรียน โดยการปรับปรุงตนเองตลอดเวลา และมีการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการสอนภาษาอังกฤษด้วย AI สามารถช่วยส่งเสริมการพัฒนาทักษะภาษาและการเรียนรู้ของผู้เรียนให้ได้มากขึ้น โดยในบทความนี้ผู้เขียนมีวัตถุประสงค์ที่จะนำ AI มาช่วยให้นักเรียนฝึกสนทนากับโปรแกรมเพราะในบางพื้นที่การพูดคุยกับเจ้าของภาษาสามารถทำได้ยาก ในเบื้องต้นของบทความจะกล่าวถึงปัญหาการสื่อสารภาษาอังกฤษของนักเรียนไทย ต่อมาจะกล่าวถึงโปรแกรมอะไรที่จะมาช่วยในการส่งเสริมความเข้าใจ และสุดท้ายจะกล่าวถึงการนำ AI มาประยุกต์ใช้กับการสอนภาษาอังกฤษให้มีความน่าสนใจมากขึ้นเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนไทยให้เกิดประโยชน์ต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: ปัญญาประดิษฐ์, การเรียนรู้ภาษาอังกฤษ, เทคโนโลยีทางการศึกษา, ความสามารถทางภาษา, ทักษะการพูดภาษาอังกฤษ

AI-Powered English Language Speaking Skills Enhancement for Thai Students

Nattakit Nutthong¹, Phatsaran Laohhapaibon², Ornnicha Kongwut³

¹ The Demonstration School of Kanchanaburi Rajabhat University

² Boonpawassanasong 84 Bangkae Bangkok

³ Department of Physics, Faculty of Science and Technology

³Kanchanaburi Rajabhat University

¹ High School Student

Abstract

The study of English holds considerable sway over the personal growth and prospects of Thai students. It not only enriches their communication abilities and facilitates access to knowledge but also unlocks numerous educational and professional avenues. Hence, prioritizing English language education in schools becomes imperative to ensure all Thai students can hone their skills and ready themselves for a rewarding future. Introducing artificial intelligence (AI) into English instruction presents an intriguing prospect, capable of crafting tailored and efficacious learning experiences for learners. Through continuous self-improvement and offering valuable guidance in English teaching with AI, it can further catalyze the enhancement of language proficiency and learning among students. This article seeks to harness AI to assist students in practicing conversational skills, particularly in regions where direct interactions with native speakers pose challenges. Initially, the article will address English communication challenges among Thai students, followed by an exploration of programs conducive to addressing these issues. Finally, it will delve into the application of AI in English teaching to enhance engagement and foster greater efficacy, ultimately amplifying Thai students' English-speaking proficiency for future benefits.

Keywords: Artificial intelligence, English Language Learning, Educational Technology,
Language Proficiency, English Speaking Skills

บทนำ

ในยุคที่โลกของเราถูกห้อมล้อมด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง การเรียนรู้ และการพัฒนาทักษะต่าง ๆ ได้รับการปรับเปลี่ยนไปอย่างมาก หนึ่งในทักษะที่สำคัญและจำเป็นในยุคสมัยนี้คือทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นภาษาสากลที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทั่วโลก (ญาณิศา และคณะ, 2566) ด้วยการเข้ามาของปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่มีความสามารถในการเรียนรู้และประมวลผลข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว การเรียนภาษาอังกฤษจึงไม่จำกัดอยู่แค่ในห้องเรียน หรือจากตำราเท่านั้นแต่ได้ขยายไปสู่การเรียนรู้ที่เป็นไปอย่างอิสระและเป็นส่วนตัวมากขึ้น การเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วย AI ไม่เพียงแต่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถฝึกฝนการสนทนาภาษาอังกฤษได้ตลอดเวลาเท่านั้น แต่ยังช่วยในการปรับปรุงทักษะไวยากรณ์ การใช้คำศัพท์ และการเข้าใจวัฒนธรรมต่างประเทศได้อย่างลึกซึ้งผ่านการสนทนาและการทบทวนที่ไม่มีข้อจำกัด (รัตนภรณ์ และอรนุช, 2565) ทั้งนี้ AI ยังสามารถปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลได้อย่างแม่นยำ ทำให้การเรียนรู้ภาษาอังกฤษเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับระดับความสามารถของแต่ละบุคคลด้วย AI สามารถเข้าถึงข้อมูลและแหล่งความรู้มหาศาลจากทั่วทุกมุมโลก ผู้เรียนจึงมีโอกาสดูแลเรียนรู้และฝึกฝนภาษาอังกฤษในบริบทที่หลากหลายตั้งแต่การสนทนาในชีวิตประจำวันไปจนถึงการใช้ภาษาในสถานการณ์เฉพาะทาง ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับผู้เรียนในการใช้ชีวิตและการทำงานในโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้สอนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนทำให้การเรียนการสอนมีความสนุกสนาน ตื่นเต้น น่าสนใจ กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ ดังนั้นบทบาทของผู้สอนในสมัยนี้จึงต้องปรับเปลี่ยนไปจากเดิมอย่างมากของการใช้แอปพลิเคชันที่เหมาะสมที่สุด สำหรับผู้สอนและผู้เรียนมีหลายประการที่มีผลต่อการเรียนรู้และการสอนการปฏิสัมพันธ์กันที่ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน: การใช้แอปพลิเคชันที่มีสื่อเสมือนจริงช่วยให้ผู้สอนสามารถปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียนได้ทันที (ภาณุวัฒน์ และคณะ, 2565) ช่วยในการเพิ่มความสะดวกสบายและประสิทธิภาพในการเรียนรู้ของนักเรียนการเข้าถึงข้อมูลอย่างรวดเร็ว ผู้เรียนสามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ได้ทันทีและทุกที่ผ่านทางอุปกรณ์อัจฉริยะ เช่น โทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ต ช่วยให้ผู้เรียน มีความสะดวกสบายในการเรียนรู้และเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ การเรียนรู้แบบตอบสนอง แอปพลิเคชันที่เหมาะสมสามารถปรับการเรียนรู้อัตโนมัติไปตามความต้องการและระดับความเข้าใจของผู้เรียนได้อย่างทันท่วงที ทำให้การเรียนรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเพิ่มความสุขสนุกสนานในการศึกษา ดังนั้นการใช้แอปพลิเคชันที่เหมาะสมสำหรับการสอนและการเรียนเป็นวิธีที่มีประโยชน์ในการส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ และมีความสมบูรณ์ต่อผู้เรียนและผู้สอนตามลำดับ (ปวรวิศา และ ชิตชไม 2566, กิตติพงษ์, 2566)

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษนั้น โดยภาพรวมแล้วสนับสนุนและสอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ภาษาที่สอง (Second Language Acquisition Theory) หลายทฤษฎี ดังนี้

1. Input Hypothesis ของ Stephen Krashen ทฤษฎีนี้เน้นความสำคัญของการได้รับข้อมูลนำเข้า (Input) ที่เข้าใจได้และสูงกว่าระดับความสามารถปัจจุบันของผู้เรียนเล็กน้อย การใช้ AI สามารถจัดหาข้อมูลนำเข้าที่เหมาะสมกับผู้เรียนแต่ละคนและปรับปรุงระดับความยากง่ายได้อย่างต่อเนื่อง สนับสนุนให้ผู้เรียนได้รับข้อมูลนำเข้าในระดับที่พร้อมจะเรียนรู้ตลอดเวลา

2. Interaction Hypothesis แนวคิดนี้เชื่อว่าการมีปฏิสัมพันธ์และการสื่อสารเป็นกุญแจสำคัญ การใช้ AI เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีปฏิสัมพันธ์กับระบบสนทนาภาษาอังกฤษได้อย่างไม่จำกัด ช่วยเสริมสร้างทักษะการสื่อสารตามแนวคิดนี้

3. Output Hypothesis ทฤษฎีนี้เน้นว่าการผลิตผลงานหรือการพูดเป็นองค์ประกอบสำคัญ การใช้ AI ให้ผู้เรียนฝึกพูดและผลิตผลงานภาษาอังกฤษจะช่วยให้ตระหนักช่องว่างความรู้และผลักดันการปรับปรุงทักษะการใช้ภาษาสนับสนุนทฤษฎีนี้

4. Affective Filter Hypothesis แนวคิดนี้ระบุว่าปัจจัยด้านอารมณ์เช่น ความวิตกกังวลเป็นอุปสรรคต่อการเรียนรู้ภาษา การใช้ AI ที่มีปฏิสัมพันธ์อย่างเป็นกันเอง ไม่วิจารณ์ ช่วยลดความกังวลในการใช้ภาษาสนับสนุนแนวคิดนี้

5. Sociocultural Theory ของ Vygotsky ทฤษฎีนี้เชื่อว่าการเรียนรู้เกิดจากปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรม การใช้ AI สามารถจำลองสถานการณ์สนทนาที่หลากหลายบริบททางสังคมและวัฒนธรรมให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนการพูดผ่านปฏิสัมพันธ์กับระบบ AI สอดคล้องกับทฤษฎีนี้

6. Zone of Proximal Development แนวคิดนี้ของ Vygotsky อธิบายว่าผู้เรียนเรียนรู้ได้ดีกว่าเมื่อได้รับการช่วยเหลือจากผู้อื่นในระดับที่เหมาะสม AI สามารถทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยสอนหรือเพื่อนร่วมเรียนรู้ ให้คำแนะนำได้ทันทีที่สอดคล้องกับแนวคิด ZPD นี้

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการนำ AI มาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษนั้น ส่วนใหญ่สนับสนุนและไม่ขัดแย้งกับหลักการสำคัญของทฤษฎีการเรียนรู้ภาษาที่สองทั้งในแง่ของการจัดหาข้อมูลนำเข้าการให้โอกาสปฏิสัมพันธ์และผลิตผลงาน การสร้างบรรยากาศเรียนรู้ที่ปราศจากความ

กังวลและการช่วยเหลือผู้เรียนในระดับที่เหมาะสมถือเป็นการเสริมสร้างและสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้ภาษาที่สองได้เป็นอย่างดี

เนื้อหา

สภาพเศรษฐกิจและสังคมปัจจุบันในยุคของข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีเป็นส่วนผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของระบบการศึกษาตลาดแรงงาน อาชีพใหม่เกิดขึ้นอาชีพเก่าบางอาชีพจะลดความสำคัญลง ความรู้ด้านเทคโนโลยีมีการพัฒนาและการแข่งขันสูงปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลให้เกิดแนวโน้มที่ชัดเจนเกี่ยวกับความจำเป็นของกระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิตซึ่งรูปแบบการศึกษาแบบเก่าอาจไม่สามารถรองรับการสร้างอาชีพให้กับคนรุ่นใหม่ตลอดชีวิตได้อีกต่อไป

1. ปัญหาการสื่อสารภาษาอังกฤษของนักเรียนไทย

การสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษของนักเรียนไทยเป็นหนึ่งในปัญหาที่พบบ่อยในระบบการศึกษาปัจจุบัน (ธนิชานันต์, 2564) ปัญหานี้เกิดจากหลายสาเหตุที่มีผลต่อการเรียนรู้และการเข้าใจของนักเรียนในวิชาภาษาอังกฤษหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อปัญหานี้คือสภาพแวดล้อมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน โดยบางครั้งนักเรียนไม่ได้รับการกระตุ้นให้ใช้ภาษาอังกฤษในสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องจริงหรือไม่มีโอกาสในการฝึกฝนทักษะการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษในสถานการณ์ทางชีวิตประจำวันซึ่งทำให้การเรียนรู้ภาษาอังกฤษอาจจะเป็นไปอย่างไม่สมดุลและไม่มีประสิทธิภาพ อีกสาเหตุหนึ่งคือขาดแคลนทรัพยากรการศึกษาที่เหมาะสมในการสนับสนุนการพัฒนาทักษะการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ (โอภาส และคณะ, 2564) ซึ่งอาจทำให้นักเรียนไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอนหรือไม่สามารถปฏิสัมพันธ์กับครูหรือเพื่อนร่วมชั้นได้อย่างเต็มที่ ทำให้พัฒนาภาษาอังกฤษไม่ค่อยเป็นไปตามที่ควร นอกจากนี้สภาวะทางสังคมและวัฒนธรรมในสถานศึกษาอาจมีอิทธิพลต่อการพัฒนาทักษะการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษของนักเรียนได้ การปฏิสัมพันธ์กับบุคคลที่มีพื้นฐานภาษาอังกฤษน้อยหรือการได้ยืมการใช้ภาษาอังกฤษที่ไม่ถูกต้องอาจสร้างเสียงก่อกวนและทำให้นักเรียนหวาดกลัวในการพัฒนาทักษะด้านภาษาโดยจะขยายความออกเป็นข้อ ๆ ดังนี้

1. ขาดความเชื่อมั่น: นักเรียนบางคนอาจไม่มีความเชื่อมั่นในการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร เนื่องจากขาดทักษะหรือประสบการณ์ในการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน
2. ขาดทักษะภาษา: บางนักเรียนอาจมีปัญหาในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษเนื่องจากขาดทักษะในด้านการพูด ฟัง อ่าน และเขียน (ปิ่นทนต์พ, 2564)
3. ความกังวลทางสังคม: มีบางนักเรียนที่กังวลว่าการใช้ภาษาอังกฤษไม่ถูกต้องอาจทำให้พวกเขาโดนวิจารณ์หรือโดนเหยียดหยามจากผู้อื่น (ธีพัทธ์, 2564)

4. การเรียนรู้ที่ไม่เหมาะสม: วิธีการสอนภาษาอังกฤษที่ไม่เหมาะสมอาจทำให้นักเรียนไม่สามารถเรียนรู้และปฏิสัมพันธ์ด้วยภาษาอังกฤษได้อย่างเต็มที่ (พระอุดมธีรคุณ และบัณฑิตา, 2565)

5. ความเครียดและกังวล: การใช้ภาษาที่ไม่เป็นภาษาแม่อาจทำให้นักเรียนรู้สึกเครียดหรือกังวล เนื่องจากพวกเขาต้องพยายามมากขึ้นในการสื่อสารและเรียนรู้ภาษาใหม่

2. โปรแกรมที่จะมาช่วยเหลือในการเสริมทักษะการพูดภาษาอังกฤษ

จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีประกอบกับแรงผลักดันทางด้านเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในช่องทางการเรียนรู้ทุกรูปแบบ เทคโนโลยีที่เป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญไม่ว่าจะเป็นปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่ทำให้เกิดการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอย่างมากในทุก Platform การกำเนิด ของ AI ที่คิดอ่านแทนมนุษย์ได้ ในบางเรื่องเช่น ระบบพีเลี่ยนอัตโนมัติที่ใช้ข้อมูลจากระบบวิเคราะห์ข้อมูลในการให้คำแนะนำผู้เรียนที่มีความสามารถแตกต่างกัน โปรแกรมพูดคุยอัตโนมัติ (Chat Bot) (Chen, 2023) การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อเสริมทักษะการพูดภาษาอังกฤษเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญในการพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียนไทย หลายปัจจัยที่สำคัญส่งผลต่อการตอบสนองของผู้เรียนและการเรียนรู้ของพวกเขา ด้วยการใช้ AI ในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ สามารถเพิ่มคุณภาพของการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Rusmiyanto et al., 2023) โดยมีหลักการดังนี้:

1. ปรับใช้เนื้อหาที่เหมาะสม: ระบบ AI สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความรู้และความสามารถของนักเรียนได้อย่างแม่นยำ จากนั้นสามารถปรับการสอนให้เข้ากับระดับทักษะและความต้องการของนักเรียนได้อย่างเหมาะสม

2. การสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่น่าสนใจ: โดยใช้เทคโนโลยีการเรียนรู้เชิงลึก (Deep Learning) และการประมวลผลภาษาธรรมชาติ (Natural Language Processing) AI สามารถสร้างและปรับปรุงประสบการณ์การเรียนการสอนที่น่าสนใจและเหมาะสมกับความต้องการของนักเรียน (Sun et al., 2020)

3. การให้คำแนะนำและติชม: ระบบ AI สามารถให้คำแนะนำและติชมต่อการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนได้อย่างรวดเร็วและตรงประเด็น โดยการวิเคราะห์และประเมินความถูกต้อง และความคลาดเคลื่อนในการใช้ภาษาอังกฤษ

4. การจำลองสถานการณ์การสนทนา: ด้วยเทคโนโลยีการจำลองการสนทนา AI สามารถสร้างสถานการณ์ที่ใกล้เคียงกับสถานการณ์จริง ซึ่งช่วยในการฝึกฝนทักษะการสนทนาและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Yang et al., 2022)

5. การปรับปรุงตนเองตลอดเวลา: ระบบ AI สามารถติดตามความก้าวหน้าในการเรียนรู้ของนักเรียนและให้คำแนะนำเพื่อการปรับปรุงตนเองตลอดเวลา เช่น การแนะนำวิธีการฝึกฝนและการศึกษาเพิ่มเติมที่เหมาะสม (Abdul et al., 2023)

6. การเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ทุกที่ทุกเวลา: ผู้เรียนสามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้และการฝึกฝนทักษะการพูดภาษาอังกฤษได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านทางแอปพลิเคชันที่มี AI โดยใช้เทคโนโลยีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและสื่อออนไลน์

ด้วยการนำ AI มาช่วยเพิ่มทักษะการพูดภาษาอังกฤษ นักเรียนไทยจะสามารถพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของตนเองอย่างมีประสิทธิภาพและมั่นใจในการสื่อสารในภาษาต่างประเทศได้อย่างเต็มที่ในอนาคตยกตัวอย่างแอปพลิเคชันที่สามารถช่วยเพิ่มทักษะการพูดภาษาอังกฤษให้ผู้เรียนพร้อมวิธีการทำ – Plickers จัดว่าเป็นเครื่องมือที่ไว้ใช้สำหรับเช็คชื่อเช็คคำตอบของนักเรียน โดยใช้เพียงแค่สมาร์ทโฟนเพียงเครื่องเดียวด้วยการสแกน AR Code โดยนักเรียนจะมีกระดาษของตนเองที่ใช้เก็บรหัส และคำตอบประเภทตัวเลือก (Babacani & Guler, 2023) เมื่อผู้สอนต้องการจะเช็คชื่อหรือตรวจคำตอบเพื่อเก็บข้อมูลโดยให้นักเรียนชูกระดาษขึ้นมา ผู้สอนกดพลิกเกอร์แอปพลิเคชันที่มีในสมาร์ทโฟนสแกนกระดาษของนักเรียน จะเห็นคำตอบแบบเรียลไทม์บนหน้าจอได้เลย ข้อดีของแอปพลิเคชันนี้คือนิสิตนักศึกษาไม่จำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตเพียงแค่มียุติเกอร์การ์ดที่ผู้สอนแจกให้ก็สามารถร่วมกิจกรรมได้ แล้วช่วยแก้ปัญหาในกรณีที่สัญญาณอินเทอร์เน็ตของสถานศึกษาหรือมหาวิทยาลัยไม่เสถียร ถ้าผู้สอนจะใช้งาน Plickers คลิกตามลิงก์: <https://www.plickers.com>

- Kahoot! เป็นโปรแกรมที่ใช้ตอบคำถามคำตอบทางออนไลน์พร้อมสรุปผลคะแนนผู้ที่ได้คะแนนมากที่สุดเรียงลำดับและรายบุคคล (Tao & Zou, 2023) ด้วยการเล่นผ่านระบบออนไลน์ที่นักเรียนจะต้องเล่นผ่านคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ตเชื่อมต่อเข้าสู่ระบบ เพื่อระบุชื่อคนเล่นเก็บคะแนนหรือแข่งขันกันซึ่งครูสามารถตั้งคำถามและเฉลยคำตอบเพื่อให้นักเรียนเล่นเกมแข่งขันกันได้ ถ้าครูจะใช้งาน Kahoot! คลิก: <https://kahoot.com>

- Google Classroom เปิดให้บริการสำหรับทุกคนที่ใช้ Google Apps for Education ซึ่งเป็นชุดเครื่องมือเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานที่ให้บริการฟรีประกอบด้วย Gmail, เอกสาร

และไดรฟ์ Classroom ได้รับการออกแบบมาเพื่อช่วยให้ผู้สอนสามารถสร้างและเก็บงานได้โดยไม่ต้องสิ้นเปลืองกระดาษมีคุณลักษณะที่ช่วยประหยัดเวลาเช่น สามารถทำสำเนาของ Google เอกสารสำหรับนักเรียนแต่ละคนได้โดยอัตโนมัติ โดยระบบจะสร้างโฟลเดอร์ของไดรฟ์สำหรับแต่ละงานและนักเรียนแต่ละคนเพื่อช่วยจัดระเบียบให้ทุกคน ผู้เรียนสามารถติดตามว่ามีอะไรครบกำหนดบ้างในหน้างานและเริ่มทำงานได้ด้วยการคลิกเพียงครั้งเดียว ผู้สอนสามารถดูได้อย่างรวดเร็วว่าใครทำงานเสร็จหรือไม่เสร็จบ้างตลอดจนสามารถแสดงความคิดเห็นและให้คะแนนโดยตรงได้แบบเรียลไทม์ (Salam, 2020) ถ้าจะใช้งาน Classroom คลิก: <https://classroom.google.com/signup>

3. การประยุกต์ใช้ Ai มาช่วยเสริมทักษะในการพูดภาษาอังกฤษ

โดยในบทความนี้เป็นแนวคิดการออกแบบแอปพลิเคชันเองจากผู้เขียนโดยจะแบ่งการสอนตั้งแต่เริ่มต้นการสนทนาทั่วไป การสนทนาเชิงธุรกิจ การสนทนาแบบเชิงวิทยาศาสตร์ และจะมีแบบทดสอบในการพูดได้ต่อก่อน และหลังเรียนพร้อมทั้งดึงดูดความสนใจด้วยการมีเกมหนึ่งและอื่น ๆ เพื่อไม่ให้เกิดความน่าเบื่อในการเรียนและมีการสำรวจความพึงพอใจหลังใช้งานอาศัยหลักการดังนี้

1. สร้างสถานการณ์ที่เสมือนจริง: เกมทักษะการพูดภาษาอังกฤษมักจะสร้างสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันเช่น การสนทนาในร้านอาหาร หรือการติดต่อสื่อสารในสถานการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งช่วยให้ผู้เล่นได้ฝึกฝนทักษะการพูดอังกฤษในบริบทจริง ๆ

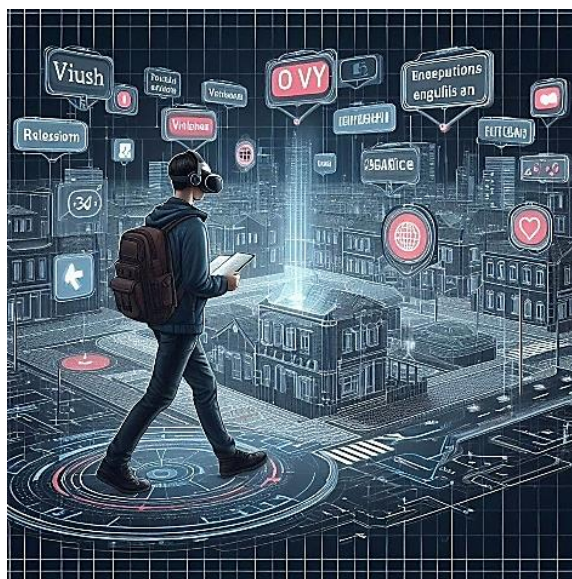
2. การให้ความกระตือรือร้นในการเรียนรู้: เกมมักจะถูกออกแบบให้มีความสนุกสนานและน่าตื่นเต้น ทำให้ผู้เล่นมีความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้และฝึกทักษะการพูดภาษาอังกฤษเพิ่มเติม

3. การตอบรับและตอบสนอง: เกมทักษะการพูดภาษาอังกฤษมักมีระบบตอบรับและตอบสนองที่ทันสมัยเช่น การให้คำแนะนำอย่างต่อเนื่อง หรือการปรับตัวตามความสามารถของผู้เล่นเพื่อให้มีประสิทธิภาพในการเรียนรู้

4. การฝึกทักษะทางด้านพื้นฐาน: เกมมักจะมีการฝึกทักษะการพูดอังกฤษทางพื้นฐานเช่น การออกเสียงคำ การสร้างประโยค และการใช้ศัพท์ เพื่อให้ผู้เล่นมีพื้นฐานที่แข็งแกร่งในการสื่อสาร

5. การให้ตอบรับและการสะท้อนอย่างเรียลไทม์: เกมทักษะการพูดภาษาอังกฤษมักมีระบบการให้ตอบรับและการสะท้อนที่เกิดขึ้นในเวลาจริงเช่น การให้คำแนะนำเมื่อผู้เล่นทำผิด หรือการปรับตัวตามการสื่อสารของผู้เล่น ทำให้ผู้เล่นสามารถปรับปรุงทักษะการพูดของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภาพ 1 การออกแบบให้ผู้เรียนเลือกว่าจะเรียนหมวดอะไรเสมือนการใช้โปรแกรม VR



ภาพ 3 เป็นการออกแบบการโต้ตอบการสนทนาแล้วบันทึกเสียงเพื่อให้คะแนนแต่ละภารกิจ



สรุปผล

การใช้แอปพลิเคชันในกิจกรรมการเรียนการสอนสามารถช่วยให้ผู้เรียนมีโอกาสฝึกฝนทักษะการพูดภาษาอังกฤษได้ตลอดเวลาโดยไม่จำกัดเวลาหรือพื้นที่เช่น การใช้แอปพลิเคชันที่มีการแสดงภาพประกอบการออกเสียงภาษาอังกฤษสามารถบันทึกและประเมินการออกเสียงของผู้เรียนได้ หรือทำไปเพื่อการสอนออกเสียงภาษาอังกฤษอาจมีความหลากหลายที่สามารถสร้างการสนทนาในภาษาอังกฤษระหว่างผู้เรียนและครู ฟังก์ชันการปรับแต่งเสียงมีส่วนช่วยให้ผู้เรียนปรับปรุงการออกเสียงได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้เกมการเรียนการสอนก็เป็นที่ยอดนิยมในการฝึกทักษะการพูดภาษาอังกฤษเนื่องจากการเรียนรู้ผ่านการเล่นมีความสนุกสนานและสามารถสร้างแรงจูงใจให้กับผู้เรียนได้ การออกแบบมาเป็นเกมการเรียนการสอนภาษาอังกฤษสามารถช่วยให้ผู้เรียนมีสมาธิและความสนใจในการฝึกทักษะออกเสียงได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับผู้สอนการที่พัฒนาความเข้าใจในการใช้ในการสอนและการออกเสียงภาษาอังกฤษเป็นสิ่งสำคัญ ความรู้และความสามารถในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการสอนภาษาอังกฤษจะช่วยให้ผู้สอนสามารถปรับการสอนให้เข้ากับการเรียนรู้ของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สุดท้ายการพัฒนาในด้านการใช้เทคโนโลยี

ในการสอนภาษาอังกฤษเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้การสอนและการเรียนรู้ในยุคนี้เป็นไปอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพอย่างสูง การนำเสนอเกมการเรียนรู้ออกเสียงภาษาอังกฤษที่มีคุณภาพสูงสามารถเพิ่มความสนุกสนานและความหมายในการเรียนรู้ได้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

แนะนำให้ทีมผู้สอนพัฒนาแอปพลิเคชันหรือเกมการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการออกเสียงภาษาอังกฤษอย่างจริงจัง และมีคุณภาพเพื่อให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์ที่น่าสนใจและสนุกสนานในขณะที่เรียนรู้ และยังสามารถปรับปรุงทักษะการออกเสียงได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วย วิธีการที่สร้างสรรค์และเป็นการเรียนรู้ที่มีความหลากหลาย เช่น เกมการเรียนรู้แบบแหล่งเรียนรู้แบบจำลอง แอปพลิเคชันสำหรับการปรับปรุงการออกเสียง แอปพลิเคชันที่เน้นการสนับสนุนการสนทนา

เอกสารอ้างอิง

- กิตติพงษ์ แบสัว. (2566). การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมความสามารถด้านการพูดด้วย
กลยุทธ์ การให้ข้อมูลป้อนกลับร่วมกับแอปพลิเคชัน Flip. *วารสารเทคโนโลยีและสื่อสาร
การศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 6(20), 7-16.
- ญาณิศา สู่ทรงดี, วิโรจน์ ทองปลิว, จงกิต วงษ์พินิจ, ทองพูล ชุนคำ, และศิริประภา รัตนรวมการ.
(2566). การจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษแห่งศตวรรษที่ 21. *วารสารมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 25(1), 273-291.
- ธันนิกานต์ สุธัญญ์. (2564). *การทบทวนการพัฒนาภาษาอังกฤษของไทย: กรณีศึกษาประเทศ
มาเลเซีย*. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ Smarts, ครั้งที่ 10, 274-281.
- ธีทัต พิทักษ์พงศ์พันธุ์. (2564). ปัจจัยภายในที่เป็นอุปสรรคต่อทักษะการพูดภาษาอังกฤษของ
นักเรียนนักศึกษาไทย: อิทธิพลจากแนวคิดเชิงวัฒนธรรมไทย. *วารสารอินทนิลทักษิณสาร*,
16(2), 53-69.
- ปวีศา ดำรงจิต และชิตชไม วิสุตกุล. (2566). การพัฒนาความสามารถด้านคำศัพท์ภาษาจีนของ
นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โดยใช้เทคนิคช่วยจำร่วมกับแอปพลิเคชันเพื่อการเรียนรู้.
วารสารวิชาการภาษาและวัฒนธรรมจีน, 10(1), 257-270.

- ปิ่นพันธุ์ พงษ์พรพรค, ณัฐวุฒิ โพธิ์ทักษิณ, และนรินทร์ มุกมณี. (2564). ปัญหาการเรียนภาษาอังกฤษของคนไทย. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 6(3), 911-920.
- พระอุดมธีรคุณ และ บัณฑิตา จารุมา. (2565). การวิเคราะห์ปัญหาการเรียนภาษาอังกฤษของนักศึกษามหาวิทยาลัยเถรวิทยาชัยฯ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย. *วารสารมหาจุฬาริชากร*, 10(2), 269-284.
- ภาณุวัฒน์ เรืองกุลทรัพย์, ศรีณยู บุตรโคตร, และอิทธิชัย อินทุเพท. (2565). การพัฒนาสื่อแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่สำหรับการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาญี่ปุ่นระดับพื้นฐานด้วยเทคโนโลยีความจริงเสริม. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยตะวันออกเฉยงเหนือ*, 12(2), 298-312.
- รัตนารณณ์ เขยชิด และอรนุช ลิ้มศิริ. (2565). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจที่มีต่อรายวิชาภาษาอังกฤษด้วยระบบตอบกลับข้อความอัตโนมัติ (Chatbot). *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 8(11), 1-10.
- โอภาส เกาไศยาภรณ์, บดินทร์ เวลาเตะ และริชมา สาเม้าะ. (2564). *การพัฒนาทรัพยากรการศึกษาแบบสป็อค (SPOC) รายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับมัธยมศึกษา สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- Abdul, K.S., Sofyana, A.Q., Maudina, N., & Gabriella, I. (2023). Promoting EFL students' speaking performance through ELSA speak: an artificial intelligence in English language learning. *JOLLT: Journal of Languages and Language Teaching*, 11(4), 655-668.
- Babacan, N., & Guler, C. (2023). *Education Quarterly Review*, 5(2), 617-630.
- Chen, Y., Jensen, S., Albert, L., Gupta, S., & Lee, T. (2023). Artificial intelligence (AI) student assistants in the classroom: Designing chatbots to support student success. *Information Systems Frontiers*, 25, 161-182.

- Rusmitanto, R., Huriati, N., Fitriani, N., Tyas, N. K., Rofii, A., & Sari, M. N. (2023). The role of artificial intelligence (AI) in developing English language learner's communication skills. *Journal on Education*, 6(1), 750-757.
- Salam, U. (2020). The students' use of google classroom in learning English. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 9(4), 628-638.
- Sun, Z., Anbarasan, M., & Kumar, D. P. (2020). Design of online intelligent English teaching based on artificial intelligence techniques. *Computational Intelligence*, 37(3), 1166-1180.
- Tao, Y., & Zou, B. (2023). Students' perceptions of the use of Kahoot! In English as a foreign language classroom learning context. *Computer Assisted Language Learning*, 36(8), 1668-1687.
- Yang, H., Kim, H., Lee, J. H., & Shin, D. (2022). Implementation of an AI chatbot as an English conversation partner in EFL speaking classes. *The Journal of Recall*, 34(3), 327-343.

Revealing English Teachers' Perceptions of Students' Use of Generative AI: Transformative or Detrimental?

Pimchanok Klinsuwan¹, Siwakorn Kansri², Sirapat Leelasupha³,

Dumrong Adunyarittigun⁴

^{1,2,3,4} Faculty of Liberal Arts

^{1,2,3,4} Thammasat University

^{1,2,3} Bachelor's Degree Student, Department of English

Abstract

Generative AI has become a pervasive tool in English language learning and teaching, it has been widely utilized by both students and teachers. Previous studies investigated teachers' perceptions and attitudes towards students' use of AI in language learning in other countries. However, little is known about their views on students' use of generative AI in learning English in Thailand. Therefore, this study aimed to investigate the perceptions of English teachers regarding the benefits and challenges from students' use of generative AI. Thirty-nine English teachers from Thammasat University participated in the study, ten of whom were purposely selected for interviews. An online-mediated questionnaire and interviews were used to collect both quantitative and qualitative data on the participants' perceptions of students' use of generative AI, including the benefits and challenges of utilizing such tools in language learning and teaching. The findings showed that the majority of the English teachers agreed with students' use of generative AI in language learning and perceived its positive aspects. Yet, major concerns about students' use of generative AI were raised. The teachers suggested that both teachers and students be given clear guidelines and ethics on the use of AI, as well as be trained on how to use AI in language learning and teaching properly and effectively.

Keywords: Generative AI, English Teachers' Perceptions, Generative AI Concerns

เจาะลึกทัศนคติอาจารย์ภาษาอังกฤษต่อการใช้ปัญญาประดิษฐ์แบบรู้สร้าง ของนักศึกษา: สร้างสรรค์หรือบั่นทอน

พิมพ์ชนก กลิ่นสุวรรณ¹, ศิวกร ก้านศรี², สิริภัทร ลีลาสุภา³, ดำรงค์ อดุลยฤทธิ์กุล⁴

^{1,2,3,4} คณะศิลปศาสตร์

^{1,2,3,4} มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

^{1,2,3} นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาอังกฤษ

บทคัดย่อ

ปัญญาประดิษฐ์แบบรู้สร้าง (Generative AI) ได้กลายมาเป็นเครื่องมือการเรียนการสอนภาษาอังกฤษที่นักศึกษาและอาจารย์ใช้อย่างแพร่หลาย โดยงานวิจัยจากต่างประเทศที่ผ่านมาได้สำรวจมุมมองและทัศนคติของอาจารย์ที่มีต่อการใช้งานปัญญาประดิษฐ์ในการเรียนภาษาของนักศึกษา อย่างไรก็ตามการศึกษาค้นคว้าดังกล่าวยังไม่เป็นที่แพร่หลายในไทยมากนัก ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้จึงจัดทำเพื่อสำรวจมุมมองและทัศนคติของอาจารย์ผู้สอนภาษาอังกฤษโดยคำนึงถึงประโยชน์และความท้าทายของการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในหมู่นักศึกษา โดยงานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณซึ่งเก็บข้อมูลจากอาจารย์ผู้สอนภาษาอังกฤษจำนวน 39 คนจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และคัดเลือกอาจารย์จำนวน 10 คนจากผู้เข้าร่วมงานวิจัยทั้งหมดตามความสมัครใจ ผลการสำรวจพบว่าอาจารย์ผู้สอนภาษาอังกฤษในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้ปัญญาประดิษฐ์แบบรู้สร้างในหมู่นักศึกษา อย่างไรก็ตามอาจารย์ผู้สอนภาษาอังกฤษก็ได้แสดงความกังวลต่อการใช้ปัญญาประดิษฐ์แบบรู้สร้างในหมู่นักศึกษา ดังนั้นอาจารย์ผู้สอนภาษาอังกฤษจึงเสนอให้มีแนวทางและจริยธรรมในการใช้งานปัญญาประดิษฐ์แบบรู้สร้างที่ชัดเจน รวมถึงการฝึกสอนทั้งผู้เรียนและผู้สอนเพื่อให้ใช้งานปัญญาประดิษฐ์แบบรู้สร้างได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพต่อไป

คำสำคัญ: ปัญญาประดิษฐ์แบบรู้สร้าง, ทัศนคติของอาจารย์ผู้สอนภาษาอังกฤษ, ความท้าทายของ
การใช้ปัญญาประดิษฐ์

Introduction

In the past few years, generative AI has been prominent in the academic field and has become the villain of the piece. According to UNESCO (2023), over one hundred million active users are on ChatGPT monthly. In English language learning, generative AI has become many students' first resort for their English language learning journey due to its convenience, simplicity, timeliness, and other appealing abilities (Aljohani, 2021). However, without a fully informed awareness of its effects, generative AI can be easily misused and cause negative effects on students' learning processes since generative AI can stunt students' development if students overly rely on it (Marzuki et al., 2023). Generative AI also poses many potential societal issues such as privacy violations and misinformation (Cain, 2023). Thus, a clear understanding of the potential benefits, drawbacks, and appropriate application of generative AI still needs to be investigated.

Generative AI allows its users to generate new content based on different kinds of inputs, for example, audio, pictures, text, or video from pre-existing databases or from new inputs from users. (McKinsey & Company, 2023). However, in this study, only text-based generative AI will be focused, including popular tools and platforms such as ChatGPT, Grammarly, Quillbot, CopyAI, Jasper, Writer, WriterSonic, Sudowrite, Wordtune, and others.

Literature Review

Previous studies have examined teachers' and students' perceptions regarding the benefits of AI in language learning (Marzuki et al., 2023; Firat, 2023; Awada, Burston, & Ghannage, 2019). Most studies show that most of the participants in these studies appeared to have positive attitudes towards the use of generative AI in English language teaching and learning. It appeared that generative AI could help EFL students strengthen their English proficiency (Awada, Burston, & Ghannage, 2019), personalize, develop, and enhance learning experiences along with learning

engagement (Firat, 2023; Riyadini & Triastuti, 2023, Kasneci et al., 2023; Kostka & Toncelli, 2023). Generative AI enhances performance in the aspects of idea generation and knowledge expansion, vocabulary and language use, and improves the quality of their writing, especially content and organization (Marzuki et al., 2023; Ali, 2020). Besides, language teachers could utilize generative AI for planning lessons and optimizing curriculum planning (Riyadini & Triastuti, 2023). Previous research findings also revealed threats from the use of generative AI. One of the alarming results from the study by Marzuki et al. (2023) highlighted students' excessive reliance on generative AI, which could lead to deterring development of creativity and writing styles. Cain (2023) and Huang et al. (2023) cautioned against the use of generative AI in education, saying that the misuse of generative AI could result in serious harm to students' development. Thus, it is important to ensure that generative AI is integrated as support rather than a replacement for humans. Nevertheless, little is known about the view of English language teachers towards students' use of generative AI in learning English in Thailand.

This research aims to investigate English teachers' perceptions regarding the integration of generative AI into English language learning among undergraduate students at Thammasat University. Hence, the guiding research question of this study is: What is the English teachers' perception of students' use of generative AI in English language learning?

Method

After the research question was formulated, the process of this study was then planned and mapped out considerably as described below:

1. Research Design

This study applies mixed methods research design to examine English teachers' perceptions of students' use of generative AI in language learning by using

closed-ended questionnaires as well as obtaining in-depth insight about English language teachers' views of such issues through semi-structured interviews.

2. Participants

To align with the purpose of this study, 39 participants are English teachers currently affiliated with either the English Department of the Faculty of Liberal Arts or Language Institute of Thammasat University. Out of 39 participants, 10 were purposely selected on a voluntary basis to join the interview. The following is information about the respondents who completed the questionnaire.

Demographic Information

The demographic information of the respondents is as follows: 51.3% were male. The majority of them were in their 50s (41%), and 33.3% were in their 40s. Almost all of the respondents have more than 10 years of teaching experience. The most familiar generative AI platforms were Chat GPT (89.7%) and Grammarly (74.4%).

Table 1: Demographic Information

Characteristic	Category	Frequency	Percentage
Gender	Male	19	51.3
	Female	20	48.7
Age	20-30 years	1	2.6
	31-40 years	7	17.9
	41-50 years	13	33.3
	51-60 years	16	41
	More than 60 years	2	5.0

Characteristic	Category	Frequency	Percentage
Teaching Experience	4-6 years	2	5.1
	7-9 years	1	2.6
	More than 10 years	36	92.3
AI familiarity	Chat GPT	35	89.7
	Grammarly	29	74.4
	Quillbot	16	41
	Others	5	13

3. Instruments

Online questionnaires and semi-structured interviews were implemented in this study. The online questionnaire used in this study was developed from the TAM model (Davis,1989) by Wang et al. (2021) and Kaplan-Rakowski et al. (2023). In this study, the questionnaire was used to elicit the teachers' perceptions of students' use of generative AI in learning English. The questionnaire consists of 4 parts: demographic information about the participants (5 items), perceived usefulness (PU) (8 items), attitudes towards the use of generative AI (ATU) (3 items), and behavioral intention (BI) (2 items). The perceived usefulness part was meant to elicit information about teachers' perceptions of the usefulness of generative AI. The attitude part asked the participants' opinion about generative AI, and the behavioral intention part asked about how the teachers used generative AI in their classes. The nature of the items was in 5-Likert scale (1=strongly disagree, and 5=strongly agree). The questionnaires were conducted in Google Forms and sent to the teachers in the English Department and the Language Institute via email.

A semi-structured interview was implemented in this study. The interview consists of 10 questions aiming to elicit the participants' insights about the benefits

and challenges regarding the integration of generative AI into English language teaching and students' use of AI in their English language learning.

4. Data Collection

The questionnaires were conducted in Google Forms and sent to 92 English teachers at Thammasat University via email in October 2023. Thirty-eight teachers were affiliated with the English Department, Faculty of Liberal Arts, and fifty-four were with Language Institute of Thammasat University. Thirty-nine responses were returned. The interviews were conducted either online via the Zoom application or in-person, depending on the availability of each participant, and were recorded.

5. Data Analysis

The quantitative data were entered into the SPSS program to analyze and organize the data. The descriptive statistics (i.e. means and standard deviations) obtained from the analysis revealed the participants' perceptions of students' use of generative AI in the following aspects: perceived usefulness, attitude toward use, and behavioral intention.

The qualitative data were analyzed using Braun and Clarke's thematic analysis (2024) and Firat's procedure for data analysis (2023). We read the interview transcripts several times to internalize the participants' perspectives, generated codes, searched for and developed themes, and reviewed them to ensure data accuracy.

6. Results and Discussion

The findings presented below are for the purpose of answering this study's research question: What is the English teachers' perception of the students' use of generative AI in English language learning?

Table 2: English teachers' perceived usefulness, attitude toward use, and behavioral intention

Items	M	SD
Perceived Usefulness		
1. Generative AI improves the language use when you prepare your lesson.	3.64	1.267
2. Generative AI could help teachers improve their English teaching.	3.82	1.023
3. Generative AI could improve the quality of students' work related to English language learning.	3.97	0.707
4. Generative AI could help students complete their English assignments faster.	4.36	0.707
5. Generative AI could help improve students' English-speaking skills.	3.13	1.151
6. Generative AI could help improve students' English listening skills.	3.05	1.169
7. Generative AI could help improve students' English reading skills.	3.85	0.961
8. Generative AI could help improve students' English writing skills.	4.21	0.767

Attitude Toward Use		
9. Generative AI is a good technology for assisting students' English language learning.	3.92	0.807
10. Generative AI is beneficial for students.	4.00	0.725
11. Students should integrate generative AI in English language learning.	3.92	0.839
Behavioral Intention		
12. You intend to let students use generative AI in their English language learning.	3.67	1.177
13. You regulate the use of generative AI among your students.	3.97	1.112

The results from the questionnaire are discussed in 3 aspects according to the model used in the formulation of the questionnaire, Technology Acceptance Model (TAM); Perceived Usefulness, Attitude toward Use and Behavioral Intention.

Perceived Usefulness

As can be seen in Table 2, the mean scores of the perceived usefulness section range from 3.05 (SD = 1.169) to 4.36 (SD = 0.707). Of the perceived usefulness section, Item 4 has the highest mean score (M = 4.36, SD = 0.707), indicating that the majority of English teachers thought that generative AI could help students complete their assignments faster. This could be supported by the analysis of the interview data:

T5: *“A lot (of benefits). At least it saves your time from doing the same thing repeatedly.”*

T6: *“Of course it saves time and is so tempting. If we do this on our own, it takes 3 hours. But with generative AI, we can put in the keywords and receive the content in no time.”*

In addition, Item 8 has a mean score of 4.21 (SD = 0.767). This indicated that the teachers also believed that generative AI could help students improve their English skills, especially writing. As illustrated by the following interviews, some teachers have no objection to students' use of generative AI in their writing since it could be used to help students generate ideas and improve the quality of writing tasks when they revise and edit their work.

T6: *“It is beneficial in a way, if you use it to formulate some ideas as guidance, that would still be logical and coherent from point 1 to 2, 3, 4,... It's just still a little vague, though.”*

T1: *“It can definitely improve the work in the sense that it's probably written more accurately and with more precision idiomatically.”*

Attitude Toward Use

The mean scores in the attitude toward use section range from 3.92 (SD = 0.807) to 4.00 (SD = 0.725). Item 10 has the highest mean score (M = 4.00, SD = 0.725) indicating that most of the English teachers at Thammasat University had positive attitudes towards the students' use of AI in English language learning and also believed that the generative AI was beneficial to their language learning. These results are further supported by qualitative data.

T2: *“I recommended Grammarly to my students, but I don't think undergraduate students are using it.”*

T3: *“I don't think punishment is going to solve any problems. They need to be exposed to generative AI and see through it.”*

T4: *“It’s good for being a labor-saving device, but not for the long term. As college students, they need to practice using it.”*

As can be seen from the English teachers’ responses, it is certain that they agreed with integrating generative AI in their classroom. However, they still did not let their students use such tools freely since there are many concerns about the use of generative AI, which made teachers uncertain whether it would entirely benefit their students. An analysis of the qualitative data from the open-ended question of the questionnaire and the interview unveiled the teachers’ major concerns about students’ use of generative AI including unethical use, inaccuracy, lack of critical thinking skills, and ownership of work.

The majority of the teachers were concerned about the unethical use of generative AI among students. Moreover, the teachers believed that the use of generative AI in doing assignments could lead to plagiarism, cheating, and academic dishonesty.

Questionnaire Respondent No. 8 : *“Students might plagiarize and might not do their own work themselves.”*

This concern about unethical use was also present in the findings from the interview.

T4: *“But ultimately, it depends on learners whether they think critically while using generative AI or not. If it’s AI-generated work, then it’s not their own work anymore. That’s just plagiarism. It’s an unacceptable use.”*

T3: *“There’s a case of a script writer suing a generative AI company because the feedback generated contained part of Games of Thrones’ script. The ownership, of course, is with them. But AI gets information from the Internet.”*

Another concern is the inaccuracy of AI-generated work. Some of the teachers expressed such concern as they said that some of the information generative AI present came from unreliable sources.

Questionnaire Respondent No. 37: *“The data are not trustworthy and could contain false information.”*

T2: *“For a literature review, I think its sources are unreliable since it also pulls the data from elsewhere. That’s not an official research paper.”*

Many teachers also expressed their concerns that students who excessively relied on generative AI might have had fewer opportunities to learn, practice, and develop critical thinking skills such as critical reading, analyzing, and synthesizing information, as can be seen from the following responses.

Questionnaire Respondent No. 1: *“Students are unaware of the quality of work done by generative AI as well as their lack of ability to learn and grow.”*

T9: *“But for language learning, you enroll in a 45-hour course to improve your language. If you use AI for the whole 45 hours, then it’s all a waste. You benefit nothing.”*

Questionnaire Respondent No. 6: *“It impedes students' creativity to create their own writing style, making the writing more generic and not individualized.”*

The final concern is ownership of the work. The teachers raised the interesting point that if students heavily used AI to generate the assignments, they would not be aware that they had lost opportunities to learn how to express themselves, their identity, and their uniqueness in their work as well as how to demonstrate their creativity.

Questionnaire Respondent No. 11: *“Students may misuse the use of AI when they do their assignments. For instance, they may use AI to generate ideas*

and produce their writing assignments instead of getting the idea of how to revise and edit their assignments.”

T8: *“I want people to write an essay, and I make it very specific... And AI can never do that... And it's just completely off topic all of a sudden. So it's very nice, and it looks almost like cotton candy. It's beautifully done, but it misses all the main points... as certain style metaphors, some alliteration, or it kind of gets you an answer. But, there is no soul, no emotion in it.”*

T2: *“For speaking, if we generate scripts from AI, it would sound like a robot. It's not natural when they speak, it sounds funny.”*

Behavioral Intention

The mean scores in the behavioral intention section range from 3.67 (SD = 1.177) to 3.97 (SD = 1.112). Item 13 has the highest mean score (M = 3.97, SD = 1.112), indicating that most of the teachers supervised their students on how to use generative AI for their learning. Although the teachers discerned the benefits of generative AI in language learning to a certain extent, they made an interesting caution that it is very important for students to learn how to use such technology effectively in a proper and ethical way. This could be supported by qualitative data.

T3: *“Students should be able to understand the dark side of generative AI, such as all unintended outcomes. We need to be more cautious about this.”*

T6: *“I think it still has not been regulated, like we know it is there, but how are we going to integrate it into learning? People are still confused on how to use it since there is no regulation.”*

T10: *“Teachers need to be clear to what extent students are allowed to use generative AI. They should learn more about this topic.”*

Discussion

It appears that the teachers in this study perceived generative AI to be beneficial for students' language learning in many aspects, including task completion, language quality enhancement, and idea formulation. Such findings are consistent with those found in existing literature (Marzuki et al., 2023; Firat, 2023; Riyadini & Triastuti, 2023). However, they also expressed major concerns about the students' use of generative AI, such as unethical use, inaccuracy of work generated by generative AI, lack of opportunities to develop critical thinking skills, and ownership of work. Despite their positive attitude toward generative AI, the teachers cautioned that there is a need to regulate the use of generative AI among their students. It is notable that the teachers did not feel confident about incorporating generative AI in their class probably because there is still no clear guideline on how to use AI effectively in language classrooms and to what extent students could use generative AI in an ethical way, especially for doing assignments and projects. This issue remains unclear and has become a major debate among K-12 teachers and educators in higher education (Woodruff, Hutson, & Arnone, 2023; Chaudhry & Kazim, 2021).

The teachers also expressed concern that generative AI could hinder students from developing critical thinking skills, ownership, and the uniqueness of one's own work (Marzuki et al., 2023). Most scholars totally agree that critical thinking skills need to be trained (Holmes et al., 2015; Willingham, 2008). It takes time and effort to train individuals to be able to recognize problems, form arguments, draw logical conclusions and reasoning, refute opposing views, evaluate evidence, and make accurate and well-informed judgments. This would never have happened if students overly relied on generative AI or were not trained to use such a tool ethically and properly. In addition, findings from a study by Ahmad et al. (2023) also revealed a negative relationship between the use of generative AI and critical thinking abilities. To illustrate, students who heavily use generative AI for

work and assignments have fewer opportunities to practice and develop their critical thinking skills.

However, the findings should be treated with caution. The generalizability of the findings in this study is confined to a small sample size. The researchers planned to collect questionnaire data from a sample size of 92, however ended up with 39 responses for the questionnaire and 10 interviewees. Moreover, although the participants acknowledged the capabilities of generative AI in many areas, they may have had a diverse degree of familiarity with the use of AI in language learning and teaching. Therefore, the generalizability of the findings is limited, and the findings of this study could not be generalized to different contexts.

We would like to offer a suggestion for the use of generative AI in English language learning within Thai universities. It is very important to provide both teachers and students with clear ethical guidelines for using generative AI in language learning. On one hand, it will empower students to learn English and develop their language proficiency effectively and ethically. On the other hand, teachers will be more comfortable allowing students to use the tool in their classroom and help prevent students' unintended and unethical use of generative AI.

References

- Ahmad, S. F., Han, H., Alam, M. M., Rehmat, Mohd. K., Irshad, M., Arraño-Muñoz, M., & Ariza-Montes, A. (2023). Impact of artificial intelligence on human loss in decision making, Laziness and Safety in Education. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1). doi:10.1057/s41599-023-01787-8.
- Ali, Z. (2020). Artificial Intelligence (AI): A Review of its uses in language teaching and learning. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 769(1), 012043. doi:10.1088/1757-899x/769/1/012043.

- Aljohani, R. A. (2021). Teachers and students' perceptions on the impact of artificial intelligence on English language learning in Saudi Arabia. *Journal of Applied Linguistics and Language Research*, 8(1), 36-47. Retrieved from <https://jallr.com/index.php/JALLR/article/view/1156/pdf1156>.
- Awada, G., Burston, J., & Ghannage, R. (2019). Effect of student team achievement division through WebQuest on EFL students' argumentative writing skills and their instructors' perceptions. *Computer Assisted Language Learning*, 33(3), 275–300. doi:10.1080/09588221.2018.1558254.
- Braun, V., & Clarke, V. (2024). Thematic analysis. In N. K. Denzin, Y. S. Lincoln, M. D. Giardina, & G. S. Cannella (Eds.), *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (6th ed.) (pp.385-402). SAGE.
- Cain, W. (2023). AI emergence in Education: Exploring formative tensions across scholarly and popular discourse. *Journal of Interactive Learning Research*, 34(2), 239-273. Retrieved from <https://www.learntechlib.org/primary/p/222352/>.
- Chaudhry, M. A., & Kazim, E. (2021). Artificial Intelligence in Education (AIED): A high-level academic and industry note 2021. *AI and Ethics*, 2(1), 157–165. doi:10.1007/s43681-021-00074-z.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. doi:10.2307/249008.
- Firat, Mehmet. (2023). What ChatGPT means for universities: Perceptions of scholars and students. *Journal of Applied Learning & Teaching*, 6(1), 1-22 doi: 10.37074/jalt.2023.6.1.22.
- Holmes, N. G., Wieman, C. E., & Bonn, D. A. (2015). Teaching critical thinking. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(36), 11199–11204. doi:10.1073/pnas.1505329112.

- Huang, X., Zou, D., Cheng, G., Chen, X., & Xie, H. (2023). Trends, Research Issues and Applications of Artificial Intelligence in Language Education. *Educational Technology & Society*, 26(1), 112–131. <https://www.jstor.org/stable/48707971>.
- Kasneci, E., Sessler, K., Küchemann, S., Bannert, M., Dementieva, D., Fischer, F., Gasser, U., Groh, G., Günnemann, S., Hüllermeier, E., Krusche, S., Kutyniok, G., Michaeli, T., Nerdel, C., Pfeffer, J., Poquet, O., Sailer, M., Schmidt, A., Seidel, T., Stadler, M., Weller, J., Kuhn, J., Kasneci, G. (2023). ChatGPT for good? On opportunities and challenges of large language models for education. *Learning and Individual Differences*, 103, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2023.102274>.
- Kostka, I., & Toncelli, R. (2023). Exploring applications of ChatGPT to English language teaching: Opportunities, challenges, and recommendations. *The Electronic Journal for English as a Second Language*, 27(3), 1-19. <https://doi.org/10.55593/ej.27107int>.
- Marzuki, Widiati, U., Rusdin, D., Darwin, & Indrawati, I. (2023). The impact of AI writing tools on the content and organization of students' writing: EFL teachers' perspective. *Cogent Education*, 10(2), doi:10.1080/2331186x.2023.2236469.
- McKinsey & Company. *What is Generative AI?* McKinsey & Company. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-generative-ai>.
- Padmakumar, V., & He, H. (2024). *Does Writing with Language Models Reduce Content Diversity?*, Paper presented at The International Conference on Learning Representations (ICLR) Conference 2024, Vienna, Austria. Retrieved from <https://arxiv.org/abs/2309.05196>.
- UNESCO (2023). *Guidance for generative AI in education and research*. UNESDOC Digital Library. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000386693>.

- Vineki Riyadini, M., & Triastuti, A. (2023). Teachers' Perspectives on ChatGPT as a Language Teaching Resource: Benefits, Challenges, and Pedagogical Considerations. *Conference on English Language Teaching*, 1105–1115. Retrieved from <https://proceedings.uinsaizu.ac.id/index.php/celti/article/view/614>.
- Wang, Y., Liu, C., & Tu, Y.-F. (2021). Factors Affecting the Adoption of AI-Based Applications in Higher Education: An Analysis of Teachers Perspectives Using Structural Equation Modeling. *Educational Technology & Society*, 24(3), 116–129. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/27032860>.
- Willingham, D. T. (2008). Critical thinking: Why is it so hard to teach? *Arts Education Policy Review*, 109(4), 21–32. doi:10.3200/aepr.109.4.21-32.
- Woodruff, K., Hutson, J., & Arnone, K. (2023). Perceptions and barriers to adopting artificial intelligence in K-12 education: A survey of educators in fifty states. *Faculty Scholarship*. doi:10.5772/intechopen.1002741.

Exploring Factors Contributing to Burnout Among Thammasat University Students

Iyapath Kowitcharoen¹, Kanyakorn Mongkolpetch², Patranunt Sungmuang³,

Tawan Wongpradu⁴, Dumrong Adunyarittigun⁵

^{1,2,3,4,5} Faculty of Liberal Arts

^{1,2,3,4,5} Thammasat University

^{1,2,3,4} Bachelor's Degree Student, Department of English

Abstract

This research examined the primary factors contributing to burnout among Thammasat University (TU) students at Rangsit Campus. 111 undergraduate students from different faculties of TU at Rangsit Campus were the participants of this study and were asked to complete the Thai Adaptation of the Maslach Burnout Inventory-Student Survey (Thai MBI-SS); 20 were randomly selected to join semi-structured interviews aiming to gain insight about factors contributing to their burnout and coping strategies they used to combat burnout. The results revealed that burnout was prevalent among the selected sample. The current coping mechanisms and strategies they often employed to manage burnout were divided into three categories: social circles, hobbies, and personalized stress-management strategies on mindfulness. This study concluded with implications for the stakeholders to implement measures addressing burnout.

Keywords: Burnout, College Students, Coping Mechanisms, Strategies

การสำรวจปัจจัยที่ทำให้เกิดภาวะหมดไฟของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ไอยวัฒน์ โกวิทย์เจริญ¹, กัลยกร มงคลเพชร², ภัทรนันท์ สังข์เมือง³, ตะวัน วงษ์ประดู่⁴,

ดำรงค์ อุดลยฤทธิกุล⁵

^{1,2,3,4,5} คณะศิลปศาสตร์

^{1,2,3,4,5} มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

^{1,2,3,4} นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาอังกฤษ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดภาวะหมดไฟในธรรมศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วิทยาเขตรังสิต โดยมีนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 111 คนจากคณะต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วิทยาเขตรังสิตเป็นผู้เข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้และได้ทำแบบประเมินภาวะหมดไฟในนักเรียนของประเทศไทย (Maslach Burnout Inventory-Student; Thai MBI-SS) นอกจากนี้ยังได้ทำการสุ่มนักศึกษาจำนวน 20 คนจากกลุ่มผู้เข้าร่วมการวิจัยทั้งหมดเพื่อเข้าร่วมการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดภาวะหมดไฟและวิธีการรับมือกับภาวะหมดไฟ ผลการวิจัยพบว่าภาวะหมดไฟเกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในกลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัยดังกล่าว วิธีการรับมือกับภาวะหมดไฟนั้นแบ่งออกเป็นสามประเภทคือ สังคม งานอดิเรก และวิธีการจัดการความเครียดส่วนบุคคล การศึกษาครั้งนี้สรุปโดยนัยเพื่อให้บุคคลที่เกี่ยวข้องสามารถดำเนินการแก้ไขกับภาวะหมดไฟ

คำสำคัญ: ภาวะหมดไฟ, วิธีการรับมือ, กลยุทธ์, นักศึกษา

Introduction

Academic burnout has become a prevalent severe problem among college students worldwide spurred by increasing academic pressures and demanding social expectations (Liu et al., 2023). It jeopardizes their psychological well-being and academic success (Ilić & Ilić, 2023). Maslach (1982) defined burnout as emotional exhaustion (i.e., severe fatigue caused by educational demands), depersonalization (i.e., an indifferent attitude towards work), and reduced personal accomplishment (i.e., the feeling of reduced ability, productivity, and achievement). According to Neumann et al. (1990), research on college students' burnout is one of the most important fields of study in higher education for the following reasons; firstly, a number of different student behaviors over their university years (e.g., attrition, course selection, and academic performance) may be explained by an understanding of their burnout; secondly; burnout may have an impact on students' attitudes towards their education in the future; lastly, the prevalence of students' burnout may affect the university's current and future enrollment.

Given its importance, many studies have investigated the causes of academic burnout among college students (Ricardo et al., 2021; Na Bangxang & Charernboon, 2023; Puranitee et al., 2019). For example, recent studies by Na Bangxang and Charernboon (2023) and Puranitee et al. (2019) investigated burnout and depression among Thai medical students from a few medical schools in Thailand. The findings from these studies showed that the majority of the participants suffered from high emotional exhaustion, high levels of depersonalization, and low personal accomplishment. Most of the previous studies focused on investigating burnout among medical students in Thailand; however, few studies have examined the causes and consequences of academic burnout among undergraduate students in other fields of study and have rarely explored effective strategies for academic burnout mitigation. Due to these research gaps mentioned, the present research embarks on a broad and thorough exploration and analysis of the multifaceted

factors leading to burnout among undergraduate students at Thammasat University, not limited to those studying medical science and healthcare. As we delve into this critical subject, we aim to not only uncover its root causes but also offer valuable insights for both academic institutions and policymakers striving to mitigate this burgeoning crisis to create a more supportive and productive learning environment. The research questions were as follows:

1. What are the primary factors contributing to burnout among Thammasat University students?
2. What are the current coping mechanisms and strategies that Thammasat University students employ to manage burnout?

Literature Review

Characteristics of Thai College Students in the Academic Setting in Thailand

Thai culture is known for its collectivistic values, and this cultural characteristic often translates into the personality traits of Thai college students. Collectivism influences Thai students' learning styles and attitudes toward education (Phumetcharat et al., 2017; Jitgarun & Pinyopusarerk, 2018). Moreover, Prasertsri & Ratanavaraha (2017) found that Thai college students typically exhibited a strong social orientation.

One of the most common causes leading to poor psychological well-being among college students in Thailand is academic stress which results from being pressured by their parents and teachers to have good academic performance and excellent grades from an early age (Thanoi et al., 2023). The research also suggested that high social expectations also make students get overwhelmed and lead to negative impacts on their psychological well-being. Additionally, the pressure to conform to societal norms and to gain family recognition through academic achievement plays a significant role in this context, contributing to the burnout and

mental health challenges faced by Thai college students (Zohar, 2013). Furthermore, according to a study conducted by Boonlue & Silience (2021), Thai students are likely to seek help from their friends, family, or teachers when they feel down, yet only a few prefer to keep all problems in their minds. However, several scholars made an interesting observation that these college students probably do not receive adequate health support and resources from their universities and families (Zohar, 2013; Pitakchinnapong & Rhein, 2019).

The Prevalence of Burnout and Factors Contributing to College Students' Burnout

Burnout among college students is a severe problem (Jagodics & Szabó, 2022) since it has the potential to have a major impact on both human well-being and academic accomplishment (Klapp et al., 2023). A systematic review of 1,406 studies by Ricardo et al. (2021) revealed that burnout syndrome was prevalent among college students worldwide, with estimated rates of 55.4% for emotional exhaustion, 31.6% for cynicism, and 30.9% for academic efficacy. Interestingly, most of the studies applied the Maslach Burnout Inventory as a research instrument for evaluating students' burnout.

Porru et al. (2022) identified stressors in educational settings among college students by using the Higher Education Stress Inventory, which was a survey to explore students' life challenges associated with poor mental health in undergraduate students in a 6-month follow-up. Students with poorer mental health tended to be more exposed to life challenges, including excessive workload, financial distress, inadequate assistance from teachers, concerns about the future, low commitment, and lack of confidence about their future careers.

The prevalence of burnout and the connection between burnout and related factors were analyzed by Puranitee et al. (2019) through an examination of the psychometric qualities of the Thai version of the Maslach Burnout Inventory-Student Survey (MBI-SS). The findings demonstrated that the MBI-SS Thai version could be utilized to measure burnout and had sufficient psychometric

qualities among Thai medical students. Notably, with a Kappa coefficient of 0.83, the interrater reliability attained an acceptable standard. It is clear that the Thai MBI-SS is a reliable tool for evaluating burnout in this specific demographic. Another cross-sectional study implemented the Maslach Burnout Inventory General Survey and systematic questionnaires to investigate factors associated with academic burnout among 22,983 students from 13 universities in Heilongjiang, China. It was found that a number of characteristics, including gender, monthly living expenses, parents' educational attainment, smoking habits, academic pursuits, grades, and life obstacles, contributed to the experience of burnout among over half of the students (Liu et al., 2023). The Maslach Burnout Inventory is one of the most widely used research tools suitable for examining factors associated with burnout among Thai students, according to the previously cited studies.

Method

The research employed a mixed-methods design. The Thai MBI-SS, a Thai adaptation of the Maslach Burnout Inventory-Student Survey, was used to gather quantitative data. A subset of participants identified with burnout was then randomly chosen for qualitative semi-structured interviews to investigate coping mechanisms and underlying causes. Data analysis involved statistical methods for survey responses and thematic analysis for interview data.

Participants

The sample for this study included 111 Thai undergraduate students studying at Thammasat University, Rangsit Campus: 62.2% were female, 24.3 were male, and 13.5% were LGBTQIA+. Sample demographics showed that 91% of the participants were between 18 to 22 years old. Most of them were 4th-year students (67.6%), followed by 3rd-year students (23.4%). 45.9%, 13.5%, and 8.1% studied in the Faculty of Liberal Arts, the Faculty of Architecture and Planning, and the Faculty

of Journalism and Mass Communication, respectively. A snowball sampling method was implemented to get the participants from various faculties by asking them to forward the questionnaire to others. Twenty participants, whose results from the Thai MBI-SS indicated that they experienced a certain level of burnout, were then randomly selected from the pool to be the interviewees of the study.

Research Instruments

This study used two research instruments, including the Thai Adaptation of the Maslach Burnout Inventory-Student Survey (Thai MBI-SS) and the interview.

The Thai Adaptation of the Maslach Burnout Inventory-Student Survey (Thai MBI-SS) which has been widely used for measuring the risk of Thai student burnout (Yavuz & Dogan, 2014; Wongtrakul et al., 2023) was utilized in this study. It consists of 3 subscales with 22 items: Depersonalization (DP) (5 items), Emotional Exhaustion (EE) (9 items), and Personal Accomplishment (PA) (8 items), using a seven-point Likert scale (6 = Every day to 0 = Never). The results of such assessment uncovered three levels of burnout: low, moderate, and high. A previous research study by Wongtrakul and his colleagues (2023) revealed a reliability coefficient of 0.7, indicating that the Thai MBI-SS is a valid and reliable assessment of Burnout syndrome for Thai preclinical medical students.

Semi-structured interviews which are conversational in nature with a list of predetermined questions and the freedom for participants to discuss topics they find significant (Clifford et al., 2010) were conducted to investigate factors causing Thammasat University (Rangsit Campus) undergraduate students' burnout in order to gain the freedom to probe the interviewee to elaborate or to follow a new line of inquiry introduced by what the interviewee is saying. 20 interviewees who experienced burnout were randomly selected. Two interview questions were asked to delve into the interviewees' in-depth information about the causes of burnout and their coping strategies for burnout.

Data Collection

The data collection was conducted at Thammasat University Rangsit Campus from October to November 2023. The participants in this study were asked to distribute the online questionnaire to other Thai undergraduate students at the Rangsit Campus. A total of 111 respondents completed the questionnaires. Then, 20 interviewees were randomly selected and interviewed via LINE and ZOOM applications from 15 November to 23 November 2023.

Data Analysis

To analyze the quantitative data, the data from the questionnaire were entered into the SPSS program and were categorized into three subscales of burnout: Depersonalization (DP), Emotional Exhaustion (EE), and Personal Accomplishment (PA). Higher scores on each scale indicate the degrees of burnout. Higher scores on the DP and EE scales suggest more burnout symptoms, whereas lower scores on the PA scale demonstrate more burnout symptoms (Brady et al, 2020). The following interpretation was used to identify three degrees of each group. The three groups included (1) Depersonalization (DP) with low degree (<5), moderate degree (6-11), and high degree (>12); (2) Emotional Exhaustion (EE) with low degree (<17), moderate degree (18-29), and high degree (>30); and (3) Personal Accomplishment (PA) with low degree (<33), moderate degree (34-39), and high degree (>40) (“Burnout Self-Test Maslach Burnout Inventory (MBI),” n.d.).

The data obtained from the interviews were transcribed by the researchers of the present study. Once the interview transcripts were completed, they were inductively analyzed using thematic analysis: (1) familiarizing with the data, (2) generating codes, (3) looking for themes, (4) reviewing themes, (5) defining themes, and (6) writing results (Maguire & Delahunt, 2017).

Results

This section presents the results related to the primary factors contributing to burnout among Thammasat University students. The analysis combines quantitative data from the Thai MBI-SS survey and qualitative insights from interviews, providing a thorough comprehension of the burnout phenomenon. The findings are organized to respond to the research questions and emphasize the major causes and coping strategies identified through the study.

4.1 Research Question 1: What are the primary factors contributing to burnout among Thammasat University students?

Table 1: Factors Contributing to College Students' Burnout

Factors	Degree of Burnout Symptom (%)		
	Low	Moderate	High
Depersonalization (DP)	21.6	45	33.3
Emotional Exhaustion (EE)	4.5	32.4	63.1
Personal Accomplishment (PA)	88.3	9.9	1.8

Table 1 shows that 45% of the participants had a moderate degree of DP, and 33.3% had a high degree of DP. Similarly, the majority of the participants (63.1%) had a high degree of EE, and 32.4% of them had a moderate degree of EE. The high scores in both DP and EE illustrated that the participants appeared to experience a sense of detachment from academic pursuits and found it difficult to cope with daily responsibilities. Furthermore, it is obvious that most of the participants (88.3%) had a low degree of PA. Therefore, the overall results indicated that burnout was significantly prevalent among Thammasat University students at Rangsit Campus.

In response to the first research question, the thematic analysis was used to analyze the qualitative data (“*What factors cause your burnout?*” and “*How do they contribute to your burnout?*”). The findings uncovered three factors contributing to the participants' burnout: workload, lack of social interactions, and loss of motivation and interest in the subjects of their study.

4.1.1 Workload

Of all 20 participants, 14 of them (70%) agreed that workload was one of the major factors contributing to their academic burnout. With little time given to complete many assignments, they found it challenging and frustrating to undergo high pressure and stress. They further suggested that professors should plan carefully on giving assignments to avoid causing academic burnout among students.

Too much work assigned by professors leads to a repetitive daily routine. I wake up, go to study, and come back to my dormitory to finish all school tasks. It is almost impossible to get everything done in time while maintaining a good quality of work. (Interviewee 7)

I think professors should discuss or plan with other professors of different subjects to ensure that their assignments do not overlap within the same period or encourage open communication with the students. (Interviewee 15)

4.1.2 Lack of Social Interactions

Half of the interviewees revealed that lacking social interaction was another cause of burnout. Moreover, the interviewees also reported that less social interaction and loss of motivation to study, especially during the spread of COVID-19 could cause burnout. They emphasized that supportive relationships could help reduce their negative emotions.

Studying in an environment where there is a lack of companionship and support from friends is a huge challenge for me. (Interviewee 8)

I started to feel burned out during the COVID-19 pandemic, which caused us to study online. I had a difficult time because there were fewer social interactions with friends, making me feel more unmotivated to study. I also felt more pressured and stressed because of all the work and time limitations, but it was even worse than before because of fewer interactions with others. (Interviewee 20)

4.1.3 Loss of Motivation and Interest in the Subjects of their Study

7 out of 20 (35%) interviewees said that the loss of motivation and interest in their study could be the cause of burnout because of inconsistency between their interest and the content, as well as the perceived difficulty of the course that could be challenging to them. The subject-related matter was reported to cause students' burnout since it put them under a lot of stress and pressure to do the work, which might have had a serious impact on their productivity. Surprisingly, most of the students reported a loss of motivation because they had no desire to pursue studies within their faculty.

I was interested in the Faculty of X in the first place; however, I realized that the content of the course did not interest me and failed to keep me motivated to study. Now, I feel like I am in the wrong place. (Interviewee 3)

The way professors gave feedback and answered students' questions could be discouraging, which led to a loss of motivation and interest in subjects as well. A professor once said to me, "How could you not know this? It is very simple," which made me uninterested and unmotivated to study this subject. (Interviewee 10)

4.2 Research Question 2: What are the current coping mechanisms and strategies that Thammasat University students employ to manage burnout?

To identify the common coping strategies shared among the participants, the researchers asked the interviewees to share their experiences in self-management strategies during their difficult time suffering from burnout. The analysis of the qualitative data revealed 3 coping strategies used by the interviewees: hobbies, supportive social circles, and personalized stress-management strategies on mindfulness.

4.2.1 Hobbies

More than half of the interviewees (13 out of 20) reported that doing what they liked took them away from stressful studying, such as dancing, watching series, drawing, and singing. They also stated that setting aside and investing their time in doing hobbies allowed them to alleviate stress, leading to sharpening their focus on tasks and boosting productivity.

When I feel stressed and tired of studying, I usually stop studying right away to listen to music and sometimes dance. By doing such activities, I feel more relaxed and ready for the next day. (Interviewee 1)

Going shopping and playing video games allows me to take a break from the repetitive routine of studying and working on a school task. (Interviewee 10)

4.2.2 Supportive Social Circles

Many interviewees (11 out of 20) reported that their way to cope with burnout is to seek social support from friends or family. They believed that supportive social networks are very important for optimal studying and day-to-day routines.

I often hang out with my supportive friends and spend some quality time with my family. Being close to someone whom I feel comfortable with really helps me feel less stressed and tired. (Interviewee 2)

Talking with friends who can spread positive emotions is really helpful. Sometimes all we need is just a person who can cheer us up during the most difficult time. (Interviewee 4)

4.2.3 Personalized Stress-Management Strategies on Mindfulness

Some of the interviewees (8 out of 20) reported that the means to cope with burnout could be varied and different from one another. This depended on individuals' lifestyles and preferences. They agreed that it was very important to find an appropriate approach that was best suited to individuals' lifestyles and preferences to deal with overwhelming stress, such as doing meditation, writing journals, or playing video games.

When I suffer from burnout, I usually like to write things down on a physical paper, such as how I feel right now or what is happening, so that I can reorganize my thoughts and let go of whatever makes me feel burned out. (Interviewee 8)

For me, how we deal with ourselves after being attacked by stress is important. When studying gets me too stressed and pressured, I tend to do meditation which can help me let loose a bit. (Interviewee 11)

Discussion and Conclusion

This study provided crucial insights into the factors contributing to burnout among Thammasat University students and the coping mechanisms and strategies they frequently used to cope with burnout. The findings highlighted a significant

prevalence of burnout in which students experienced a high degree of emotional exhaustion, moderate to high levels of depersonalization, and a low degree of personal accomplishment. The study also revealed that excessive workload, loss of study motivation, and lack of social interaction are factors contributing to students' burnout. Coping mechanisms employed by students included seeking support by engaging in hobbies, supportive social circles, and adopting personalized stress-management strategies.

Based on the results, burnout was highly prevalent among undergraduate students at Thammasat University, Rangsit Campus. It was worth considering the monotony of excessive workload, as most participants identified it as a major cause of burnout, which was consistent with previous research by Porru et al. (2022). Additionally, as previous research indicated Thai college students prioritized group harmony and collectivism. Therefore, social interaction was considered crucial to them. The majority of the participants claimed that the lack of social interaction led to increased stress and burnout as they rarely had a chance to connect with people. They asserted that engaging in social interaction; for example, hanging out with friends or family could alleviate burnout and foster motivation. Furthermore, some of the participants expressed a lack of motivation in their subjects studied, which resonated with a study by Liu et al. (2023) revealing that over half of the 22,983 students surveyed experienced burnout due to a diminished interest in their current field of study.

This study revealed various factors contributing to burnout and identified the common coping strategies among Thammasat University students, including engaging in their hobbies, connecting with their supportive circle, and implementing personalized strategies. This study lends support to the previous study conducted by Shreffler et al. (2020) which explored coping strategies that medical students often implemented to combat burnout. The study found that “dedicating time for fun” (scheduling to do favorite hobbies after finishing

assignments), “supporting system” (taking some time to talk with others), and “identifying suitable study spaces” (finding suitable study environments based on individual preferences) were common ways to avoid burnout.

These insights could be beneficially adapted by the university to implement measures addressing burnout. Firstly, this study found that excessive workload leads to burnout; therefore, one suggested approach for lecturers to reduce workload is to assign students group assignments rather than individual assignments (Bilgin et al., 2017). Secondly, this study also found the loss of motivation and interest in the subjects of their study among undergraduate students could be one of the primary factors leading to burnout. The study by Zhang and Ma (2023) further suggested that the implementation of project-based learning gave students opportunities to see the real-world applications of their studies. This helped motivate their students’ interest in learning and promote positive attitudes toward learning, improve their academic performance, and foster their emotional and cognitive skills. Finally, the current study also showed that supportive social circles are one way to combat burnout. Doing collaborative activity could mitigate academic burnout among college students (Wangid & Purwanti, 2020). Importantly, this leads to the classroom setting where students are very likely to express fewer signs of emotional exhaustion, depersonalization, and low self-esteem. While these implications are only suggestions for addressing burnout among college students, they represent the beginning of potential interventions that can be further developed to combat burnout among Thammasat University students.

There are certain limitations to this study. To begin with, the study was limited to Thammasat University students. This narrow scope may not be able to fully represent Thai students as a whole; therefore, the findings may not be generalized to all college students in the country. Furthermore, this study did not mean to investigate the differences in burnout levels among Thammasat University

students after employing their coping strategies. Consequently, the effectiveness of those mechanisms needs further investigation.

In conclusion, the findings of this study allowed the present researcher to conclude that there is a need to address burnout within the university context. By understanding the challenges faced by students and identifying effective coping strategies, the university can implement measures to foster a supportive environment and promote the well-being of students. The insight gained from this study serves as a basis to develop comprehensive approaches to deal with burnout and enhance Thammasat University's overall student experience.

Future studies could broaden their scope by analyzing burnout variables among a larger number of students from various universities. Moreover, adopting longitudinal studies could also provide valuable insights into the changing dynamics of student burnout over an extended period.

References

- Bilgin, A., Rowe, A., & Clark, L. (2017). Academic workload implications of assessing student learning in work-integrated learning. *Asia-Pacific Journal of Cooperative Education*, 18(2), 167–183.
- Boonlue, T., & Sillence, E. (2021). *Self-Compassion, Psychological Resilience, and Social Media Use among Thai and British University Students*. 47(1), 9–28.
- Brady, K. J. S., Ni, P., Sheldrick, R. C., Trockel, M., Shanafelt, T. D., Rowe, S., Kazis, L. E. (2020). Describing the emotional exhaustion, depersonalization, and low personal accomplishment symptoms associated with Maslach Burnout Inventory subscale scores in US physicians: an item response theory analysis. *Journal of Patient-reported Outcomes*, 4(1), 1–14.
<https://doi.org/10.1186/s41687-020-00204-x>.

- Burnout Self-Test Maslach Burnout Inventory (MBI). (n.d.). Retrieved from <https://different.hr/wp-content/uploads/2020/05/Maslach-Burnout-Inventory-MBI.pdf>.
- Clifford, N., French, S., & Valentine, G. (2010). *Key methods in Geography*. SAGE.
- Ilic, I., & Ilic, M. (2023). The relationship between burnout syndrome and the academic success of medical students: a cross-sectional study. *Arhiv Za Higijenu Rada I Toksikologiju*, 74(2), 134–141. <https://doi.org/10.2478/aiht-2023-74-3719>.
- Jagodics, B., & Szabó, É. (2022). Student Burnout in Higher Education: A Demand-Resource Model Approach. *Trends in Psychology*. <https://doi.org/10.1007/s43076-021-00137-4>.
- Jitgarun, K., & Pinyopusarerk, K. (2018). Cultural Effects on Thai Students' Learning Styles: A Case Study of Higher Education Students. *The Qualitative Report*, 23(11), 2832-2847.
- Klapp, T., Klapp, A., & Gustafsson, J. (2023). Relations between students' well-being and academic achievement: evidence from Swedish compulsory school. *European Journal of Psychology of Education (Lisboa)*, 39, 275–296. <https://doi.org/10.1007/s10212-023-00690-9>.
- Liu, Z., Xie, Y., Sun, Z., Liu, D., Yin, H., & Shi, L. (2023). Factors associated with academic burnout and its prevalence among university students: a cross-sectional study. *BMC Medical Education*, 23(1), 1–13. <https://doi.org/10.1186/s12909-023-04316-y>.
- Maguire, M., & Delahunt, B. (2017). *Doing a thematic analysis: A practical, step-by-step guide for learning and teaching scholars*. 9(3).
- Maslach, C. (1982). Understanding Burnout: Definitional Issues in Analyzing a Complex Phenomenon. In W. S. Paine (Ed.), *Job Stress and Burnout* (pp. 29-40). SAGE.

- Na Bangxang, J., & Charernboon, T. (2023). View of Burnout and Depression among Medical Students in a Private Medical College in Thailand: A Cross Sectional Study. *Journal of the Department of Medical Services*, 48(2), 21-29.
- Neumann, Y., Finaly-Neumann, E., & Reichel, A. (1990). Determinants and Consequences of Students' Burnout in Universities. *The Journal of Higher Education*, 61(1), 20. <https://doi.org/10.2307/1982032>.
- Phumetcharat, K., Krefting, L., & Tansuhaj, P. (2017). Collectivist Orientation and Its Effects on Group Work in Thai Universities. *Studies in Higher Education*, 42(9), 1702-1718.
- Pitakchinnapong, N., & Rhein, D. (2019). Exploration of the Causation of Stigmatization of Mental Illness in Thailand. *Human Behavior, Development and Society*, 20(2), 7-19.
- Porru, F., Schuring, M., Bültmann, U., Portoghese, I., Burdorf, A., & Robroek, S. J. W. (2022). Associations of university student life challenges with mental health and self-rated health: A longitudinal study with 6 months follow-up. *Journal of Affective Disorders*, 296, 250-257. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2021.09.057>.
- Prasertsri, P., & Ratanavaraha, V. (2017). Social Orientation and Its Relationship with Peer Relationships and Extracurricular Activities Among Thai University Students. *Higher Education Research & Development*, 36(6), 1213-1226.
- Puranitee, P., Saetang, S., Sumrithe, S., Busari, J. O., van Mook, W. N. K. A., & Heeneman, S. (2019). Exploring burnout and depression of Thai medical students: the psychometric properties of the Maslach burnout inventory. *International Journal of Medical Education*, 10, 223-229. <https://doi.org/10.5116/ijme.5dc6.8228>.

- Rosales-Ricardo, Y., Rizzo-Chunga, F., Mocha-Bonilla, J., & Ferreira, J. P. (2021). Prevalence of burnout syndrome in university students: A systematic review. *Salud Mental*, 44(2), 91–102. <https://doi.org/10.17711/sm.0185-3325.2021.013>.
- Shreffler, J., Huecker, M., Martin, L., Sawning, S., Thé, S., Shaw, M. A., Mittel, O., & Holthouser, A. (2020). Strategies to Combat Burnout During Intense Studying: Utilization of Medical Student Feedback to Alleviate Burnout in Preparation for a High Stakes Examination. *Health Professions Education*, 6(3), 334–342. <https://doi.org/10.1016/j.hpe.2020.04.009>.
- Thanoi, W., Vongsirimas, N., Sitthimongkol, Y., & Klainin-Yobas, P. (2023). Examining Predictors of Psychological Well-Being among University Students: A Descriptive Comparative Study across Thailand and Singapore. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(3), 1875. <https://doi.org/10.3390/ijerph20031875>. Wangid, M. N., & Purwanti, I. Y. (2020). Implementation of group activity to solve academic Burnout elementary school students. *Jurnal Prima Edukasia*, 8(2), 135–144. <https://doi.org/10.21831/jpe.v8i2.33267>.
- Wongtrakul, W., Dangprapai, Y., Saisavoey, N., & Sa-nguanpanich, N. (2023). Reliability and validity study of the Thai adaptation of the Maslach Burnout Inventory-Student Survey among preclinical medical students at a medical school in Thailand. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1054017>.
- Yavuz, G., & Dogan, N. (2014). Maslach Burnout Inventory-Student Survey (MBI-SS): A Validity Study. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 116, 2453–2457. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.590>.

Zhang, L., & Ma, Y. (2023). A study of the impact of project-based learning on student learning effects: a meta-analysis study. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1202728>.

Zohar, S. (2013). Influence of Cultural Values on Emotion Regulation and Well-Being: A Study of Thai University Students. *Scholar: Human Sciences*, 5(1), 83–91.



คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

126/1 ถนนวิภาวดี-รังสิต แขวงรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ (662) 697-6000

<https://humanities.utcc.ac.th/>



คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



hmutcc

UTCC