



ประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของ
กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

**The Effectiveness of Public Policy Implementation for the Repayment
of Student Loan Fund**



ว่าที่ ร้อยเอก โอภาส มีเซว

คุณนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม

พุทธศักราช 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสยาม



ใบรับรองคุณวุฒิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม

ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาการจัดการ

คณะบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย)

ประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุน
เงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

(ภาษาอังกฤษ)

The Effectiveness of Public Policy Implementation for the Repayment of Student Loan Fund

นามผู้วิจัย (ภาษาไทย)

ว่าที่ ร้อยเอก โอภาส มีเชาว์

(ภาษาอังกฤษ)

Acting Capt. Opad Meechao

คณะกรรมการสอบคุณวุฒิพนธ์ได้ให้ความเห็นชอบคุณวุฒิพนธ์ฉบับนี้แล้ว

ประธานกรรมการ

..... เมื่อวันที่ 6 / 8 / 2561
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมหมาย จันทรเรือง, Ph.D.)

กรรมการ

.....
(ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง, Ph.D.)

กรรมการ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยพันธ์ ปัญญาศิริ, Ph.D.)

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

.....
(ศาสตราจารย์ พิเศษ ดร.ยุวัฒน์ วุฒิเมธี, Ph.D.)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....
(ศาสตราจารย์ ดร.วรเดช จันทรศร, Ph.D.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม อนุมัติให้รับคุณวุฒิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยสยาม

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยพันธ์ ปัญญาศิริ)

รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย สาขาการจัดการ

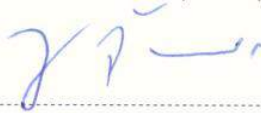
วันที่ 7 เดือน 8 พ.ศ. 2561

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืม
ของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา
โดย : ว่าที่ ร้อยเอก โอภาส มีเชาว์
ชื่อปริญญา : ปรัชญาคุณภิวัฒน์
สาขาวิชา : การจัดการ
อาจารย์ที่ปรึกษา:



(ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.ยุวัฒน์ วุฒิเมธี)



(ศาสตราจารย์ ดร.วรเดช จันทรศร)

6. / 80. / 2561

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา 2. เพื่อศึกษาหาประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา 3. เพื่อพัฒนาแนวทางและข้อเสนอแนะทางการจัดการในการเพิ่มประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงผสมผสาน เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ จากนักศึกษา ที่กู้ กยศ. ที่สามารถชำระหนี้ได้และชำระหนี้ไม่ได้ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 410 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหา ค่าร้อยละ และการวิเคราะห์เส้นทาง โดยใช้ตัวแบบสมการเชิงโครงสร้าง ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเชิงนโยบาย ได้แก่ ผู้บริหารกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา และผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 5 ราย โดยผลที่ได้มาใช้ในการอภิปรายร่วมกัน ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพปัญหาที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาแรกได้แก่เรื่องช่องทางการชำระเงิน ที่ไม่สะดวก ปัญหาดังกล่าวได้รับการแก้ไขให้ดีขึ้นเนื่องจากพัฒนาการของเทคโนโลยี และช่องทางการสมัคร

2. ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ได้รับอิทธิพลรวมเชิงบวกจาก ทศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ($\beta = 0.85$) ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ ($\beta = 0.60$) ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ($\beta = 0.47$) ความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้ ($\beta = 0.24$) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม ($\beta = 0.24$) และการพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ($\beta = 0.15$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 70

3. การพัฒนาแนวทางและข้อเสนอแนะทางการจัดการในการเพิ่มประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ ต้องให้ความสำคัญในด้าน การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ ทศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม และความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้ อย่างผสมผสานกัน



Abstract

Title : The Effectiveness of Public Policy Implementation for the Repayment of Student Loan Fund

By : Acting Capt. Opad Meechao

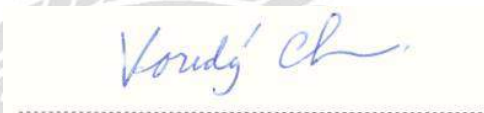
Degree : Doctor of Philosophy

Major Field : Management

Advisors :



(Prof. Dr. Yuwat Vuthimedhi)



(Prof. Dr. Voradej Chandarasorn)



This research aims 1. To study the problems that affect the effectiveness for the Repayment of Student Loan Fund 2. Study of Effectiveness of Public Policy for the Repayment of Student Loan Fund 3. To develop management approaches and suggestions to increase the effectiveness of public policy implementation for the Repayment of Student Loan Fund. Researchers used mixed method research. Quantitative Research Techniques from student loan student loan fund to pay the debt and repay it. Total of 410 cases using simple random. The instrument used in the research questionnaire created data were analyzed by percentage, and path analysis by using structural equation modeling. Qualitative Research Techniques The main informants collected data from policy-related stakeholders, namely, executives, educational loan funds, and school administrators. The results were used in the discussions.

The research found that

1. The problems affecting the effectiveness of repayment Repayment of Student Loan Fund found that The first problem was the inconvenient payment channel. The problem was resolved due to the development of technology and the revenue department. 2. The effectiveness

of public policy implementation Repayment of Student Loan Fund receive influences include positive form attitude toward the policy of loan ($\beta = 0.85$) . The quality communication system ($\beta = 0.60$) .The trust to repay loan ($\beta = 0.47$) .The satisfaction of the policy the repayment of debt ($\beta = 0.24$) . The create a good image for the loan fund ($\beta = 0.24$) and development of personnel in the operation ($\beta = 0.15$) Statistical significance the predictive power of the model, 70 percent 3. Development of management guidelines and suggestions for increasing the effectiveness of public policy implementation. The importance in the field to create a good image for loans ,development of personnel in the operation, quality communication system, attitude toward the policy of loan, trust to repay loan and satisfaction of the policy the repayment of debt to combination.



กิตติกรรมประกาศ

คุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงและสมบูรณ์ได้ด้วยความร่วมมือและความช่วยเหลือจากผู้มีพระคุณหลายท่าน ขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.ยุวัฒน์ วุฒิเมธี และ ศาสตราจารย์ ดร.วรเดช จันทรศร อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาใช้เวลาแก่ศิษย์ในการให้คำปรึกษาชี้แนะ แก้ไขงานอย่างเต็มกำลังสม่ำเสมอ ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมหมาย จันทรเรือง ประธานกรรมการสอบคุษฎีนิพนธ์ ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยนันท์ ปัญญาศิริ กรรมการสอบคุษฎีนิพนธ์ ซึ่งให้ความกรุณาให้คำแนะนำทางวิชาการอันพึงประโยชน์ ต่องานวิจัยชิ้นนี้ ขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.กระมล ทองธรรมชาติ รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา หงส์ไกรเลิศ และศาสตราจารย์ ดร.ลิขิต ธีระเวคิน ทั้ง 3 ท่านคือ กรรมการสอบคุษฎีนิพนธ์ชุดแรกซึ่งท่านได้ลุล่วงกลับไปแล้ว จะอยู่ในความทรงจำและขอระลึกถึงท่านตลอดไป อีกทั้งขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร.สัญญา สัญญาวิวัฒน์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตภา ถิรศิริกุล ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชา และให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ตลอดมา

ขอขอบพระคุณ ดร.นพคุณ ทอดสนิท ดร.ชัยพร ธนถาวรลาภ ดร.พิชญะ อุทัยรัตน์ ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย และ ดร.สรรชัย กิตติยานันท์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ผู้วิจัยตรวจสอบค่าความตรงเชิงเนื้อหา ขอขอบคุณ ดร.จิตติมา วิชัยรัตน์ ผู้จัดการ กยศ. คุณนันทวัน วงศ์จรกิตติคุณปรีชา บุญางกูร คุณดวงแข ตันติดยาพงษ์ รองผู้จัดการ กยศ. และคุณปรเมศวร์ สังข์เอี่ยม ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารหนี้ กยศ. ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์เจาะลึก

ขอขอบคุณบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม เจ้าหน้าที่และเพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้กำลังใจ และทำให้บรรยากาศของโครงการเป็นเหมือนบ้านที่มีความอบอุ่น สร้างแรงบันดาลใจ และพลังงานทำงานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จ

ว่าที่ ร้อยเอก โอภาส มีเชาว์

ธันวาคม 2561

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาของปัญหา.....	1
1.2 ความสำคัญของปัญหา	5
1.3 โจทย์วิจัย.....	9
1.4 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	9
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	9
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	9
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	12
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเรื่องการสร้างภาพลักษณ์.....	14
2.2 แนวคิดเรื่องการพัฒนาด้านบุคลากร.....	33
2.3 แนวคิดเรื่องการสื่อสาร และเทคโนโลยี.....	37
2.4 แนวคิดเรื่องทัศนคติ.....	41
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ.....	46
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	56
2.7 แนวคิดเรื่องนโยบายสาธารณะและการประเมินนโยบาย.....	71
2.8 แนวคิดเรื่องประสิทธิภาพ.....	87
2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	89
2.10 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	103
2.11 สมมติฐานในการวิจัย.....	104

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ.....	106
3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	106
3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ.....	107
3.1.3 การสร้างมาตรวัด.....	107
3.1.4 คุณภาพของเครื่องมือวัด.....	108
3.1.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ.....	112
3.1.6 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ.....	112
3.1.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	113
3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	115
3.2.1 ประชากรเป้าหมาย.....	115
3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	115
3.2.3 แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก.....	115
3.2.4 คุณภาพของแบบสัมภาษณ์.....	115
3.2.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	116
3.2.6 การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	116
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	119
4.2 ประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืม ของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา.....	121
4.3 ประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืม ของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา.....	130
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	141

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	150
5.2 อภิปรายผล	154
5.3 ข้อเสนอแนะ	158
บรรณานุกรม	160
ภาคผนวก	169
- ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	170
- ภาคผนวก ข ผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้สัมภาษณ์เจาะลึก.....	180
ประวัติผู้วิจัย	184



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	เงินเดือนเฉลี่ยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	2
2.1	แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กร.....	17
3.1	รายนามผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรวจเครื่องมือ	110
3.2	ผลการทดสอบค่าความตรงเชิงเนื้อหาและค่าความเที่ยง.....	110
3.3	ค่าสถิติที่เกี่ยวข้องในการประเมินความสอดคล้องของกรอบแนวความคิด กับข้อมูลเชิงประจักษ์.....	114
4.1	ลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	119
4.2	การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม.....	121
4.3	การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน.....	122
4.4	ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ.....	124
4.5	ทัศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม.....	125
4.6	ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม.....	127
4.7	ความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้.....	128
4.8	ประสิทธิผลในการชำระหนี้.....	129
4.9	ความหมายของสัญลักษณ์ในตัวแปรสังเกตได้.....	130
4.10	ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct reliability : ρ_c) และความ แปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (average variance extracted : ρ_v)	132
4.11	ผลการวิเคราะห์ปัญหา ภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุ.....	133
4.12	แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนของตัวแบบโดยรวม.....	135
4.13	แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนของตัวแบบโดยรวมหลังจาก ปรับแก้ตัวแบบ.....	136
4.14	ประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืม ของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา.....	137

สารบัญ ตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.15	ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักปัจจัยของตัวแปรแฝงภายนอก.....	138
4.16	ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักปัจจัยของตัวแปรแฝงภายใน.....	139
4.17	ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	140



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ความพึงพอใจในการบริการ.....	67
2.2 กระบวนการเกิดความพึงพอใจในการบริการ.....	69
2.3 กรอบกระบวนการนโยบายสาธารณะแบบเส้นตรงของ Howlett M. and Ramesh..	77
2.4 กระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะ.....	82
2.5 ความสัมพันธ์ของ 3 ปัจจัยในระบบนโยบาย (Policy System).....	83
2.6 กรอบแนวความคิดในการทำวิจัย.....	103
3.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	117
4.1 ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ตัวแบบก่อนปรับ.....	134
4.2 ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ตัวแบบหลังปรับ.....	136
4.3 แนวทางและข้อเสนอแนะทางการจัดการในการเพิ่มประสิทธิภาพการนำนโยบาย สาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา	148

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาของปัญหา

ในยุคแห่งโลกาภิวัตน์ โลกก้าวเข้าสู่ ภาวะที่เน้นการแข่งขัน ควบคู่ไปกับการร่วมมือกันในการทำธุรกรรม ผลที่เกิดขึ้นคือ ปรากฏการณ์ความร่วมมือกับประเทศในกลุ่มสมาชิก ไปพร้อมกับการแข่งขันกันพัฒนาประเทศควบคู่กันไป ปฏิเสธไม่ได้ว่า การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องอาศัยทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ในระบบเศรษฐกิจของภูมิภาคหลังประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะเกิดการแข่งขันสูงขึ้น ทำให้ประเทศไทยจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมรับความเปลี่ยนแปลงในทุกๆด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเตรียมพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ในประเทศ และการที่จะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างยั่งยืนจำเป็นต้องให้การศึกษาแก่ประชาชนในประเทศ เพื่อที่จะให้เกิดการพัฒนาทางด้านทุนมนุษย์ (Human Capital) ที่มีศักยภาพสูงขึ้น

ความสำคัญในการศึกษาของประชาชน มีปรากฏอยู่ในเรื่องของ สิทธิและเสรีภาพในการศึกษาไว้ในหมวด 3 มาตรา 49 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ซึ่งบัญญัติไว้ว่า “บุคคลย่อมมีสิทธิเสมอกันในการรับการศึกษาไม่น้อยกว่า 12 ปี ที่รัฐจะต้องจัดให้อย่างทั่วถึงและมีคุณภาพโดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย ผู้ยากไร้ ผู้พิการหรือทุพพลภาพ หรืออยู่ในสภาวะยากลำบาก ต้องได้รับสิทธิตามวรรคหนึ่งและการสนับสนุนจากรัฐเพื่อให้ได้รับการศึกษาโดยทัดเทียมกับบุคคลอื่น การจัดการศึกษาอบรมขององค์กรวิชาชีพหรือเอกชน การศึกษาทางเลือกของประชาชน การเรียนรู้ด้วยตนเองและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ย่อมได้รับความคุ้มครองและส่งเสริมที่เหมาะสมจากรัฐ” (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550: 31) แต่การที่รัฐบาลให้การศึกษาขั้นพื้นฐานแก่ประชาชน ยังพบว่าไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน เนื่องจากทั้งภาคส่วนอุตสาหกรรมและภาคธุรกิจ ต่างก็ต้องการทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้ความสามารถที่สูงกว่าการศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อจะเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาองค์กรและประเทศชาติต่อไป

จากการสำรวจสถานะการทำงานของประชากร ของธนาคารแห่งประเทศไทย (2561) ศึกษาช่วงปี 2560-2561 ซึ่งสำรวจเงินเดือนเฉลี่ยของแต่ละระดับการศึกษา เป็นดังนี้

ตารางที่ 1.1 เงินเดือนเฉลี่ยจำแนกตามระดับการศึกษา (บาท/เดือน)

ระดับการศึกษา	ไตรมาส2/2561	ไตรมาส1/2561	ไตรมาส4/2560	ไตรมาส3/2560	ไตรมาส2/2560	ไตรมาส1/2560
ยอดรวม	13,788.56	13,721.14	13,971.36	13,877.70	13,619.97	13,415.67
1. ไม่มีการศึกษา	7,569.61	7,401.47	7,567.58	7,581.40	7,285.90	7,398.96
2. ต่ำกว่าประถมศึกษา	7,506.29	7,337.26	7,694.28	7,582.42	7,452.10	7,309.06
3. ประถมศึกษา	8,443.07	8,347.25	8,501.19	8,450.38	8,261.63	8,281.62
4. มัธยมศึกษาตอนต้น	9,854.95	9,584.96	9,605.45	9,711.97	9,609.31	9,414.61
5. มัธยมศึกษาตอนปลาย	11,650.79	11,509.26	11,583.03	11,634.10	11,448.68	11,332.57
5.1. สายสามัญ	11,007.41	10,897.48	10,910.80	11,024.10	10,844.46	10,613.57
5.2. สายอาชีวศึกษา	13,730.64	13,521.68	13,636.71	13,457.97	13,431.99	13,521.09
5.3. สายวิชาการศึกษา	17,763.78	10,216.91	10,362.13	8,346.62	23,803.26	17,403.85
6. ระดับสูงกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (อนุปริญญา)	15,146.46	15,092.21	14,748.76	15,101.35	15,452.82	15,174.18
6.1. สายสามัญ	14,165.86	14,274.14	14,843.51	16,158.49	16,744.25	15,590.42
6.2. สายอาชีวศึกษา	15,176.28	15,100.95	14,739.05	15,073.99	15,405.29	15,160.01
6.3. สายวิชาการศึกษา	14,879.96	15,593.87	15,436.95	15,127.58	16,917.50	15,468.28
7. ระดับปริญญาตรี	22,930.23	22,998.80	23,471.44	23,096.29	22,852.56	22,942.41
7.1. สายวิชาการ	22,584.94	22,678.36	23,233.52	22,759.00	22,403.36	22,470.11
7.2. สายวิชาชีพ	25,524.98	24,838.28	24,991.66	24,881.50	23,651.31	23,777.16
7.3. สายวิชาการศึกษา	23,868.62	23,917.13	24,166.32	24,228.70	24,802.24	24,865.43
8. ระดับปริญญาโท	37,618.64	38,395.39	37,381.33	37,573.56	36,672.59	36,543.56
9. ระดับปริญญาเอก	48,617.61	48,924.43	46,206.72	49,831.09	46,416.73	45,922.75

จากตารางจะพบว่า การศึกษาจะมีผลต่ออัตราเงินเดือนเฉลี่ย และในเวลาเดียวกันการศึกษาจะช่วยทำให้ค่าเฉลี่ยรวมของรายได้ของผู้มีงานทำสูงขึ้น เป็นความสำคัญอย่างยิ่งของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ จึงได้กำหนดเป็นนโยบายสนับสนุน ภาคเอกชน ในการพัฒนาศึกษา และเพื่อแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านการศึกษาในสังคมด้วยการให้โอกาสแก่นักเรียนนักศึกษาที่ด้อยโอกาสจึงกำหนดเป็นนโยบายที่จะให้ภาครัฐบาลสนับสนุนทางการเงิน โดยจัดตั้งกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ให้แก่นักเรียนนักศึกษา ที่มาจากครอบครัวที่มีรายได้น้อยตั้งแต่วันที่ 28 มีนาคม 2538 คณะรัฐมนตรี สมัยนายชวน หลีกภัย มีมติเห็นชอบในหลักการ โครงการจัดตั้งกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาขึ้น เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น จากตารางจะเห็นได้ว่า เงินเดือนเฉลี่ยมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นตามการศึกษาที่สูงขึ้น ดังนั้นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ รัฐบาลจึงมีแนวทางในการสนับสนุน ให้การช่วยเหลือทางการศึกษาแก่ผู้ที่อยากจะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา นี่คือการมาของการจัดตั้งกองทุนเพื่อที่จะช่วยเหลือผู้ที่ต้องการจะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์ โดยที่รัฐบาลได้จัดตั้งกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาให้แก่นักเรียน/นักศึกษาที่มาจากครอบครัวที่มีรายได้น้อย ได้แก่ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.)

กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) จัดตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2538 โดยกระทรวงการคลัง กระทรวงศึกษาธิการ และทบวงมหาวิทยาลัย ได้ร่วมพิจารณาบนพื้นฐานการให้ความสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อรองรับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ อีกทั้งเพื่อแก้ไขปัญหาทางสังคมเรื่องความเหลื่อมล้ำทางด้านการศึกษา จึงได้มีมติร่วมกันในหลักการโครงการจัดตั้งกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา โดยมีกระทรวงการคลัง กระทรวงศึกษาธิการ และทบวงมหาวิทยาลัย เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแล และ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ทำหน้าที่บริหารจัดการเงินให้กู้ยืม

ต่อมาคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 16 มกราคม พ.ศ. 2539 ให้เริ่มดำเนินการกองทุนในลักษณะเงินทุนหมุนเวียน ตามนัยมาตรา 12 แห่งพระราชบัญญัติเงินคงคลัง พ.ศ. 2491 กองทุนจึงเริ่มเปิดให้กู้ยืมตั้งแต่ปีการศึกษา 2539 ด้วยงบประมาณประจำปีจำนวนกว่า 3,652 ล้านบาท และได้รับการจัดสรรงบประมาณสมทบเป็น รายปีตามความจำเป็น โดยมีหลักการพื้นฐานว่า “เพื่อให้เงินกู้ยืมแก่นักเรียน นักศึกษา ซึ่งมาจากครอบครัวที่มีรายได้น้อย สำหรับศึกษาต่อตั้งแต่ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ทั้งสายสามัญและสายอาชีวะ) จนถึงระดับปริญญาตรีในประเทศ รวมทั้งการศึกษานอกระบบ ต่อเนื่องจากระดับมัธยมศึกษาตอนต้นตามหลักสูตร และประเภทที่

กระทรวงศึกษาธิการกำหนด โดยนักเรียน นักศึกษาจะต้องชำระคืนพร้อมดอกเบี้ยอัตราต่ำเมื่อจบการศึกษาแล้ว”

จากนั้นรัฐบาลได้เล็งเห็นว่ากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาที่เอื้อประโยชน์แก่นักเรียน นักศึกษา ที่ด้อยโอกาสอย่างแท้จริง จึงประกาศใช้พระราชบัญญัติกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา พ.ศ. 2541 มีผลให้กองทุนฯ มีฐานะเป็นนิติบุคคล อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง และมีโครงสร้างการดำเนินงานที่มั่นคงและเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีความคล่องตัวในการปฏิบัติงานมากขึ้น จากยุคแรก สำนักงานตั้งอยู่ที่กรมบัญชีกลาง ในปี พ.ศ. 2544 กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาได้ย้ายมายังสำนักงานแห่งใหม่ ณ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ จวบจนปัจจุบัน

ซึ่งกองทุนนี้นับเป็นกลไกสำคัญของรัฐบาลที่ ช่วยให้การสนับสนุน และขยายโอกาส เพื่อพัฒนาการศึกษาของประเทศไทยให้เยาวชนไทยได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพได้มาตรฐานอย่างเท่าเทียมกัน โดยมีวิสัยทัศน์ของ คือ "เป็นองค์กรการเงินชั้นนำ มุ่งสร้างโอกาสทางการศึกษา เพื่อพัฒนาสังคมไทย" นอกจากนี้ทางกองทุนยังได้ประกาศพันธกิจของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) ซึ่งก็คือ “ให้กู้ยืมเงินเพื่อการศึกษาแก่นักเรียน นักศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ด้วยการบริหารจัดการและระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของเศรษฐกิจและสังคมไทย โดยรักษาวินัยทางการเงินการคลังและหลักธรรมาภิบาล”

สำหรับ ภาพรวมการดำเนินงานของ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) พบว่า นักศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจนถึงระดับปริญญาตรี ปีงบประมาณ 2539-2554 กองทุนได้รับงบประมาณแผ่นดินจำนวน 357,036.4722 ล้านบาท กองทุนสมทบการให้กู้ยืมจำนวน 64,579.8667 ล้านบาท รวมเป็นเงินสำหรับให้กู้ยืมเงินทั้งสิ้นจำนวน 421,616.3389 ล้านบาท ปีการศึกษา 2539 จนถึงเดือนกันยายน 2554 มีผู้กู้ยืมรวมทั้งสิ้น 3,932,137 ราย ผู้กู้ยืมที่ครบกำหนดชำระหนี้จำนวน 2,452,511 ราย ผู้กู้ยืมที่กำลังศึกษาในการศึกษา 2554 จำนวน 872,904 ราย อยู่ในช่วงปลอดหนี้หลังสำเร็จการศึกษา 2 ปี จำนวน 584,128 ราย และเสียชีวิตจำนวน 22,594 ราย

ปัจจุบัน พระราชบัญญัติกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา พ.ศ. 2560 ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 27 มกราคม 2560 และมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2560 มีผลให้กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาอยู่ในการกำกับดูแลของรัฐมนตรี และมีฐานะเป็นนิติบุคคลที่ไม่เป็นส่วนราชการตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการแผ่นดินหรือรัฐวิสาหกิจตามกฎหมายว่าด้วยวิธีการงบประมาณและกฎหมายอื่น เนื่องจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาตามพระราชบัญญัติกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา พ.ศ. 2541 และกองทุนเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาที่ผูก

กับรายได้ในอนาคตตามระเบียบกระทรวงการคลัง ว่าด้วยการบริหารกองทุนเพื่อการศึกษา พ.ศ. 2549 ที่ออกตามพระราชบัญญัติเงินคงคลัง พ.ศ. 2491 มีการบริหารจัดการและการดำเนินการที่มีข้อจำกัด และไม่สอดคล้องกับนโยบายการผลิตกำลังคนและการพัฒนาประเทศสมควรบูรณาการการบริหารจัดการและการดำเนินการของกองทุน กยศ. และกองทุน กรอ. ให้เป็นเอกภาพอยู่ภายใต้กฎหมายเดียวกัน และเพิ่มมาตรการในการบริหารจัดการกองทุนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.2 ความสำคัญของปัญหา

จากการประมวลผลปัญหาการดำเนินงานกำกับลูกหนี้กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) สามารถสรุปได้ดังนี้

1.2.1 ปัญหาการดำเนินคดีกับลูกหนี้กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.)

กยศ. เริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2541 โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการให้กู้ยืมเงินแก่ผู้ที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ และมีรายได้ต่อครอบครัวต่ำกว่า 2 แสนบาทต่อปี โดยให้กู้ในอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 1 ต่อปี ซึ่งต้องชำระหนี้ในปีแรกไม่น้อยกว่าร้อยละ 1.5 ของจำนวนเงินกู้ ในปีที่ 2 ชำระไม่น้อยกว่าร้อยละ 2.5 และในปีถัดไปจะต้องผ่อนชำระในอัตราก้าวหน้าจนครบกำหนดการผ่อนชำระ 15 ปี ซึ่งปัจจุบันมีผู้กู้ยืมจำนวนทั้งหมด 3.9 ล้านราย อยู่ระหว่างศึกษา 9 แสนราย หลักเกณฑ์การชำระหนี้จะต้องเป็นผู้ที่จบการศึกษาไปแล้ว 2 ปี และหากนักศึกษาจบการศึกษาเป็นเวลา 2 ปี แล้วไม่ดำเนินการชำระหนี้ทาง กยศ. จะคิดเบี้ยปรับในอัตราร้อยละ 1.5 ต่อเดือน ขณะนี้มีนักศึกษาที่ครบกำหนดชำระหนี้แล้วจำนวน 2.5 ล้านราย โดยมาตรการในการติดตามหนี้ จะมีอยู่ 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. ดำเนินการส่งจดหมายถึงผู้กู้ที่จะครบกำหนดชำระหนี้ เพื่อแจ้งภาระหนี้ และวิธีการติดต่อขอชำระหนี้ให้ทราบก่อนถึงวันครบกำหนดชำระครั้งแรก กล่าวคือต้องชำระภายในวันที่ 5 กรกฎาคม ของทุกปี

2. เมื่อส่งจดหมายฉบับแรกไปแล้ว หากลูกหนี้ไม่ชำระหนี้ กยศ. จะเชิญลูกหนี้มาเจรจาไกล่เกลี่ย

3. สัญญาการกู้ยืมเงินจะมีอายุความ 5 ปี นับแต่วันที่ครบกำหนด ผู้กู้ที่ค้างชำระตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป หากไม่ทำการชำระหนี้หรือไม่เข้าร่วมโครงการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทก่อนฟ้องคดี กยศ.จะบอกเลิกสัญญา และยื่นฟ้องผู้กู้และผู้ค้ำประกันต่อไป ซึ่งจะต้องดำเนินการฟ้องร้องก่อนวันที่ 4 กรกฎาคม 2555

ในกรณีที่ กยศ. ส่งหนังสือทวงถามไปยังลูกหนี้แล้ว เกิดข้อโต้แย้งว่าลูกหนี้ไม่ได้ลงนามในสัญญากู้จริง กยศ. จะแจ้งความดำเนินคดีต่อพนักงานสอบสวนเพื่อให้ดำเนินคดีแก่ผู้กระทำความผิดฐานปลอมแปลงเอกสาร แต่ทั้งนี้ต้องเป็นกรณีที่มีหลักฐานชัดเจน ซึ่งขณะนี้คดีดังกล่าวอยู่

ระหว่างการสอบสวนและดำเนินการฟ้องศาล สำหรับกรณีการสวมสิทธิ์นักศึกษาในการกู้ยืมเงิน กยศ. จะดำเนินคดีกับนิติบุคคล คือสถานศึกษา เนื่องจาก กยศ. มอบอำนาจให้อธิการบดีเป็นผู้ลงนามในสัญญาการกู้ยืมเงิน จึงต้องฟ้องผู้บริหารของสถานศึกษานั้นในฐานะที่ได้รับมอบอำนาจจาก กยศ. ไป แต่บริหารงานผิดพลาด แต่จะไม่ดำเนินคดีกับอาจารย์คนใดคนหนึ่ง สำหรับกรณีที่อาจารย์เป็นผู้ค้ำประกันให้นักศึกษาผู้นั้น เมื่อนักศึกษาซึ่งเป็นลูกหนี้ไม่สามารถชำระหนี้ได้ ผู้ค้ำประกันย่อมต้องรับผิดชอบในหนี้ดังกล่าว และหนี้เงินให้กู้ยืมระงับต้องเกิดจาก

1. ผู้กู้ตาย ปัจจุบันมีจำนวน 22,594 ราย
2. ผู้กู้พิการ จะมีระดับของความพิการตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ กยศ. จะระงับการเรียกคืนหนี้ กล่าวคือไม่มีการติดตามทวงถามหนี้ แต่ยังคงมีสถานะเป็นลูกหนี้อยู่
3. มีการจัดชั้นลูกหนี้ โดยใช้ระยะเวลาค้างชำระเป็นตัวกำหนด เช่น หากค้างชำระเป็นเวลา 4 ปี จะจัดให้เป็นหนี้สงสัยจะสูญ

1.2.2 ปัญหาการทุจริตจากโครงการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

โดยในการประชุมคณะกรรมการแก้ไขปัญหานี้สินแห่งชาติ สภาผู้แทนราษฎร ครั้งที่ 16 ตัวแทนจากกรมสอบสวนคดีพิเศษหรือ DSI ได้ชี้แจงจากกรณีที่มีข้อร้องเรียนจากอดีตนักศึกษาจำนวนหนึ่งว่า เคยสมัครเข้ารับการศึกษาศึกษาในสถาบันการศึกษาแต่เปลี่ยนใจไม่ศึกษาต่อและกรณีที่เคยเข้ารับการศึกษาศึกษาแต่ศึกษาไม่จบ ได้รับหนังสือทวงถามหนี้จากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) เป็นจำนวนสูง กยศ. ได้ชี้แจงถึงที่มาของช่องว่างอันเป็นเหตุให้เกิดกรณีดังกล่าวว่า ต้นเหตุเกิดจากช่วงสมัยที่มีการปฏิรูปการปกครองในปี พ.ศ.2549 ซึ่งเปลี่ยนการดำเนินการจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) ที่กำหนดให้นักศึกษาต้องชำระคืนเมื่อจบการศึกษาไปแล้ว 2 ปี มาเป็นกองทุนเงินกู้ยืมที่ผูกกับรายได้ในอนาคต (กรอ.) ที่กำหนดให้นักศึกษาใช้คืนทุนเมื่อมีรายได้เพียงพอ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างรวดเร็ว การดำเนินการในการให้กู้ยืมเงินนั้นไม่สามารถจัดทำสัญญาได้ทัน เนื่องจากอยู่ระหว่างส่งเรื่องให้อัยการสูงสุดตรวจสอบความถูกต้อง เมื่อเปิดการศึกษาในปีพ.ศ.2549 สัญญาเงินกู้ยืมจึงยังไม่สามารถส่งไปให้นักศึกษาได้ส่งผลให้นักศึกษาต้องออกจากสถานศึกษากลางคัน เนื่องจากไม่มีเงินค่าเล่าเรียน ชำระให้แก่สถานศึกษา กรอ. จึงแก้ไขปัญหาโดยให้สถานศึกษาส่งรายชื่อมาให้ กรอ. พร้อมทั้งเซ็นชื่อรับรองว่า เป็นนักศึกษาของสถานศึกษาจริง ซึ่งในการเซ็นชื่อรับรองผู้ที่เซ็นชื่อรับรองต้องทำบันทึกข้อตกลงระหว่างสถานศึกษากับ กรอ. ว่าเมื่อสถานศึกษาส่งรายชื่อให้กับ กรอ. แล้วจะต้องส่งสัญญามาให้ กรอ. ในภายหลัง กรอ. จึงจะยอมรับว่าการดำเนินการกู้ยืมเงินถูกต้องตามกระบวนการ

ต่อมาเมื่อมีการจัดทำสัญญาเงินกู้ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งได้รับมอบหมายจาก กยศ. ให้ตรวจสอบ ความถูกต้องของเอกสารสัญญาเงินกู้ได้ดำเนินการตรวจสอบแล้วแต่ไม่พบ ความผิดพลาดเนื่องจากสัญญาเงินกู้มีการ ลงชื่อรับรองโดยผู้มีอำนาจบริหารของสถานศึกษาต่าง ๆ ถูกต้อง แต่ที่ยังไม่ปรากฏเป็นข่าวเนื่องจากยังไม่มี การติดตามทวงถามหนี้ เมื่อนักศึกษาได้รับ หนังสือทวงถามหนี้ ทำให้เกิดข้อร้องเรียนดังที่ได้มีการออกข่าวที่ปรากฏต่อสาธารณชน

หลังจากที่ กยศ. ได้รับหนังสือร้องเรียนก็ได้แจ้งให้สถานศึกษานำแบบลงทะเบียนมาแสดง โดยแจ้งต่อสถานศึกษาว่า หากไม่สามารถแสดงได้ สถานศึกษาต้องรับผิดชอบใช้เงินคืนให้แก่ กองทุนฯ เนื่องจากในปี พ.ศ.2549 ตามระเบียบของกองทุนฯ ให้ถือว่าแบบลงทะเบียนเรียนเป็น เอกสารการขอรับทุน ซึ่งปัจจุบัน กยศ.ได้รับการชดใช้คืนแล้วเป็นจำนวน 83 ราย จากจำนวน นักศึกษา 101 ราย ยังคงเหลืออีก 18 รายที่ต้องดำเนินการติดตามทวงถาม และนอกจากการ ดำเนินการดังกล่าว กยศ.ยังได้ประสานงานกับกรมสอบสวนคดีพิเศษเพื่อทำการสืบสวน ซึ่งผลการ สืบสวนสรุปได้ดังนี้

ในปีการศึกษา พ.ศ. 2549 สถานศึกษาได้จัดให้เจ้าหน้าที่ไปชักชวนแนะนำการศึกษาให้กับ ประชาชนทั่วไป โดยเสนอว่าเป็นการเรียนฟรี หากเรียนจบแล้วทำงานมีรายได้ไม่พอเพียงกับ จำนวนที่กองทุนฯ กำหนดไว้จะไม่ต้องใช้คืนเงินกู้ ทำให้นักศึกษาสนใจมาสมัครเข้าเรียนเป็น จำนวนมาก เนื่องจากคนที่มาเรียนส่วนใหญ่จะรู้ตัวว่ามาเรียนแล้วไม่สามารถที่จะทำงานได้ เงินเดือนสูงมากพอที่จะใช้คืนเงินกู้ยืมได้ พอเปิดภาคการศึกษา มีนักศึกษาเพียงไม่กี่รายจากพยานที่ สอบไปที่มาเรียนจริงและบางคนมาเรียนเพียง 1 เดือนหรือ 2 เดือน หลังจากนั้นก็ยุติการศึกษาไป กลางคัน

ด้วยเหตุผลหลายๆ ประการ แต่สถานศึกษาก็ยังคงนำชื่ออดีตนักศึกษาเหล่านั้นไปทำเรื่อง ขอรับเงินกับกองทุนอยู่ เป็นเหตุให้อดีตนักศึกษาเหล่านั้นต้องเป็นหนี้กองทุนฯ จนได้รับการติดตาม ทวงถามให้ชำระหนี้ดังเช่นที่เป็นข่าว กรณีที่เกิดขึ้นกรมสอบสวนคดีพิเศษเชื่อว่ามูลความผิดเกิดจาก การกระทำความผิดของสถานศึกษาโดยมีเจ้าหน้าที่เข้ามาเกี่ยวข้อง นับเป็นคดีที่ค่อนข้างมีความ ยุ่งยากซับซ้อน เป็นคดีที่กรมบังคับคดีต้องเข้ามาดำเนินการเพื่อหา ข้อยุติ คณะทำงานจึงมีมติว่าจะ เสนอเรื่องนี้ต่อคณะกรรมการสอบสวนคดีพิเศษ เพื่อให้อำนาจกับกรมสอบสวนคดีพิเศษดำเนินการ สอบสวนเรื่องนี้ต่อไป หากพบว่ามีสถานศึกษาใดหรือผู้ใดเข้ามาเกี่ยวข้องกับการกระทำความผิด กรมสอบสวนคดีพิเศษจะแจ้งข้อกล่าวหาและดำเนินคดีเป็นราย ๆ ไป

สำหรับปัญหาการดำเนินงานที่ไม่บรรลุเป้าดังกล่าว Adrian Ziderman (1999) ได้ทำการ วิจัยแล้วพบว่า ปัญหาเกิดจากเงื่อนไขการให้กู้ การคัดเลือก และการตรวจสอบนักเรียนที่จะได้รับ

เงินกู้ยังไม่ได้เชื่อมโยงกับความขาดแคลนทุนทรัพย์ของนักเรียนอย่างแท้จริง หรือพูดอีกนัยหนึ่งก็คือยังขาดการนำนโยบายทางสาธารณะที่ถูกต้องเพียงพอในการนำไปสู่ภาคปฏิบัติ

สำหรับแนวทางในทางช่วยเหลือและแก้ไขที่ กยศ. กำลังดำเนินการอยู่ในขณะนี้คือ กรณีที่นักศึกษายังไม่มีรายได้ หรือมีรายได้ต่ำกว่า 4,700 บาทต่อเดือน สามารถมาทำเรื่องขออนุมัติผ่อนผันกับทาง กยศ. ได้คราวละ 6 เดือน โดยผ่อนผันได้ 4 ครั้งรวมกันแล้วต้องไม่เกิน 24 เดือนและช่วยเหลือผู้ไม่มีงานทำ โดยประสานงาน กับแรงงานจังหวัดเพื่อจัดกิจกรรมให้ผู้กู้ยืมเงินหาตำแหน่งงานว่างจากแรงงานจังหวัด มีการจัดทำเว็บไซต์ลิงก์ไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งสภาอุตสาหกรรม หน่วยงานภาคเอกชนและภาครัฐซึ่งมีตำแหน่งงานว่าง เพื่อให้ผู้ที่จบไปแล้วไม่มีงานทำสามารถนำไปเป็นช่องทางหางานได้อีกช่องทางหนึ่ง และในขณะนี้กองทุนได้ดำเนินการประสานพลังบวกเพื่อช่วยผู้กู้ยืม โดยมุ่งไปที่กลุ่มที่ค้างชำระเป็นเวลาหลายปี ซึ่งอยู่ในข่ายที่จะต้องฟ้องร้องเพื่อลดการฟ้องร้อง โดยลงพื้นที่ไปที่จังหวัดร้อยเอ็ดและประสานกับองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) เพื่อให้ช่วยเจรจาให้ลูกหนี้ปฏิบัติตามชำระหนี้ เพื่อให้ระยะเวลาการฟ้องร้องขยายออกไป ทั้งนี้เป็นแนวทางช่วยเหลือผู้มีรายได้ไม่พอเพียงอีกวิธีหนึ่ง นอกจากการการผ่อนผันให้ชำระหนี้ตามปกติ กยศ. ยังกำหนดหลักเกณฑ์การกู้ยืมเงินให้แก่สถานศึกษามากขึ้นดังนี้

- 1) วงเงินที่ให้กู้พิจารณาจากคุณภาพของสถาบันการศึกษา
- 2) ผู้ที่จะขอรับทุนการศึกษาต้องเป็นผู้ที่มีศักยภาพ โดยมุ่งเน้นไปที่ คณะเนอโอเน็ต และในการทำสัญญา มีการตกลงสิทธิและหน้าที่ระหว่างกันและกันให้ชัดเจน

จากปัญหาที่เกิดขึ้นจะเห็นว่าตัวผู้กู้ยืมซึ่งทั้งหมดเป็นนิสิตนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาแล้วในระดับ อนุปริญญาถึงระดับอุดมศึกษานั้น จัดว่าเป็นผู้มีการศึกษา เป็นบัณฑิตเป็นผู้มีความรู้ความสามารถพร้อมทั้งวิวุฒิและคุณวุฒิ แต่มีนักศึกษาเป็นจำนวนมากที่ผิคนัดชำระคืนเงินกู้แก่กองทุนฯ และตัวผู้กู้ยืมเองก็เคยมีสถานะเป็นลูกหนี้กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาเช่นกัน แต่ปัจจุบันได้ชำระเงินคืนแก่กองทุนครบหมดแล้ว และไม่เคยมีปัญหาการผิคนัดชำระเลย จึงมีความสนใจศึกษาปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นกับผู้กู้ยืมรายอื่นๆ ว่ามีปัจจัยทางการจัดการนโยบายสาธารณะอะไรบ้างที่นำมาบูรณาการแล้วส่งผลต่อประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาเพื่อนำไปสู่ความสามารถชำระคืนเงินกู้ยืมให้แก่กองทุนได้ตามกำหนดเวลา

โดยที่ผลการวิจัยจะนำไปเป็นข้อเสนอแนะให้ผู้บริหารกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา และแก่นักศึกษาผู้กู้ยืมเงินจากกองทุนนี้ เพื่อให้สามารถนำไปปรับกระบวนการยุทธศาสตร์ ด้านการบริหารจัดการกองทุน ให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงในบริบทต่างๆอันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์การและสถานะทางการเงินของประเทศไทย ทั้งยังช่วยส่งเสริมงานวิชาการที่เป็นประโยชน์ต่อวงการการศึกษาของประเทศไทยในด้านการจัดการ และเพื่อเป็นแนวทางให้นักศึกษารายใหม่ๆสามารถ

เตรียมพร้อมให้เป็นลูกหนี้ที่ดี เป็นบัณฑิตซึ่งเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพของประเทศชาติ มีความสามารถส่งเงินคืนเงินกู้ยืมตามกำหนดเวลาเพื่อให้กองทุนมีเงินหมุนเวียนให้แก่ นักศึกษารุ่นหลังต่อไป และเพื่อไม่ต้องให้กองทุนเป็นภาระทางการคลังของประเทศไทยในอนาคตอีกด้วย

1.3 โจทย์ในการวิจัย

ประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ประกอบไปด้วยอะไร และควรดำเนินการอย่างไร

1.4 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาที่มีผลกระทบต่อประสิทธิผลในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา
2. เพื่อศึกษาหาประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา
3. เพื่อพัฒนาแนวทางและข้อเสนอแนะทางการจัดการในการเพิ่มประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) โดยเน้นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลได้แก่บรรดานักเรียน นักศึกษาที่กู้ยืมเงิน กยศ. สำเร็จการศึกษาดังแต่ปีการศึกษา 2549 – 2553 เป็นผู้กู้ยืมทั้งที่สามารถชำระหนี้ได้และชำระหนี้ไม่ได้ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในสัดส่วนที่เท่า ๆ กัน อาศัยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยอาศัยฐานข้อมูลรายชื่อนักศึกษา จากธนาคารกรุงไทยและนำวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเชิงนโยบาย ได้แก่ ผู้บริหารกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา จำนวน 5 ราย เป็นส่วนเสริมเพื่อความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น ที่ โดยมีช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่าง มกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2559

1.6 นิยามศัพท์

กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา หมายถึง กองทุนที่รัฐบาลจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มโอกาสทางการศึกษาให้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ให้สามารถศึกษาต่อได้ถึงระดับที่สูงกว่าการศึกษาขั้นพื้นฐาน ไปจนถึงระดับอุดมศึกษา

ภายในประเทศ (ทั้งสายสามัญและสายอาชีวศึกษา) รวมทั้งการศึกษานอกระบบต่อเนื่องจากระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โดยกำหนดให้กู้ยืมเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการศึกษา

การประเมินผล หมายถึง การศึกษาผลจากการดำเนินงานของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ในส่วนของปัจจัยนำเข้า กระบวนการดำเนินงาน ผลผลิต และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาว่าบรรลุวัตถุประสงค์ของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาหรือไม่

กองทุนเงินให้กู้ยืมที่ผูกกับรายได้ในอนาคต หมายถึง กองทุนที่ให้กู้ยืมเพื่อช่วยเหลือผู้ที่เข้าเรียนในระดับอุดมศึกษามีโอกาสได้เรียน โดยไม่มีอุปสรรคทางการเงิน และเป็นกองทุนที่มีได้กำหนดเวลาเริ่มต้นในการชำระหนี้เงินกู้ แต่ให้ขึ้นอยู่กับความสามารถในการหารายได้ของผู้กู้ เพื่อให้การชำระหนี้เงินกู้ของผู้กู้ส่งผลกระทบต่อภาระการครองชีพในระยะเริ่มต้นของการทำงาน

ระดับอุดมศึกษา หมายถึง การศึกษาในระดับปริญญาตรี

นักศึกษา หมายถึง นิสิต/นักศึกษาในระดับปริญญาตรีหลักสูตรปกติ 4 ปี

การเพิ่มโอกาสทางการศึกษา หมายถึง การมีโอกาสทางการศึกษาที่เพิ่มขึ้นจากการได้รับการกู้ยืมเงินจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา โดยพิจารณาจาก สัดส่วนของจำนวนนิสิต/นักศึกษาที่ได้รับเงินกู้จากกองทุนฯ ต่อจำนวนนิสิต/นักศึกษาที่ขอกู้

ความสามารถในการรับภาระค่าใช้จ่าย หมายถึง ความสามารถในการใช้จ่ายเพื่อการศึกษา หลังจากได้รับเงินสนับสนุนจากกองทุนเพื่อการศึกษา โดยพิจารณาจาก

- สัดส่วนของจำนวนเงินที่ได้รับสนับสนุนจากกองทุนฯ ในส่วนที่จ่ายให้สถานศึกษา ต่อค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษาให้สถานศึกษา
- สัดส่วนของจำนวนเงินที่ได้รับสนับสนุนจากกองทุนฯ ในส่วนที่จ่ายให้นิสิต/นักศึกษา ต่อค่าใช้จ่ายในระหว่างที่ศึกษา

ค่าใช้จ่ายทางการศึกษา หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ผู้เรียนต้องจ่ายให้แก่สถาบันการศึกษาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ระหว่างที่ศึกษา ประกอบด้วยค่าใช้จ่าย 2 ส่วนคือ

1. ค่าใช้จ่ายให้แก่สถานการศึกษา ประกอบด้วย

- ค่าบำรุงการศึกษา
- ค่าหน่วยกิต
- ค่าธรรมเนียมการศึกษา

2. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในระหว่างที่ศึกษา ประกอบด้วย

- ค่าอุปกรณ์การเรียน
- ค่าเครื่องแบบนักศึกษา

- ค่าอุปกรณ์ที่ใช้เกี่ยวกับการศึกษา
- ค่ากิจกรรม
- ค่าที่พักระหว่างศึกษา (กรณีที่ไม่พักบ้านตนเอง)
- ค่าอาหารและเครื่องดื่ม
- ค่าเดินทางไปศึกษา
- ค่าใช้จ่ายส่วนตัว

นโยบายสาธารณะ หมายถึง แนวทางกิจกรรม การกระทำ หรือการเลือกตัดสินใจของรัฐบาล ซึ่งได้ทำการตัดสินใจและกำหนดไว้ล่วงหน้า สำหรับการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ โดยมีการวางแผน การจัดทำโครงการ วิธีการบริหารหรือกระบวนการดำเนินงาน ให้บรรลุวัตถุประสงค์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ด้วยวิธีปฏิบัติงานที่ถูกต้อง เหมาะสม สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง สำหรับเป้าหมายในกรณีนี้คือ ให้ผู้กู้ยืมมีความสามารถในการชำระหนี้ และการตรงต่อเวลาในการชำระหนี้

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม หมายถึง ความน่าเชื่อถือที่เกิดขึ้นจากผู้กู้ยืมเงินให้เกิดความตระหนักต่อหน้าที่และความรับผิดชอบส่วนตัว ต่อสังคม และบริบทแวดล้อม อันนำความภาคภูมิใจที่ได้รับโอกาสทางการศึกษา

การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน หมายถึง การใช้ทรัพยากรบุคคลในหน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาให้มีคุณภาพ มุ่งที่ความรู้ ความสามารถ ความคิดริเริ่ม การสร้างความสัมพันธ์ของคนในองค์กร การกำหนดหน้าที่ในการทำงานสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม สถานการณ์และความเปลี่ยนแปลงภายในและภายนอกองค์กรอย่างเป็นระบบ รวมถึงการพัฒนาทักษะการทำงาน เพื่อส่งเสริมบุคลากรให้มีคุณค่าและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เพื่อพัฒนาทักษะในการทำงานให้สอดคล้องกับการวางแผน การกำหนดนโยบาย ส่งผลต่อการทำงานให้สำเร็จตรงตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ร่วมกัน อีกทั้งก่อให้เกิดการรักษาทรัพยากรมนุษย์ให้ดำรงอยู่กับองค์กร เพื่อรักษาทรัพยากรมนุษย์ไว้ให้คงอยู่กับองค์กร

ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ หมายถึง ความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับองค์กรและสิ่งแวดล้อมด้านงานในการประสานงานกัน ในองค์กรก่อให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างผู้บังคับบัญชาและบุคลากร ผ่านทางคุณภาพของสารสนเทศที่ ถูกต้องแม่นยำ สมบูรณ์ ครบถ้วน เข้าใจง่าย ทันต่อเวลา ตรวจสอบได้ มีความยืดหยุ่น และมีความปลอดภัย

ทัศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม หมายถึง การหลอมรวมขององค์ประกอบในสามส่วน ได้แก่ องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ ในการทำงาน โครงสร้างกองทุน และติดตามข่าวสารอย่างต่อเนื่อง องค์ประกอบด้านความรู้ลึกในแง่ความชื่นชม ภาคภูมิใจ และการ

สร้างความตระหนักในความรับผิดชอบจากการกู้ยืมกองทุน องค์ประกอบด้านพฤติกรรมที่ทำให้ผู้กู้ยืมเงินมีความตั้งใจชดใช้เงินคืนให้กับกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา และตั้งใจใช้น้อย่างสม่ำเสมอ โดยตระหนักว่าเป็นความรับผิดชอบที่สำคัญของตน

ความไว้วางใจในการชำระหนี้กู้ยืมเงิน หมายถึง หมายถึงความไว้วางใจของผู้กู้ยืม กยศ. ในเรื่องการชำระหนี้ และการตอบสนองต่อความต้องการที่คาดหวัง ในความคุ้มค่า และอรรถประโยชน์ของการเข้ามาเป็นสมาชิกของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา

ความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้ หมายถึง ผลที่เกิดจากการสร้างประสบการณ์แห่งความพึงพอใจด้วยความเชื่อและการรับรู้คุณค่า รวมถึงการสร้างสัมพันธภาพที่ดีจนเกิดความผูกพันต่อกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา และยินดีที่จะให้ข้อมูลต่อผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการกู้เงินกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา

ประสิทธิผลในการชำระหนี้ หมายถึง ความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากรที่มี สามารถทราบวัตถุประสงค์การกู้และสามารถติดตาม ได้อย่างชัดเจน ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของสมาชิกที่มีคุณภาพใช้หนี้ตรงเวลา

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงสภาพปัญหาต่างๆ ที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา
2. เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา
3. ผู้เกี่ยวข้องสามารถนำแนวทางที่พัฒนาขึ้นไปปรับใช้เพื่อเสริมสร้างประสิทธิผลในการจัดการ
4. ข้อค้นพบจากการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์ความรู้ทางวิชาการด้านการจัดการ และยังนำไปเป็นข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการแก้ไขปัญหานี้สินแห่งชาติ สภาผู้แทนราษฎรต่อไป

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อ ศึกษาสภาพปัญหาที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา เพื่อศึกษาหาประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา และ เพื่อพัฒนาแนวทางและข้อเสนอแนะทางการจัดการในการเพิ่มประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา โดยศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. แนวคิดเรื่องการสร้างภาพลักษณ์
2. แนวคิดเรื่องการพัฒนาด้านบุคลากร
3. แนวคิดเรื่องการสื่อสาร และเทคโนโลยี
4. แนวคิดเรื่องทัศนคติ
5. แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ
6. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
7. แนวคิดเรื่องนโยบายสาธารณะและการประเมินนโยบาย
8. แนวคิดเรื่องประสิทธิภาพ
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเรื่องการสร้างภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ ถูกนำมาพิจารณาเป็นองค์ประกอบประการหนึ่งในการบริหาร ช่วยเอื้อให้องค์การธุรกิจดำเนินไปได้อย่างก้าวหน้าและมั่นคง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ซึ่งเกี่ยวข้องกับกลุ่มประชาชนจำนวนมาก และยิ่งไปกว่านั้นในทางการบริหารธุรกิจยังอาจตีค่าได้ว่าภาพลักษณ์ของบริษัทเปรียบเสมือนสินทรัพย์ (Asset) อันมีค่าซึ่งยากจะประเมินออกมาเป็นตัวเลขทางบัญชีได้ภาพลักษณ์ (Image)

Kotler (2000 : 553) ประมวลยวดยานด้านการตลาดอธิบายถึงคำ ว่า เป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวข้องอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ ภาพลักษณ์ขององค์การธุรกิจไ้ว่าภาพลักษณ์ของบริษัทหรือภาพลักษณ์ขององค์การธุรกิจ (Corporate Image) หมายถึงภาพขององค์การใดองค์การหนึ่ง ซึ่งหมายรวมทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์การที่ประชาชนรู้จัก เข้าใจ และได้มีประสบการณ์ ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์การนั้น ส่วนหนึ่งกระทำโดยอาศัยการนำเสนออัตลักษณ์ขององค์การ (Corporate Identity) ซึ่งปรากฏแก่สายตาคนทั่วไปได้ง่าย เช่น สัญลักษณ์ เครื่องแบบ ฯลฯ

วิรัช กลวิรัตนกุล (2540:81-83) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate Image) คือภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง หมายรวมไปถึงด้านการบริหารหรือการจัดการ (Management) ของบริษัทแห่งนั้นด้วย และหมายรวมไปถึงสินค้าผลิตภัณฑ์ (Product) และบริการ (Service) ที่บริษัทนั้นจำหน่าย ฉะนั้น คำว่าภาพลักษณ์ของบริษัท จึงมีความหมายค่อนข้างกว้าง โดยครอบคลุมทั้งตัวหน่วยงานธุรกิจ ฝ่ายจัดการ และสินค้าหรือบริการของบริษัทแห่งนั้นด้วย

ดังนั้น เมื่อกล่าวถึงภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาด จึงสื่อความหมายรวมถึงภาพลักษณ์ทุกด้านที่ประกอบขึ้นจากส่วนต่าง ๆ ของธุรกิจ และสามารถส่งผลต่อความเคลื่อนไหวของภาวะทางการตลาดของธุรกิจทั้งในทางตรงและทางอ้อม เช่น เมื่อผลิตภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่ดี ช่วยให้ผู้บริโภคต้องการซื้อ ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้น และหากภาพลักษณ์ของตัวองค์กรดีด้วยอีกส่วนหนึ่ง ย่อมก่อให้เกิดความเชื่อถือไว้วางใจ จนอาจถึงขั้นชื่นชมและศรัทธา จึงมีผลต่อความจงรักภักดีในตราหือของสินค้า (Brand Loyalty) ทำให้สินค้าอยู่ในตลาดได้อย่างยั่งยืนและส่วนครองตลาด (Market Share) เติบโตรวดเร็ว

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของผู้รับสารหรือการตีความหมายที่เก็บอยู่ในความทรงจำ อันเกิดจากความประทับใจ และเป็นการตีความหมายของบุคคลต่อวัตถุหนึ่ง ๆ จากกระบวนการประเมินข้อมูลของแต่ละบุคคล เมื่อนำไปเชื่อมโยงกับแนวคิดของเอกลักษณ์องค์การที่

หมายถึงการแสดงตัวตนขององค์กรผ่านสัญลักษณ์ขององค์กร เช่น พฤติกรรม การสื่อสาร และสัญลักษณ์ ที่องค์กรพยายามสื่อสารให้เกิดการรับรู้ต่อสาธารณชน โดยการรับรู้ของกลุ่มสาธารณชน คือ ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการตีความหมาย และการประเมินข้อมูลในจิตใจของผู้รับสาร ที่เกี่ยวกับเอกลักษณ์ขององค์กรนั่นเอง

การสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Corporate image) ได้รับความสนใจและถูกนำมาศึกษาจาก นักวิชาการด้านการจัดการและการสื่อสารมากขึ้น โดยการสร้างเอกลักษณ์และภาพลักษณ์องค์กรที่เด่นชัดและเหมาะสม สามารถสร้างความแตกต่างและสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ รวมถึงเสริมสร้างความมั่นใจและความภักดีต่อองค์กร กระตุ้นให้เกิดการลงทุน ดึงดูดบุคลากรที่มีความสามารถเข้ามาร่วมงาน และเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน (Askegaard and Christensen, 2001 : 292-315) ภาพลักษณ์องค์กรจำเป็นต้องสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับกลยุทธ์ขององค์กร (Corporate strategy) และวิสัยทัศน์องค์กร (Corporate vision) โดยมักจะสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้แตกต่างและโดดเด่นในสายตาของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดขององค์กร

ภาพลักษณ์องค์กร หมายถึง การรับรู้เอกลักษณ์ขององค์กร ซึ่งภาพลักษณ์จะก่อตัวขึ้นในจิตใจของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร โดยเกิดจากการแสดงตัวตนผ่านการสื่อสารอย่างตั้งใจ เช่น การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา หรือแสดงออกมาโดยไม่ได้ตั้งใจ อาทิ การวิจารณ์จากพนักงานหรือสื่อ เป็นต้น ภาพลักษณ์จะก่อขึ้นจากการรับรู้ถึงคุณลักษณะขององค์กรนั้น ๆ และเป็นการรับรู้ที่มีสัมพันธ์กับประสบการณ์ ความเชื่อ ความรู้ และความประทับใจของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อองค์กร (Spector, 1961; Brienstien, 1984 cited in Marvick and Fill, 1995)

จากการศึกษาสรุปได้ว่าภาพลักษณ์ขององค์กร หมายถึง การรับรู้และความประทับใจต่อองค์กร โดยมีกระบวนการรับรู้ข้อมูลและการตีความหมาย อันเกิดจากการสื่อสารเอกลักษณ์ขององค์กรทั้งอย่างตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจ ซึ่งองค์กรได้สื่อสารออกไปสู่กลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรนั่นเอง

Marken (1990 : 21) กล่าวถึง ผลประโยชน์ของการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรว่าส่งผลต่อองค์กร ดังต่อไปนี้

1. สร้างการรับรู้ที่ชัดเจนของระดับและผู้บริหารและผู้จัดการ ในเป้าหมายระยะยาวขององค์กร
2. สร้างวัตถุประสงค์และแนวทางการดำเนินงาน ที่ชัดเจนขององค์กร
3. เสริมสร้างการวางตำแหน่งทางการแข่งขันและเงื่อนไขทางการตลาด
4. พัฒนาการวางแผนการสื่อสารทั้งในองค์กรและการสื่อสารนอกองค์กร

5. เสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับจุดมุ่งหมาย วัตถุประสงค์ และแนวทางการปฏิบัติของพนักงาน คู่ค้าและผู้บริหารระดับสูง

Marken (1990 : 22-23) กล่าวถึง การสร้างชื่อเสียงขององค์กรถือว่าการวางแผนระยะยาว ซึ่งต้องเกิดขึ้นอย่างเป็นลำดับ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ประเมินจุดแข็งและจุดอ่อน ของภาพลักษณ์ขององค์กรในปัจจุบัน
2. ระบุถึงภาพลักษณ์ที่องค์กรต้องการจะนำเสนอ ซึ่งการระบุภาพลักษณ์ขององค์กรที่ต้องการจะนำเสนอให้ชัดเจนจะเป็นการระบุแนวทางในการปฏิบัติของบุคลากรในองค์กรได้อย่างชัดเจน

3. ประเมินแนวทางที่จะส่งผลกระทบและความเป็นไปได้ ที่จะแสดงภาพลักษณ์ขององค์กรต่อกลุ่มเป้าหมายขององค์กร

4. วางแผนการสื่อสาร ในทุก ๆ ช่องทางที่ต้องการจะสร้างภาพลักษณ์ รวมถึงการสื่อสารทั้งหมดขององค์กร ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งต้องคำนึงเสมอว่าการสื่อสารที่ออกไปทั้งองค์กรได้ส่งผลต่อการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรทั้งหมด

จุดกำเนิด ของการจัดการภาพลักษณ์องค์กรที่จะนำไปสู่การสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันให้เกิดขึ้น อีกทั้ง Balmer and Gray (1998 : 695-702) ได้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 3 โดยกล่าวว่าเอกลักษณ์องค์กรจะแสดงผ่านการสื่อสารอันนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์องค์กร และส่งผลถึงชื่อเสียงขององค์กรในระยะยาว ภาพลักษณ์องค์กรและชื่อเสียงขององค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กรนั้น ๆ การทราบถึงภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กรส่งผลสะท้อนกลับมาปรับปรุงการสื่อสาร รวมถึงการปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์ขององค์กรใหม่ เพื่อให้้องค์การนั้นอยู่รอดได้ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หรืออาจจะกล่าวได้ว่าการสร้างหรือจัดการภาพลักษณ์องค์กรที่มีประสิทธิภาพ หมายถึง การวางแผนการสื่อสารที่ดีอันส่งผลต่อการสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร และนำไปสู่องค์กรที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันนั่นเอง

ดังนั้น ภาพลักษณ์องค์กรเป็นการอธิบายถึงตัวตนขององค์กร การรับรู้ถึงเอกลักษณ์องค์กรของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการรับรู้ถึงภาพลักษณ์องค์กรในระยะยาว โดยส่งผลถึงชื่อเสียงขององค์กรที่แสดงถึงศักยภาพของบริษัทด้วย (Balmer, 2001 : 248-291) องค์ประกอบทั้งหมดจึงต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร โดยอาศัยแนวคิดการจัดการภาพลักษณ์องค์กรเป็นหลัก สามารถสรุปคำนิยามและแนวคิดหลักให้เข้าใจดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กร

องค์ประกอบของ ภาพลักษณ์องค์กร	แนวคิดหลัก	คำนิยาม
เอกลักษณ์องค์กร (Corporate Identity)	เราคืออะไร?	ตัวตนขององค์กร ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ส่งผล ให้องค์กรสร้างความแตกต่างที่มีความ เกี่ยวข้องกับคำถามต่อไปนี้ • ธุรกิจของเราคืออะไร? • โครงสร้างองค์กร? • กลยุทธ์? • ศักยภาพขององค์กร?
ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image)	เราถูกรับรู้ได้อย่างไร?	การรับรู้ (Perception) ต่อบุคคลและ กลุ่มต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กร
ชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	การถูกรับรู้ ยาวนาน	การรับรู้ที่ยาวนาน (Enduring Perception) ต่อบุคคลและกลุ่มต่าง ๆ ที่มีความ เกี่ยวข้องกับองค์กร

ที่มา : Balmer (2001 : 250)

แนวคิดการจัดการภาพลักษณ์องค์กรได้รับการพัฒนาปรับปรุงแก้ไข โดยนักวิชาการหลายท่าน อาทิ Stuart (1999 : 200-207) ได้ทำการพัฒนาแบบจำลองการจัดการภาพลักษณ์องค์กรขึ้นใหม่ โดยมีพื้นฐานมาจากแนวคิดของ Abratt (1989 : 71) ซึ่งแบบจำลองการจัดการภาพลักษณ์องค์กรตามแนวคิดของ Stuart ที่แก้ไขแล้วนั้น กล่าวว่า ภาพลักษณ์ขององค์กร คือ การแสดงออกทางวัฒนธรรมองค์กร (Organizational culture) โดยเริ่มต้นจากบุคลิกภาพขององค์กร (Corporate personality) ที่แสดงถึงปรัชญาและค่านิยม อันนำมาสู่กลยุทธ์ขององค์กร (Corporate strategy) ที่ส่งผลต่อวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร โครงสร้างองค์กร สินค้าและบริการ ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) เป็นการแสดงตัวตนขององค์กร ได้แก่ พฤติกรรมของบุคลากรในองค์กร สัญลักษณ์ และการสื่อสาร ออกไปสู่ภายนอกผ่านการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ

Stuart ยังกล่าวว่าองค์ประกอบบุคลิกภาพขององค์กร กลยุทธ์ขององค์กร และเอกลักษณ์องค์กร จะอยู่ภายในกรอบของวัฒนธรรมองค์กร และมีการสื่อสารผ่านการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communications) การสื่อสารทางการตลาด (Marketing communications) การสื่อสารของฝ่ายบริหาร (Management communications) รวมถึงการสื่อสารองค์กรในรูปแบบ

ต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ขององค์กรต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย การรับรู้ถึงภาพลักษณ์ขององค์กรในระยะเวลาที่ยาวนานจะส่งผลถึงชื่อเสียงขององค์กรที่แสดงศักยภาพของบริษัท ผลสะท้อนกลับจากการทราบถึงภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร จะนำกลับไปสู่การปรับปรุงกลยุทธ์ขององค์กรและภาพลักษณ์องค์กร รวมถึงนำไปปรับกลยุทธ์การสื่อสารต่อไป

ตัวแบบการจัดการภาพลักษณ์องค์กรในยุคต่าง ๆ สามารถสรุปเป็นแนวคิดในภาพรวมที่ชัดเจนและสอดคล้องได้ว่า กระบวนการจัดการภาพลักษณ์องค์กรมีลักษณะเป็นระบบ โดยเริ่มจากภายในองค์กรที่ทำการกำหนดบุคลิกภาพขององค์กร อันนำมาสู่การวาง กลยุทธ์และเอกลักษณ์องค์กร ซึ่งมีผลต่อแนวทางในการปฏิบัติของทุกฝ่ายภายในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการ โดยที่วัฒนธรรมองค์กรเหล่านี้ถูกแสดงออกผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ อาทิ พฤติกรรมของพนักงาน สัญลักษณ์ต่าง และการสื่อสาร อันส่งผลต่อการรับรู้ของสาธารณชนต่อองค์กร ช่วงเวลาที่เกิดการรับรู้ถึงวัฒนธรรมองค์กรนั้นเรียกว่าช่วงบรรจบกันของเอกลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์องค์กรนั่นเอง การนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในปัจจุบัน ทำให้การจัดการภาพลักษณ์องค์กรได้รับความสนใจ ทั้งจากนักบริหารและนักการสื่อสาร

ความสำคัญของการสร้างภาพลักษณ์องค์กรเป็นสิ่งที่เป็นมากกว่าการสื่อสาร กล่าวคือเป็นการบริหารและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่แสดงความเป็นตัวตนทั้งหมดขององค์กร ไปสู่การรับรู้ของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร การสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กรที่ดี ส่งผลประโยชน์อย่างมหาศาลต่อองค์กรนั้น และเป็นสิ่งที่แสดงถึงศักยภาพขององค์กร อันนำไปสู่ความแตกต่างรวมถึงการอยู่รอดขององค์กรในสภาวะการณ์ที่มีการการแข่งขันอย่างรุนแรง ดังนั้นการให้ความสำคัญต่อแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว รวมถึงการจัดการภาพลักษณ์องค์กรที่เหมาะสม จะเป็นเครื่องมือสำคัญที่สร้างความแตกต่างและความแข็งแกร่งให้กับองค์กร เพื่อให้สามารถอยู่รอดในสภาพเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันสูงเช่นปัจจุบัน โดยวัดระดับของภาพลักษณ์องค์กรจากปัจจัย 3 ด้านคือ (1) การวางกลยุทธ์และการสร้างบุคลิกภาพขององค์กร (2) การวางวัตถุประสงค์และแนวทางการดำเนินงาน และ (3) การสื่อสารในและนอกองค์กร โดยจะนำมาหาความสัมพันธ์กับองค์กรที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันต่อไป

ศิริวรรณ เจริญรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า ผู้บริหารจำเป็นต้องเรียนรู้ถึงปัจจัยต่าง ๆ ในองค์กร เพื่อบริหารและจัดการให้เกิดความคล่องตัวและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ตลอดจนเทคโนโลยีขององค์กรที่มีอยู่ โดยมีเป้าหมายเพื่อความอยู่รอดขององค์กร เช่นเดียวกันกับ Hammer and Champy (1993 : 32-36) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงองค์กรทั้งทางด้านโครงสร้างและการจัดการ เป็นผลมาจากปัจจัยผันแปร 3 ประการ ได้แก่

1. การให้ความสำคัญกับผู้บริโภคที่มากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อผู้บริโภคมีจำนวนจำกัด ในขณะที่จำนวนผู้ผลิตมีจำนวนสูงขึ้น ส่งผลให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้ผลิตเพื่อช่วงชิงผู้บริโภค ดังนั้นผู้ผลิตจึงมุ่งความสำคัญไปที่ความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการตอบสนองต่อความต้องการเหล่านั้นให้มากที่สุดและเร็วที่สุด อนึ่งความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบันที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นผลให้ผู้บริโภคมีความรู้มากขึ้น ความต้องการในการอุปโภคบริโภคจึงมีลักษณะเฉพาะที่มากขึ้น และเป็นผลให้เกิดอำนาจต่อรองสูงขึ้นตามลำดับ จึงกล่าวได้ว่ายุคนี้เป็นยุคของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

2. สภาพการแข่งขันที่สูงขึ้น เนื่องจากจำนวนผู้ผลิตมีเพิ่มขึ้นและกระจายอยู่ทุกหนแห่ง ในขณะที่ผู้บริโภคมีจำนวนจำกัด ผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องวางกลยุทธ์ในการแข่งขันกับผู้บริโภค เพื่อครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากที่สุดเท่า ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องแข่งขันในด้านการผลิต และการให้บริการ ซึ่งรวมถึง ราคา ระบุลักษณะของสินค้า การบรรจุหีบห่อ และภาพลักษณ์ขององค์กร ให้สูงกว่าคู่แข่ง

3. การเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องทั้งจากภายในภายนอกองค์กร ส่งผลกระทบกับปัจจัยการจัดการองค์กรในด้านต่าง ๆ

ปัจจัยสำคัญ 3 ประการข้างต้น ที่เรียกว่า 3Cs คือ การเปลี่ยนแปลง (Change) การแข่งขัน (Competition) และ ความต้องการของผู้บริโภค (Customer) ทำให้เกิดการปรับตัวครั้งใหญ่ของตัวแบบการจัดการองค์กร โดยเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตและกลุ่มธุรกิจบริการ เพราะกลุ่มเหล่านี้ไม่สามารถผลิตสินค้าหรือให้บริการตามความพอใจของตนเองเช่นในอดีต แต่ต้องปรับปรุงตนเองให้สามารถดำเนินงานอย่างมีคุณภาพ สม่าเสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้กับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง (ณัฐพันธ์ เจริญนันท, 2545 : 67-68) โดยเฉพาะผู้บริโภคถ้าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความอยู่รอดองค์กรเท่าใด ก็ทำให้ปัจจัยที่จะสร้างความพอใจให้กับผู้บริโภคกลายเป็นปัจจัยหลักมากขึ้นเท่านั้น กล่าวได้ว่า องค์กรในยุคศตวรรษที่ 21 นั้น ตัวแบบการจัดการองค์กรจะมุ่งเน้นไปที่การจัดการภายในองค์กร เพื่อให้ตอบสนองกับความพอใจของผู้บริโภคเป็นหลัก และปัจจัยเหล่านี้ถือว่าเป็นกลยุทธ์หลักขององค์กรที่นำมาใช้ในการบริหารปัจจุบัน เช่นเดียวกันกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 35-36) ที่กล่าวว่า ปัจจัยต่าง ๆ ที่กระทบ โดยเฉพาะเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในสิ่งใดสิ่งหนึ่งในปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ (1) สภาพแวดล้อม (2) เทคโนโลยี (3) ขนาดขององค์กร และ (4) กลยุทธ์ สรุปได้ว่าการจัดการองค์กรในปัจจุบัน ควรที่จะมุ่งเน้นไปที่เป้าหมายขององค์กร อาทิ องค์กรที่หวังผลกำไรจำเป็นต้องมองไปที่การแข่งขันที่ทำให้ได้กำไรเป็นหลัก ในขณะที่องค์กรของรัฐมองไปที่การจัดการเพื่อสนับสนุนการทำงานของประชาชน เป็นต้น โดยองค์กรเหล่านั้นจำเป็นต้องสร้างตัวแบบการจัดการที่สามารถปรับตัวให้เข้า

ได้กับสภาพแวดล้อมจากทั้งภายในและภายนอกองค์กร (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 : 254-266) ซึ่งผู้วิจัยจะทำการสำรวจหาตัวแบบการจัดการองค์การโดยมุ่งเน้นไปที่การหาปัจจัยภายในองค์กรและนำไปสู่องค์การที่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน

Kotler (2000) ได้กล่าวถึงภาพลักษณ์ในบริบทของการตลาดไว้ว่า ภาพลักษณ์ (Image) เป็นวิธีที่ประชาชนรับรู้เกี่ยวกับบริษัทหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท และภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้จากปัจจัยหลายประการภายใต้การควบคุมของธุรกิจ เมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ที่องค์กรธุรกิจจะสามารถนำมาเป็นองค์ประกอบทางการบริหารจัดการได้แล้ว อาจจำกัดขอบเขตประเภทของภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดให้ชัดเจนโดยจำแนกเป็น 3 ประเภทด้วยกัน ได้แก่

1.) ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or Service Image)

คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือตัวธุรกิจ ซึ่งบริษัทหนึ่งอาจมีผลิตภัณฑ์หลายชนิดและหลายยี่ห้อจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด ดังนั้น ภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพลักษณ์โดยรวมของผลิตภัณฑ์หรือบริการทุกชนิดและทุกตราที่ยี่ห้อที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง

2.) ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image)

คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งหรือ ตรา (Brand) ใดตราหนึ่ง หรือเครื่องหมายการค้า (Trademark) ใดเครื่องหมายการค้าหนึ่ง ส่วนมากมักอาศัยวิธีการโฆษณาและส่งเสริมการขาย เพื่อบ่งบอกถึงบุคลิกลักษณะของสินค้า โดยการเน้นถึงคุณลักษณะเฉพาะหรือจุดขาย แม้สินค้าหลายยี่ห้อจะมาจากบริษัทเดียวกัน แต่ก็ไม่จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์เดียวกัน เนื่องจากภาพลักษณ์ของตราที่ยี่ห้อถือว่าเป็นสิ่งเฉพาะตัว โดยขึ้นอยู่กับการกำหนดตำแหน่งครองใจ (Positioning) ของสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง ที่บริษัทต้องการให้มีความแตกต่าง (Differentiation) จากยี่ห้ออื่นๆ

3.) ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (Institutional Image)

คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อองค์กรหรือสถาบัน ซึ่งเน้นเฉพาะภาพของตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงส่วนเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย ดังนั้น ภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพที่สะท้อนถึงการบริหารและการดำเนินงานขององค์กร ทั้งในแง่ระบบบริหารจัดการบุคลากร (ผู้บริหารและพนักงาน) ความรับผิดชอบต่อสังคม และการทำประโยชน์แก่สาธารณะ

อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์ และ จิระเสกข์ ตริเมธสุนทร (2549) เสนอว่าจากการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในโลกปัจจุบัน ทำให้นักการตลาดต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของการสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า

เป็นอีกหนึ่ง กลยุทธ์ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับลูกค้า ช่วยสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการได้ ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน โดยตราสินค้าจะสร้างให้สินค้ามีความแตกต่างภายในจิตใจของลูกค้า โดยตราสินค้าจะเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงสัญญาขององค์กรที่จะส่งมอบสินค้าหรือบริการในคุณภาพและผลประโยชน์ที่เหมือนเดิมทุกครั้งในการซื้อหรือใช้บริการนั้นๆ ตราสินค้าที่แข็งแกร่งจะมีมูลค่าคิดเป็นส่วนหนึ่งของทรัพย์สินองค์กร ซึ่งมูลค่าดังกล่าวจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลาทุกปี

ในการพัฒนาตราสินค้าให้แข็งแกร่งมีขั้นตอนหลักอยู่ 2 ขั้น ได้แก่การพัฒนาคุณค่าของข้อเสนอและการสร้างตราสินค้า นักการตลาดที่รู้จักและเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้ถูกต้องจะสามารถวางตำแหน่งของตราผลิตภัณฑ์และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่งย่อมได้ชัยชนะในสงครามการตลาดในปัจจุบัน

ภาพลักษณ์สินค้าคือ การโฆษณาในตัวเอง หากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ดีจะมัดใจลูกค้าได้ นักธุรกิจบางรายเชื่อว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องสำอางตกแต่งให้สินค้า หรือการหาเอกลักษณ์ของสินค้าของตนให้เจอคือสิ่งที่ต้องทำ เพราะภาพลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์สำคัญกับการอยู่รอดในตลาดมาก เช่นเดียวกับคุณภาพภายในของสินค้าชนิดนั้น ซึ่งเหตุผลทั้งสองประการนี้เกี่ยวพันกันอย่างแยกไม่ออก การสร้างเอกลักษณ์ต้องมีภาพลักษณ์เข้ามาเกี่ยวข้องแต่ภาพลักษณ์อย่างเดียวไม่สามารถสร้างเอกลักษณ์ให้กับแบรนด์ได้ โดยการสร้างแบรนด์มีหลายกลยุทธ์ ได้แก่ การสร้างแบรนด์แบบมีเอกลักษณ์โดยที่เอกลักษณ์นั้นๆต้องโดดเด่นแตกต่าง มีข้อได้เปรียบ และเป็นจุดยั่งยืน มิฉะนั้นการสร้างแบรนด์ก็จะเป็นการลงทุนระยะสั้นและสิ้นเปลือง ซึ่งผิดวัตถุประสงค์ของการสร้างแบรนด์ที่จะต้องเป็นการลงทุนระยะยาวและต้องครอบคลุมทั้งในด้านภาพ เสียงและพฤติกรรม

ภาพลักษณ์ของตราสินค้าแสดงถึงสินค้าหรือบริการที่ทำให้เกิดความแตกต่างภายในจิตใจของผู้บริโภค ตราสินค้าเป็นสัญลักษณ์ที่ถ่ายทอดถึง คุณลักษณะ คุณประโยชน์ ความเชื่อและคุณค่าของสินค้านั้นๆ การสร้างความแข็งแกร่งของตราสินค้าจะต้องมีการบริหารจัดการที่ดีเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความยึดเหนี่ยวกับคุณค่าโดยรวมในตราสินค้านั้น การพัฒนาตราสินค้าให้แข็งแกร่งมี 2 ขั้นตอนหลัก คือ การพัฒนาคุณค่าของข้อเสนอ ตั้งแต่การเลือกวางตำแหน่งกว้างๆตามด้วยการเลือกตำแหน่งเฉพาะและคุณค่าของสินค้านั้นๆ สรุปเป็นการพัฒนาคุณค่าโดยรวม และการสร้างตราสินค้า เริ่มจากการเลือกชื่อตราสินค้า กำหนดคำมั่นสัญญาและความเกี่ยวพันของชื่อที่เลือก แล้วสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า และประเมินความมีประสิทธิภาพของตราสินค้านั้น ในยุคปัจจุบัน ทฤษฎีการสร้างตราสินค้ามีแนวคิดที่แตกต่างไปจากเดิม โดยต้องทำความรู้จักและเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคให้ถูกต้องตามสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนไป

2.1.1 องค์ประกอบของภาพลักษณ์ และการเกิดภาพลักษณ์

“ภาพลักษณ์” เป็นความรู้ ความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยเฉพาะความรู้ นั้นเป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นมาจากเฉพาะตน เป็นความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ซึ่งประกอบด้วย “ข้อเท็จจริง คุณค่าที่เราเป็นผู้กำหนด โดยแต่ละบุคคลจะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัยเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวที่ได้ประสบและมีความเชื่อว่าเป็นจริง เนื่องจากคนเราไม่สามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับทุกสิ่งได้ครบถ้วนเสมอไป เรามักจะได้เฉพาะ ภาพ บางส่วนหรือลักษณะกว้าง ๆ ของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งอาจไม่ชัดเจนแน่นอนเพียงพอ แล้วมักตีความหมาย (Interpret) หรือให้ความหมายแก่สิ่งนั้น ๆ ด้วยตัวเราเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบกันเป็นภาพลักษณ์ของสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ในโลกตามทัศนะของเรา และพฤติกรรมที่เราแสดงออกก็จะขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ ที่เรามีอยู่ในสมองด้วย เพื่อให้ง่ายแก่การทำความเข้าใจ อาจแยกองค์ประกอบของภาพลักษณ์ได้เป็น 4 ส่วน แต่ในความเป็นจริงองค์ประกอบทั้ง 4 ส่วนนี้มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างไม่อาจแบ่งแยกได้ คือ (Askegaard and Christensen 2001)

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคลได้จากการสังเกตโดยตรง แล้วนำสิ่งนั้น ไปสู่การรับรู้ สิ่งที่ถูกรับรู้นี้อาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิด หรือสิ่งของต่าง ๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดลอมต่าง ๆ เหล่านี้โดยผ่านการรับรู้เป็นเบื้องต้น
2. องค์ประกอบเชิงความรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ส่วนที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะ ประเภท ความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากการสังเกตและรับรู้
3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ อาจเป็นความรู้สึกผูกพันยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ
4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Cognitive Component) เป็นความมุ่งหมายหรือเจตนา ที่เป็นแนวทางในการปฏิบัติตอบโต้สิ่งเรานั้น โดยเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก

องค์ประกอบเชิงการรับรู้ เชิงความรู้ เชิงความรู้สึก และเชิงการกระทำนี้จะผสมผสานกันเป็นภาพที่บุคคลได้มีประสบการณ์ในโลก ดังนั้น ภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจจึงสัมพันธ์โดยตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งกว่าผู้บริโภคเป้าหมาย (Target Consumer) แต่ละราย จะเปลี่ยนฐานะมาเป็นลูกค้า (Customer) นั้น จะผ่านการรับรู้ (Perception) จนเกิดความรู้ (Knowledge) และความรู้สึก (Affection) ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และองค์การธุรกิจ จนกระทั่งเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Buying) มาบริโภคในที่สุด

Kotler (2000 : 296) ได้กล่าวถึงภาพลักษณ์ในบริบทของการตลาดไว้ว่า ภาพลักษณ์ (Image) เป็นวิธีที่ประชาชนรับรู้เกี่ยวกับบริษัทหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท และภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่

เกิดขึ้นได้จากปัจจัยหลายประการภายใต้การควบคุมของธุรกิจเมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ที่องค์กรธุรกิจจะสามารถนำมาเป็นองค์ประกอบทางการบริหารจัดการได้แล้ว อาจจำกัดขอบเขตประเภทของภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดให้ชัดเจนโดยจำแนกเป็น 3 ประเภทด้วยกันคือ

1. ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or Service Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือตัวธุรกิจซึ่งบริษัทหนึ่ง ๆ อาจมีผลิตภัณฑ์หลายชนิดและหลายยี่ห้อจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด ดังนั้นภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์หรือบริการทุกชนิดและทุกตราที่ยี่ห้อที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง

2. ภาพลักษณ์ตราที่ยี่ห้อ (Brand Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้านี้หรือใดยี่ห้อหนึ่งหรือตรา (Brand) ใดตราหนึ่ง หรือเครื่องหมายการค้า (Trademark) ใดเครื่องหมายการค้าหนึ่ง ส่วนมากมักอาศัยวิธีการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย เพื่อบ่งบอกถึงบุคลิกลักษณะของสินค้า โดยการเน้นถึงคุณลักษณะเฉพาะหรือจุดขาย แม้สินค้าหลายยี่ห้อจะมาจากบริษัทเดียวกัน แต่ก็จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์เหมือนกัน เนื่องจากภาพลักษณ์ของตราที่ยี่ห้อถือว่าเป็นสิ่งเฉพาะตัว โดยขึ้นอยู่กับกำหนัดตำแหน่งครองใจ (Positioning) ของสินค้านี้หรือใดยี่ห้อหนึ่ง ที่บริษัทต้องการให้มีความแตกต่าง (Differentiation) จากยี่ห้ออื่น ๆ

3. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (Institutional Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อองค์กรหรือสถาบัน ซึ่งเน้นเฉพาะภาพของตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงส่วนเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย ดังนั้น ภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพที่สะท้อนถึงการบริหารและการดำเนินงานขององค์กร ทั้งในแง่ระบบบริหารจัดการ บุคลากร(ผู้บริหารและพนักงาน) ความรับผิดชอบต่อสังคม และการทำประโยชน์แก่สาธารณะ

2.1.2 ภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดที่พึงประสงค์

การกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ (Wish Image or Desired Image) เพื่อสนับสนุนการตลาดขององค์กรธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ต้องคำนึงถึงความต่าง (Differentiation) จากภาพลักษณ์ของกลุ่มคู่แข่งในตลาดเดียวกันด้วย

สำหรับภาพลักษณ์ขององค์กรที่สังคมต้องการในความเห็นของ อำนาจ วีรวรรณ 2538 อ้างถึงใน พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2540 : 107-108) มีดังนี้

1. เป็นองค์การที่เจริญก้าวหน้าทันโลก
2. มีบริการและสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า
3. มีระบบบริหารและฝ่ายจัดการที่สูงด้วยประสิทธิภาพ

4. ทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวม
5. ปฏิบัติงานภายในกรอบกฎหมายของบ้านเมือง
6. มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง

ในการกำหนดภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดที่พึงประสงค์นั้น อาจเริ่มต้นจากการวิเคราะห์จำแนกภาพลักษณ์แต่ละด้านโดยอาศัยกรอบทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ทั้ง 4 ส่วน คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

สำหรับองค์การธุรกิจโดยทั่วไป สามารถกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์โดยอาศัยส่วนประสมทางการตลาดรวมไปถึงมิติอื่น ๆ ของธุรกิจมาเป็นแนวทางการพิจารณา ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย เช่น สินค้ามีคุณภาพดี น่าเชื่อถือ สินค้ามีความทันสมัย สินค้ามีเอกลักษณ์โดดเด่น สินค้ามีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

2. ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านราคา โดยทั่วไป ผู้บริโภคจะเริ่มต้นจากจุดแรกคือ คำนึงถึงราคาสินค้าหรือค่าบริการที่มีความเหมาะสมและยุติธรรม แต่ในภาวะการแข่งขันที่รุนแรงสำหรับตลาดสินค้าบางประเภทนั้น เป้าหมายของภาพลักษณ์ด้านราคาอาจต้องปรับตัวสู่อีกมิติหนึ่ง นั่นคือ ราคาย่อมเยา

3. ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านช่องทางการกระจายสินค้า มักจะมุ่งในประเด็นเรื่องสถานที่จำหน่ายและระยะเวลาที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก เช่น ตัวแทนจำหน่ายครอบคลุมพื้นที่กว้างขวางและทั่วถึง เป็นต้น

4. ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านการส่งเสริมการตลาด อาจจำแนกออกเป็นส่วนย่อย ๆ คือ

4.1 ภาพลักษณ์ของกิจกรรมการสื่อสารการตลาด เช่น สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ใช้มีความทันสมัย มีรสนิยมที่ดี นอกจากนี้ ในแง่ข่าวสารก็ต้องมีความเป็นเอกภาพ จริงใจ ไม่โอ้อวด

4.2 ภาพลักษณ์ของกิจกรรมส่งเสริมการขาย ในแง่รูปแบบและอรรถประโยชน์ต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ ยังครอบคลุมไปถึงกิจกรรมและอุปกรณ์ส่งเสริมการขายว่ามีความทันสมัยและเหมาะสมกับสินค้า เช่น การจัดวางสินค้าแคตตาล็อก ฟรีเซ็นเตอร์ เป็นต้นแต่อย่างไรก็ตาม ความประทับใจของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้น บางครั้งก็มิได้เกิดจากจุดแข็งด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์แต่เพียงส่วนเดียว หากยังขึ้นอยู่กับส่วนที่เป็นคุณค่าเพิ่ม (Value Added) อีกด้วย

5. ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านบริการ ประสิทธิภาพของบริการเกิดขึ้นจากองค์ประกอบสำคัญสองส่วนคือ พนักงานบริการและระบบบริการ ธุรกิจจึงต้องพัฒนาทั้งระบบบริการเพื่อให้มี

ภาพของความทันสมัย ก้าวหน้า รวดเร็ว และถูกต้องแม่นยำ พร้อม ๆ กับพนักงานบริการที่มีความ
เชี่ยวชาญ คล่องแคล่ว สุภาพ มีบุคลิกภาพและอัธยาศัยไมตรีอันดี เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการ
สร้างภาพลักษณ์ด้านบริการได้เต็มที่

6. ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านองค์กร ถือว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวหรืออัตลักษณ์
(Identity) ของแต่ละธุรกิจ โดยยึดแนวคิดในการเป็น “องค์กรที่ดีของสังคม” (Good Corporate
Citizen) เช่น ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับความรู้ความสามารถและคุณธรรมของเจ้าของธุรกิจและ
ผู้บริหาร ความมั่นคงก้าวหน้าของกิจการ ความทันสมัยและก้าวหน้าทางวิทยาการของธุรกิจ ความรู้
ความสามารถ รวมถึงประสิทธิภาพการทำงานและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ความมีจริยธรรม
และรับผิดชอบต่อสังคม การทำคุณประโยชน์แก่สังคม (เช่น ในด้านศิลปวัฒนธรรม การศึกษา
เยาวชน สิ่งแวดล้อม ฯลฯ)

2.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณากำหนดกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริม

การตลาด

การกำหนดกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดมีปัจจัยที่จะต้องพิจารณา
แตกต่างกันออกไปตามประเภทของธุรกิจและเป้าหมายทางการตลาดของธุรกิจนั้น ๆ ในแต่ละ
ช่วงเวลาเนื่องจากการกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ดำเนินงานสร้างภาพลักษณ์จะต้องมีความเป็นไป
ได้จริงภายใต้เงื่อนไขของสถานการณ์ปัจจุบัน ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ในการพิจารณากำหนดกล
ยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจใด ๆ นั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญ
ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นพื้นฐานดังนี้

1. องค์กรประกอบของธุรกิจ ได้แก่ ขนาด ประเภท เทคโนโลยีการผลิต ตลาด นโยบายและ
เป้าหมายทางการตลาด ตลอดจนการจัดสรรงบประมาณในการสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ

2. สภาพเศรษฐกิจ โดยพิจารณาภาวะ การเติบโตและการถดถอย ตั้งแต่เศรษฐกิจระดับโลก
ประเทศ ท้องถิ่น จนถึงบุคคล

3. สภาพการแข่งขันของธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยดูว่า มีภาวะการแข่งขันอย่างไร
จุดเด่นของกลุ่มคู่แข่งคืออะไร และแนวโน้มของอุตสาหกรรมโดยรวมเป็นอย่างไร

4. กรอบของสังคม ครอบคลุมเรื่องของวัฒนธรรม วิถีชีวิต กฎหมาย ซึ่งอาจเป็นข้อจำกัด
สำหรับการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจบางประเภท เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค
กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาอาหารและยา เป็นต้น

5. กฎจรรยาบรรณวิชาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับชีวิตมนุษย์อย่าง
ใกล้ชิด อาทิ ธุรกิจโรงพยาบาลซึ่งต้องคำนึงถึงกฎแพทยสภาเป็นแนวทางสำคัญ ฯลฯ

6. ผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและพลังงาน ดังเช่นที่ธุรกิจบางรายนำแนวคิดเรื่องการตลาดสีเขียว (Green Marketing) มาใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด ปัจจัยเหล่านี้จะช่วยเป็นแนวทางให้ธุรกิจสามารถกำหนดกรอบของภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม พร้อมกับสามารถเลือกใช้วิธีการสื่อสารต่าง ๆ ให้สอดคล้องกันอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้เงื่อนไขที่มีอยู่

การใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดในการสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาด เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า การสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เป็นการสื่อความหมายของกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจ และสร้างการยอมรับระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค โดยมุ่งหวังให้เกิดผลสำคัญคือช่วยกระตุ้นการขาย (Sale) และสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) กิจกรรมการสื่อสารการตลาดจึงประกอบด้วยส่วนสำคัญคือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรงในปัจจุบัน การสื่อสารการตลาดได้รับการพัฒนาให้เป็นกลยุทธ์อันทรงประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยเน้นเป้าหมายและกลวิธีสื่อสารที่มีความเข้มข้นและสอดคล้องกันอย่างมีพลัง หรืออาจเรียกกลยุทธ์นี้ว่า การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication หรือ IMC) โดยอธิบายว่า เป็นการผสมผสานเครื่องมือสื่อสารมาใช้ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการโฆษณาผ่านสื่อมวลชน (Mass-media Advertising) การขายโดยพนักงาน (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) บรรจุภัณฑ์ (Packaging) และอื่น ๆ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่มีความชัดเจน (Clear) คงที่ (Consistent) และจับใจ (Compelling) เกี่ยวกับองค์การและผลิตภัณฑ์ (Kotler and Armstrong, 2018 : 439)

ทั้งนี้ การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานสามารถช่วยสร้างอัตลักษณ์ที่แข็งแกร่งของตราชื่อ (Strong Brand Identity) ในตลาด โดยการผูกรวมนำภาพลักษณ์และข่าวสารต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งหมายความว่า ข่าวสารตำแหน่งครองใจและภาพลักษณ์ ตลอดจนอัตลักษณ์ของธุรกิจจะถูกนำเสนออย่างกลมกลืนเป็นแนวเดียวกันในทุก ๆ เครื่องมือ ไม่ว่าจะเป็นทางการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และอื่น ๆ แนวคิดในการนำกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดมาใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดนี้ เป็นการประยุกต์เอาแนวทางการดำเนินงานของการตลาดสมัยใหม่มาเป็นกรอบ เนื่องจากภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดถือเป็นเป้าหมายสำคัญทางการตลาดที่องค์การธุรกิจจะต้องสร้างเสริมให้มีความโดดเด่นและเข้มแข็ง เพื่อให้สามารถพัฒนาตนเองในภาวการณ์แข่งขันของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วในข้างต้นว่า การกำหนดภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดที่พึงประสงค์นั้น วิเคราะห์จำแนกโดยอาศัยกรอบทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดร่วมกับทฤษฎีการสื่อสารการตลาด ดังนั้น การบรรลุเป้าหมายของภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดจึงสามารถดำเนินการได้โดยอาศัยเครื่องมือการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication Tools) ที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ให้กลมกลืนกัน ดังนี้

1. การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดโดยอาศัยการโฆษณา (Advertising) การโฆษณาเป็นเครื่องมือหลักในการสื่อสารภาพลักษณ์ของสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพที่สื่อถึงความสวยงาม ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีล้ำสมัย ทั้งนี้ การสร้างภาพลักษณ์ตราหือของสินค้าหรือบริการผ่านทางโฆษณามีองค์ประกอบที่สำคัญคือ ภาพของสินค้า คำขวัญ คำบรรยายจุดเด่นของสินค้า ชื่อผู้แทนจำหน่าย สถานที่ติดต่อและโทรศัพท์ ชื่อและที่ตั้งของบริษัท ซึ่งทั้งหมดนี้ต้องบ่งบอกถึงบุคลิกของสินค้าและตำแหน่งครองใจของสินค้านั้น ๆ อย่างเด่นชัด

2. การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดโดยอาศัยการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือที่สร้างความเชื่อถือได้ดีและมีความยืดหยุ่นสูง จึงสามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์ตราหือและภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์โดยรวมของบริษัทได้ด้วยวิธีการเสนอข้อเท็จจริงเชิงบวกอย่างนุ่มนวลและไม่โอ้อวด จึงกลายเป็นจุดแข็งที่เสริมสร้างความเชื่อถือไว้วางใจแก่ผู้บริโภคในระยะยาว นอกจากนี้ การทำประชาสัมพันธ์ยังเป็นเครื่องมือหลักของการสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กร โดยถ่ายทอดผ่านทางกิจกรรมพิเศษ การณรงค์ และสื่อ เพื่อบ่งบอกถึงประสิทธิภาพและความเจริญก้าวหน้าของกิจการ และแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบที่ธุรกิจมีต่อสังคม

3. การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดโดยอาศัยการสื่อสารผ่านบุคคล (Personal Contact) การสื่อสารผ่านทางบุคคลในที่นี้อาจเป็นพนักงานขายสินค้า ตัวแทนจำหน่าย หรือสมาชิกในระบบการตลาดขายตรง ซึ่งทำหน้าที่โดยตรงในการถ่ายทอดข้อมูลและให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า ตลอดจนช่วยเสริมสร้างการรับรู้และทัศนคติที่ดีต่อองค์การธุรกิจตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการดำเนินงานธุรกิจขายตรง (Direct Sale) ซึ่งถือว่าสื่อบุคคลเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจและเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างบริษัทกับลูกค้าในทุก ๆ เรื่อง ทั้งเรื่องสินค้า บริการ และกิจกรรมต่าง ๆ นอกจากช่องทางสื่อบุคคลซึ่งทำหน้าที่ขายโดยตรงแล้ว พนักงานบริการ รวมถึงพนักงานทั้งหมดของบริษัท ล้วนมีส่วนช่วยสนับสนุนภาพลักษณ์ของธุรกิจทั้งสิ้น

4. การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดโดยอาศัยการส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการขายในที่นี้หมายรวมทั้งกิจกรรมและอุปกรณ์ส่งเสริมการขายที่จัดขึ้น ทั้งสองส่วนนี้ต้องมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมาย เพื่อช่วยสร้างเสริมภาพลักษณ์

ที่ดีและถูกต้องของสินค้ารวมไปถึงภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจ โดยสะท้อนถึงตำแหน่งครองใจของสินค้าหรือบริการที่ขายอย่างชัดเจนและมีรสนิยมอันเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

5. การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดโดยอาศัยการสื่อสารผ่านอัตลักษณ์ของธุรกิจ

การสื่อสารผ่านอัตลักษณ์ของธุรกิจในที่นี้หมายถึงการกำหนดรูปแบบหรือการออกแบบ (Design) ซึ่งสามารถถ่ายทอดผ่านองค์ประกอบหลัก ๆ ของธุรกิจได้โดยตรง คือ ถ่ายทอดผ่านอัตลักษณ์ของสินค้า (Product Identity) ซึ่งเน้นที่การออกแบบตัวสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตำแหน่งครองใจ นอกจากนี้ ยังถ่ายทอดผ่านอัตลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) ซึ่งเน้นที่รูปทรงของอาคาร การตกแต่งสถานที่ บรรยากาศ ป้ายสัญลักษณ์ รวมถึงรูปแบบพนักงาน ที่จะช่วยสื่อความหมายและสร้างความประทับใจในทิศทางที่ต้องการได้อย่างสอดคล้องกัน ดังนั้น หากธุรกิจสามารถผสมผสานการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาด (Marketing Communication Tools) หลาย ๆ ชนิดเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน โดยที่ทุก ๆ เครื่องมือดังกล่าวมาข้างต้นต่างมุ่งสู่เป้าหมายที่ชัดเจนเป็นหนึ่งเดียวแล้ว ก็สามารถผลักดันให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่เข้มแข็ง และทรงพลังมากพอที่จะช่วยสนับสนุนการตลาดของธุรกิจได้อย่างดี ดังที่ Kotler (2000:296-297) ได้ยืนยันไว้ว่า ภาพลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้เกิดผลดีต่อธุรกิจใน 3 ส่วน คือ (1) ช่วยสร้างบุคลิกและคุณค่าแก่สินค้า (Product Value and Proposition) (2) ช่วยนำเสนอความแตกต่างที่ชัดเจน ไม่สับสนกับคู่แข่ง และ (3) ภาพลักษณ์ในจิตใจ (Mental Image) ช่วยก่อให้เกิดพลังของอารมณ์ความรู้สึก โดยการถ่ายทอดภาพลักษณ์เหล่านี้ผ่านช่องทางการสื่อสารทุกชนิดและการสื่อสารตราสินค้า (Brand Contact) ข่าวสารนี้จะต้องสื่อสารผ่านทุกทางทั้งสัญลักษณ์ (Symbols) สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ บรรยากาศของบริษัท กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้น ตลอดจนพฤติกรรมการแสดงออกของพนักงาน

ภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดจะเกิดขึ้นและคงอยู่ได้อย่างต่อเนื่องยืนยาว ตลอดจนมีการพัฒนาไปในทิศทางที่ดีตลอดเวลา และสามารถส่งเสริมการดำเนินธุรกิจขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ต้องอาศัยกระบวนการวิธีของการสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two-way Communication) และ การสื่อสารเพื่อชักจูงใจ (Persuasive Communication) โดยดำเนินการอย่างเป็นระบบ ตามขั้นตอนดังนี้

1. ดำรวจวิเคราะห์ภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของบริษัทที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

โดยตรวจสอบจากกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมาย (Target Consumer) ว่า ภาพลักษณ์ปัจจุบันเป็นอย่างไร มีภาพลักษณ์ซ่อนเชิงบวก-ลบในด้านใดบ้าง จากนั้น หากเคยได้ตั้งเป้าหมายภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ไว้ก่อนหน้านี้แล้ว ให้นำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับมีด้านใดที่บรรลุถึงภาพลักษณ์ที่พึง

ประสงค์แล้ว และมีด้านใดที่ยังประสบปัญหา เพื่อนำมาเป็นแนวทางกำหนดเป้าหมายของภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในสายตาของกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องต่อไป

2. วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดและเป้าหมายทางการตลาดของธุรกิจ เป็นการสำรวจตนเองโดยคำนึงถึงสินค้าหรือบริการที่ขาย คุณสมบัติ บรรจุภัณฑ์ การวางตำแหน่งครองใจ (Positioning) ในตลาด เพื่อช่วยในการกำหนดภาพลักษณ์เป้าหมายให้สามารถตอบสนองการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจได้ดังตัวอย่างเช่น ธนาคารกสิกรไทยกำหนดตำแหน่งทางการตลาดไว้ว่า “ธนาคารกสิกรไทยจะเป็นทางเลือกที่ดีกว่าสำหรับธนาคารระดับสากลและระดับท้องถิ่น ของ ประเทศไทย” โดยประกอบด้วย แนวทางดำเนินการ 5 ส่วน คือ (1) มีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่สูงด้วยเทคโนโลยี (High Technology Infrastructure) (2) การบริการที่เป็นมิตร (Personalized Service) (3) มุ่งสู่สากล (International Caliber) (4) ภาคภูมิใจในความเป็นไทย (Thai Heritage) และ(5) คำนึงถึงสังคม (Community Caring)

3. กำหนดเป้าหมายภาพลักษณ์ เพื่อส่งเสริมการตลาดที่พึงประสงค์ ก่อนอื่นต้องตระหนักว่าการสร้างภาพลักษณ์ให้ดีขึ้นนั้นเป็นเรื่องที่ยากจะเป็นไปได้ ในขั้นนี้ผู้บริหารภาพลักษณ์จึงต้องเลือกกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์เพียงบางด้าน โดยเลือกจัดอันดับภาพลักษณ์ด้านหลัก ๆ ก่อน คราวละไม่เกิน 3-5 ด้านเพื่อป้องกันความสับสน โดยมีข้อความระบุถึงหัวข้อสำคัญหรือแนวคิดหลัก (Theme) กำหนดไว้อย่างชัดเจนเพื่อเป็นแนวทางสำหรับขั้นต่อไป

4. กำหนดเครื่องมือ (Tools) สื่อสารการตลาดและวางแผนการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ เพื่อส่งเสริมการตลาด จากแนวทางการตั้งเป้าหมายภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่กล่าวมาแล้วข้างต้นชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบที่สำคัญของการสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดซึ่งธุรกิจจะต้องวางแผนดำเนินงานให้ประสานกันใน 2 ส่วนหลัก ๆ ได้แก่

4.1 การสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวหรือ อัตลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) ซึ่งต้องมีทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกายภาพ (Physical) อันประกอบด้วยรูปทรง เส้น สี ที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสได้โดยตรง ตั้งแต่อาคารสำนักงาน การตกแต่งสถานที่ ป้ายสัญลักษณ์ เครื่องแบบพนักงาน ชั้นวางสินค้า ฯลฯ และในด้านกิจกรรมดำเนินงาน (Performance) เช่น การจัดกิจกรรมทางการตลาด การจัดโครงการณรงค์เพื่อสังคม ฯลฯ

4.2 การเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดและการวางแผนการสื่อสาร ซึ่งครอบคลุมทั้งแผนกิจกรรมและแผนการใช้สื่อในทุก ๆ เครื่องมือ โดยมีหัวข้อสำคัญหรือแนวคิดหลัก (Theme) เป็นตัวควบคุมข่าวสารในทุกเครื่องมือให้มีความเป็นเอกภาพตลอดทั้งโครงการ

5. ปฏิบัติการสื่อสารตามแผนโดยอาศัยกลยุทธ์การใช้สื่อและการนำเสนอสารที่เป็นเอกภาพ ซึ่งขั้นตอนนี้จำเป็นต้องอาศัยการสร้างสรรค์รูปแบบกิจกรรม และการออกแบบสื่อให้มีรูปลักษณ์ดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมาย พร้อม ๆ กับการสร้างสารให้สัมพันธ์กับสื่อที่ใช้ได้อย่างประทับใจภายใต้หัวข้อสำคัญ ที่กำหนดไว้แล้ว

ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) ที่พบจากการวัดประเมินจะถูกต้องตามสภาพที่เป็นอยู่จริงหรือไม่ ควรมีภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) เกิดขึ้นในด้านใดและในทิศทางอย่างไรบ้าง รวมไปถึงตรวจสอบว่าภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นในสายตาของกลุ่มเป้าหมายนั้น สอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่กำหนดไว้แต่เดิมหรือยังสิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยแนวคิดและวิธีการตรวจสอบ (Monitor) และวัดประเมิน (Evaluation) โดยสามารถอธิบายภาพลักษณ์ในเชิงประจักษ์ (Empirical) ดังนั้น การกำหนดดัชนี (Indicator) และเกณฑ์ระดับการวัด (Criteria) ในการประเมินให้ชัดเจนจึงเป็นส่วนประกอบที่สำคัญอย่างยิ่ง

2.1.4 การตรวจสอบและประเมินภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดจะต้องครอบคลุมองค์ประกอบหลัก คือ

1. การตรวจสอบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์/บริการ
2. การตรวจสอบภาพลักษณ์ของตราชี้ห่อ
3. การตรวจสอบภาพลักษณ์ขององค์การ

ส่วนวิธีการและเครื่องมือในการตรวจสอบและประเมินผลภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดนั้นกระทำดังนี้

1. การตรวจสอบจากข่าวสารที่ปรากฏทางสื่อมวลชนและสื่ออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากข่าวสารจำนวนมากที่ปรากฏทางสื่อมวลชนเกี่ยวข้องกับธุรกิจเป็นข่าวสารที่ไม่สามารถควบคุมได้ ผลสืบเนื่องที่เกิดขึ้นต่อองค์การธุรกิจจึงอาจเป็นไปได้ทั้งในเชิงลบและเชิงบวก ผู้บริหารภาพลักษณ์จะต้องตระหนักถึงความสำคัญของการตรวจสอบข่าวสารที่ปรากฏทางสื่อมวลชนทุกชนิด และสำหรับในโลกยุคเทคโนโลยีสารสนเทศแล้ว ข่าวสารทางเครือข่ายสากลหรืออินเทอร์เน็ตก็มีคุณสมบัติเดียวกันนั้นคือ องค์การไม่สามารถเข้าไปควบคุมข่าวสารเหล่านั้นได้ทั้งในแง่ของทิศทางและการแพร่กระจายของข่าวสาร

การตรวจสอบ (Monitoring) ภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจในลักษณะนี้ ควรกระทำเป็นประจำทุกไตรมาสหรืออย่างน้อยที่สุดคือทุก ๆ 6 เดือน เพื่อให้สอดคล้องกับความเคลื่อนไหวของกระแสข่าวสารของวงการธุรกิจที่มีสื่อมวลชนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน โดยผู้บริหารภาพลักษณ์จะต้องวิเคราะห์ในประเด็นต่อไปนี้ให้ชัดเจน

1.1 ปริมาณของข่าวสารที่สะท้อนภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ โดยคำนวณจากความถี่ (Frequency) ของข่าวสารที่ปรากฏปริมาณของข่าวสารที่ปรากฏ(ขนาดของพื้นที่หรือความยาวของเวลา)ความโดดเด่นของข่าวสาร(ตำแหน่งของข่าวสารที่ลงตีพิมพ์หรือระยะเวลาที่ออกอากาศ)

1.2 ทิศทางของข่าวสารที่มีผลสืบเนื่องต่อภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ โดยดูว่าข่าวสารนั้นก่อให้เกิดผลต่อภาพลักษณ์ในเชิงบวก (Positive Image) หรือภาพลักษณ์ในเชิงลบ (Negative Image)

1.3 ภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดที่เป็นผลสะท้อนจากข่าวสาร โดยการจำแนกออกเป็นแต่ละด้านและจัดลำดับเพื่อให้เห็นน้ำหนักของภาพแต่ละด้าน เช่น ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านความเชี่ยวชาญของผู้บริหารและทีมงาน เป็นต้น

2. การวิจัยสำรวจภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดวิธีการนี้ควรทำเป็นประจำอย่างน้อยที่สุดทุก ๆ 2-5 ปี เพื่อสามารถมองเห็นแนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นกับภาพลักษณ์ของธุรกิจ รวมไปถึงการนำภาพลักษณ์ที่ได้จากผลการวิจัยมาเปรียบเทียบกับพฤติผลของการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะ ๆ หรือแม้กระทั่งช่วยให้สามารถตรวจสอบความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นต่อภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจเพื่อจัดการแก้ไขได้ทันที่ ทั้งนี้เนื่องจากวิธีการศึกษาภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดที่เที่ยงตรงและรัดกุมจะช่วยอธิบายสิ่งที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน เป็นระบบ และน่าเชื่อถือมากที่สุด ดังนั้น ในวงการธุรกิจจึงให้ความสำคัญกับวิธีการที่สามารถสะท้อนภาพได้ทั้งในเชิงกว้างและเชิงลึก โดยอาศัยทั้งวิธีการวิจัยเชิงปริมาณคือการสำรวจ (Survey Research) และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) นอกจากนี้ การกำหนดดัชนี (Indicator) และเกณฑ์ (Criteria) ในการค้นหาภาพลักษณ์ควรได้มาตรฐาน ในการกำหนดดัชนีเพื่อวัดประเมินภาพลักษณ์ควรจำแนกตามองค์ประกอบการตลาดแต่ละด้านของธุรกิจ ซึ่งแตกต่างกันออกไปในรายละเอียด อาทิ ด้านการบริหารจัดการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการให้บริการ ด้านบทบาทที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ฯลฯ ทั้งนี้ แต่ละดัชนีหลักยังประกอบด้วยดัชนีย่อย ๆ เพื่อให้สามารถวัดได้อย่างเที่ยงตรงในแต่ละประเด็น เช่น ในด้านผลิตภัณฑ์ อาจจำแนกออกเป็นประเด็นย่อยคือ คุณภาพในการใช้งานของผลิตภัณฑ์ รูปทรงหรือแบบของผลิตภัณฑ์ ความทันสมัยของเทคโนโลยีของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

Kotler (2000:553) ได้เสนอแนะเกณฑ์ในการศึกษาภาพลักษณ์โดยจำแนกไว้เป็น 2 ระดับ (ขั้นตอน) คือ

ระดับแรก สำรวจความคุ้นเคยของผู้บริโภคที่มีต่อองค์การ สินค้า และบริการทำโดยการวัดระดับความคุ้นเคย (Familiarity Scale) ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้ (1) ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน (Never

Heard of) (2) เคยได้ยินชื่อ (Heard of Only) (3) รู้จักบ้างเล็กน้อย (Know a Little Bit) (4) รู้จักพอสมควร (Know a Fair Amount) และ (5) รู้จักเป็นอย่างดี (Know Very Well) หากพบคำตอบของผู้บริโภคส่วนใหญ่จำกัดอยู่เพียงระดับ 1 และ 2 ก็แสดงว่า ธุรกิจจะต้องเร่งสร้างการรับรู้(Awareness) ให้เกิดขึ้นโดยเร็ว

ระดับที่สอง สำรวจความชอบของผู้ที่รู้จักองค์การ สินค้า และบริการแล้วทำโดยการวัดระดับความชอบ (Favorability Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้ (1) ไม่ชอบเลย (Unfavorable) (2) ไม่ค่อยชอบ (Somewhat Unfavorable) (3) รู้สึกเฉย ๆ (Indifference) (4) ค่อนข้างชอบ (Somewhat Favorable) และ (5) ชอบมาก (Very Favorable) หากพบว่าคำตอบของผู้บริโภคเป้าหมายอยู่ใน 2 ระดับแรก นั้นหมายความว่าธุรกิจจะต้องแก้ไขปัญหาด้านภาพลักษณ์อย่างจริงจัง

2.1.5 ปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาด

ภาพลักษณ์นั้นเป็นสิ่งที่สามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้ และเมื่อเกิดขึ้นแล้วก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอ ขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมที่มากกระทบ Kotler and Armstrong (2018) ซึ่งถึงการเปลี่ยนแปลงของภาพลักษณ์ว่า ภาพลักษณ์ที่มีอยู่แล้วนั้นเมื่อได้รับการ กระทบจากสิ่งที่ได้รับรู้ใหม่ อาจมีผลในลักษณะใดลักษณะหนึ่งคือ

1. ภาพลักษณ์เดิมยังคงอยู่เช่นเดิม โดยไม่ถูกกระทบกระเทือนแต่อย่างใด
2. ข้อมูลใหม่ที่ได้รับรู้มีทิศทางสอดคล้องกับภาพลักษณ์เดิมจะช่วยทำให้เกิดความสนใจ และทำให้เกิดการประเมินคุณค่า ซึ่งอาจทำให้ภาพลักษณ์เดิมเปลี่ยนแปลงไปบ้าง แต่จะสามารถบ่งบอกได้ชัดเจนยิ่งขึ้น
3. ข้อมูลใหม่ที่ได้รับก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์เดิมโดยสิ้นเชิง ในบางครั้งอาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างองค์ประกอบของภาพลักษณ์ที่เป็นอยู่

สุพิน ปัญญาภัก (2536 อ้างถึงใน พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2540 : 102) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์การว่ามีหลายประการและบางอย่างก็เกิดขึ้นจากตัวองค์การเอง เช่น

1. ข่าวลือ เป็นวิกฤตการณ์ที่หนักหน่วงสำหรับองค์การ โดยเฉพาะข่าวลือในเชิงทำลาย เพราะจะกระพือแพร่สะพัดเร็วมาก คนที่ได้รับข่าวต่อก็จะระบายสีเพิ่มเติมจนดูน่าสะพรึงกลัว และคนจำนวนมากจะไม่เข้าใจว่าจริงหรือไม่จริงเพราะเป็นข่าวที่ไม่มีต้นตอ องค์การหลายแห่งมักเกิดวิกฤตการณ์เพราะข่าวลือ

2. พฤติกรรมเชิงลบขององค์การ เช่น การบริหารไม่มีประสิทธิภาพ บริการไม่สะดวก ไม่รับผิดชอบต่อนักที่ ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งที่กระทบต่อความรู้สึกของประชาชน หากองค์การไม่ปรับปรุงแก้ไขก็จะเป็นการทำลายภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การให้ย่อยยับได้อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาปัจจัย

แวดล้อมที่ส่งผลต่อการเกิดและการเปลี่ยนแปลงของภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดอย่างรอบด้านแล้ว จะเห็นได้ว่าเกิดขึ้นจาก 2 ส่วน จำแนกเป็น

2.1. ปัจจัยแวดล้อมภายใน (Internal Environment) หมายถึงการกระทำหรือพฤติกรรมขององค์กร ถือว่าเป็นสภาพความเป็นจริงภายในที่บ่งบอกถึงประสิทธิภาพ (Efficiency) และคุณภาพ (Quality) ขององค์ประกอบทางธุรกิจ

2.2. ปัจจัยแวดล้อมภายนอก (External Environment) ไม่ว่าจะเป็น ข่าวลือ หรือ ข้อมูลใหม่ ที่แพร่กระจายสู่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและสาธารณชนในวงกว้าง หากเป็นไปในเชิงลบแล้วย่อมถือว่าเป็นภาวะคุกคาม (Threat) ที่น่าสะพรึงกลัวสำหรับธุรกิจ เพราะนั่นอาจหมายถึงการสูญเสียศักยภาพในการแข่งขันและนำไปสู่ความถดถอยของส่วนครองตลาด (Market Share) ในที่สุดเนื่องจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกมีลักษณะที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable) และยากแก่การแก้ไข ในการสื่อสารจึงต้องอาศัยกลวิธีที่สามารถครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง พร้อมกับต้องมีความรวดเร็วทันต่อสถานการณ์ในช่วงเวลานั้น ๆ กลไกสำคัญที่ผู้บริหารภาพลักษณ์ของธุรกิจต้องเข้าใจก็คือ การจัดการกับช่องทางข่าวสารสู่มวลชน แม้ในปัจจุบันช่องทางการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตจะมีบทบาทสูงในวงการธุรกิจ แต่สื่อมวลชนทุกชนิดก็ยังคงมีบทบาทสำคัญในการแพร่กระจายข่าวสาร ซึ่งนอกจากสามารถสร้างการรับรู้อย่างหลากหลายแก่ผู้บริโภคแล้ว ยังเป็นช่องทางที่ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจอย่างสูงจากสาธารณะอีกด้วย

2.2 แนวคิดเรื่องการพัฒนาด้านบุคลากร

แนวคิดและงานวิชาการหลาย ๆ ด้าน แสดงให้เห็นว่าบุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับการจัดการองค์กร ซึ่งบุคลากรในองค์กรก็เปรียบเสมือนกับคนในสังคมที่จำเป็นต้องมีระบบการจัดการ เพื่อให้เกิดการอยู่รวมตัวกันได้อย่างสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรหรือสังคมนั้น ๆ การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรถือว่าเป็นอีกแง่มุมหนึ่งที่สำคัญของบุคลากรในเชิงพฤติกรรม ซึ่งทำให้การดำเนินงานสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้อย่างดีที่สุด ประหยัดที่สุด และส่งเสริมประสิทธิภาพขององค์กรมากที่สุด การวิจัยนี้สนใจศึกษาตัวแปรด้านบุคลากรในองค์กร โดยมุ่งเน้นการศึกษาพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์กร พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (Organizational citizenship behavior : OCB) เป็นพฤติกรรมนอกเหนือจากบทบาทการทำงานและเป็นพฤติกรรมที่มีการสนับสนุนทางสังคม อันเป็นการแสดงออกของบุคลากรที่กระทำโดยความสมัครใจ ไม่มีผลตอบแทนเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้เป็นสิ่งที่องค์กรทุกแห่งต้องการให้เกิดขึ้นกับสมาชิกในองค์กร เพราะเป็นตัวช่วยให้้องค์กรทำงานอย่างราบรื่น เพราะเมื่อองค์กรประสบกับสถานะที่ก่อให้เกิดความไม่คล่องตัวก็สามารถนำพฤติกรรมการเป็น

สมาชิกที่ดีเข้ามาช่วยได้ ยิ่งไปกว่านั้นหัวใจสำคัญขององค์ประกอบพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์กร คือ การเสนอความช่วยเหลือผู้อื่น โดยไม่ได้หวังผลตอบแทนจากสิ่งที่เขาได้ทำลงไป สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความเป็นปัจเจก บุคคลในการช่วยเหลือ เกื้อกูล ใส่ใจต่องาน และผู้ร่วมงาน ทำให้ลดความขัดแย้งและรักษาองค์การที่เขาอาศัยอยู่ อันจะนำองค์การไปสู่ประสิทธิภาพ งานวิจัยหลาย ๆ ด้านได้ทำการศึกษาถึงองค์การที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยให้องค์การเหล่านั้นสามารถดำรงอยู่ได้ อาทิ Smith and Organ (1983 : 653-663) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ โดยผลการศึกษสามารถแบ่งพฤติกรรมดังกล่าวออกได้เป็น 2 ประเภท คือ การช่วยเหลือผู้อื่นโดยไม่หวังผล และการปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์การ ในขณะที่ Podsakoff, Ahearne and MacKenzie (2000 : 513-563) กล่าวว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การมีองค์ประกอบอยู่ 7 ประการ ได้แก่

1. การริเริ่มส่วนบุคคล เป็นพฤติกรรมของบุคคลในการริเริ่มต่องานและมีส่วนร่วม
2. ความจงรักภักดีต่อองค์การ
3. พฤติกรรมช่วยเหลือ
4. การปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์การ
5. การมีน้ำใจเป็นนักกีฬา ให้การยอมรับความคิดเห็นของความคิดของสมาชิกในกลุ่ม
6. การทำความดีให้สังคมในองค์การ
7. การพัฒนาตนเอง เพื่อนำมาใช้ในการทำงาน เป็นต้น

สุทธิพงษ์ ขงศ์มกล (2543 : 76) กล่าวว่าองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องและส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคลากรอันประกอบไปด้วย 5 ด้านได้แก่ การรับรู้ ทักษะและค่านิยม บุคลิกภาพ การเรียนรู้ และการจูงใจ แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมของสมาชิกในองค์กรเกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมที่อยู่โดยรอบ นำมาสู่การคิดและแสดงออก นอกจากองค์ประกอบดังกล่าวแล้วยังมีนักวิชาการอีกหลายท่านได้ศึกษาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องอื่น อาทิ

1. **ความยุติธรรม** จากการศึกษาของ Williams , Pitre and Zainuba (2002 : 33-44) พบว่าความยุติธรรมในการแบ่งสรรผลตอบแทนและการปฏิบัติต่อกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์กร โดยเฉพาะการปฏิสัมพันธ์กับหัวหน้างานจะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจของพนักงานมากที่สุด นอกจากนี้การศึกษายังพบว่าความยุติธรรมส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การโดยผ่านช่องทางอื่น ๆ อาทิ การศึกษาของ Konovsky and Pugh (1994 : 656-669) ที่ศึกษากับผู้ที่ทำงานในโรงพยาบาล พบว่าความยุติธรรมด้านกระบวนการในการตัดสินใจของหัวหน้างานจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีในด้านความ

ไว้วางใจต่อหัวหน้างาน นอกจากนี้ความสัมพันธ์ระหว่างความยุติธรรมกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขึ้นอยู่กับการนิยามพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของพนักงานด้วย เช่น การศึกษาของ Tepper, Lockhart and Hoobler. (2001 : 789-796) พบว่าพนักงานที่นิยามพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีว่าเป็นพฤติกรรมนอกบทบาท จะส่งผลให้พนักงานมีพฤติกรรมที่สัมพันธ์กับความยุติธรรมสูงกว่าพนักงานที่นิยามพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีว่าเป็นพฤติกรรมในบทบาทหน้าที่ อย่างไรก็ตามความยุติธรรมอาจจะไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การเสมอไป เนื่องจากความยุติธรรมอาจจะไม่ได้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อพนักงาน ดังนั้นแม้ว่าองค์การจะมีความยุติธรรมแต่ถ้าความยุติธรรมนั้นไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อพนักงาน พนักงานก็อาจจะไม่ตอบสนององค์การด้วยการทำพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การ

2. **ความผูกพันต่อองค์การ** แบ่งออกได้ 3 ด้าน คือ ความผูกพันต่อองค์การด้านจิตใจ ความผูกพันต่อองค์การด้านการคงอยู่กับองค์การ และความผูกพันต่อองค์การด้านบรรทัดฐาน โดยความผูกพันด้านต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การทั้งในทางบวกและทางลบ ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมอื่น ๆ จากการศึกษาของ Shore and Wayne (1993 : 774-780) ได้ศึกษาพนักงานและหัวหน้างานที่ทำงานในบริษัทที่มีสาขาในประเทศต่าง ๆ พบว่าความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีในด้านการช่วยเหลือผู้อื่น โดยไม่คำนึงถึงตนเอง แต่ในกรณีที่ความผูกพันต่อองค์การที่ระบุว่าเป็นพนักงานมีความผูกพันต่อองค์การเพราะมีความจำเป็นที่จะต้องทำงานอยู่ในองค์การ ส่งผลให้พฤติกรรมการด้านการช่วยเหลือผู้อื่นลดลง

3. **ความพึงพอใจในการทำงาน** พบว่าพนักงานหากมีความพึงพอใจในงานแล้ว จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การได้ เนื่องจากบุคลากรรู้สึกพอใจในความมั่นคงของงานที่ทำ พอใจในความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน บุคลากรนั้นก็จะมีความอดทนอดกลั้นต่อความคับข้องใจ การถูกรบกวน หรือความเครียด ความกดดันต่าง ๆ ด้วยความเต็มใจเพิ่มมากขึ้น หรือพนักงานมีความพึงพอใจกับนโยบายและการบริหารของหน่วยงานและองค์การ บุคลากรนั้นก็พร้อมที่จะปฏิบัติตามระเบียบและสนองนโยบายขององค์การอย่างเต็มใจ การศึกษาของ Smith and Organ (1983 : 653-663) พบว่าความพึงพอใจในการทำงานส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีด้านการช่วยเหลือผู้อื่น โดยไม่คำนึงถึงตนเอง

4. **การแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้าและลูกน้อง** พบว่าการแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้ากับลูกน้องส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการด้านการช่วยเหลือผู้อื่นโดยไม่คำนึงถึงตนเอง เช่นเดียวกับการศึกษาของ Lambert (2000 : 801-815) ได้ศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างผลประโยชน์ที่พนักงานได้รับกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี พบว่าการรับรู้ถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับโดยการ

แลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้าและลูกน้อง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีด้านการให้คำแนะนำเพื่อการปรับปรุงองค์การ การเข้าร่วมการประชุมต่าง ๆ และการช่วยเหลือผู้อื่นสูงขึ้น

5. การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ การศึกษาของ Eisenberger, Fasolo and Davis-LaMastro (1990 : 51-59) ที่ศึกษากับพนักงานรายชั่วโมงจำนวน 422 คน และพนักงานฝ่ายบริหารที่ทำงานในโรงงานเหล็กขนาดใหญ่ พบว่าการรับรู้การสนับสนุนขององค์การมีความสัมพันธ์กับการให้คำแนะนำที่สร้างสรรค์เพื่อช่วยเหลือองค์การ โดยที่ไม่ได้หวังรางวัลหรือการยอมรับส่วนบุคคล พนักงานที่มีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การในระดับสูงจะให้คำแนะนำมากกว่าพนักงานที่มีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การในระดับต่ำ เช่นเดียวกับการศึกษาของ Shore and Wayne (1993 : 774-780) ที่พบว่าการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการด้านการเชื่อฟังปฏิบัติตามและด้านการช่วยเหลือผู้อื่นโดยไม่คำนึงถึงตนเอง และการศึกษาของ Moorman, Blakely and Niehoff (1998 : 351-357) พบว่าการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการด้านการช่วยเหลือ ความขยันหมั่นเพียร และความภักดี

6. การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน มีความสำคัญอย่างมากต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงาน เนื่องจากการสนับสนุนจากหัวหน้างานจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่เป็นลักษณะทางสังคมและไม่ได้เป็นข้อบังคับตามสัญญา โดยลูกน้องมักจะแสดงพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี เพื่อตอบแทนหัวหน้างานที่สนับสนุนพวกตน อาทิ การช่วยเหลือผู้อื่น การสื่อสาร เป็นต้น จากการศึกษาของ Williams, Pitre and Zainuba (2002 : 33-44) พบว่าพนักงานที่รู้สึกว่าได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างานจะมีความเป็นไปได้มากที่จะทำพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีด้วยความเต็มใจ

จากการทบทวนแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับบุคลากร และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีในองค์การ พบว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากร ส่งผลให้องค์การมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะปัจจัยการจัดการที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้-การสื่อสาร ทักษะคิด-ค่านิยม การสนใจ การมีส่วนร่วม-ความร่วมมือ อันเป็นส่วนหนึ่งของคุณลักษณะของบุคลากรในองค์การที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยครอบคลุมถึงคุณลักษณะและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การ 4 ด้าน คือ 1) ความเป็นบุคคลที่รอบรู้ 2) การมีน้ำใจเป็นนักกีฬา 3) การแสดงออกทางพฤติกรรม และ 4) การรับรู้ (Perception) ทักษะคิด (Attitudes) และค่านิยม (Value) ซึ่งจะใช้ปัจจัยดังกล่าวในการวัดระดับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การ เพื่อนำไปศึกษาหาความสัมพันธ์กับองค์การที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันต่อไป

2.3 แนวคิดเรื่องการสื่อสาร และเทคโนโลยี

2.3.1 การสื่อสาร

ในปัจจุบันการติดต่อสื่อสารระหว่างกันมีความสะดวกรวดเร็ว และเข้าถึงกันได้มากขึ้น เพราะความก้าวหน้าของเทคโนโลยี โดยที่องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้ องค์กรจึงเกิดการรวมกันของวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน อาทิ ด้านภาษา ความคิด ค่านิยม บรรทัดฐาน การรับรู้ การตีความ การใช้ชีวิต และการประพฤติปฏิบัติตัว เป็นต้น ในการบริหารงานและการทำงานในองค์กรจะเกิดขึ้นไม่ได้เลยถ้าขาดการสื่อสาร พบว่าการสื่อสารเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงบุคลากรภายในองค์กร แผนกแต่ละแผนก สาขาแต่ละสาขาเข้าด้วยกัน หากขาดการสื่อสารก็ส่งผลให้การบริหารงานเพื่อจัดการทรัพยากรและการแก้ปัญหาไม่สามารถลุล่วงไปได้ นอกจากนี้บุคลากรเพียงคนเดียวก็ไม่สามารถทำให้จุดมุ่งหมายขององค์กรบรรลุผลได้ เช่นเดียวกันการที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะเหมือนกันทุกอย่างนั้นเป็นไปได้ ถ้าหากแต่ละคนมีความแตกต่างทางด้านการศึกษาและวัฒนธรรม จึงเห็นได้ว่าการสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการจัดการองค์กรเพื่อให้องค์กรสามารถที่จะบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ และส่งผลให้เกิดองค์กรที่มีประสิทธิภาพ อันจะก่อให้เกิดเป็นความได้เปรียบในการแข่งขันต่อไป

Downs and Hazen (1977 : 63-73) สร้างมาตรวัดระดับการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ (Communication satisfaction survey : CSS) โดยการวัดองค์ประกอบ 8 ประการคือ

1. ภาพรวมขององค์กรโดยทั่วไป เป็นคำถามที่สะท้อนถึงข่าวสารที่สัมพันธ์เชื่อมโยงกับหน้าที่ทั้งหมดขององค์กร
2. ข้อมูลป้อนกลับส่วนตัว องค์กรประกอบนี้เกี่ยวข้องกับสัมฤทธิ์ผลส่วนตัว งาน และวิธีที่เขาถูกยอมรับโดยองค์กร
3. การประสาน หล่อหลอมทางองค์กร เป็นการสะท้อนถึงความพึงพอใจของแต่ละบุคคล กับข่าวสารข้อมูลที่เขาได้รับ เกี่ยวกับองค์กรและสิ่งแวดล้อมด้านงาน
4. การติดต่อสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา เป็นการติดต่อสื่อสารสองทางกับผู้บังคับบัญชา
5. บรรยากาศของการติดต่อสื่อสาร เป็นสภาพการติดต่อสื่อสารในทุกระดับขององค์กร เพื่อกระตุ้นให้บรรลุเป้าหมายใด ๆ
6. การติดต่อสื่อสารตามแนวนอน เป็นการติดต่อสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการระหว่างเพื่อนพนักงานด้วยกัน
7. คุณภาพของสื่อ องค์กรประกอบนี้สะท้อนถึงบุคลากรในองค์กรรับรู้และทำหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ

8. การติดต่อสื่อสารกับผู้ได้บังคับบัญชา เป็นการติดต่อสื่อสารสองทางกับผู้ได้บังคับบัญชา

ในขณะที่การสื่อสารไม่เพียงแต่คำนึงถึงลักษณะของผู้ที่เกี่ยวข้องเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารอีกด้วย (สมสุตา ศรีวัฒนานนท์, 2547 : 137-164) ได้แก่

- ภาษา รหัส สัญลักษณ์ที่ใช้
- ความสามารถในการเข้าใจการตีความ
- ระดับการศึกษาของบุคคลที่เกี่ยวข้องในการติดต่อสื่อสาร
- พื้นเพ ภูมิหลัง ของบุคคลที่แตกต่างกัน
- ประสบการณ์และการรับรู้
- วัฒนธรรม
- สภาพทางกาย ทางสมอง และทางจิตใจ
- ทักษะ ความรู้ สำนึกคิด ความชอบ ความพึงพอใจต่อข่าวสาร ที่มีต่อผู้ที่เกี่ยวข้องในการติดต่อสื่อสาร

ลักษณะของสื่อที่ใช้เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดสารและปฏิบัติกรย้อนกลับ สาเหตุสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารที่ไม่สมบูรณ์ในองค์กรมักเกิดจากการบิดเบือนข่าวสารให้คลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง ข่าวนี้อาจมาจากส่วนต่าง ๆ ในองค์กร การให้ข่าวสารมากเกินไปจนความจำเป็น การมีจิตใจแคบของบุคคลที่เกี่ยวข้องในการสื่อสาร การเป็นผู้รับข่าวสารที่ไม่ดี ปัญหาจากการใช้ถ้อยคำในการสื่อความหมายที่กำกวมหรือไม่ชัดเจน บรรยากาศของการติดต่อสื่อสาร มีการซุกซ่อนปิดบัง ไม่ไว้วางใจ ไม่ตรงไปตรงมา ปัญหาเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ส่งสาร และพฤติกรรมของผู้บังคับบัญชาที่ชอบตัดสินใจด้วยทัศนคติของตนเอง ไม่รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น เป็นต้น ดังนั้นองค์กรควรมีการปรับปรุงการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพในด้านต่าง ๆ อาทิ

- การพัฒนาความสามารถในการฟัง การพูด การอ่าน การเขียน และการแสดงออกในการติดต่อสื่อสาร

- การกำหนดวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายในการติดต่อสื่อสาร ให้ชัดเจน
- การเลือกใช้ถ้อยคำ รหัส สัญลักษณ์ ให้เหมาะสมกับระดับของผู้รับข่าวสาร
- การจัดระบบการรับข้อมูลย้อนกลับให้มีประสิทธิภาพ
- การเลือกใช้สื่อและวิธีการใช้สื่อ ให้เหมาะสมในการส่งข้อมูลและการรับข้อมูล

ย้อนกลับ

- การกำหนดโครงสร้างและเครือข่ายการติดต่อสื่อสาร ให้ชัดเจนทั้งที่เป็นแบบทางการและไม่เป็นทางการ
- การใช้ระบบการติดต่อสื่อสารแบบซ้ำ ย้ำ ทวน ในกรณีที่เหมาะสม
- การใช้การสื่อสารนอกระบบ เพื่อเสริมความเข้าใจ
- การสร้างระบบบรรยากาศแบบเปิด เพื่อให้บุคลากรในองค์กรเกิดความไว้วางใจ เปิดเผยและเป็นกันเอง
- การปรับปรุงบทบาทของบุคคลที่เกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสาร ให้เหมาะสม

จากความหมายข้างต้นจึงสรุปได้ว่าประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารเป็นเรื่องของความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ ว่าสอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรภายในองค์กรหรือไม่ ถ้าข่าวสารที่บุคลากรในองค์กรได้รับสอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรนั้นแล้ว ก็จะเกิดความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร อันนำไปสู่การสื่อสารที่เกิดประสิทธิภาพ ข่าวสารที่มีอยู่ภายในองค์กรจึงนับว่ามีความสำคัญมาก เพราะนอกจากจะเป็นสิ่งที่สร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับบุคลากรในองค์กรแล้ว ยังเป็นสิ่งที่บุคลากรสามารถนำไปใช้ในส่วนที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนางาน การวางแผนงาน การบริหารจัดการให้บรรลุเป้าหมายของตนเองและองค์กร อันส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งขององค์กร และพร้อมที่จะรับกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรได้ อันจะนำไปสู่องค์กรที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันตามมา ดังนั้นปัจจัยการสื่อสารจึงถือได้ว่าเป็นปัจจัยการจัดการที่สำคัญขององค์กร โดยการสื่อสารจะช่วยให้เกิดการรับรู้ต่อสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมถึงข้อเท็จจริงที่ถูกต้องที่ได้จากภายในและภายนอกองค์กร อย่างไรก็ตามแนวคิด เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร บ่งชี้ให้เห็นถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารหลายด้าน โดยเฉพาะด้านวัฒนธรรมองค์กร ทักษะคน การตีความที่จะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.3.2 แนวคิดเรื่องเทคโนโลยี

เทคโนโลยี หมายถึง กระบวนการการเปลี่ยนแปลงปัจจัยนำเข้า (Input) ไปสู่ผลผลิต (Output) ภายในองค์กร ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าเทคโนโลยีไม่ได้หมายถึงเพียงเครื่องจักรกลเท่านั้น แต่ยังหมายถึงความรู้ เทคนิค เครื่องมือ และกิจกรรมที่ใช้เปลี่ยนแปลงปัจจัยนำเข้าขององค์กรให้เป็นผลผลิต รวมถึงทักษะของพนักงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิต เทคโนโลยีจึงประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญ คือ ความชำนาญทางด้านความรู้ทางวิชาการหรือความรู้ทางวิทยาศาสตร์และความรู้เกี่ยวกับวิธีการที่จะนำไปใช้ ร่วมกับความชำนาญทางด้านเทคนิคของการ

ปฏิบัติงาน โดยมีวัตถุประสงค์ 4 ประเด็น คือ ตอบสนองความต้องการของมนุษย์ การแข่งขันในตลาด การพึ่งพาตนเอง และเพิ่มความสามารถของเทคโนโลยีให้สูงขึ้น อันนำมาสู่องค์การที่สามารถอยู่รอดได้ด้วยตนเอง เทคโนโลยีเป็นการกระทำของบุคคลที่ปฏิบัติต่อวัตถุ โดยอาจใช้หรือไม่ใช้เครื่องมือ เพื่อเปลี่ยนแปลงวัตถุนั้นให้เป็นผลสำเร็จในองค์การ ซึ่งมองตัวแปรที่ใช้ในการแบ่งระดับเทคโนโลยีออกเป็น 2 ด้านคือ 1) ระดับความผันผวนของงานที่ทำ (Task variability) โดยระดับของความผันผวนในงานที่ทำนั้นจะแปรเปลี่ยนจาก งานประจำ ไปเป็น งานที่มีลักษณะเป็นงานจร 2) วิธีปฏิบัติในการตอบรับความผันผวน (Problem analyzability) โดยระดับของการตอบรับในงานที่ทำนั้นจะแปรเปลี่ยนจาก งานที่ใช้เหตุผล ไปเป็น การใช้สัญชาตญาณ สามารถแบ่งเทคโนโลยีออกได้ 4 ประเภท ตามตัวแปรข้างต้น คือ

1. เทคโนโลยีที่ต้องการใช้ฝีมือ (Craft technology) เป็นงานประจำ ใช้สัญชาตญาณเป็นหลัก
2. เทคโนโลยีที่ใช้ประจำ (Routine technology) เป็นงานประจำใช้เหตุผลเป็นหลัก
3. เทคโนโลยีเฉพาะ (No routine technology) เป็นงานจรใช้สัญชาตญาณเป็นหลัก
4. เทคโนโลยีทางวิศวกรรม (Engineering technology) เป็นงานจรใช้เหตุผลเป็นหลัก

จากข้อมูลพบว่าความหมายของคำว่าเทคโนโลยีมีความหมายหลากหลาย ทั้งในแง่เทคโนโลยีเป็นความสามารถและคุณสมบัติทางกายภาพขององค์การ ได้แก่ เครื่องจักรกล เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่าง ๆ และในแง่เทคโนโลยีเป็นความรู้ที่องค์การมีอยู่ เมื่อความหมายของเทคโนโลยีมีอยู่มากมาย จึงมีการศึกษาเทคโนโลยีในหลาย ๆ แบบ ในระดับปัจเจกบุคคลนั้นเทคโนโลยีหมายถึงเครื่องมือและความรู้ที่จำเป็นต่อการบรรลุภารกิจ ในระดับองค์การนั้นเทคโนโลยีมีความหมายกว้างขึ้นเป็นเทคโนโลยีของการปฏิบัติงาน วัตถุดิบ ความรู้ รวมถึงเทคโนโลยีของสิ่งนำเข้า เทคโนโลยีของกระบวนการ และเทคโนโลยีของสิ่งที่ผลิตออกมา ในระดับสังคมเทคโนโลยีหมายถึงศาสตร์ของการผลิตและจำหน่าย จึงอาจสรุปได้ว่าเทคโนโลยีเป็นสื่อ เครื่องมือ วิธีการ ทักษะ ที่จำเป็นต้องใช้เพื่อเปลี่ยนแปลงสภาพวัตถุ ข้อมูลหรือคน ให้เป็นผลผลิตตามที่องค์การต้องการ ดังนั้นเทคโนโลยีจึงต้องมีความสัมพันธ์และสอดคล้องกับลักษณะงานขององค์การ หากมีการเปลี่ยนแปลงของงานก็จะมีผลให้เทคโนโลยีเปลี่ยนไป และในทางกลับกัน หากเทคโนโลยีมีการปรับเปลี่ยนไปก็ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนระบบงานและการบริหารงานด้วย ดังที่ Burn and Stalker (1990 : 121-132) กล่าวว่าเทคโนโลยีแบบงานประจำมีแนวโน้มที่จะสร้างบรรยากาศเน้นกฎเกณฑ์เข้มงวดกดขี่ โดยมีความไว้วางใจและสร้างสรรค์ต่ำ ส่วนองค์การที่ใช้เทคโนโลยีคล่องตัวและมีการเปลี่ยนแปลงง่ายจะมีบรรยากาศการติดต่อสื่อสารกันอย่างเปิดเผย มีการไว้วางใจ สร้างสรรค์ และมีความรับผิดชอบใน

การทำงานให้บรรลุเป้าหมาย โดยองค์การที่มีเทคโนโลยีแตกต่างกันจำเป็นต้องใช้โครงสร้างและลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่แตกต่างกันไป

2.4 แนวคิดเรื่องทัศนคติ

2.4.1 ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง สภาพทางจิตของบุคคลที่เกิดจากการเรียนรู้ในการที่จะตอบสนองต่อบุคคล สิ่งของ หรือเหตุการณ์เฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่งในทำนองว่าชอบหรือไม่ชอบ ตามปกติแล้วบุคคลจะต้องมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันเสมอ ซึ่งได้มีนักจิตวิทยาหรือกลุ่มผู้ที่ทำการศึกษาเรื่อง ทัศนคติ ให้ความหมายไว้หลายความหมายดังต่อไปนี้

Schiffman and Kanuk (2004) ทัศนคติเป็นความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ ทำให้มีพฤติกรรมลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อสิ่งหนึ่ง และได้กำหนดองค์ประกอบทัศนคติไว้ 3 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive Component) คือ ความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) ความเชื่อ (Beliefs) อาจแตกต่างกันไปแต่ละบุคคล ซึ่งในส่วนของความเชื่อและการรับรู้จะได้รับจากประสบการณ์และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหลายแหล่งข้อมูล และความรู้ี้จะมีผลกระทบต่อ ความเชื่อ (Beliefs)

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective Component) คือ ความรู้ (Knowledge) จะสะท้อนอารมณ์ (Emotion) หรือ ความรู้สึก (feeling) ของผู้บริโภคมที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ในเรื่องความชอบและอารมณ์ที่มีต่อสิ่งนั้นๆ

3. ส่วนของพฤติกรรม (Conative Component หรือ Behavior หรือ Doing) จะสะท้อนถึงแนวโน้มจะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค หรือแนวโน้มการกระทำที่แสดงออกหรือแนวโน้มเอียงที่จะซื้อสินค้า

ทัศนคติเป็นความรู้สึกที่ชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับด้านอารมณ์ที่มีความรู้สึกหรือความเชื่อเป็นแรงผลักดันพื้นฐาน โดยได้รับอิทธิพลมาคล้ายกับค่านิยม แต่อยู่ไม่นานเหมือนค่านิยม ทัศนคติจึงสามารถนำมาสะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึก ทำที่ หรือแนวโน้มของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้

สุภาพร รัตนน้อย และสุดาวดี จตุรงควาณิช (2554) ทัศนคติเป็นความเชื่อ ความรู้สึกเชิงประมาณค่าที่เป็นไปได้ทั้งด้านบวกและด้านลบ ทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงออกตอบโต้ต่อสิ่งต่างๆ ทัศนคติเป็นนามธรรมที่สำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของบุคคล

2.4.2 องค์ประกอบของทัศนคติ

องค์ประกอบของทัศนคติไว้วาม้องค์ประกอบ 3 ด้านคือ

1. ด้านความรู้ ความเข้าใจ (The Cognitive Component) หมายถึง ความรู้ ความเชื่อ และความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือความเข้าใจของบุคคลที่มีต่องานเป็นไปตามการรับรู้ของบุคคลซึ่งอาจตรงกับสภาพความเป็นจริงหรือไม่ก็ได้ บุคคลได้รับความรู้ ความเชื่อและค่านิยมมาจาก 2 ทาง คือ ประสบการณ์ที่เขาประสบด้วยตัวเอง เช่น นายเก็บกตเสนอความคิดเห็นครั้งใดหัวหน้ามักตำหนิทุกครั้งทำให้นายเก็บกตรู้ว่า การเสนอความคิดเห็นจะต้องถูกตำหนิ ทำให้นายเก็บกตมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการเสนอความคิดเห็น ส่วนประสบการณ์ทางอ้อม เช่น โดยบุคคลรับความรู้ ความเชื่อและค่านิยมจากคำบอกเล่า หรือได้เห็นจากตัวอย่าง ดังนั้นการสื่อสารจึงเป็นยุทธวิธีหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคล

2. ด้านความรู้สึก (The Effective Component) หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ความรู้สึกทางบวกหรือทางลบต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือการที่ว่าชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจในงาน หรือต่อสภาพแวดล้อมต่างๆของงานที่ตนเองทำอยู่ ความรู้สึกเกิดจากประสบการณ์ของบุคคลที่สัมผัสกับงาน เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ทั้งหมดหลักการเรียนรู้เงื่อนไขของสิ่งเร้าและเงื่อนไขของผลรวม

3. ด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) หมายถึง แนวโน้ม หรือความพร้อมที่บุคคลจะตอบรับหรือปฏิเสธ หรือหมายถึงเมื่อบุคคลมีความรู้ ความเชื่อ ค่านิยมและความรู้สึกต่องานไปในทิศทางใดแล้ว เขจะมีแนวโน้มพฤติกรรมที่สอดคล้องกับความรู้ ความเชื่อ และความรู้สึกของเขาเอง โดยการยอมรับหรือปฏิเสธ และในการวัดทัศนคติจะสามารถทำนายว่าบุคคลมีพฤติกรรมต่อสิ่งต่างๆ ในทิศทางใด ช่วยสะท้อนสาเหตุและผลของทัศนคติที่มีต่อสิ่งต่างๆ

2.4.3 ลักษณะของทัศนคติ

กมลรัตน์ หล้าสุวรรณ (2526: 231 อ้างถึงใน อธิภัทร สายนาคร 2543: 26) อธิบายถึงลักษณะของทัศนคติที่สำคัญมีดังนี้

1. ทัศนคติ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้หรือการได้รับประสบการณ์ ไม่ใช่สิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด
2. ทัศนคติ เป็นดัชนีที่ชี้แนวทางการแสดงพฤติกรรม กล่าวคือ ถ้ามีทัศนคติที่ดีก็มีแนวโน้มที่จะเข้าหา หรือ แสดงพฤติกรรมนั้นๆ ในทางตรงกันข้ามถ้ามีทัศนคติที่ไม่ดีก็มีแนวโน้มที่จะไม่เข้าหาโดยการถอยหนีหรือต่อต้าน

3. ทักษะสามารถถ่ายทอดจากบุคคลหนึ่งไปสู่บุคคลอื่นๆ ได้ เช่น บิดา มารดา ไม่ชอบบุคคลหนึ่งย่อมมีแนวโน้มทำให้เด็กไม่ชอบบุคคลนั้นด้วย
4. ทักษะสามารถเปลี่ยนแปลงได้ เนื่องจากทักษะเป็นสิ่งที่ได้มาจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ถ้าเรียนรู้หรือประสบการณ์นั้นเปลี่ยนแปลงไปทักษะย่อมเปลี่ยนแปลงไปด้วย

2.4.4 การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

Kolesnik (1970: 484-486 อ้างถึงใน วรรณฤดี แก้วแกมแข 2544: 22) ได้อธิบายการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไว้ว่าทัศนคติของบุคคลจะพัฒนาไปได้โดยสาเหตุ 3 ประการด้วยกัน คือ

1. บุคคลมีโอกาสดัดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่น
2. เกิดจากการที่บุคคลถ่ายทอดแบบอย่างการกระทำหรือความคิดเห็นของคนอื่นเป็นของตน
3. การที่บุคคลพยายามที่จะสนองความต้องการของตน

นอกจากนี้ อริภัทร สายนาคร (2543: 27) กล่าวว่าทัศนคติของบุคคลแม้จะได้รับการปลูกฝังไว้ในตัวบุคคลอย่างมั่นคงพอสมควร แต่ก็อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามทฤษฎีต่างๆ โดยวิธีการดังต่อไปนี้

1. การยอมตาม ซึ่งเกิดจากอิทธิพลของกลุ่ม
2. การเลียนแบบ ซึ่งเกิดจากการที่บุคคลพึงพอใจในบุคลิภาพหรือพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้อง
3. ความต้องการที่จะเปลี่ยน ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้และเกิดค่านิยมในบางสิ่งบางอย่างที่ตนเองชื่นชอบก็จะเกิดความต้องการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ
4. การเปลี่ยนความเชื่อ ซึ่งเกิดจากการทำให้ความเชื่อของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป ก็จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติด้วย
5. การได้รับความรู้
6. การได้รับประสบการณ์ตรง
7. การเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์สังคม
8. การใช้วิธีจิตบำบัด

2.4.5 การวัดทัศนคติ

เนื่องจากทัศนคติเป็นพฤติกรรมภายใน มีลักษณะเป็นนามธรรม ดังนั้นการวัดทัศนคติโดยตรงจึงทำไม่ได้ แต่โดยที่ทัศนคติดีมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการดังกล่าวมาข้างต้น ซึ่งการวัดทัศนคติจึงต้องวัดทั้ง 3 องค์ประกอบของทัศนคติและต้องวัดเป็นภาพรวมๆ โดยพิจารณาจากิริยาท่าทีการตอบสนองต่อสิ่งเร้าในหลายด้านหลายประการรวมกัน มิใช่วัดจากการ กระทำหรือพฤติกรรมเพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่งของบุคคล โดยมีข้อตกลงเบื้องต้นในการวัดทัศนคติ มักจะมีข้อตกลง (Assumption) ดังนี้

1. การศึกษาทัศนคติเป็นการศึกษาความคิดเห็น ความรู้สึกของบุคคลที่มีลักษณะคงเส้นคงวา หรืออย่างน้อยเป็นความคิดเห็นหรือความรู้สึกที่ไม่เปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาหนึ่ง
2. ทัศนคติเป็นสิ่งที่ไม่สามารถวัดได้หรือสังเกตได้โดยตรง ฉะนั้น การวัดทัศนคติจึงเป็นการวัดทางอ้อมจากแนวโน้มที่บุคคลจะแสดงออกหรือประพฤติปฏิบัติอย่างมีระเบียบแบบแผนคงที่ ไม่ใช่พฤติกรรมโดยตรงของมนุษย์
3. การศึกษาทัศนคติของบุคคลนั้น ไม่ใช่เป็นการศึกษาแต่เฉพาะทิศทางทัศนคติของบุคคลเท่านั้น แต่ต้องศึกษาถึงระดับความมากน้อยหรือความเข้มของทัศนคตินั้น ๆ ด้วย

2.4.6 หลักการวัดทัศนคติ

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2543 : 222) กล่าวว่าไว้ว่า การวัดทัศนคติมีหลักการเบื้องต้น 3 ประการ ดังนี้

1. เนื้อหา (Content) การวัดทัศนคติต้องมีสิ่งเร้าไปกระตุ้นให้มีิริยาท่าทีออกมา โดยสิ่งเร้าทั่วไป ได้แก่ เนื้อหาที่ต้องการวัด เช่น ต้องการวัดทัศนคติต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับชีวิตครอบครัว ซึ่งได้แก่ การเลือกคู่ครอง อายุแรกสมรส ระยะการมีบุตรคนแรกและคนต่อไป ขนาดครอบครัว และความสัมพันธ์ภายในครอบครัว
2. ทิศทาง (Direction) การวัดทัศนคติโดยทั่วไปกำหนดให้ทัศนคติมีทิศทางเป็นเส้นตรงและต่อเนื่องกันในลักษณะ ซ้าย-ขวา หรือ บวก-ลบ กล่าวคือ เริ่มจากเห็นด้วยอย่างยิ่ง และลดความเห็นด้วยลงเรื่อย ๆ จนถึงมีความรู้สึกเฉย ๆ และลดต่อไปเป็นไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เป็นไปในเส้นตรงเดียวกันและต่อเนื่อง
3. ความเข้ม ิริยาท่าทีหรือความรู้สึกที่แสดงออกต่อสิ่งเร้านั้นๆ มีปริมาณมากน้อยแตกต่างกัน ถ้ามีความเข้มสูงไม่ว่าจะไปในทิศทางใดก็ตามจะมีความรู้สึกหรือิริยาท่าทีรุนแรงมากกว่าที่มีความเข้มเป็นกลาง

มาตรวัดทัศนคติ (Attitude Scale) เครื่องมือสำหรับใช้วัดทัศนคติ เรียกว่า มาตรวัดทัศนคติ ซึ่งเป็นระบบประเมินค่า (Rating Scale) นักจิตวิทยาสังคม นิยมที่จะใช้เครื่องมือวัดทัศนคติใน 2 ลักษณะ คือ วัดทิศทาง (Direction) คือการประเมินทัศนคติในทิศทางบวกหรือลบ ซึ่งหมายถึงดีกับเลว เช่น เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ชอบ ไม่ชอบ เป็นต้น และวัดเพื่อให้ได้ปริมาณของทัศนคติ (Magnitude) หมายถึง ความเข้มข้นรุนแรงของทัศนคติที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ ว่ามากน้อยเพียงไร เช่น มาก ปานกลางน้อย เกลียด เฉย ๆ รัก

มาตรวัดทัศนคติที่นิยมใช้และรู้จักแพร่หลายมี 3 ชนิด ได้แก่ มาตรวัดแบบเทอร์สโตน (Thurstone's Type Scale) มาตรวัดแบบของลิเคิร์ต (Likert Scale) และมาตรวัดของออสกู๊ด (Osgood Scale) ซึ่งมาตรวัดทัศนคติแต่ละแบบมีทั้งข้อดีและข้อจำกัด และเหมาะสำหรับการวัดทัศนคติใน ลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนั้น การเลือกใช้มาตรวัดทัศนคติประเภทใดก็ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความ จำกัดของการวิจัย (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ 2540 : 106-108) ซึ่งมาตรวัดทัศนคติแต่ละลักษณะมีรายละเอียด ดังนี้

1) มาตรวัดแบบของเทอร์สโตน (Thurstone's Type Scale) เป็นการกำหนดช่วงความรู้สึกของคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง 11 ช่วง จากน้อยที่สุดจนถึงมากที่สุด แต่ละช่วงมีระยะห่างเท่า ๆ กัน ข้อความที่บรรจุลงในมาตรวัดจะต้องนำไปให้ผู้ตัดสินใจเลือกว่าควรอยู่ในตำแหน่งใดของมาตรวัดแต่ละข้อความ อาจจะต้องมีข้อความประมาณ 20 ข้อความหรือมากกว่าเล็กน้อย

2) มาตรวัดแบบของลิเคิร์ต (Likert Scale) เป็นการวัดระดับความคิดเห็นของคน แบ่งออกเป็น 5 ช่วง หรือ 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉยๆ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ข้อความที่บรรจุในมาตรวัดจะเป็นการวัดความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดี (บวก) และในทางที่ไม่ดี (ลบ) และมีจำนวนพอ ๆ กัน ข้อความเหล่านี้ควรมีประมาณ 18-20 ข้อความ

3) มาตรวัดของออสกู๊ด (Osgood Scale) เป็นมาตรวัดที่ใช้คำคุณศัพท์มาอธิบาย ความหมายของสิ่งเร้า โดยมีคุณสมบัติตรงข้ามกันเป็นขั้วของมาตรวัด คำคุณศัพท์ที่ใช้ในการอธิบายคุณลักษณะของสิ่งเหล่านี้สามารถอธิบายได้ 3 องค์ประกอบ คือ

3.1 องค์ประกอบด้านประเมินค่า เป็นองค์ประกอบที่แสดงออกด้านคุณค่า คำคุณศัพท์ที่ใช้อธิบาย เช่น ชั่ว-ดี จริง-เท็จ ฉลาด-โง่ สวย-น่าเกลียด เป็นต้น

3.2 องค์ประกอบด้านศักยภาพ เป็นองค์ประกอบที่แสดงถึง กำลัง อำนาจ เช่น แข็งแรง-อ่อนแอ หนัก-เบา หนา-บาง หยาบ-ละเอียด เป็นต้น

3.3 องค์ประกอบด้านกิจกรรม เป็นคุณศัพท์ที่แสดงถึงลักษณะกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ช้า-เร็ว เฉื่อยชา-กระตือรือร้น เป็นต้น

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ (Trust)

ความไว้วางใจ (trust) หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งเกิดความเชื่อมั่นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งความเชื่อมั่นนั้นเกิดจากความน่าเชื่อถือ และความซื่อสัตย์จริงใจของสิ่งนั้น ๆ (Dwyer and Tanner, 2009) ซึ่งสามารถเป็นที่พึ่งพิงได้ในเรื่องหนึ่ง ๆ โดยที่ไม่ทำให้เราผิดหวังจากการกระทำของทั้งสองฝ่าย ทุกคนจะต้องมีขอบเขตจำกัดความของความไว้วางใจ และหากบุคคลนั้นเกิดความผิดหวังจากความไว้วางใจ ความไว้วางใจก็จะลดน้อยลง หรือหมดไปตามลำดับ ดังนั้นความไว้วางใจจึงขึ้นอยู่กับสิ่งที่บุคคลหนึ่ง ๆ คาดหวัง ฉะนั้นการทำความเข้าใจกับความคาดหวังของบุคคลอื่นจึงมีความสำคัญมากต่อการสร้างความไว้วางใจ ความคาดหวังของบุคคลเป็นสิ่งที่ตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ ดังนั้นการแสดงความคาดหวังจึงเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกัน

จนแทบจะแยกออกจากกันไม่ได้ เพราะเมื่อมนุษย์เกิดความต้องการแล้ว การคาดหวังก็จะเพิ่มขึ้นตามมา อย่างไรก็ตามความต้องการของมนุษย์เมื่อเกิดความต้องการแล้ว ก็มักจะคาดหวังสูงขึ้นไปอีกตามลำดับ

Kennedy, Ferrell and Leclair (2001) ได้ให้ความหมาย ความไว้วางใจว่าใช้กับกรณีต่างๆที่ หลากหลาย เช่น การแลกเปลี่ยนระหว่างบริษัทต่างๆหรือการแลกเปลี่ยนกับการบริการจัดการ นอกจากนี้ความไว้วางใจยังใช้กับการศึกษาเรื่องผลกระทบ ที่มีต่อความสัมพันธ์ในช่องทางการจำหน่าย

ความไว้วางใจทางการตลาด คือ สภาพความเป็นจริงที่มีบุคคลจำนวนหนึ่งเกิดความเชื่อมั่นโดยเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความเชื่อ (reliability) และความซื่อสัตย์จริงใจ (integrity) ซึ่งมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันและมีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะกำหนดลักษณะข้อผูกมัด เพื่อแสดงสัมพันธภาพระหว่างลูกค้ากับองค์กร ดังนั้น ความไว้วางใจจึงเป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่ดึงดูดความสนใจหลัก ๆ ของนักวิชาการ ทั้งนี้ความจริงที่ว่าความไว้วางใจเป็นตัวแปรกลยุทธ์ในการตลาดเชิงกลยุทธ์ในปัจจุบัน โดยผู้เขียนบางคนได้เบนความสนใจศึกษาเรื่องความไว้วางใจในกรอบสัมพันธภาพระหว่างบุคคลไปพิจารณาความไว้วางใจจากทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ (Delgado and Alemán 2001) ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อความสามารถในการทำงานได้อย่างเหมาะสมของตราสินค้า ความไว้วางใจไม่จำเป็นต้องเป็นทัศนคติต่อบุคคลอื่น แต่อาจเป็นทัศนคติที่มีต่อวัตถุที่จับต้องไม่ได้ เช่น ตราสินค้า

พื้นฐานของความสัมพันธ์ทางการติดต่อสื่อสารระหว่างตราสินค้ากับลูกค้าจะก่อให้เกิดวงจรการพัฒนาความสัมพันธ์ ที่เรียกว่า แบบจำลองตามขั้นตอน ABCDE ดังนี้

1. ขั้นความรู้สึกรู้จักคุ้นเคย (acquaintance) ลูกค้าจะมีความไว้วางใจต่อองค์กรหรือบริการหรือไม่นั้น ก็ต้องเกิดจากความประทับใจในครั้งแรกที่ลูกค้าได้รับ

2. ขั้นการก่อสร้างก่อตัวของความสัมพันธ์ (buildup) หากลูกค้าได้ทดลองใช้สินค้าหรือบริการลูกค้าจะไว้วางใจหรือไม่ขึ้นอยู่กับการสร้างความประทับใจขององค์กรไม่ว่าจะเป็นจากการโฆษณา หรือจากการประชาสัมพันธ์ และสินค้าทดลองใช้

3. การเรียนรู้ความคุ้นเคยทำความรู้จักให้มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (continuation) ถ้าลูกค้าไว้วางใจก็จะใช้สินค้าและบริการต่อไป

4. ขั้นเลิกใช้บริการ (dissolution deterioration and endings) ถ้าหากลูกค้าไม่มีความไว้วางใจในตัวสินค้าและบริการแล้ว หรือการโฆษณาที่ลูกค้ารู้สึกไม่ประทับใจลูกค้าก็อาจจะเลิกใช้สินค้าและบริการ

ความไว้วางใจเป็นพื้นฐานหลักของความสัมพันธ์ทางการติดต่อสื่อสารในการให้บริการแก่ลูกค้า องค์กรจำเป็นต้องเรียนรู้ทฤษฎีความสัมพันธ์ใกล้ชิด ความคุ้นเคยเพื่อครองใจลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 5C ดังนี้ (วรรัตน์ สันติวงษ์, 2549 : 18)

1. การสื่อสาร (communication) พนักงานควรที่จะสื่อสารกับลูกค้าในลักษณะที่ทำให้ลูกค้าอบอุ่นใจ แสดงถึงความเปิดเผย จริงใจ และพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้า เพื่อให้ทั้งสองฝ่ายเต็มใจแสดงความรู้สึก และความคิดร่วมกัน เช่น การสร้างความรู้สึกที่ทำให้ลูกค้าอยากใช้บริการสถานบริการน้ำมัน ด้วยการแสดงความเต็มใจในการให้บริการ

2. ความใส่ใจ และการให้ (caring and giving) ความเอาใจใส่และความพร้อมที่จะให้นั้น เป็นคุณสมบัติของความสัมพันธ์ใกล้ชิดที่ประกอบด้วย ความเอื้ออาทร ความอบอุ่น และความรู้สึกปกป้อง ซึ่งมีผลให้ลูกค้ารู้สึกดี กล่าวคือ องค์กรอาจแสดงความรู้สึกเหล่านี้จากสิ่งเล็กๆ น้อยๆ ที่เป็นที่ยกย่อง เช่น สถานบริการน้ำมันตั้งป้ายขนาดเล็กหน้ารถขณะที่ลูกค้าเติมน้ำมัน และแสดงข้อความด้วยความใส่ใจว่าขณะนี้กำลังเติมน้ำมันชนิดเบนซิน 95 อยู่ โปรดดับเครื่องเพื่อความปลอดภัย หรือพนักงานกล่าวคำขอบคุณและเชิญให้เข้าไปใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อภายในสถานบริการน้ำมันต่อซึ่งกำลังให้ส่วนลดพิเศษ เป็นต้น

3. การให้ข้อผูกมัด (commitment) ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าโดยองค์กรควรยอม เสียผลประโยชน์เพื่อคงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เช่น สถานบริการน้ำมันยินดีตรวจเช็คสภาพรถ 10 ขั้นตอน โดยไม่คิดค่าบริการ เพื่อร่วมกับการณรงค์ของรัฐบาลที่มุ่งให้ผู้ขับขี่รถยนต์ใช้รถด้วยสมรรถนะที่แน่ใจว่าปลอดภัย ในการนี้ชี้ให้เห็นว่า เป็นการยอมเสียผลประโยชน์เพียงบางส่วน เพื่อให้ได้รับความไว้วางใจที่ยาวนาน

4. การให้ความสะดวกสบาย (comfort) ความเอาใจใส่ลูกค้าจะทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความสะดวกสบาย กล่าวคือ ลูกค้าจะรู้สึกยินดี อบอุ่นใจ มั่นใจ มั่นคงที่ได้รับบริการ ลูกค้าส่วนใหญ่

ประเมินความสะดวกสบายจากการบริการที่ดีขององค์กร คือ “ใกล้...ใกล้แค่ไหนเราอยู่ใกล้รับใช้คุณ” องค์กรที่สามารถทำให้ลูกค้าได้รับความรู้สึกนี้ได้จะพบกับความสำเร็จตามข้อนี้

5. การแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง (conflict resolution) หากองค์กรสามารถทำให้ลูกค้ารู้สึกว่า “ทำตัวตามสบายเหมือนอยู่บ้าน” ได้คงดีกว่าการที่องค์กรจะต้องแก้ไขสถานการณ์ความขัดแย้งกับลูกค้า องค์กรควรจะแสดงความรับผิดชอบด้วยการออกตัวไว้มาก่อนว่า ถ้าลูกค้าพบสิ่งใดที่สงสัยหรือไม่พอใจในสินค้าและบริการที่ลูกค้าคิดว่าต้องเสียเปรียบ ขอให้ลูกค้ารีบถามเพื่อให้พนักงานได้รับชี้แจงโดยเร็วก่อนที่ลูกค้าจะรู้สึกโกรธหรือไม่พอใจในสินค้าและบริการ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ คือความสามารถในการโน้มน้าวสิ่งต่าง ๆ ซึ่งต้องอาศัยทักษะ ความรู้ และพฤติกรรมของบุคคล ความรู้สึกที่ดีที่ผู้อื่นอยากทำให้เรา จนทำให้เราเกิดความไว้วางใจหรืออยากกระทำอย่างสม่ำเสมอ ปฏิบัติด้วยความจริงใจและตรงไปตรงมา

2.5.1 ระดับของความภักดี

วรารัตน์ สันติวงษ์ (2549 : 11) กล่าวว่า ระดับของความจงรักภักดี แบ่งได้ 6 ระดับ

1. กลุ่มบุคคลที่มีความเป็นไปได้ว่าจะเป็นลูกค้า (Suspect) ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มบุคคลโดยทั่วไปที่องค์กรสงสัยว่าจะเป็นบุคคลที่ซื้อและใช้สินค้า
2. ผู้ที่คาดว่าจะซื้อ และใช้สินค้า (Prospect) เป็นกลุ่มลูกค้าที่ถูกคัดสรร และกลั่นกรองจากกลุ่มแรกว่าเป็นผู้ที่มีศักยภาพที่จะซื้อสินค้าและใช้บริการของธุรกิจ
3. กลุ่มลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อ และใช้บริการในครั้งแรก (First Time Customer) เป็นลูกค้าที่ได้พิจารณาเลือกซื้อ และใช้สินค้าขององค์กรแล้วนั่นเอง
4. กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้า หรือใช้บริการซ้ำ (Repeat Customer) เป็นกลุ่มลูกค้าที่พึงพอใจในตัวสินค้า หรือเกิดความประทับใจในการใช้บริการของธุรกิจ
5. กลุ่มลูกค้าประจำ (Client) กลุ่มนี้ มักมีพฤติกรรมในการซื้อและใช้สินค้าอย่างปกติ
6. กลุ่มลูกค้าผู้ภักดี (Advocate) เป็นกลุ่มลูกค้าที่สนับสนุนธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และพร้อมที่จะแนะนำให้หากมีบุคคลใดบุคคลหนึ่งเข้าใจและมีทัศนคติที่ผิดๆ ต่อธุรกิจ

กว่าสี่ทศวรรษที่ผ่านมา แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจได้รับความสนใจจากนักวิชาการในหลายสาขาวิชา ไม่ว่าจะเป็นจิตวิทยาองค์กร การบริหารจัดการ การจัดการสาธารณะ การติดต่อสื่อสารขององค์กร และการศึกษา หรือแม้แต่การวิจัยทางด้านพฤติกรรมองค์กร นอกจากนี้ยังมีการศึกษาความไว้วางใจในอีกหลายแง่มุม เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและองค์กร และประสิทธิผลขององค์กร เป็นต้น ทำให้ความไว้วางใจมีแนวคิดที่หลากหลายจากมุมมองที่แตกต่างกัน

กัน ทั้งทางด้านสังคม จิตวิทยา การเมือง เศรษฐกิจ มานุษยวิทยา ประวัติศาสตร์ และชีววิทยาสังคม ซึ่งความแตกต่างของมุมมองเหล่านี้สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. มุมมองของนักทฤษฎีบุคลิกภาพ (The Views of Personality Theorists) เป็นมุมมองที่มุ่งเน้นถึง ความแตกต่างทางบุคลิกภาพส่วนบุคคลที่มีความพร้อมต่อความไว้วางใจ ซึ่งความพร้อมต่อความไว้วางใจนั้นจะถูกสร้างและพัฒนาขึ้นมาจากบริบททางสังคม ความไว้วางใจตามแนวคิดของนักทฤษฎีบุคลิกภาพจึงเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ ความคาดหวัง หรือความรู้สึกที่ยังรากลึกในลักษณะของบุคลิกภาพซึ่งเกิดมาจากการพัฒนาทางด้านจิตสังคมของบุคคลในวัยทารก

2. มุมมองของนักสังคมวิทยาและนักเศรษฐศาสตร์ (The Views of Sociologists and Economists) เป็นมุมมองที่มุ่งเน้นว่า ความไว้วางใจเป็นปรากฏการณ์หนึ่งที่เกิดขึ้นในองค์กรหรือสถาบัน ดังนั้น ความไว้วางใจจึงเป็นแนวคิดที่เป็นทั้งปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากภายในและระหว่างองค์กรและเป็นความไว้วางใจของบุคคลในสถาบันหรือองค์กรเหล่านั้น

3. มุมมองของนักจิตวิทยาสังคม (The Views of Social Psychologists) เป็นมุมมองที่มุ่งเน้นปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งก่อให้เกิดการสร้างหรือการทำลายความไว้วางใจระหว่างบุคคลหรือกลุ่ม ดังนั้น ความหมายของความไว้วางใจในมุมมองของนักจิตวิทยาสังคมจึงเป็นความคาดหวัง และเป็นส่วนประกอบในบริบทที่ช่วยเสริมสร้างหรือยับยั้งการพัฒนา และคงไว้ซึ่งความไว้วางใจ

แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับบริบทและการนำไปใช้ซึ่ง Geok Theng Lau. (1999) ได้พัฒนารูปแบบแนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจซึ่งมุ่งเน้นที่กระบวนการและผลลัพธ์ไว้ดังนี้

1. ความไว้วางใจเป็นกระบวนการ (Trust as Process) ซึ่งแสดงให้เห็นระยะเวลาของการเกิดความไว้วางใจ โดยแบ่งเป็น 4 ระยะ คือ

1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล (Assimilation of Information) ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่ได้รับความไว้วางใจ (Trustee) ตามการรับรู้ของผู้ให้ความไว้วางใจ (Truster) องค์ประกอบของข้อมูลที่สำคัญอันดับแรกในการสร้างความไว้วางใจ คือการรับรู้ถึงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นถ้าผู้ได้รับความไว้วางใจไม่ปฏิบัติตามความคาดหวังของผู้ให้ความไว้วางใจ นอกจากนี้ยังใส่ใจในเรื่องของความสามารถ ความเชื่อถือได้ และประสบการณ์ในอดีตของผู้ได้รับความไว้วางใจ รวมทั้งผลประโยชน์ตามสิทธิของผู้ให้ความไว้วางใจ ซึ่งอาจจะเป็นทางด้านอารมณ์ สังคมและสิ่งที่สัมผัสได้อื่นๆ

1.2 การตัดสินใจ (Decision Making) จะเกี่ยวข้องกับกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเวลาก่อนการตัดสินใจ ถ้าผลของการรวบรวมข้อมูลทำให้ผู้ให้ความไว้วางใจเชื่อว่าผู้ที่ได้รับความไว้วางใจมีความน่าไว้วางใจก็จะนำไปสู่การสร้างสัมพันธภาพ

1.3 สัมพันธภาพของความไว้วางใจ (Trust Relationship) เป็นความสมัครใจของผู้ให้ความไว้วางใจว่าจะยอมทำตาม และเชื่อว่าผู้ได้รับความไว้วางใจจะปฏิบัติตามที่คาดหวังได้ สัมพันธภาพของความไว้วางใจมีคุณลักษณะเฉพาะเป็นพลวัตรและมีการพัฒนาตามธรรมชาติระดับความไว้วางใจอาจจะมั่นคงเป็นเวลานาน และอาจจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงก็ได้

1.4 ผลที่ตามมาของความไว้วางใจ (Consequences of Trusting) จะมีความเฉพาะเจาะจง ขึ้นอยู่กับบริบทหรือสถานการณ์ อย่างไรก็ตามแนวคิดที่สำคัญของความไว้วางใจที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ คือ

1.4.1 การทำให้ผลประโยชน์ที่คาดหวังเป็นจริงในระดับที่สูงกว่า ต่ำกว่า หรือเท่ากัน

1.4.2 ผลที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้า

1.4.3 ความมั่นคง หมายถึง ระดับของความไว้วางใจที่เพิ่มขึ้น หรือลดลง ผลที่ตามมาของความสัมพันธภาพแห่งความไว้วางใจจะย้อนกลับไปยังระยะแรกของกระบวนการอีกครั้ง

2. ความไว้วางใจเป็นผลลัพธ์ (Trust Outcome) ความไว้วางใจที่เป็นกระบวนการจะเป็นลำดับของการเกิดความไว้วางใจและการประเมินย้อนกลับ ส่วนความไว้วางใจที่เป็นผลลัพธ์จะเป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในกระบวนการเกิดความไว้วางใจ โดยให้ความสำคัญกับเวลา ซึ่งอาจจะเป็นลักษณะคงที่ แตกสลายง่าย และเกิดขึ้นชั่วคราว

Robbins (2009: 171-172) ได้สรุปแนวคิดของความไว้วางใจว่ามี 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ความซื่อสัตย์ (Integrity) หมายถึง การมีความจริงใจและพูดความจริง ซึ่งบุคคลมักใช้ประเมินความน่าไว้วางใจต่อผู้นำ โดยบุคคลจะมีความรู้สึกไว้วางใจผู้นำเมื่อบุคคลได้รับรู้ถึงบุคลิกลักษณะที่มีศีลธรรมและมีความจริงใจของผู้นำ

2. ความสามารถ (Competence) หมายถึง การที่บุคคลให้ความไว้วางใจผู้นำที่มีความรู้ ทักษะ เทคนิคต่างๆ และความสามารถด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และเชื่อว่าผู้นำจะใช้ความสามารถและทักษะที่มีกระทำตามสัญญาที่ได้พูดไว้

3. ความคงเส้นคงวา (Consistency) หมายถึง ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความสามารถคาดคะเนได้ (Predictability) และมีความสามารถในการตัดสินใจได้ดี (Good Judgment) ของผู้นำ ในการควบคุมสถานการณ์ต่างๆ ที่ทำให้บุคคลให้ความไว้วางใจ ความไม่สอดคล้องกันในการพูด และการกระทำของผู้นำจะทำให้ความไว้วางใจต่อผู้นำลดน้อยลง

4. ความจงรักภักดี (Loyalty) หมายถึง การที่ผู้นำมีความเต็มใจที่จะปกป้องและรักษาเกียรติของบุคคลอื่น นั่นคือ บุคคลจะรู้สึกไว้วางใจผู้นำที่สามารถพึ่งพาได้ และไม่มีพฤติกรรมฉวยโอกาส

5. ความเปิดเผย (Openness) หมายถึง ความสามารถในการให้ความไว้วางใจที่จะพูดความจริงทั้งหมด รวมถึงความเต็มใจที่จะแลกเปลี่ยนความคิดและข้อมูลข่าวสารอย่างเต็มที่

2.5.2 หลักการขั้นพื้นฐานของความไว้วางใจ

ก่อนที่ผู้นำจะศึกษากลยุทธ์ในการสร้างหรือดำรงรักษาความไว้วางใจในองค์กรไว้ ผู้นำควรรู้ถึงหลักการขั้นพื้นฐานของความไว้วางใจเสียก่อน ซึ่ง Robbins (2000: 511-512) กล่าวไว้ดังนี้

1. ความไว้วางใจทำให้สูญเสียความไว้วางใจ (Mistrust Drives Out Trust) บุคคลที่มีความไว้วางใจต่อผู้อื่นจะแสดงออกโดยการเปิดเผย ร่วมแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่เกี่ยวข้อง เพราะมีความตั้งใจจริง ส่วนบุคคลที่ไม่มีความไว้วางใจต่อผู้อื่น จะแสดงออกโดยการไม่เปิดเผยข้อมูลหรือแสดงความคิดเห็น มีพฤติกรรมฉวยโอกาสหาประโยชน์ให้กับตนเอง บุคคลเหล่านี้จะมีผลทำให้บุคคลที่มีความไว้วางใจเกิดความรู้สึกไม่ไว้วางใจขึ้น ดังนั้น บุคคลที่ไม่มีความไว้วางใจจำนวนไม่กี่คนก็อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อองค์กรได้

2. ความไว้วางใจก่อให้เกิดความไว้วางใจ (Trust Begets Trust) การแสดงออกถึงความไว้วางใจของบุคคลจะก่อให้เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ผู้นำที่มีศักยภาพและเพิ่มความไว้วางใจให้เกิดขึ้นทีละน้อย โดยการกำหนดขอบเขตการลงโทษหรือไม่มีการลงโทษเลยเมื่อเกิดความไว้วางใจขึ้นแล้วในองค์กร

3. ตำแหน่งที่สูงขึ้นมักเป็นโอกาสให้ทำในสิ่งที่ไม่น่าไว้วางใจ (Growth Offer Makes Mistrust) ตำแหน่งงานที่สูงขึ้น ทำให้ผู้นำฉวยโอกาสในการแสวงหาอำนาจและความรับผิดชอบเพื่อส่งเสริมตำแหน่งของตนเอง ในสภาพแวดล้อมเช่นนี้ ผู้นำมักแก้ปัญหาแบบตายตัวอย่างรวดเร็วเพื่อหลีกเลี่ยงการตรวจพบจากผู้นำระดับสูงกว่า และมักทิ้งปัญหาจากความไม่น่าไว้วางใจให้กับผู้สืบทอดตำแหน่งนั้น

4. การลดคนลงหรือการลดขนาดองค์กรเพื่อทดสอบความไว้วางใจสูงสุด (Decline of Downsizing Tests the Highest of Trust) การลดคนหรือลดขนาดองค์กร มักทำลายสภาพแวดล้อมที่มีความไว้วางใจ เพราะการปลดพนักงานขององค์กรออกไป มีผลทำให้พนักงานที่เหลืออยู่เกิดความรู้สึกไม่มั่นคงในงาน สูญเสียความจงรักภักดี และระดับความไว้วางใจต่อผู้นำลดลง

5. ความไว้วางใจเสริมสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Trust Increases Cohesion) ความไว้วางใจจะยึดเหนี่ยวบุคคลให้อยู่ร่วมกันด้วยความเชื่อมั่นว่า บุคคลมีความเชื่อถือซึ่งกันและกัน ถ้าบุคคลเกิดปัญหาต้องการความช่วยเหลือ บุคคลจะมั่นใจได้ว่าจะได้รับความช่วยเหลือทันทีและเมื่อพบกับความยากลำบาก สมาชิกในกลุ่มจะร่วมมือกันทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายของกลุ่มร่วมกัน

6. ความไม่ไว้วางใจทำลายกลุ่มของตนเอง (Mistrusting Group Self-Destruct) เมื่อสมาชิกในกลุ่มไม่ไว้วางใจคนในกลุ่ม จะทำให้บุคคลไม่ยอมรับและตีตัวออกห่าง และเริ่มให้ความสนใจกับความต้องการของตนเองมากกว่าความต้องการของกลุ่มสมาชิก สมาชิกของกลุ่มที่ไม่มีความไว้วางใจกับมีแนวโน้มที่จะสงสัยในตัวผู้อื่น คอยระวังตัวว่าจะถูกเอาเปรียบอยู่ตลอดเวลา และจะไม่เปิดเผยข้อมูลให้กับสมาชิกคนอื่นๆ ในกลุ่มซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้มีความเป็นไปได้ที่จะทำลายความเชื่อมั่นและทำลายกลุ่ม

7. ความไม่ไว้วางใจลดผลผลิต (Mistrust Generally Reduces Productivity) ความไม่ไว้วางใจจะมุ่งเน้นที่ความสนใจที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ทำให้เกิดความยุ่งยากในการสร้างเป้าหมายร่วมกัน บุคคลในองค์กรเหล่านี้จะตอบสนองโดยการปิดบังข้อมูลข่าวสาร และเมื่อต้องเผชิญกับปัญหา บุคคลเหล่านี้ก็จะหลีกเลี่ยงการขอความช่วยเหลือ เพราะกลัวว่าบุคคลอื่นจะได้ประโยชน์จากตนเอง บรรยากาศของความไม่ไว้วางใจ จะทำให้เกิดความขัดแย้งและการประสานงานล่าช้า

ดังนั้น หลักการขั้นพื้นฐานของความไว้วางใจที่ผู้นำจะต้องศึกษา คือ การสร้างและดำรงรักษาซึ่งความไว้วางใจ โดยการแสดงออกอย่างเปิดเผย การสร้างความเชื่อถือซึ่งกันและกัน ผู้นำต้องพยายามสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้น ทีละน้อย และเสริมสร้างความไว้วางใจเพื่อให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในการทำงาน ในทางกลับกันผู้นำควรศึกษาถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดความไม่ไว้วางใจขึ้นด้วย นั่นคือ การปิดบังข้อมูลต่างๆ การแสวงหาผลประโยชน์โดยใช้ตำแหน่งของตน การลดคนหรือลดขนาดองค์กร และความไม่ไว้วางใจของบุคคลจำนวนไม่กี่คนอาจทำลายความไว้วางใจของผู้อื่นและของกลุ่มได้ ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อองค์กร โดยรวม

2.5.3 หลักสำคัญของการเกิดความไว้วางใจ

1. ความไว้วางใจตามพันธสัญญา (Contract Trust) หมายถึงความไว้วางใจที่เป็นความคาดหมายล่วงหน้าอย่างมั่นใจว่า บุคคลจะทำในสิ่งที่พูด ซึ่งเป็นมิติที่สำคัญของความไว้วางใจ บุคคลต้องการความสามารถในการคาดคะเน และควบคุมสภาพแวดล้อมของตนเอง ดังนั้นถ้าผู้นำทำในสิ่งที่พูด จะทำให้บุคคลเชื่อมั่นว่าสัมพันธภาพระหว่างผู้นำและตนเองสามารถคาดคะเนได้ บุคคลที่รู้สึกรู้ว่าสภาพแวดล้อมทางสังคมของตนเองมีความปลอดภัย จะปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมั่นคง ความไว้วางใจตามพันธสัญญาสามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้โดยการทำการตกลงร่วมกัน เช่น การทำตาราง และการนัดหมาย การกำหนดเส้นตาย การกำหนดแนวทางการประชุมเพื่อให้ทราบบทบาท และสิ่งที่เกี่ยวข้องพร้อมติดตามการปฏิบัติ เป็นต้น

2. ความไว้วางใจจากการเปิดเผยตนเอง (Self-Disclosure Trust) หมายถึง ความสมัครใจที่จะตกลงร่วมกันในการเปิดเผยและแบ่งปันข้อมูลข่าวสารร่วมกัน การสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นบุคคลจะต้องแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจและความสามารถที่จะเปิดเผย และแบ่งปันข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อบรรลุความต้องการของบุคคล กลุ่มบุคคล และองค์การ

3. ความไว้วางใจทางกายภาพ (Physical Trust) หมายถึง บุคคลชอบที่จะรู้สึกถึงสภาพแวดล้อมทางด้านร่างกาย และจิตใจมีความปลอดภัย เพราะเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความไม่แน่นอนในความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม มักจะรู้สึกไม่มั่นคง วิตกกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของตนเองและในการทำงาน และจะทำให้บุคคลต้องใช้เวลามากมายในการควบคุมสภาพแวดล้อมเพื่อดำรงอยู่อย่างผาสุก จึงทำให้มีเวลาน้อยในการสร้างสรรค์วิธีการแก้ปัญหา

ดังนั้น การสร้างสัมพันธภาพระหว่างบุคคลที่สามารถคาดคะเนได้หรือการมีพันธะสัญญาร่วมกัน การทำให้บุคคลรู้สึกถึงสภาพแวดล้อมทั้งทางร่างกายและจิตใจมีความปลอดภัย รวมถึงการตกลงที่จะเปิดเผยแบ่งปันข้อมูลร่วมกัน เป็นหลักการสำคัญที่สามารถทำให้ความไว้วางใจเกิดขึ้นได้

2.5.4 การพัฒนาความไว้วางใจ

ความไว้วางใจเป็นวิธีทางหนึ่งในการสะท้อนสัมพันธภาพระหว่างบุคคลในองค์การและสัมพันธภาพระหว่างบุคคลอาจเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความสำเร็จหรือความล้มเหลว ซึ่ง Niklas Luhmann. (1998 : 20-21) ได้เสนอแนวทางพัฒนาความไว้วางใจ ดังนี้

1. ความไว้วางใจต้องใช้เวลาในการพัฒนา การสร้างความไว้วางใจหรือการคงไว้ซึ่งความไว้วางใจจะต้องใช้เวลาเป็นทุนในการสร้างและพัฒนา แม้สัมพันธภาพความไว้วางใจจะเกิดขึ้นแล้ว แต่การลงทุนก็ยังต้องมีย่างสม่ำเสมอ ระยะเวลาในการพัฒนาความไว้วางใจอาจจะสั้นหรือยาวนาน แต่ไม่สำคัญเท่ากับการบำรุงรักษาความไว้วางใจให้คงอยู่ ความไว้วางใจอาจจะสามารถพัฒนาให้เกิดขึ้น ได้ในระยะเวลาอันสั้น ถ้าผู้นำเปิดโอกาสให้บุคคลมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย และความรับผิดชอบร่วมกัน

2. ความไว้วางใจต้องการความเข้มแข็งอดทน องค์การที่มีระดับความไว้วางใจสูง บุคคลจะทำงานเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามมาตรฐานที่สูงขององค์การ และทำงานอย่างรวดเร็วด้วยความเข้มแข็ง อดทน เพื่อความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ ส่วนองค์การที่มีระดับความไว้วางใจต่ำ บุคคลจะปฏิบัติงานเท่าที่ทำได้และมีผลผลิตต่ำ

3. ความไว้วางใจต้องมีการปฏิบัติ การพัฒนาความไว้วางใจก็เช่นเดียวกับนักกีฬาที่จะต้องใช้ทักษะ การฝึกปฏิบัติ และกำลังใจมากมายจึงจะถึงเป้าหมายที่ต้องการ ดังนั้นการสร้าง ความไว้วางใจในองค์การ จึงต้องพัฒนาทั้งทักษะและจิตใจ

ดังนั้น ความไว้วางใจจึงต้องอาศัยเวลาในการพัฒนา ซึ่งต้องมีการลงทุนอย่างสม่ำเสมอ และที่สำคัญที่สุดคือ การบำรุงรักษาความไว้วางใจให้คงอยู่ อีกทั้งในการพัฒนาความไว้วางใจนั้น ต้องการความเข้มแข็งอดทนและจะต้องมีการฝึกปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ

2.5.5 การสร้างความไว้วางใจระหว่างบุคคล

ผู้นำที่ต้องการเรียนรู้ถึงการสร้างสัมพันธภาพที่นำไว้วางใจควรที่จะยึดเหนี่ยวการปฏิบัติดังต่อไปนี้ (Robbins, 2009: 174-175)

1. การปฏิบัติอย่างเปิดเผย (Practice Openness) ความเปิดเผยจะนำไปสู่ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ดังนั้น ผู้นำควรให้ข้อมูลแก่ลูกน้อง เพื่อให้ลูกน้องแน่ใจว่าการตัดสินใจของผู้นำกระทำอย่างโปร่งใส อธิบายถึงเหตุผลในการตัดสินใจ เปิดเผยความเป็นจริงของปัญหาและเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างเต็มที่

2. มีความยุติธรรม (Be Fair) ก่อนที่จะทำการตัดสินใจหรือกระทำการใดๆ ควรพิจารณาว่าผู้อื่นจะรับรู้ถึงข้อเท็จจริงภายนอก และความยุติธรรมอย่างไร ดังนั้น ผู้นำจึงควรให้ความสำคัญกับความยุติธรรม ไม่ลำเอียง และไม่อคติในการประเมินผลการปฏิบัติงาน รวมถึงให้ความสนใจต่อการรับรู้ความยุติธรรมในการให้รางวัลด้วย

3. พูดถึงความรู้สึกของตนเอง (Speak Your Feeling) ผู้นำที่พูดถึงแต่ข้อเท็จจริงจะทำให้ลูกน้องเกิดความรู้สึกว่าเป็นคนที่เย็นชาและห่างเหิน แต่ถ้าหากมีการแบ่งปันความรู้สึกของตนเอง ลูกน้องจะมองว่าผู้นำคนนั้นมีความเป็นมนุษย์ รวมถึงทำให้รู้ตัวคนที่แท้จริง ซึ่งจะทำให้ลูกน้องทำให้ความไว้วางใจเพิ่มมากขึ้น

4. บอกความจริง (Tell the Truth) ความซื่อสัตย์เป็นสิ่งสำคัญในการทำให้เกิดความไว้วางใจ ดังนั้นการพูดความจริงจะทำให้ลูกน้องรับรู้ว่ามีผู้นำมีความซื่อตรงและนำไปสู่ความจริง

5. แสดงความคงเส้นคงวา (Show Consistency) บุคคลต้องการความสามารถในการคาดคะเนหรือทำนายได้ เพราะความไม่ไว้วางใจเกิดมาจากการไม่รู้ถึงสิ่งที่คาดหวัง ดังนั้นผู้นำควรใช้เวลาในการคิดทบทวนค่านิยมและความเชื่อของตนและนำมาใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจ เมื่อผู้นำรู้ว่าเป้าหมายของตนเองคืออะไร ก็จะปฏิบัติตามนั้นและจะทำการวางแผนอย่างสอดคล้อง ทำให้ได้มาซึ่งความไว้วางใจ

6. รักษาคำมั่นสัญญา (Fulfill Your Promises) ความไว้วางใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลเชื่อมั่นว่าผู้นำสามารถฟังพาได้ ดังนั้นผู้นำจะต้องแน่ใจว่าสามารถรักษาคำพูดและคำมั่นสัญญาได้

7. รักษาความเชื่อมั่น (Maintain confidence) โดยปกติแล้วบุคคลจะให้ความไว้วางใจกับผู้นำที่มีความสุขุมและเชื่อถือได้ ดังนั้นถ้าบุคคลสมัครใจที่จะบอกบางสิ่งด้วยความเชื่อมั่น เช่น หมายถึงบุคคลต้องการความแน่ใจว่าผู้นำจะไม่วิพากษ์วิจารณ์หรือเปิดเผยเรื่องนั้นกับผู้อื่น

8. แสดงให้เห็นถึงความสามารถ (Demonstrate Competence) การทำให้ผู้อื่นชื่นชมและให้ความเคารพนับถือจะต้องแสดงถึงความสามารถทางอาชีพ และเทคนิคต่างๆ รวมถึงพัฒนาตนเองทางด้านทักษะในการติดต่อสื่อสารการเจรจาต่อรอง และทักษะส่วนบุคคลอื่นๆ

2.5.6 แนวคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ

วิยะกานต์ ต้นสุวรรณรัตน์ (2552) การเผยแพร่สิ่งที่ดีเพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้มากที่สุด แต่มีจำนวนน้อยที่ประสบความสำเร็จและเข้าไปอยู่ในความต้องการของลูกค้า เนื่องจากธุรกิจเหล่านี้ได้ทำการตลาดไปพร้อมกับการสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า เมื่อลูกค้ามีความรู้สึกที่ดี กลยุทธ์ปากต่อปาก (Word of Mouth) ก็ช่วยแพร่ข่าวดีให้กระจาย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าถือว่าการเริ่มต้นการสร้างความน่าเชื่อถือที่ดีที่สุด เนื่องจากศรัทธาและน่าเชื่อถือมักเกิดจากความใกล้ชิดและผูกพัน ดังนั้นสินค้าและบริการต่างๆ ที่ต้องการยื่นหยัดอยู่ได้ในตลาดด้วยการสร้างความน่าเชื่อถือจำเป็นต้องเร่งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง กิจกรรมที่สามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายมีโอกาสสื่อสารกับองค์กรแบบ 2 ทาง เพื่อให้ลูกค้าและผู้ที่ทำหน้าที่สร้างสัมพันธ์มีโอกาสเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

สินค้าตัวอย่าง ของสมนาคุณแลโอกาสทดลองใช้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกต่างๆทั้งในแง่บวกและแง่ลบ ธุรกิจต้องจัดสรรงบประมาณสำหรับเรื่องนี้ โดยเฉพาะในช่วงที่มีการออกสินค้าใหม่ มีการปรับปรุง หรือช่วงเวลาที่ต้องการทำให้สินค้าและบริการได้รับความสนใจจากลูกค้ามีโอกาสได้เห็น สัมผัส หรือทดลองให้ก่อน ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสประทับใจสินค้าได้ พร้อมกับการมุ่งเน้นเรื่องคุณภาพของสินค้าและบริการ เพราะปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางอย่างสูง นอกจากนี้คุณภาพยังเป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จจากความนิยมของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

การพัฒนาบุคลากรและองค์กร ช่วยส่งเสริมให้องค์กรเกิดภาพลักษณ์ที่ดี มีความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ และเพิ่มทักษะศักยภาพในการแข่งขันในตลาด โดยเฉพาะการพัฒนาความรู้ความสามารถในการทำงาน เพื่อให้มีความชำนาญและเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทำให้ธุรกิจมีศักยภาพในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งกับลูกค้าและการแข่งขันทั้งในระดับบุคคล ระดับหน่วยงาน และระดับองค์กร ยังช่วยทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าและบริการที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้แล้วองค์กรจำเป็นต้องยึดหลักปฏิบัติตามสากล เช่น คุณธรรม

จริยธรรม ความซื่อสัตย์ ความยุติธรรม ความอดทน ความมีวินัย ความมุ่งมั่น ที่สำคัญจำเป็นต้องรักษาคำพูดและรักษาสัญญาทั้งกับลูกค้าและคู่ค้า

ความไว้วาง ถือว่าเป็นอีกตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเปิดใจรับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ใหม่ ไทยส่งผลต่อทัศนคติด้านภาพลักษณ์ของสินค้าในทางบวก ซึ่งทำให้เกิดการพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและเป็น ที่มาของจุดเริ่มต้นในเรื่องความจงรักภักดีต่อสินค้าจนเกิดการซื้อซ้ำและใช้ซ้ำจนไปถึงขั้นตอนการแนะนำและบอกต่อบุคคลรอบข้าง

2.6. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction)

ความพึงพอใจ (satisfaction) ตามพจนานุกรมทางด้านพฤติกรรมศาสตร์กล่าวว่าเป็นสภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความอิ่มเอมใจ เมื่อความต้องการหรือแรงจูงใจของตนได้รับการตอบสนอง ส่วนความพึงพอใจตามพจนานุกรมด้านจิตวิทยาหมายความว่า เป็นความรู้สึกในขั้นแรกเมื่อบรรลุวัตถุประสงค์และรู้สึกขั้นสุดท้ายเมื่อบรรลุถึงจุดมุ่งหมายโดยมีแรงกระตุ้น

ความพึงพอใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542 : 775) ความพึงพอใจคือความรู้สึกที่มีความสุขหรือความพอใจเมื่อได้รับความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการ ทำให้เกิดความรู้สึกในทางบวก และทางลบ ความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ทำให้เกิดความรู้สึกในทางบวก เห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่น ๆ ระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึก เรียกว่าความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบเสมอ ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า ความรู้สึกชอบ หรือพอใจของบุคคลที่มีต่อการกระทำและองค์ประกอบหรือสิ่งจูงใจอื่น ๆ ถ้างานที่ทำหรือองค์ประกอบเหล่านั้นตอบสนองความต้องการของบุคคลได้บุคคลนั้นจะเกิดความพึงพอใจในงานขึ้นจะอุทิศเวลา แรงกาย แรงใจ รวมทั้งสติปัญญาให้แก่งานของตนให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ สิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจจากการศึกษา มีดังนี้

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (material inducement) ได้แก่ เงิน สิ่งของหรือสภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ประกอบการกิจกรรมต่าง ๆ

2. สภาพทางกายที่พึงปรารถนา (desirable physical condition) คือ สิ่งแวดล้อมในการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย

3. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (ideal benefaction) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่สนอง ความต้องการของบุคคล

4. ผลประโยชน์ทางสังคม (association attractiveness) คือ ความสัมพันธ์อันดีกับผู้ร่วมกิจกรรม อันจะทำให้เกิดความผูกพันความพึงพอใจและสภาพการเป็นอยู่ร่วมกัน เป็นความพึงพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกันและความมั่นคงในการประกอบกิจกรรม

ความพึงพอใจของลูกค้า ถือเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับอุตสาหกรรม โดยเฉพาะองค์การที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ความพึงพอใจของลูกค้า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในอนาคตของลูกค้า และนำไปสู่การทำการแบ่งการตลาดและผลตอบแทนจากการลงทุน

2.6.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจไว้หลากหลายดังนี้

ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2544: 122) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการทำงานในทางบวกและเกิดความสุข ซึ่งเป็นผลทำให้เกิดความรู้สึกกระตือรือร้น ทุ่มเทพลงกายพลั่งใจ มีความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญกำลังใจ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลทำให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2545: 295) ได้กล่าวไว้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหลังการซื้อหรือรับบริการของบุคคล ซึ่งเป็นผลจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ หรือประสิทธิภาพของสินค้ากับการให้บริการที่เขาคาดหวัง

กาญจนา อรุณสอนศรี (2546: 36) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่า บุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสร้างสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

คณะทำงานเผยแพร่สารสนเทศในระบบอินเทอร์เน็ต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2550: ออนไลน์) ได้กล่าวถึงแนวคิดของ Wolman ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (feeling) มีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดหมาย (goals) ความต้องการ (wants) หรือแรงจูงใจ (motivation) ดังนั้น ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้าย (end-state in feeling) ที่ได้รับจากผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ส่วน Morse กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นสภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าต้องการนั้นได้รับการสนองทั้งหมดหรือบางส่วนความเครียดก็จะน้อยลง ความพึง

พอใจก็จะเกิดขึ้นและในทางกลับกัน ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับบุคคลเมื่อความต้องการพื้นฐานทั้งร่างกายและจิตใจได้รับการตอบสนอง พฤติกรรมเกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์เป็นความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียด หรือความกระวนกระวายหรือภาวะไม่สมดุลในร่างกาย เมื่อสามารถจัดสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวออกไปได้ มนุษย์ย่อมจะได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ต้องการ ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ ซึ่งความรู้สึกทั้งทางบวกและทางลบนั้นมีความสัมพันธ์อย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดเมื่อระบบมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

นอกจากนี้ สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพอใจของมนุษย์มัก ได้แก่ ทรัพยากรหรือสิ่งเร้าการวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจ คือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจและความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วนดังนั้น การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมักนิยมศึกษากันในสองมิติ คือ มิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (job satisfaction) และมิติความพึงพอใจในการบริการ (service satisfaction)

จากความหมายของความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งเป็นการรับรู้ของผู้รับบริการที่ได้รับการตอบสนองจากการให้บริการของผู้ให้บริการซึ่งผู้รับบริการมีความสุขและเกิดความพึงพอใจเมื่อได้รับการบริการและเกิดผลสำเร็จตามความมุ่งหวังหรือเกินความคาดหมายแต่ระดับความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของการบริการ และเกิดความไม่ชอบเมื่อความต้องการไม่ได้รับการตอบสนอง ความพึงพอใจเป็นทัศนคติหรือความรู้สึกที่ดีของบุคคลต่อเรื่องใดที่หนึ่ง ซึ่งสามารถตอบสนองกับความต้องการของตน จึงเป็นแรงจูงใจให้บุคคลกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยความเต็มใจ โดยเฉพาะในมิติความพึงพอใจในการบริการ เป็นความพึงพอใจของบุคคลต่อการได้รับการบริการจากหน่วยงานหรือบุคคลในหน่วยงาน ซึ่งเป็นการบริการที่ดีมีคุณภาพส่งผลให้มีผู้ที่ได้รับการบริการมาใช้บริการเป็นประจำ และด้วยความเต็มใจ

กันตยา เพิ่มผล (2543: 131) ได้สรุปทฤษฎีความพึงพอใจไว้ 2 ทฤษฎี คือ

1. ความพึงพอใจนำไปสู่การทำงานความพึงพอใจสัมพันธ์กับการทำงาน

จากการศึกษาของ Elton Mayo และคณะตลอดจนการศึกษา ด้านมนุษยสัมพันธ์ของ นักจิตวิทยาในกลุ่มต่างๆ พยายามสรุปให้เห็นว่า ความพึงพอใจในงานจะนำไปสู่การทำงานที่มี ประสิทธิภาพ ถ้าบุคคลมีความพึงพอใจในงานที่เขารับผิดชอบอยู่เขาจะสามารถทำให้งานมี ประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น มีผลผลิตเพิ่มขึ้น และทำให้มีกำไรเพิ่มขึ้น ความพึงพอใจในงานอาจเกิดจาก คำสั่งใจ ขวัญในการทำงาน คนที่มีขวัญดี คำสั่งขวัญสูง บุคคลนั้นจะมีความสุขและเมื่อมีความสุขก็ จะทำให้งานมีประสิทธิภาพ ผลการทำงานทำให้เกิด ความพึงพอใจในงาน

2. ผลการทำงานทำให้เกิดความพึงพอใจ

นักมนุษยสัมพันธ์ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจมาก เน้นหนักลงไปว่า ความพึงพอใจในงานจะนำไปสู่การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ แต่มีบุคคลที่ไม่เห็นด้วยกับทฤษฎีแรกของ มนุษยสัมพันธ์จึงคิดทฤษฎีใหม่ขึ้นมา ซึ่งกลับตรงข้ามกับทฤษฎีแรกคือผลงานจะนำไปสู่ความพึงพอใจในงานในกลุ่มนี้มีบุคคลสำคัญที่มีแนวความคิดแบบหลังนี้คือ Porter & Lawer บุคคลทั้งสอง เน้นให้เห็นว่ายังมีองค์ประกอบอื่นๆ อีกมากมายตลอดจนผลงานที่ปรากฏจะทำให้บุคคลเกิดความ พึงพอใจ ดังนั้น Porter & Lawer ได้แสดงให้เห็นว่าตัวแปรที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ ในงานนั้น มีอยู่หลายอย่างรวมทั้งแรงจูงใจภายนอกและแรงจูงใจภายใน ตลอดจน ความคาดหวังที่จะได้รับสิ่ง ตอบแทนที่ยุติธรรม ตามแนวทฤษฎีที่สองนี้สรุปได้ว่าความพึงพอใจในงานจะไม่เกิดขึ้นถ้าบุคคลที่ ทำงานไม่ได้รับสิ่งตอบแทนที่เหมาะสมและยุติธรรม

จากแนวความคิดตามทฤษฎีที่สอง เน้นให้เห็นว่าประสิทธิภาพในการทำงานนั้น เป็นผลมา จากความสามารถและลักษณะนิสัยเฉพาะตัวของบุคคลประกอบกับการฝึกอบรม ตามกระบวนการ ที่ถูกต้อง นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับสิ่งตอบแทนและค่าจ้าง

Golembiewski (2001: 27-28) กำหนดทฤษฎีความต้องการประสบความสำเร็จไว้ 3 อย่าง คือ ความต้องการความสำเร็จ (achievement) ความต้องการอำนาจ (power) และความต้องการมีสายสัมพันธ์ (affiliation) ทฤษฎีนี้เชื่อว่าปกติความต้องการที่มีอยู่ในตัวคนจะมีเพียง 2 ชนิด คือ ต้องการ มีความสุขสบาย และต้องการปลอดภัยจากการเจ็บปวด แต่สำหรับความต้องการอื่น ๆ จะเกิดขึ้น ภายหลังโดยวิธีการเรียนรู้ อย่างไรก็ตาม มนุษย์ทุกคนต่างก็ใช้ชีวิตวนขวายสิ่งต่าง ๆ คล้ายกัน จึง ต่างมีประสบการณ์เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ มาเหมือน ๆ กันจนในที่สุดมนุษย์ทุกคนต่างเรียนรู้ถึงความ ต้องการมีมากน้อยต่างกัน เหตุนี้จึงสรุปได้ว่ามนุษย์ทุกคนต่างก็มีความต้องการเหมือนกัน แต่มาก น้อยแตกต่างกัน ซึ่งความต้องการทั้ง 3 อย่าง ได้แก่

1. ความต้องการด้านความสำเร็จ คนที่มีความต้องการประสบผลสำเร็จสูง โดยมากมักจะนิยมตั้งเป้าหมายงานไว้ค่อนข้างสูง คนเหล่านี้ชอบที่จะทำงานให้ได้ผลดีด้วยตนเอง และมีความปรารถนาที่จะทำงานนั้น ๆ สำเร็จผลให้ได้ด้วยฝีมือของตนเอง คนเหล่านี้จะไม่สนใจถึงความสำเร็จตามที่ได้ตั้งใจไว้เป็นสำคัญ มากกว่าที่จะคำนึงถึงรางวัลหรือผลประโยชน์ที่จะได้จากการทำงานนั้น คนเหล่านี้จะมีบุคลิกลักษณะเด่น 3 ประการ คือ

1.1 ตั้งเป้าหมายงานยากและท้าทาย

1.2 ต้องการทราบถึงความเป็นไปของงานที่ก้าวหน้าไปแต่ละขั้นว่าเป็นไปตามที่ตั้งไว้เพียงใด และไม่ชอบการทำงานยาวนานเรื่อยเปื่อยโดยไม่รู้จักจบสิ้น โดยที่ไม่อาจเห็นชัดถึงคุณค่าหรือความสำเร็จของงานที่ทำ

1.3 ต้องการที่จะควบคุมผลการทำงานที่เกิดจากการที่ตนได้ทุ่มเทกำลังความพยายามไป และจะไม่ชอบอยู่ภายใต้การควบคุมของผู้หนึ่งผู้ใด รวมทั้งการไม่ชอบทำงานประเภทที่เกี่ยวกับโชคหรือคาดผลไม่ได้ จุดมุ่งหมายของคนเหล่านี้คือต้องการจะทำโครงการใดโครงการหนึ่งที่ชัดเจนเป็นการเฉพาะ โดยมีขอบเขตชัดเจน แต่จะไม่นิยมทำงานที่ต้องขึ้นกับโอกาสที่เอาแน่ไม่ได้หรือต้องขึ้นกับคนอื่น

2. ความต้องการด้านอำนาจ คือ ความต้องการมีอำนาจเหนือบุคคลอื่นและจะ มุ่งพยายามแสดงออกเพื่อมีอำนาจควบคุมเหนือต่อทั้งทรัพย์สิน สิ่งของ และในทางสังคม คนประเภทที่นิยมชมชื่นอำนาจเป็นอันมากนี้ ต่างพยายามมุ่งใช้วิธีสร้างอิทธิพลเหนือหรือพยายามหาว่านล้อมให้เกิดการยอมรับนับถือจากฝ่ายอื่น และบ่อยครั้งต่างจะเฝ้าหาตำแหน่งที่จะได้เป็นผู้นำของกลุ่มที่ตนสังกัดอยู่ คนกลุ่มนี้จะรู้สึกมีแรงจูงใจสูงถ้าหากได้มีโอกาสให้เขาได้แสดงออกในทางที่จะเพิ่มบทบาทอำนาจได้เต็มที่ ลักษณะของคนที่มีความต้องการด้านอำนาจนี้ คือ นิยมและเชื่อในระบบอำนาจที่มีอยู่ในองค์กร เชื่อในคุณค่าของงานที่ทำ พร้อมทั้งจะสละประโยชน์ส่วนตนให้กับองค์กรและเชื่อในความเป็นธรรมที่ไม่มีการลำเอียง

3. ความต้องการมีสายสัมพันธ์ คือ การให้น้ำหนักความสำคัญต่อไมตรีจิตและความสัมพันธ์ระหว่างกันและหวังจะได้รับการมีน้ำใจตอบแทนจากคนอื่น ด้วยเหตุนี้คนที่มีความต้องการทางสายสัมพันธ์มาก จึงมักแสดงออกโดยหวังหรืออยากที่จะได้รับการยอมรับจากผู้อื่นมากที่สุด โดยพยายามทำตนให้สอดคล้องกับเข้ากับความต้องการ และความอยากได้ของผู้อื่น และ จะพยายามทำตนเป็นคนจริงใจ และพยายามเข้าใจความรู้สึกของผู้อื่นให้มาก คนประเภทนี้ มุ่งพยายามและแสวงหาโอกาสที่จะสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ การหวังจะรู้จักและมีโอกาสสื่อความกับผู้อื่น จึงเป็นสิ่งที่คนกลุ่มนี้เสาะหาตลอดเวลา

2.6.2 องค์ประกอบของความพึงพอใจ

กิจวิธี รัตนแก้ว (2544: 17) ได้สรุปแนวคิดของ Gilmer (1977) ที่ได้จำแนกองค์ประกอบของความพึงพอใจ ดังนี้

1. ลักษณะทางสังคม (social aspects) การมีสัมพันธ์ที่ดีก่อให้เกิดความพึงพอใจในลักษณะของกิจกรรมที่ทำ
2. ลักษณะของกิจกรรมที่ทำ (intrinsic aspects) การมีความสัมพันธ์ที่ดีก่อให้เกิดความพึงพอใจว่าทุกสิ่งทุกอย่างที่ลดความเครียดได้รับการตอบสนอง และลดลงก็จะเกิดความพึงพอใจตามมา

จักรแก้ว นามเมือง และคณะ (2549: 28) ได้สรุปแนวคิดของ Allport (1947) ซึ่งได้กล่าวถึงองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (affective component) เป็นลักษณะทางความรู้สึกหรืออารมณ์ของบุคคล องค์ประกอบความรู้สึกมี 2 ลักษณะคือ ความรู้สึกทางบวก ได้แก่ ชอบ พอใจ เห็นใจ และความรู้สึกทางลบ ได้แก่ ไม่ชอบ ไม่พอใจ กลัว รังเกียจ
2. องค์ประกอบด้านความคิด (cognitive component) เป็นการที่สมองของบุคคลรับรู้และวินิจฉัยข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับเกิดเป็นความรู้ ความคิดเกี่ยวกับวัตถุ บุคคลหรือสภาพการณ์ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทางความคิด เกี่ยวข้องกับการพิจารณาที่มาของทัศนคติออกมาถูกหรือผิดหรือไม่ดี
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (behavioral component) เป็นความพร้อมที่จะกระทำหรือพร้อมที่จะตอบสนองต่อที่มาจากทัศนคติ

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ (2548: 5) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีที่แสวงหาความพึงพอใจ ระบุว่าบุคคลพอใจกระทำการใด ๆ ที่ให้ความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำสิ่งใดที่จะได้รับความทุกข์คือความลำบาก โดยความพอใจจะแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบคือ

1. ความพอใจด้านจิตวิทยา เป็นทัศนะของความพอใจว่ามนุษย์โดยธรรมชาติแล้วต้องการแสวงหาความสุขส่วนตน หรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใด ๆ
2. ความพอใจเกี่ยวกับตน เป็นทัศนะของความพอใจว่ามนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตน แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขจะต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป
3. ความพอใจเกี่ยวกับตนถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุข เพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษย์หรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่และจะเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ผู้หนึ่ง

ดังนั้น ความพึงพอใจ จึงเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไปได้ กล่าวโดยสรุป ความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึก (reactionary feeling) ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งที่กระตุ้น (stimulant) ที่แสดงออกมาในลักษณะ

ของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบ่งบอกถึงทิศทางของผลการประเมิน ว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบหรือไม่มีปฏิกิริยาคือเฉย ๆ ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นนั้นก็ได้

2.6.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ในการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ (service satisfaction) มีนักวิชาการและนักวิจัยหลายท่านได้อธิบายแนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจไว้ดังนี้

วาริธร ประวิตวงศ์ (2545: 10) ได้สรุปแนวคิดของ Millet กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลาย ๆ ด้านเป็นสภาพภายในที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงาน ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เกิดจากมนุษย์มีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคลที่พยายามจะบรรลุเป้าหมายบางอย่าง เพื่อสนองตอบความต้องการหรือความคาดหวังที่มีอยู่และเมื่อบรรลุเป้าหมายแล้ว ก็จะเกิดความพอใจเป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นเป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก

2.6.4 ปัจจัยหลักในการสร้างความพึงพอใจ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547: 146) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากประสบการณ์จากการใช้บริการแล้วประทับใจเกินกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ เช่น พนักงานโรงแรมช่วยเหลือให้บริการอย่างเต็มที่จนสุดความสามารถ ลูกค้าจะรู้สึกว่าคุณค่าที่ได้มาใช้บริการโรงแรมนี้ คนไข้เด็กคนหนึ่งมีความสัมพันธ์ที่ดีกับพยาบาลที่ดูแลในระหว่างการเข้ารับการรักษาอาการป่วยเนื่องจากพยาบาลไม่เคยทอดทิ้ง ใช้คำพูดอ่อนหวานให้กำลังใจ จนเกิดเป็นความผูกพันเหมือนเป็นพี่น้องกัน

ความพอใจสำหรับการบริการนั้นสร้างได้ยากกว่าสินค้า เนื่องจากคุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งที่พัฒนามาแล้วอยู่นิ่งไม่เปลี่ยนแปลง แต่คุณภาพการบริการขึ้นกับพนักงาน ซึ่งแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์และตามสถานการณ์ต่าง ๆ หรือลูกค้าที่มาใช้บริการบางรายอาจมีความต้องการเฉพาะที่มากเกินไปเกินความต้องการที่พนักงานจะให้บริการได้อย่างเต็มที่ จึงทำให้เกิดความไม่พอใจปัจจัยหลักที่สร้างความพึงพอใจประกอบด้วย

1. ผู้รับบริการ ผู้รับบริการมีความต้องการและความคาดหวังสำหรับบริการที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน รวมทั้งความต้องการนั้นยังเปลี่ยนไปสำหรับการบริการแต่ละครั้ง เช่น คนที่เคยวางแผนโบราณในครั้งแรก ย่อมต้องการนัดที่ไม่เร่งนัก แต่การนัดครั้งต่อไปต้องการความเร่งมากขึ้น ลูกค้าไม่สามารถบอกได้ว่าต้องการเร่งเพียงใด บอกได้เพียงว่านัดกำลังดีหรือหนักไป

2. ผู้ให้บริการ ความพอใจของลูกค้ามีผลจากความรู้ ความสามารถ ความพร้อมในด้านกาย และอารมณ์ ในขณะที่ให้บริการรวมถึงความเต็มใจในการให้บริการของพนักงานสิ่งหนึ่งที่นักการตลาดต้องทำคือ การคัดเลือกพนักงานจะต้องทำอย่างรอบคอบ ต้องมีการวัดทัศนคติของผู้ให้บริการ ต้องการศึกษาด้านสภาพครอบครัว ต้องให้พนักงานทำงานเป็นทีมที่พร้อมจะช่วยเหลือกันตลอดเวลา ต้องสร้างความสามัคคี ต้องฝึกอบรมสร้างความมุ่งมั่นในการให้บริการให้เกิดในหัวใจ หรืออาจจะต้องลองให้พนักงานไปทดลองให้บริการของธุรกิจคู่แข่ง

3. สิ่งแวดล้อมอื่น ๆ สิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น อากาศ แสงแดด เก้าอี้ โต๊ะ ล็อบบี้ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมาก ลูกค้าที่มารับประทานอาหารกลางวันอย่างเอร็ดอร่อย แต่พอไปเข้าห้องน้ำพบว่าห้องนี้สกปรกมาก หรือหากเดินผ่านและมองที่พื้นเห็นครว เป็นน้ำครำ ก็ย่อมสร้างความไม่ประทับใจได้ทันทีอาจจะถึงขั้นไม่มาใช้บริการอีกต่อไป อากาศร้อน หรือหนาวเกินไปย่อมทำให้ลูกค้าที่นั่งอยู่ในโรงภาพยนตร์รู้สึกไม่สบายตัวได้ ในที่สุดย่อมมีผลต่อความพอใจ

ยิ่งไปกว่านั้น ความพอใจของลูกค้ายังมีผลมาจากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการด้วยแถวที่ยาวเหยียดของธนาคารในวันศุกร์ย่อมสร้างความไม่พอใจใช้บริการ หรือหากจำเป็นต้องใช้บริการธนาคารในวันนั้น ลูกค้าจะมีแนวโน้มของการความไม่พอใจสูงกว่าปกติ ส่วนสนุกก็มีแถวยาวมาก ทำให้ไม่ต้องการเล่นเครื่องเล่น

2.6.5 การจัดระดับความพึงพอใจ

การจัดระดับความพึงพอใจสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับคือ (มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่, สถาบันวิจัยและพัฒนา, 2548: 5-6)

1. การตอบสนองความจำเป็นของผู้ใช้บริการ
2. การตอบสนองความคาดหวังของผู้ใช้บริการในวิถีทางที่อยากกลับมาใช้บริการอีก
3. การตอบสนองเกินความคาดหวังของผู้ใช้บริการโดยการทำมากกว่าที่ผู้ให้บริการจะคาดถึง สิ่งสำคัญในการสนองความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจคือ การค้นหาว่าผู้ให้บริการมีความจำเป็นอะไรแล้วจึงตอบสนองความต้องการและความจำเป็นนั้น ซึ่งระดับความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคนจะแตกต่างกันไป แต่ความหมายต้องการพื้นฐานของคนจะคล้ายคลึงกัน

การที่จะบรรลุถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย

1. ปรัชญาความพึงพอใจ องค์การใดก็ตามที่ต้องการให้ผู้ให้บริการพึงพอใจจะต้องบรรลุปรัชญานี้ในวัตถุประสงค์หรือพันธกรณีขององค์การและควรมีการสื่อสารความสำคัญของการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการให้แก่พนักงานทุกคนได้ทราบ

2. ความคาดหวังและความต้องการของผู้ใช้บริการ ก่อนที่องค์กรจะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการหรือทำให้บริการเกิดความพึงพอใจ องค์กรจำเป็นต้องค้นหาความคาดหวังและความต้องการของผู้ใช้บริการก่อน ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญที่บริษัทสามารถทำการตรวจสอบความต้องการของลูกค้า ผู้ให้บริการและความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการ เพื่อทำการปรับปรุงต่อไป

2.6.6 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการ

ในการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการ ได้มีผู้กล่าวถึงความพึงพอใจต่อการให้บริการไว้หลายแนวคิดพอสรุปได้ดังต่อไปนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 211) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่ผู้ให้บริการต้องจัดหาเพื่อรองรับการบริการให้กับผู้ให้บริการ มีดังนี้

1. ด้านพนักงานหรือบุคคลที่ให้บริการ ต้องมีการแต่งตั้งที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตาดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ เพื่อให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นว่าการให้บริการที่ได้รับจะดีด้วย

2. ด้านขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการ จะต้องให้บริการและแก้ปัญหาให้ได้อย่างรวดเร็วตามที่ผู้รับบริการต้องการ การบริการที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

3. ด้านสถานที่ ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับผู้รับบริการ เช่น สถานที่กว้างขวาง ออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อ มีที่นั่งเพียงพอและมีบรรยากาศที่จะสร้างความรู้สึกที่ดี

4. ด้านการประชาสัมพันธ์ วัสดุสื่อสารและเอกสารการโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของการบริการที่นำเสนอและลักษณะของผู้ใช้บริการ ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับการให้บริการ การอธิบายการให้บริการอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ผู้รับบริการเข้าใจได้ง่าย

พิมลจรรย์ นามวัฒน์ และกิตติ วัฒนกุล 2545 (อ้างถึงใน ทิวา ประสุวรรณ, 2547: 15) ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำใดๆ ก็ตามที่มีองค์การจัดให้มีขึ้น เพื่อให้บุคลากรขององค์กรได้รับความสะดวกสบายในการปฏิบัติหน้าที่ที่มีความมั่นคงในอาชีพและมีความพึงพอใจในงานที่ทำงานดังกล่าวโดยสรุป ได้ว่า การบริการหรือการให้บริการต้องมีองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ คือ ต้องมีกิจกรรมหรือการกระทำต้องจัดเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ทั้งในและนอกองค์กร ต้องสร้างความพึงพอใจให้แก่มนุษย์ทั้งในและนอกองค์กร เพื่อให้กิจกรรมหรืองานนั้นบรรลุเป้าหมายมีประสิทธิภาพ

การบริการ (service) หมายถึง “การกระทำใดก็ได้ที่ให้แก่อีกบุคคลหนึ่ง และทำให้เขาผู้นั้นเกิดความสุขสบายกายใจ และสมหวังในสิ่งที่เขาผู้นั้นได้ตั้งความหวังไว้ หรือเกินกว่าที่คาดหวัง”

การบริการ ต้องส่งมอบ หรือถ่ายทอดความรู้สึกดี ๆ ความรู้สึกในความหวังดีให้แก่ผู้รับบริการ ซึ่งการบริการโดยคนจะแตกต่างจากเครื่องยนต์ ดังนั้น จึงอยากให้ทุกคนมองการบริการว่ามีชีวิต/ความรู้สึก และสัมผัสได้

ความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการเป็นเป้าหมายที่ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการทั้งหลายต่างคิดค้นหากลยุทธ์ทางการจัดการ กลยุทธ์ทางการตลาดมากมายมาประยุกต์ใช้โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะให้ผู้รับบริการให้เกิดความประทับใจในการบริการและกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อบุคคลหลายฝ่าย ได้แก่

1. ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการ เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้องคำนึงถึงในการจัดให้เกิดการบริการแก่ผู้รับบริการ โดยคำนึงยึดถือสิ่งต่อไปนี้

1.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ รูปแบบการบริการที่ดีจะต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการได้ โดยผู้ให้บริการจะต้องทำการสำรวจหรือศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายเสียก่อน จากนั้นจึงจะสามารถกำหนดรูปแบบการบริการที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดการบริการที่ประทับใจผู้รับบริการได้

1.2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ เนื่องจากเป็นเกณฑ์ที่ชัดเจนและส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ โดยทั่วไปองค์กรธุรกิจบริการจะทำการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการในหลาย ๆ ด้าน ตัวอย่างเช่น อาคาร สถานที่ อุปกรณ์ เครื่องใช้ ความน่าเชื่อถือของกิจการบริการ ความเต็มใจในการให้บริการ ความรู้และความสามารถในการให้บริการ และบุคลิกลักษณะของผู้ให้บริการ เป็นต้น

1.3 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ เนื่องจากการบริการจะดีเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการซึ่งการปฏิบัติงานบริการจะมีคุณภาพนั้นผู้ให้บริการจะต้องมีความพึงพอใจในงานของตน จึงจะทุ่มเทในการทำงาน และเป็นสิ่งที่น่าสนใจนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้รับบริการ และสุดท้ายจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการของกิจการบริการด้วย

2. ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการจะได้จากการมารับบริการนั้น โดยผู้รับบริการมุ่งหวังความเร็ว ความสะดวกสบาย และคุณภาพการบริการที่ดี ดังนั้นความพึงพอใจจึงเป็นตัวผลักดันคุณภาพของการบริการผู้ให้บริการนั่นเอง

2.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้รับบริการเอง ผู้รับบริการมุ่งหวังการได้รับบริการที่ดีเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของตนเอง จากการไปรับบริการต่าง ๆ เช่น ท่องเที่ยว รับประทานอาหาร พักค้างแรม เป็นต้น ความพึงพอใจที่ได้จากการไปรับบริการนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการบริการจะต้องตระหนักถึงและจัดให้มีทำให้เกิดการแข่งขัน นำเสนอสิ่งที่ดีกว่าผู้รับบริการ ผลสุดท้ายก็คือ ผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีมีคุณภาพมากขึ้นไปเรื่อย ๆ นั่นเอง

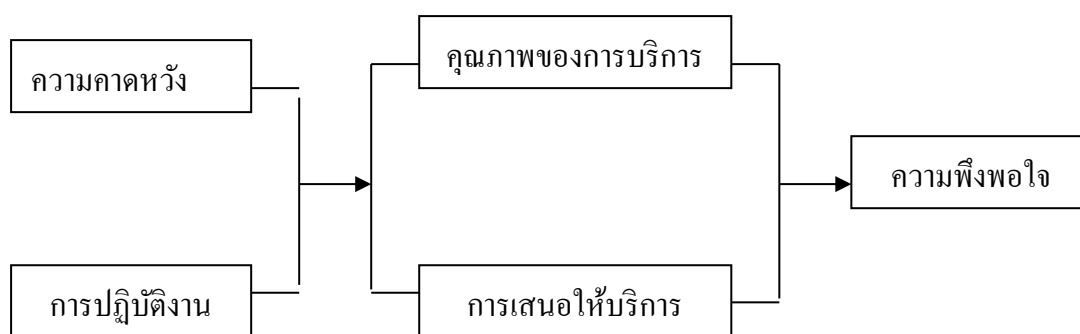
2.2 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการ เนื่องจากผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในการทำงานจะทำงานด้วยความเต็มใจทุ่มเทสร้างสรรค์ และส่งเสริมมาตรฐานในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ ส่งผลให้คุณภาพในการบริการสูงขึ้น และงานบริการกลายเป็นงานที่แพร่หลายมากขึ้นมีบุคลากรที่มีทักษะและความสามารถเข้าสู่วงการธุรกิจบริการมากขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจบริการ และสุดท้ายส่งผลต่อลักษณะการบริการทำให้ผู้รับบริการได้รับการบริการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพสูงยิ่งขึ้นต่อไป

2.6.7 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ การประเมินคุณภาพของ การบริการ อันเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับจากการให้บริการ โดยที่ความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 2 ด้าน คือ

1. การรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ อันเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการได้สัญญาว่าจะให้โดยที่ผู้รับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการว่าจะได้รับอย่างน้อยตามที่ผู้ให้บริการสัญญาไว้ ความมากน้อยของคุณภาพของสิ่งที่ได้รับเป็นตัวกำหนดถึงระดับความ พึงพอใจของผู้รับบริการ

2. การรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ซึ่งผู้ให้บริการดำเนินการนำเสนอผ่านการแสดงออกต่าง ๆ ในกระบวนการบริการ โดยผู้รับบริการจะประเมินว่าผู้ให้บริการดำเนินการบริการอย่างเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อสารและการปฏิบัติตนในการให้บริการว่าผู้ให้บริการมีความเต็มใจและจริงใจเพียงใดในการบริการ การรับรู้เหล่านี้จะช่วยให้ผู้รับบริการประเมินคุณภาพการบริการได้อย่างมีเหตุผล ซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจในการรับบริการ



ภาพที่ 2.1 ความพึงพอใจในการบริการ

ที่มา (เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ, 2548: 175)

2.6.8 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

การที่ผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการจะต้องประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ โดยที่ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการมีดังนี้

1. คุณภาพและประสิทธิภาพ ในการนำเสนอการบริการจะต้องมีผลิตภัณฑ์บริการที่มีคุณภาพและระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ
2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดจากการประเมินคุณภาพและรูปแบบของการบริการเทียบกับราคาค่าบริการที่จะต้องจ่าย โดยผู้ประกอบการกิจการบริการจะต้องกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ
3. สถานที่บริการ ผู้ประกอบการธุรกิจบริการจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก มีสถานที่กว้างขวางเพียงพอ และต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการในทุกด้าน เช่น การมีสถานที่จอดรถ หรือการให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้ประเด็นด้านสถานที่บริการลดลงไปได้
4. การส่งเสริมและแนะนำบริการ ผู้ประกอบการกิจการบริการจะต้องให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกแก่ผู้รับบริการทั้งในด้านคุณภาพการบริการ และภาพลักษณ์ของการบริการ เช่น ทางสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับบริการได้นำข้อมูลเหล่านี้ไปช่วยประเมินเพื่อตัดสินใจซื้อบริการ
5. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการต้องตระหนักถึงตนเองว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการ โดยมีการกำหนดกระบวนการจัดการ การวางรูปแบบการบริการ จะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นสำคัญ

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้ประกอบการจะต้องสร้างให้เกิดความสวยงามของอาคารสถานที่ ผ่านการออกแบบตกแต่ง การแบ่งพื้นที่อย่างเหมาะสม สร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อกิจการบริการและสื่อภาพลักษณ์เหล่านี้ออกสู่ผู้รับบริการ

7. กระบวนการบริการ ผู้ประกอบการกิจการต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการเพื่อเพิ่มความคล่องตัวและความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ โดยการนำบุคลากร เทคโนโลยีเข้ามาร่วมกันเพื่อเพิ่มประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้นต่อผู้รับบริการ

ผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจได้ ก็ต้องปฏิบัติงานให้มีคุณภาพในกระบวนการทำงาน แม้กระทั่ง สถานที่ให้บริการ ผู้ให้บริการ กระบวนการบริหาร สภาพแวดล้อมการให้บริการ ผู้ให้บริการมุ่งหวังให้เกิดประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริหารเพื่อเพิ่มความคล่องตัวและความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง

2.6.9 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่เกิดขึ้นจะมากขึ้นขึ้นอยู่กับว่าผู้รับบริการได้รับการตอบสนองความต้องการได้ตามเป้าหมายหรือจุดประสงค์ของการมาใช้บริการได้ครบถ้วนถูกต้องหรือไม่ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ข้อ ดังนี้

1. ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องจัดให้มีตามความคาดหวังของผู้รับบริการและระวังไม่ให้เกิดสิ่งที่ต่ำกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกยินดี มีความสุขในการมารับบริการ
2. ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการมุ่งหวังที่จะสร้างให้มีเกินกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกปลาบปลื้มใจหรือประทับใจในการได้รับบริการที่เกินความคาดหวัง

2.6.10 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ให้บริการ

ผู้ให้บริการเป็นส่วนประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของการให้บริการซึ่งการที่จะทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการจะต้องประกอบไปด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. ลักษณะงาน การมอบหมายงานให้กับผู้ให้บริการเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการรับรู้ได้จากการทำงาน หากงานที่ทำมีความน่าสนใจ ท้าทาย มีการสร้างสรรค์และมีโอกาสที่จะทำงานให้สำเร็จ ลุล่วง และให้ผู้ให้บริการรับรู้ถึงความสำคัญของงานก็จะทำให้ผู้ให้บริการมีความผูกพันและทุ่มเทให้กับการทำงานอย่างจริงจัง

2. การนิเทศงาน เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบกิจการบริการจะต้องจัดให้มีการชี้แนะแนวทางการทำงานจากหัวหน้างาน หรือเพื่อนร่วมงาน เพื่อให้เกิดบรรยากาศอันดีในการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการที่ปฏิบัติงานอยู่เดิมกับผู้มาใหม่

3. เพื่อนร่วมงาน การที่ผู้ให้บริการเป็นผู้ที่มนุษยสัมพันธ์ดีและเข้ากับเพื่อนร่วมงานได้ทุกระดับชั้นจะทำให้เกิดการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีความเข้าใจในเรื่องราวต่างๆ และสามารถร่วมกันคิดร่วมกันทำ ซึ่งเป็นการพัฒนางานในด้านการบริการให้มีคุณภาพ

4. ค่าจ้างงาน เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการบริการจะต้องจัดให้มีด้วยความยุติธรรมและพอเหมาะต่อลักษณะงานและความสามารถของผู้ให้บริการ

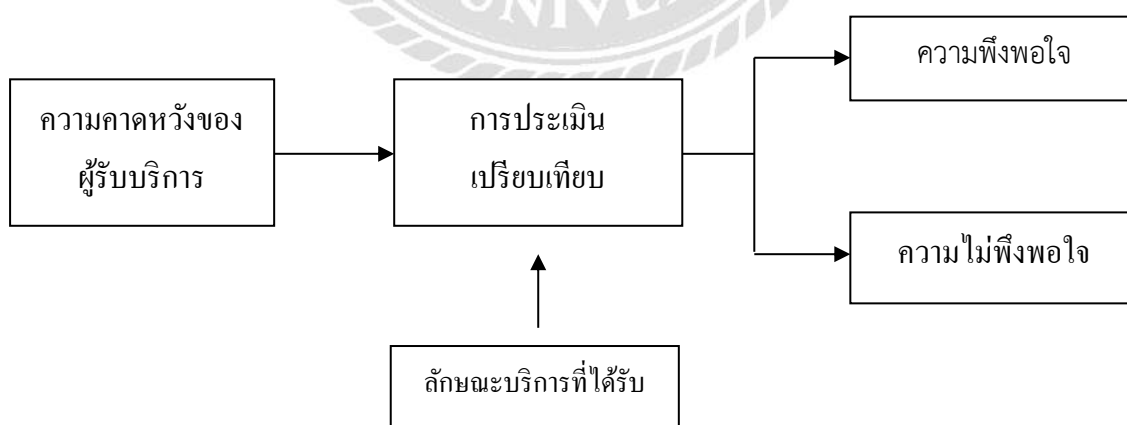
5. โอกาสก้าวหน้าในงาน เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการบริการจะต้องมีความยุติธรรมในการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง การเสนอความดีความชอบของผู้ให้บริการ เพื่อให้ผู้ให้บริการรู้สึกถึงโอกาสในการก้าวหน้าในการทำงานบริการ

2.6.11 ประเภทของความพึงพอใจของผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ให้บริการแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ความพึงพอใจในลักษณะงาน เป็นความพึงพอใจของผู้ให้บริการต่อภาพรวมของงาน โดยทั่ว ๆ ไป โดยทำการประเมินอย่างคร่าว ๆ เปรียบเทียบต่องานบริการอื่น ๆ หากผู้ให้บริการเห็นว่างานที่ตนเองทำมีคุณค่า ก็จะเกิดเป็นความภาคภูมิใจและความพึงพอใจในงาน

2. ความพึงพอใจในองค์ประกอบของงาน เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการประเมินเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมในการทำงาน รายได้ ความมั่นคงในการทำงาน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการส่วนตัวในการทำงาน หากมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของงานก็จะนำไปสู่ความผูกพันต่องานในที่สุด



ภาพที่ 2.2 กระบวนการเกิดความพึงพอใจในการบริการ

ทีมา (เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒน์กิจ, 2548: 170)

สรุปทฤษฎีความพึงพอใจได้ว่า ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นไม่ได้มีแต่ความพึงพอใจของผู้รับบริการเท่านั้น ทางด้านผู้ให้บริการก็ต้องเกิดความพึงพอใจด้วยเช่นกันจึงจะทำให้งานบริการที่จะให้แก่ผู้รับบริการมีคุณภาพและทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ ที่จริงแล้วความพึงพอใจ น่าจะต้องเกิดกับผู้ให้บริการก่อน เมื่อผู้ให้บริการมีความสุข มีความพึงพอใจกับงานบริการแล้ว การให้บริการกับผู้รับบริการก็จะทำได้ด้วยดี และมีความเต็มใจที่จะให้บริการด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความรู้ที่จะให้บริการและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการตามที่ผู้บริการคาดหวังไว้ ซึ่งความพึงพอใจต่อการบริการเกิดขึ้นได้จากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ในด้านผู้ปฏิบัติหรือพนักงานผู้ให้บริการ เป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการ ให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ผู้ให้บริการจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในงานที่ตนรับผิดชอบ เอาใจใส่ต่อหน้าที่ด้วยจิตสำนึกของการให้บริการและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้รับบริการ ด้านกระบวนการให้บริการหรือขั้นตอนการให้บริการจะต้องให้บริการและแก้ไขปัญหาให้ผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว โดยการลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นลงเพื่อให้เกิดความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพรวดเร็วขึ้น จึงจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ด้านสถานที่บริการ มีการจัดสำนักงานที่เอื้ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มาติดต่องาน เช่น สถานที่กว้างขวางมีที่นั่งเพียงพอ มีบรรยากาศที่จะสร้างความรู้สึที่ดี เป็นต้น ด้านการประชาสัมพันธ์ มีการชี้แจงแนะนำขั้นตอน วิธีการ และระยะเวลาของการให้บริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเข้าใจ

จากแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น จะสังเกตได้ว่า แนวคิดส่วนใหญ่จะมีลักษณะที่ไม่แตกต่างกันมากนัก อย่างไรก็ตามในการศึกษาครั้งนี้ จึงได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผล ต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโลกตะบอง โดยอาศัยฐานของความพึงพอใจของผู้รับบริการ ซึ่งจะเป็นกรอบแนวคิดของการศึกษาวิจัยพัฒนามาจากแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ไว้ดังนี้

1. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
2. ด้านขั้นตอนและระยะเวลาการทำงาน
3. ด้านอาคารสถานที่
4. ด้านการประชาสัมพันธ์

2.7. แนวคิดเรื่องนโยบายสาธารณะและการประเมินนโยบาย

2.7.1 ความหมายของนโยบายสาธารณะ

ชั้นวัฒน์ รัตนศักดิ์ (2551: 2) นิยามความหมายของ นโยบายสาธารณะว่า เป็นกิจกรรมต่างๆ ที่รัฐบาลกระทำ ประกอบไปด้วย 1.การจัดบริการสาธารณะแก่ประชาชน เช่น การศึกษา สาธารณสุข การคมนาคมขนส่ง 2. การออกกฎหมายและการบังคับใช้กฎหมายต่างๆ 3.การจัดงานฉลองเนื่องในวาระสำคัญที่เป็นสัญลักษณ์ของประเทศและ 4.การควบคุมกระบวนการกำหนดนโยบายหรือการกระทำทางการเมืองอื่นๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงวิธีการในการเสนอ ร่างกฎหมาย การแก้ไขรัฐธรรมนูญ การสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตและการตัดความสัมพันธ์ทางการทูตกับประเทศอื่น

ศุภชัย ยาวะประภาส และปิยากร หวังมหาพร (2552: 3) นิยามนโยบายสาธารณะว่า เป็นแนวทางการดำเนินกิจกรรมของรัฐบาล ซึ่งรวมทั้งกิจกรรมที่ผ่านมาในอดีต กิจกรรมที่กำลังดำเนินอยู่ในปัจจุบันและกิจกรรมที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต

เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ (2550: 4) นิยามว่า “นโยบายสาธารณะ” เป็นการจัดสรรสิ่งที่มีคุณค่าตามอำนาจหน้าที่แก่สังคมทั้งหมด ซึ่งในที่นี้เน้นเฉพาะ “การใช้อำนาจหน้าที่” และ “การกระทำต่อสังคมทั้งหมด” แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าทุกอย่างที่รัฐบาลทำจะเป็นการจัดสรรสิ่งที่มีคุณค่าเสมอไป นโยบายสาธารณะ เป็นแนวทางปฏิบัติที่รัฐบาลตั้งใจจะทำ ซึ่งต้องเลือกทางเลือกและอาจกำหนดแยกย่อยออกมาเป็นแผนงานและโครงการ ทั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อแก้ปัญหาสาธารณะหรือจัดการกับปัญหาสาธารณะกับปัญหาสาธารณะเพื่อให้บรรลุผลประโยชน์สาธารณะร่วมกัน ซึ่งมีองค์ประกอบคือ เป็นการนำความคิดและความรู้ที่มีเหตุผลและเป็นไปได้ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือจัดการกับปัญหาสาธารณะ เป็นการกำหนดกฎเกณฑ์ ปทัสถานและวิปฏิบัติเพื่อการตัดสินใจ และการปฏิบัติของรัฐบาล เป็นการกำหนดแนวทางในอนาคตโดยคำนึงถึงปัจจัยที่ไม่แน่นอนและพยายามพยากรณ์เอาไว้ล่วงหน้า เน้นที่เป้าหมาย วัตถุประสงค์เป้าประสงค์ เงื่อนไข และผลลัพธ์และพยายามที่จะกระทำเพื่อให้บรรลุผลประโยชน์สาธารณะ

วรเดช จันทรศร (2554: 1) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นโยบายสาธารณะเป็นเสมือนกลไกหลักสำคัญในการดำเนินงานของรัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐทุกแห่ง ด้วยเหตุที่นโยบายเป็น “กิจกรรมต่างๆ ที่รัฐบาลจัดทำขึ้น” หรือ “แผนงานหรือโครงการ ” หรือ “แนวทางปฏิบัติที่รัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐได้กำหนดขึ้น” เพื่อเจตนาในการแก้ไขปัญหาทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ชั้นวัฒน์ รัตนศักดิ์ (2551: 4) มีทัศนะว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง การตัดสินใจของรัฐบาลในการเลือกแนวทางที่พึงประสงค์ เพื่อจะได้นำมาใช้เป็นกรอบในการดำเนินกิจกรรมของ

รัฐบาล โดยมีความมุ่งหวังที่จะแก้ไขปัญหา ป้องกันปัญหา รวมทั้งให้เกิดสภาพการณ์ต่างๆ ที่พึงประสงค์ขึ้นในสังคม

ประเวศ วะสี (2549: 19-20) นโยบายสาธารณะ คือ นโยบายที่นำไปสู่ความถูกต้องเป็นธรรม และประโยชน์สุขของมหาชน "การวิจัยนโยบาย" หรือ "การสังเคราะห์นโยบาย" อย่างมีคุณภาพ จึงเป็นเรื่องที่จำเป็นต้องทำกันอย่างมาก เพื่อเป็นเครื่องมือเคลื่อนสังคมไปให้ "แผ่นดินมีธรรมครอง" และเป็นไป "เพื่อประโยชน์สุขของมหาชนชาวสยาม"

จากนิยามทั้งหมดสรุปได้ว่า นโยบายสาธารณะ คือการตัดสินใจของรัฐบาลในการดำเนินกิจกรรม หรือละเว้นการดำเนินกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหาให้กับสาธารณะ โดยรัฐบาลจะเป็นผู้ดำเนินการเองหรือให้ตัวแทนเป็นผู้ดำเนินการโดยมุ่งหวังความอยู่ดีของประชาชน ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยมุ่งเป้าหมายเป็นสำคัญ ผลผลิตของนโยบายสาธารณะไม่ได้เกิดจากรัฐบาลเท่านั้น แต่จะเกิดกับสังคมด้วย ดังนั้นผู้กำหนดทิศทางและแนวทางในการปฏิบัติจึงต้องอาศัยความร่วมมือกันระหว่าง เอกชน องค์กรท้องถิ่น ชุมชน และภาคประชาชน

2.7.2 กระบวนการนโยบายสาธารณะ

กระบวนการนโยบายสาธารณะ ขั้นตอนของกระบวนการคือการกำหนดนโยบายสาธารณะ ซึ่งเป็นขั้นตอนที่รัฐบาลหรือองค์กรใดก็ตามที่มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ได้ทำการตัดสินใจประการใดประการหนึ่ง เพื่อแก้ไขปัญหาที่สังคมกำลังเผชิญอยู่หรือเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาเกิดขึ้นรวมถึงการมุ่งหวังที่จะสร้างสภาพการณ์ที่พึงประสงค์ขึ้นในสังคม ซึ่งกระบวนการกำหนดนโยบายนั้น มีนักวิชาการหลายท่านได้อธิบายถึงขั้นตอนของกระบวนการดังนี้

Schmidt, et. al.(1997 อ้างถึงใน ธนยวัฒน์ รัตนศักดิ์, 2546:146) ได้ศึกษากระบวนการกำหนดนโยบายของสหรัฐอเมริกา พบว่ามี 5 ขั้นตอน ได้แก่ วาระการก่อตัวหรือการนำเสนอปัญหา เข้าสู่การพิจารณา (Agenda Setting) วาระการพิจารณา นโยบาย (Agenda Formulation) วาระการอนุมัตินโยบาย (Agenda Adoption)

ศุภชัย ยาวะประภาษ (2545:37) ได้กล่าวถึงกระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะว่าหากพิจารณาเฉพาะขั้นตอนของการกำหนดเป็นนโยบายพบว่ามี 4 ขั้นตอน ได้แก่ การก่อตัวของนโยบาย การเตรียมร่างข้อเสนอ การตัดสินใจกำหนดเป็นนโยบายและการประกาศนโยบาย

สมบัติ ชำรงธัญวงศ์ (2546 : 14-16) กระบวนการนโยบายสาธารณะหมายถึงรูปแบบความสัมพันธ์กับปัจจัยทั้งหมดที่ก่อให้เกิดนโยบายขึ้น โดยปัจจัยสำคัญสามด้าน คือ ผู้เกี่ยวข้องกับนโยบาย (Policy Stakeholders) สภาพแวดล้อมนโยบาย (Policy Environment) และนโยบายสาธารณะ (Public Policy) ปกตินโยบายสาธารณะเป็นทั้งตัวแปรอิสระและตัวแปรตามทั้งนี้หาก

พิจารณาว่า นโยบายสาธารณะเป็นผลผลิตของผู้เกี่ยวข้องกับนโยบายและสภาพแวดล้อม กรณีนี้นโยบายสาธารณะจะเป็นตัวแปรตาม แต่หากต้องการศึกษาว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและสภาพแวดล้อมได้รับผลกระทบจากนโยบายอย่างไรบ้าง กรณีนี้นโยบายสาธารณะจะเป็นตัวแปรอิสระ ส่วนผู้ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและสภาพแวดล้อมจะเป็นตัวแปรตาม

Dye (1978 อ้างถึงใน สมบัติ ธำรงธัญวงศ์, 2546: 229) ได้ศึกษาตัวแบบกระบวนการนโยบายสาธารณะและกำหนด 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การจำแนกลักษณะปัญหา (Problem Identification) หมายถึง การพิจารณาข้อเรียกร้องหรือความต้องการของประชาชนให้รัฐบาลแก้ไขปัญหา

ขั้นตอนที่ 2 การจัดทำทางเลือกนโยบาย (Policy Alternative) หรือข้อเสนอนโยบาย (Policy Proposal) เมื่อนำข้อมูลปัญหา นโยบายมาวิเคราะห์และพิจารณาจัดลำดับความสำคัญแล้ว ขั้นตอนต่อไป ขั้นตอนต่อไป คือการกำหนดวาระสำหรับการอภิปรายนโยบาย เพื่อแสวงหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้ได้ผล โดยต้องพิจารณาทางเลือกไว้หลายๆทางและนำทางเลือกมาวิเคราะห์ จุดแข็งจุดอ่อน ตลอดจนความคุ้มค่าในด้านต้นทุนและผลประโยชน์ รวมทั้งผลกระทบที่จะเกิดขึ้น

ขั้นตอนที่ 3 การให้ความเห็นชอบนโยบาย (Policy Adoption or Approvals) ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญของผู้ตัดสินใจวางนโยบายว่าจะตัดสินใจเลือกไปในทางใด โดยจะคำนึงถึงผลที่จะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจเลือกว่าจะสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนหรือไม่และจะสามารถนำไปปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้เพียงใดและจำเป็นต้องแสวงหาการสนับสนุนจากการเมืองใดบ้าง เพื่อให้เลือกนโยบายที่ได้รับความเห็นชอบจากทุกฝ่าย

ขั้นตอนที่ 4 การนำนโยบายไปปฏิบัติ (Policy Implementation) คือการกำหนดหน่วยงานรับผิดชอบหรือจัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบขึ้นใหม่ในกรณีที่ยังไม่มีหน่วยงานรับผิดชอบอยู่ก่อน รวมถึงการจัดสรรงบประมาณและบริการที่จำเป็น เพื่อสนับสนุนการนำนโยบายไปปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์

ขั้นตอนที่ 5 การประเมินนโยบาย (Policy Evaluation) เป็นการศึกษาการดำเนินการของโครงการ การประเมินผลสิ่งแวดล้อมของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ประเมินผลปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลิตและผลกระทบที่มีต่อกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งให้ข้อเสนอเพื่อปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงนโยบายให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

ทศพร ศิริสัมพันธ์ (2546: 4) ได้แบ่งกระบวนการนโยบายออกเป็น 5 ขั้นตอนใหญ่ ๆ คือ
ขั้นตอนที่ 1 ขั้นการก่อตัวของนโยบายสาธารณะ (Public Policy Formation)

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นการกำหนดนโยบายสาธารณะ (Public Policy Decision Making)

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ (Public Policy Implementation)

ขั้นตอนที่ 4 ขั้นการประเมินนโยบายสาธารณะ (Public Policy Evaluation)

ขั้นตอนที่ 5 ขั้นยุตินโยบายสาธารณะ (Public Policy Succession or Termination)

ประเวศ วะสี (2549: 6) นโยบายสาธารณะควรประกอบด้วยกุศล 3 ประการคือ

1. กระบวนการทางปัญญา ใช้หลักฐานข้อเท็จจริงที่ผ่านการวิเคราะห์สังเคราะห์มาอย่างดีจนเป็นความรู้ ที่เรียกว่าเป็นการสร้างนโยบายที่อยู่บนฐานของความรู้

2. เป็นกระบวนการทางสังคม เพราะนโยบายกระทบสังคมทั้งหมดอย่างรุนแรง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคือสังคมควรเข้ามามีบทบาทร่วมเรียนรู้ร่วมกำหนดนโยบาย เป็นกระบวนการเปิดเผยโปร่งใส และเป็นไปตามรัฐธรรมนูญ

3. เป็นกระบวนการทางศีลธรรม กระบวนการนโยบายสาธารณะควรมีอุดมคติ เพื่อความถูกต้องดีงามและประโยชน์สุขของคนทั้งหมดไม่แบ่งร้นประโยชน์เฉพาะตนเฉพาะกลุ่ม

2.7.3 ขั้นตอนสำคัญของกระบวนการนโยบายสาธารณะ

กระบวนการนโยบายทั้ง 5 ขั้นมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

1. การกำหนดและวิเคราะห์ปัญหา (Problem identification /Analysis)
2. การก่อตัวและทางเลือกของนโยบาย (Policy Formulation)
3. การตัดสินใจกำหนดนโยบาย (Policy Formulation)
4. การนำนโยบายไปปฏิบัติ (Policy implementation)
5. การประเมินผลนโยบาย (Policy implementation)

1.การกำหนดและวิเคราะห์ปัญหา (Problem identification /Analysis) ขั้นตอนการกำหนดและวิเคราะห์ปัญหา เป็นขั้นตอนที่บ่งบอกถึงปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นหรือมีข้อเรียกร้อง ที่ต้องการให้รัฐ หรือผู้มีอำนาจตัดสินใจได้ดำเนินการแก้ปัญหาที่นั้นโดยเร็วซึ่งจะเป็นขั้นตอนการรับรู้ ติความปัญหา และนำเข้าสู่การพิจารณาของรัฐบาลหรือผู้รับผิดชอบกำหนดนโยบายเพื่อแก้ปัญหานั้นต่อไป ในความจริงไม่ทุกกรณีเสมอไปที่ทุกปัญหา จะได้รับการนำเข้าสู่กระบวนการกำหนดปัญหาเนื่องจากอาจจะส่งผลเสียมากกว่าผลดีกับผู้นำปัญหาเข้าสู่ผู้กำหนดนโยบาย ซึ่งมีหลายวิธีที่สามารถขัดขวางการกำหนดนโยบายได้ ดังเช่น การใช้กำลังบังคับ เสนอผลประโยชน์แก่ผู้ที่อยู่เบื้องหลัง ดึงเข้ามาเป็นพวกในกลุ่มแกนอำนาจที่ทำหน้าที่ตัดสินใจกำหนดนโยบาย ใช้การรณรงค์

ประชาสัมพันธุ์ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ชักจูงให้คล้อยตาม ใช้กลวิธีถ่วงเวลาหรืออ้างว่าไม่มีงบประมาณเพียงพอเป็นต้น

2. การก่อตัวและทางเลือกของนโยบาย (Policy Formulation) ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนต่อจากการนำประเด็นเข้าสู่การตัดสินใจ เพื่อดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใด ผู้มีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายก็จะมาร่วมปรึกษา ระดมความคิด เพื่อกำหนดทิศทาง และเป้าหมายของนโยบาย โดยจัดลำดับความสำคัญของเป้าหมาย อะไรเป็นทางเลือกของเป้าหมายนี้ ทางเลือกแต่ละทางเลือกใช้ง่าย และได้ประโยชน์อะไรบ้าง และกระทบต่อภายนอกทั้งทางบวก และทางลบมีอะไรบ้าง หลักการพิจารณาทั้งการวิเคราะห์ตามหลักเหตุผล (rational analysis) คือพิจารณาปัญหาใหม่หมด ไล่แสวงหาทางเลือกทุก ๆ ทาง และวิเคราะห์ส่วนที่เพิ่ม (instrumentalism) คือวิเคราะห์เฉพาะส่วนที่แตกต่างไปจากที่เคยทำมา หรืออาจใช้หลักอื่นๆ เช่น หลักเหตุผลที่มีขอบเขตจำกัด (bounded rationality)

3. การตัดสินใจกำหนดนโยบาย (Policy Adoption) ขั้นตอนการตัดสินใจกำหนดนโยบายนี้ เป็นการพิจารณาตัดสินใจเลือกนโยบายอย่างหนึ่งอย่างใด ที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหาการแก้ไขปัญหาในขั้นตอนนี้ จะประกาศใช้นโยบายในรูปการดำเนินโครงการ และการออกกฎหมายระเบียบปฏิบัติหรือคำสั่งต่างๆ เป็นต้น ซึ่งจะประกอบด้วยบุคคลหลายฝ่ายเข้ามามีบทบาท และส่วนร่วมในการตัดสินใจ อาทิ วุฒิสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พรรคการเมือง หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ ซึ่งนับวันก็จะยิ่งมีบทบาทมากยิ่งขึ้นในปัจจุบัน

4. การนำนโยบายไปปฏิบัติ (Policy implementation) ขั้นตอนนี้ นับว่ามีความสำคัญและมีความซับซ้อนเกี่ยวข้องกับทุกคนในสังคม และส่งผลกระทบต่อสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง โดยเฉพาะกลุ่มบุคคลที่อยู่ในพื้นที่ที่รองรับนโยบายนั้นๆ รัฐจะมีวิธีประสานผลประโยชน์กับกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างไร ที่สำคัญคือหากมีความขัดแย้งเกิดขึ้น จะดำเนินการหาทางออกอย่างไร และนำไปสู่การตัดสินใจว่าจะดำเนินนโยบายนั้นต่อไปหรือไม่ เป็นต้น ซึ่งเป็นมิติทางการเมืองในเรื่องอำนาจ ผลประโยชน์ และความขัดแย้งที่มีความซับซ้อน อันนำไปสู่การทำให้นโยบาย และโครงการต่างๆ ของรัฐบาลเบี่ยงไปจากเป้าหมายที่กำหนดไว้ในตอนนั้นได้

5. การประเมินผลนโยบาย (Policy Evaluation) ขั้นสุดท้ายของกระบวนการนโยบาย คือ การประเมินผล กระบวนการนโยบายต้องการให้สภาพแวดล้อมทางการเมืองเกิดการเปลี่ยนแปลง แต่ก็ต้องมีเกณฑ์ หรือมาตรฐานกำหนดเอาไว้ เพื่อดัดสินว่าการดำเนินนโยบายประสบความสำเร็จหรือไม่ การประเมินผลเป็นการประเมินนโยบาย หรือแผนงานว่าประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งใจไว้หรือไม่ ทุกขั้นที่ผ่านมาล้วนมองไปข้างหน้า แต่การประเมินผลเป็นการมองย้อนกลับหลัง (looks backward) วัตถุประสงค์หลัก คือ ประเมินผลการปฏิบัติ และให้ข้อมูลย้อนกลับเพื่อปรับปรุง

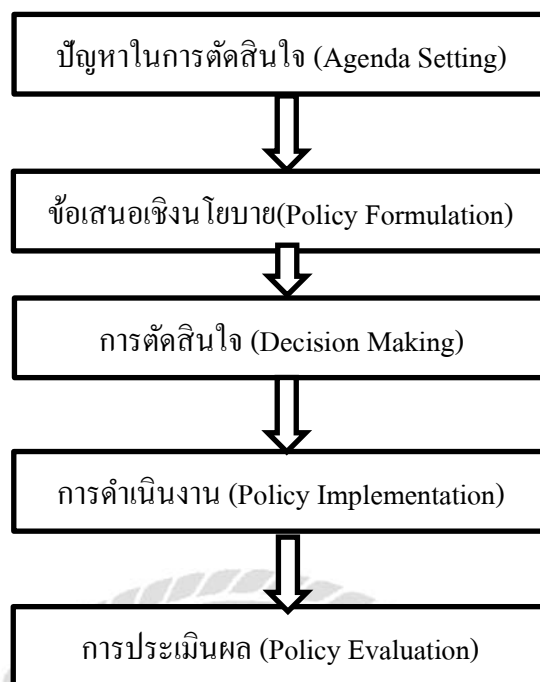
นโยบายการประเมินผลยังอาจชี้ให้เห็นถึงผลกระทบที่ไม่ตั้งใจ (unintended effects) และการปรับแก้นโยบายที่เกิดในชั้นน่านโยบายไปปฏิบัติ นอกเหนือไปจากนี้ ยังอาจใช้การประเมินผลติดตามการใช้จ่ายเงินตามกฎหมายหรือการให้ทุน โดยดูจากการปฏิบัติ และเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ในชั้นทางเลกอนโยบาย และการตัดสินใจกำหนดนโยบาย

โดยสรุปแล้ว จะเห็นได้ว่าในทัศนะของนักวิชาการ ได้มีการจัดแบ่งขั้นตอนของกระบวนการนโยบายสาธารณะส่วนใหญ่คล้ายคลึงกัน ในขั้นตอนการดำเนินการหลัก แต่แตกต่างกันในรายละเอียด ซึ่งเป็นขั้นตอนย่อยๆ ในกิจกรรมหลักจึงได้แบ่งกระบวนการนโยบายสาธารณะออกเป็น 3 ขั้นตอนใหญ่ๆ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นการกำหนดนโยบาย (Public Policy Making) ขั้นตอนนี้จะรวมถึงการก่อตัวนโยบาย การระบุปัญหา การพัฒนาทางเลือก และการเสนอทางเลือกที่เหมาะสม การตัดสินใจจนถึงการกำหนดเป็นนโยบายหรือยุตินโยบายนั้น

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นการนำนโยบายไปปฏิบัติ (Public Policy Implementation) ขั้นตอนนี้จะครอบคลุมการแปลความหมาย การรวบรวมทรัพยากร การวางแผน การจัดองค์กร และการดำเนินการตามนโยบาย

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นการประเมินผลนโยบาย (Public Policy Evaluation) เป็นการนำผลการประเมินไปใช้ซึ่งอาจส่งผลไปสู่การยุติหรือการปรับเปลี่ยนนโยบายในที่สุดจากตัวแบบของกระบวนการนโยบายสาธารณะของวิชาการหลายท่าน ล้วนเป็นไปตามฐานคติของรัฐประศาสนศาสตร์กระแสหลัก อันเป็นกระบวนการนโยบายสาธารณะแบบเส้นตรง (Linear Model of Public Policy) ที่มีลักษณะเป็นขั้นตอน โดยเริ่มต้นจากขั้นการกำหนดวาระในการตัดสินใจหรือการกำหนดประเด็นปัญหาในการตัดสินใจ (Agenda Setting) ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ผู้กำหนดนโยบายเริ่มเห็นความสำคัญหรือความจำเป็น ในการมีนโยบายดังกล่าว จากนั้นจึงเข้าสู่ขั้นตอนการพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบาย (Policy Formulation) ซึ่งมักจะประกอบด้วยขั้นตอนย่อย เช่น การพัฒนาทางเลือกเชิงนโยบาย การเปรียบเทียบทางเลือกและการประเมินผลกระทบของทางเลือกเชิงนโยบายต่างๆ ก่อนที่จะได้ข้อเสนอเชิงนโยบายที่คิดว่าเหมาะสมที่สุดเพื่อเข้าสู่ขั้นตอนการตัดสินใจ (Decision Making) ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจต่อไป และเมื่อมีการตัดสินใจไปแล้วก็จะเข้าสู่ขั้นตอนการดำเนินงาน (Policy Implementation) ที่เป็นการแปลงข้อเสนอเชิงนโยบายลงสู่การปฏิบัติก่อนจะเข้าสู่ขั้นตอนการประเมินผล (Policy Evaluation) ในที่สุด (Howlett M. and Ramesh, 1995 อ้างในสุรศักดิ์ บุญเทียน, 2549:33)



ภาพที่ 2.3 กระบวนการนโยบายสาธารณะแบบเส้นตรงของ Howlett M. and Ramesh
ที่มา : Howlett M. and Ramesh,1995(อ้างในสุรศักดิ์ บุญเทียน,2549:34)

ในการปฏิบัติ ขั้นตอนต่างๆ เหล่านี้อาจได้รับการพัฒนาเป็นขั้นตอนหรือกระบวนการย่อยๆ ที่จำเพาะเจาะลงไปอีกมากมาย เราสามารถสรุปการวิเคราะห์กระบวนการนโยบายแบบเส้นตรงว่ามีลักษณะเฉพาะคือ สามารถมองกระบวนการนโยบายเป็นลำดับขั้นตอนชัดเจน ซึ่งโดยทั่วไปลำดับขั้นตอนเหล่านี้ มักมีการรับรองทางกฎหมายหรือตามแบบปฏิบัติของหน่วยงานราชการหรือวิชาชีพโดยเชื่อว่าจะสามารถที่จะใช้วิชาการและความรู้ในกระบวนการตัดสินใจได้อย่างเต็มที่และมีการพัฒนาเครื่องมือต่างๆ มากมาย เช่น การวิเคราะห์ความคุ้มค่าของโครงการ การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ การประเมินผลกระทบทางสุขภาพ เป็นต้น ดังนั้น ผลลัพธ์ที่ได้จากกระบวนการนโยบายจึงต้องใช้ความรู้ทางวิชาการที่ได้รับการยอมรับ ภายใต้อะบวนการที่มีอยู่เป็นหลักสำคัญ (สุรศักดิ์ บุญเทียน, 2549:34)

กระบวนการนโยบายสาธารณะแบบเส้นตรงตามกระแสหลักของกระบวนการนโยบายในปัจจุบันนั้นมองนโยบายสาธารณะจำกัดในแง่ที่ว่า กระบวนการจะต้องเป็นไปตามลำดับขั้นตอน ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาเนื่องจากกระบวนการนโยบายมิได้ดำเนินการไปตามข้อกำหนดพื้นฐานหรือไม่เป็นไปตามลำดับขั้นตอน ไม่มีอิสระในการใช้ความรู้ในกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งมักไม่ค่อย

สอดคล้องกับความเป็นจริงและไม่ค่อยมีประสิทธิภาพในการผลักดันนโยบายมักมีเงื่อนไขทางการเมือง อีกทั้งยังถูกมองว่ากระบวนการนโยบายดังกล่าวเกิดขึ้นดำรงอยู่เฉพาะแต่พื้นที่การเมือง คือ ในรัฐสภา คณะรัฐมนตรี สถาบันทางการเมืองที่เป็นทางการ เป็นต้น

ทั้งนี้กระบวนการนโยบายสาธารณะแบบเส้นตรงยังคงประโยชน์และมีความจำเป็นในการทำ ความเข้าใจกระบวนการตัดสินใจที่เป็นทางการของรัฐ ซึ่งความเข้าใจดังกล่าวจะช่วยทำให้เงื่อนไขเวลาและมิติหรือเงื่อนไขสำคัญในการพิจารณาตัดสินใจแต่ละครั้งหรือแต่ละขั้นตอน อันเป็นจุดต่อ เชื่อมโยงนโยบาย

เดวิด ฮูว์ซ (2547:17) ได้ให้ข้อเสนอในการประยุกต์ใช้กระบวนการนโยบายแบบเส้นตรงว่า รัฐบาลและผู้กำหนดการตัดสินใจมักจะกล่าวอ้างถึงเหตุผลและความชอบธรรมในการตัดสินใจของตนเอง โดยเทียบเคียงกับกระบวนการนโยบายสาธารณะแบบเส้นตรง ดังนั้น ผู้วิเคราะห์นโยบายจึงไม่ควรละเลยการวิเคราะห์กรอบนโยบายแบบเส้นตรง แต่ก็ไม่ควรเชื่อว่า กระบวนดังกล่าวจะเป็น กระบวนการที่เป็นทางการให้เหตุผลบริสุทธิ์และไม่ควรคิดว่าตนเองจะสามารถดำเนินการผลักดันนโยบายได้โดยเหตุผลที่ดีกว่า ตามกระบวนการนโยบายแบบเส้นตรงแต่เพียงอย่างเดียว

ในปัจจุบันท่ามกลางบริบทของสังคมโลกาภิวัตน์ ระบบการเมืองแบบดั้งเดิมที่กระบวนการนโยบายสาธารณะมีจุดเน้นอยู่ที่รัฐและสถาบัน กระบวนการทางการเมืองที่เป็นทางการ การตัดสินใจแบบรวมศูนย์อำนาจและการวิเคราะห์หาทางเลือกนโยบายที่ดี รวมทั้งการประเมินผลลัพธ์ของนโยบายโดยผู้รู้ นักเทคนิควิเคราะห์นโยบาย จึงไม่เพียงพอที่จะจัดการชีวิตสาธารณะของผู้คนของคนที่เปลี่ยนแปลงและซับซ้อนมากขึ้นอย่างในสังคมไทยปัจจุบัน ฐานคิดรัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่ จึงหันมาเน้นเรื่องการสร้างทางเลือกและการจัดการชีวิตสาธารณะในระดับท้องถิ่นชุมชน

ในมิติเช่นนี้ นโยบายสาธารณะจึงไม่ได้เป็นการผลักดันให้รัฐทำหรือไม่ทำอะไรเพื่อให้มีชีวิตสาธารณะที่ดี แต่คือ การขอมีส่วนร่วมในการกำหนดชีวิตตัวเองในบางด้าน ให้รัฐหันมารับรองโลกชีวิตทิศทางของชีวิตสาธารณะที่คนในสังคมจัดการกันเองเหล่านั้น จึงนำมาสู่การตั้งคำถามและเรียกร้องให้ทบทวนแนวทางการวิเคราะห์นโยบายแบบเส้นตรงหรือบนลงล่างที่แข็งตัว และการวิเคราะห์นโยบายในพื้นที่นอกเหนือรัฐ ระบบการเมืองปกติและกลไกทางการเมืองที่เป็นทางการ แนวทางดังกล่าวคือ กระบวนการนโยบายสาธารณะแบบถกเถียง (Deliberative Model) ซึ่งเปลี่ยนนิยามความหมายของนโยบายสาธารณะจากที่เป็น “ประกาศของรัฐ” มาสู่ “ทิศทางและความมุ่งหวังของชุมชนหรือสังคม” เสมือนหนึ่งอุดมการณ์ของสังคมที่มาจากสาธารณะ อันเกิดจากการกำหนดแนวทางแห่งชีวิตสาธารณะของผู้คนในสังคมเอง (ประภาส ปิ่นตบแต่ง, 2554 :3)

กระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะเป็นกระบวนการอันได้มาซึ่งนโยบายสาธารณะ โดยมีขั้นตอนคือ การก่อตัวของนโยบาย การเตรียมร่างข้อเสนอแนะนโยบาย การตัดสินใจกำหนดเป็นนโยบาย และประกาศใช้นโยบาย ดังมีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การก่อตัวของนโยบาย การก่อตัวของนโยบาย หมายถึง การนำประเด็นปัญหาสาธารณะบางประการที่ได้รับการยอมรับเข้าสู่ความสนใจของผู้กำหนดนโยบายเพื่อนำไปสู่การพิจารณาตัดสินใจในลำดับต่อไป ปัญหาตามความหมายตามเชิงนโยบายนั้นหมายถึงสภาพที่ก่อให้เกิดความต้องการ ความขาดแคลนหรือความไม่พอใจ ซึ่งส่งผลให้มีการแสวงหาแนวทางแก้ไขโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่นๆ (Anderson, 1984: 44-45 อ้างถึงใน ชันยวัฒน์ รัตนศักดิ์, 2546: 146) ซึ่งปัญหาตามความหมายของนโยบายย่อมต้องเป็นปัญหาของสังคมโดยส่วนร่วมหรือมีผลกระทบกับคนจำนวนมากทั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อม โดยบุคคลเหล่านี้จะต้องมีความเห็นร่วมกัน ควรแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นและปัญหาดังกล่าวจะถูกยกระดับเป็นปัญหาเชิงนโยบายต่อไป

ปัญหาเชิงนโยบายหรือปัญหานโยบาย เป็นสิ่งที่ยากแก่การกำหนดแน่นอน ซึ่งโดยทั่วไปแล้วปัญหานโยบายจะมีลักษณะสำคัญ 4 ประการคือ

1 ความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กันปัญหานโยบายในเรื่องหนึ่งมักไม่สามารถพิจารณา แยกเด็ดขาดจากปัญหาอื่นๆเนื่องจากมักเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กับปัญหานโยบายอื่นตลอดเวลาการพิจารณาปัญหานโยบายจึงต้องพิจารณาในลักษณะภาพรวมมากกว่าแยกทีละปัญหา

2 ความเป็นอັນัยของปัญหาปัญหานโยบายจะมีมากขึ้นอยู่กับการรับรู้ปัญหาของผู้กำหนดนโยบายสิ่งที่บางคนเห็นว่าเป็นปัญหาอีกคนอาจเห็นว่าไม่ใช่ปัญหาเป็นต้น

3 ความไม่มีตัวตนแท้จริงของปัญหาปัญหานโยบายขึ้นอยู่กับ การรับรู้และการนิยามของแต่ละกลุ่มบุคคลดังนั้นจึงยอมเปลี่ยนแปลงไปตามทัศนคติของผู้กำหนดไม่มีตัวตนที่แท้จริงเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงผู้กำหนดปัญหานโยบายจะเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

4 ความเป็นพลวัตของปัญหาปัญหานโยบายเปลี่ยนทางแก้ปัญหาก็เปลี่ยนปัญหานโยบายจึงมีลักษณะไม่คงที่โดยทั่วไปการแก้ปัญหาก็ถาวรจึงไม่เพียงแต่แก้ปัญหานึงซึ่งอาจก่อให้เกิดอีกปัญหานึงซึ่งเป็นปัญหาเดิมที่เปลี่ยนสภาพไปความเป็นพลวัตซึ่งเป็นเอกลักษณ์หนึ่งของปัญหานโยบาย

ชันยวัฒน์ รัตนศักดิ์ (2546: 149) ได้สรุปลักษณะของปัญหาเชิงนโยบายไว้ดังนี้

1 ปัญหาเชิงนโยบายของสังคมโดยทั่วไปกล่าวคือเป็นประเด็นปัญหาที่สมาชิกโดยทั่วไปของสังคมยอมรับว่าเหมาะสมที่จะได้รับความสนใจและเกี่ยวข้องกับงานที่อยู่ภายใต้ขอบเขตอำนาจ

หน้าที่ของรัฐอันถือเป็นปัญหาของส่วนรวมปัญหาเชิงนโยบายประเภทนี้เป็นปัญหาในระดับกว้าง ซึ่งอาจเป็นปัญหาที่รัฐบาลกำลังจะนำไปแก้ไขหรือได้มีการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวแล้ว

2 ปัญหาเชิงนโยบายที่เป็นทางการหรือเกี่ยวข้องกับสถาบันของรัฐโดยตรงเป็นกลุ่มปัญหาเชิงนโยบายที่รัฐบาลหรือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจตามกฎหมายให้ความสนใจที่จะดำเนินการอย่างจริงจัง

ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมข้อเสนอร่างนโยบาย สำหรับขั้นตอนการเตรียมร่างนโยบาย ประกอบไปด้วยกิจกรรมดังต่อไปนี้

1. การวางข้อกำหนดเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายของนโยบายกิจกรรมในขั้นตอนนี้ผู้ที่มีหน้าที่เตรียมเสนอร่างนโยบายจะต้องกำหนดจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของนโยบายให้ชัดเจนควบคุมสามารถวัดได้ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

2. การเสนอทางเลือก “ทางเลือก” (Alternative) หมายถึง หนทางหรือวิธีการที่จะนำไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของนโยบาย ซึ่งทางเลือกของนโยบายแต่ละทางเลือกจะต้องมีเนื้อหาสาระและเหตุผลเป็นของตนเอง หลักการและเหตุผลดังกล่าวนี้สามารถประมวลได้จากสมมติฐานที่เชื่อถือได้และมีข้อมูลสนับสนุนที่มั่นคงเพียงพอสิ่งเหล่านี้ย่อมหาได้จากเอกสารรายงานสำคัญและผลงานวิจัยของนักวิชาการที่เกี่ยวข้องทางเลือกที่ดีควรมีอย่างน้อย 2 ทางเลือกขึ้นไปและจะต้องมีการวิเคราะห์แต่ละทางเลือกให้ชัดเจนถึงผลดีผลเสีย หรือข้อเด่นข้อด้อยของแต่ละทางเลือกเพื่อนำมาพิจารณาทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดหรือทางเลือกที่มีความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติซึ่งเรียกว่า “การกลั่นกรองทางเลือก” (Screening The Alternative) เพื่อตัดสินใจกำหนดเป็นนโยบายต่อไป

3. การจัดทำร่างนโยบายเมื่อผู้กำหนดนโยบายพิจารณาเลือกทางเลือกที่เห็นว่าเหมาะสมที่สุดแล้วก็จะนำทางเลือกนั้นมากำหนดเป็นนโยบายโดยจะมอบหมายให้ผู้ที่เกี่ยวข้องจัดทำเป็นร่างนโยบายเสียก่อนซึ่งการจัดทำร่างนโยบายควรประกอบด้วยหลักการและเหตุผลจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์แนวทางและมาตรการวิธีการดำเนินการผู้รับผิดชอบหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบที่ดำเนินงานตามมาตรการที่กำหนดโดยต้องการเขียนร่างนโยบายให้ชัดเจนมีความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติและจัดทำเป็นเอกสารเพื่อเสนอผู้มีอำนาจตัดสินใจอนุมัติและประกาศเป็นนโยบายต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 การตัดสินใจกำหนดเป็นนโยบาย หลังจากที่มีการเตรียมข้อเสนอเชิงนโยบายแล้วจะต้องผ่านขั้นตอนที่สำคัญคือขั้นตอนการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายสาธารณะผู้มีอำนาจกำหนดนโยบายจำเป็นต้องคัดเลือกข้อเสนอที่เหมาะสมที่สุดโดยมักใช้เกณฑ์การเลือกตามกระบวนการแก้ปัญหาดังนี้

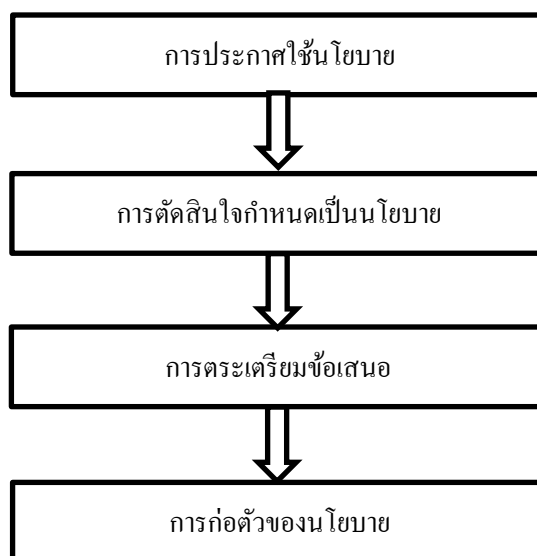
- 1 ทางเลือกดังกล่าวต้องเป็นข้อเสนอที่จะแก้ไขปัญหาได้ดีที่สุด
- 2 ทางเลือกดังกล่าวจะต้องมีความเป็นไปได้มากที่สุด
- 3 ทางเลือกดังกล่าวจะต้องอยู่ในขอบเขตแห่งบทบาทและอำนาจหน้าที่ทำให้กิจกรรมในขั้นตอนดังกล่าว

ผู้มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบายสาธารณะจะต้องทำการตัดสินใจเพื่อคัดเลือกนโยบายแม้ว่าจะมีเกณฑ์ดังกล่าวเป็นแนวทางในการตัดสินใจก็ตามวิธีการตัดสินใจของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคลย่อมแตกต่างกันออกไป (ธนวัฒน์ รัตนศักดิ์ 2546: 162) โดยมีรายละเอียดของการตัดสินใจการคัดเลือกข้อเสนอนโยบายในขั้นตอนนี้มีผู้มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบายสาธารณะจะต้องทำการตัดสินใจเพื่อคัดเลือกทางเลือกนโยบาย (Policy Alternative) ที่เหมาะสมที่สุดซึ่งมีตัวแบบที่ช่วยในการตัดสินใจที่สำคัญคือตัวแบบสมเหตุสมผล (Rational Model) ตัวแบบส่วนเพิ่ม (Incremental Model) หรืออาจใช้การผสมผสานของทั้งสองตัวแบบก็ได้ที่เรียกว่าตัวแบบผสมผสาน (Mixed Scanning) คือนำเอาข้อดีหรือจุดเด่นของตัวแบบทั้งสองมาผสมผสานกันผลของการดำเนินกิจกรรมในขั้นตอนนี้จะแสดงออกในลักษณะเป็นลักษณะอักษร เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกำหนด พระราชกฤษฎีกา มติคณะรัฐมนตรี กฎระเบียบคำสั่ง เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 4 การประกาศใช้นโยบาย การประกาศใช้นโยบายสาธารณะถือเป็นขั้นตอนสำคัญที่เกิดขึ้นภายหลังที่ผู้กำหนดนโยบายได้ทำการตัดสินใจเลือกทางใดทางหนึ่งเพื่อแก้ปัญหาป้องกันปัญหาเพื่อสร้างสภาพการณ์ที่พึงประสงค์แล้วจึงต้องประกาศให้หน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องรับทราบเพื่อที่จะให้ได้ ดำเนินการนำนโยบายไปปฏิบัติให้เกิดผลเป็นรูปธรรม

นอกจากนี้การประกาศนโยบายสาธารณะอย่างมีประโยชน์ในแง่ของการทำให้ประชาชนได้ทราบว่าในขณะนั้นรัฐบาลของตนได้ตัดสินใจในนโยบายใดๆบ้างข้อเรียกร้องที่เสนอให้รัฐบาลนั้นได้รับความสนใจหรือไม่และนอกจากนี้หากเป็นนโยบายที่เกี่ยวข้องกับระเบียบกฎเกณฑ์ซึ่งประชาชนจะต้องยึดหลักปฏิบัติตามประกาศนโยบายสาธารณะจึงทำให้ประชาชนทราบและสามารถเตรียมตัวปฏิบัติตามได้ล่วงหน้า (ธนวัฒน์ รัตนศักดิ์, 2546: 172)

จากข้างต้นสามารถสรุปกระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะได้ว่าเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการนโยบายสาธารณะสุขเพราะถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของนโยบายซึ่งประกอบไปด้วยขั้นตอนที่สำคัญดังแผนภาพนี้



ภาพที่ 2.4 กระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะ

2.7.4 ความสัมพันธ์ในระดับนโยบาย

ความสัมพันธ์ดังกล่าวสามารถอธิบายความหมายของปัจจัยทั้ง 3 ด้านในระบบนโยบาย ได้ดังนี้

1. ผู้เกี่ยวข้องกบ้นโยบาย (Policy System) หมายถึง ปัจเจกบุคคล หรือกลุ่มบุคคล ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกบ้นโยบาย ทั้งผู้ก่อผลกระทบหรือได้รับผลกระทบ จากการตัดสินใจของรัฐบาล รวมถึงระบบการเมือง ประกอบด้วย สถานิติบัญญัติ ระบบราชการ พรรคการเมือง สหภาพแรงงาน และกลุ่มผลประโยชน์ ซึ่งทำหน้าที่แตกต่างกันออกไป โดยแบ่งผู้กำหนดนโยบายสาธารณะ ออกได้เป็น 2 ประเภทหลัก คือ

1) ผู้กำหนดนโยบายสาธารณะอย่างเป็นทางการ (Official Policy Makers) ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือ ผู้กำหนดนโยบายหลัก (Primary Policy Makers) ซึ่งเป็นผู้กำหนดนโยบายสาธารณะที่ได้รับอำนาจหน้าที่โดยตรงจากรัฐธรรมนูญ อันเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศอันได้แก่ รัฐสภา คณะรัฐมนตรี ศาล เป็นต้น และผู้กำหนดนโยบายรอง (Supplementary Policy Makers) ซึ่งเป็นผู้กำหนดนโยบายที่ต้องได้รับมอบอำนาจบางประการ มาจากผู้กำหนดนโยบายหลัก หรือบทบัญญัติแห่งกฎหมาย และยังคงผูกพัน หรือควบคุมโดยผู้กำหนดนโยบายหลักอยู่

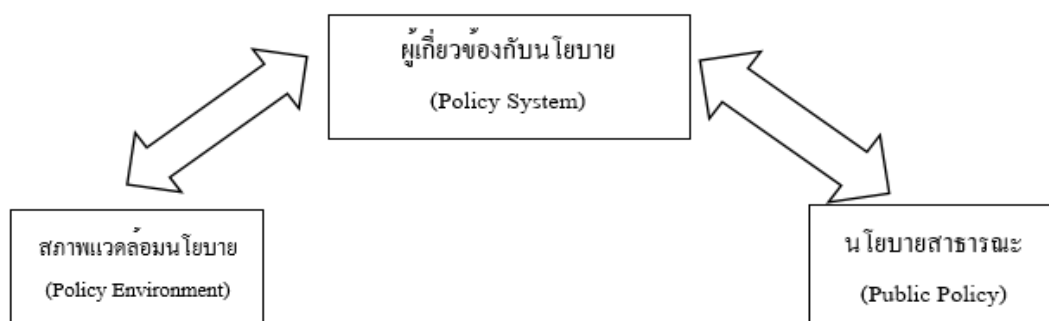
2) ผู้กำหนดนโยบายสาธารณะอย่างไม่เป็นทางการ (Unofficial Policy Makers) ได้แก่ ผู้ที่ไม่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายในการกำหนดนโยบายสาธารณะ แต่เข้ามามีส่วนร่วมและ

พยายามผลักดันข้อเสนอเชิงนโยบายให้แก่ผู้กำหนดนโยบายสาธารณะอย่างเป็นทางการ อาทิ กลุ่มผลประโยชน์ องค์กรประชาชน พรรคการเมือง นักวิชาการ สื่อมวลชน ประชาชนทั่วไป

2.สภาพแวดล้อมนโยบาย (Policy Environment) หมายถึง สิ่งแวดล้อมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่นำไปสู่การกำหนดนโยบาย หรือได้รับผลกระทบจากนโยบาย และจากผู้เกี่ยวข้องนโยบาย รวมถึงสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจและการเมือง ซึ่งสภาพแวดล้อมนโยบายมีความสำคัญอย่างมากต่อปัญหาที่เกี่ยวข้อง

3. นโยบายสาธารณะ (Public Policy) หมายถึง ชุดของการปฏิบัติใด ๆ ที่เกิดจากการตัดสินใจของรัฐบาล โดยได้รับอิทธิพลมาจากผู้เกี่ยวข้องกันโยบายและสภาพแวดล้อม หรือส่งผลกระทบต่อผู้เกี่ยวข้องกันโยบายและสภาพแวดล้อม อาทิ นโยบายเศรษฐกิจ นโยบายมนุษยชน นโยบายสาธารณะสุข นโยบายการศึกษา เป็นต้น

การศึกษากระบวนการนโยบายสาธารณะ(Policy Process) เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบว่านโยบายสาธารณะนั้น ๆเกิดขึ้นได้อย่างไร ภายใต้เงื่อนไขใด และมีใคร หรือหน่วยงานใดบ้างที่มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายสาธารณะ โดยมุ่งเน้นในเชิงพฤติกรรมเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนต่าง ๆ ของนโยบายเริ่มจากการตรวจสอบปัญหาสาธารณะ เพื่อค้นหาปัญหาถูกนำไปปฏิบัติอย่างไร และเกิดผลลัพธ์อะไรขึ้นบ้าง นอกจากนี้ยังเป็นการศึกษาเชิงระบบ เพราะพยายามกำหนดกรอบแนวคิดเพื่อศึกษากระบวนการนโยบายทั้งหมด เริ่มจากการแสดงความต้องการ จนเลือกนโยบาย และกำหนดกลวิธีในทางปฏิบัติ รวมถึงผลสะท้อนกลับที่เกิดขึ้น เช่นเดียวกับนโยบายอื่น ๆ นโยบายการประกันรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุโดยการสงเคราะห์เบี้ยยังชีพก็เช่นเดียวกัน จำต้องผ่านขั้นตอนสำคัญของกระบวนการนโยบายสาธารณะ ซึ่งผู้ศึกษาจะชี้ให้เห็นในแต่ละขั้นตอนดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.5 ความสัมพันธ์ของ 3 ปัจจัยในระบบนโยบาย (Policy System)

ที่มา : สมบัติ ชำรงชัยวงศ์, 2560 : 15

2.7.5 ความหมายของการประเมินนโยบายสาธารณะ

การประเมินนโยบายสาธารณะ เป็นการวิเคราะห์นโยบายของรัฐบาล และผลของนโยบาย ที่มีต่อสังคมอย่างเป็นระบบ โดยเน้นถึงความพยายามในการวัด และประเมินผลนโยบายการเปรียบเทียบกับนโยบายในเรื่องโครงสร้างและผลกระทบ ตลอดจนพิจารณาถึงความสัมพันธ์ทั้งทางตรง และทางอ้อม หรือแบบตอบโต้ระหว่างกระบวนการทางการเมือง และตัวนโยบาย (Policy Outputs) เพื่อหาสาเหตุที่แท้จริงของผลกระทบที่เกิดขึ้น

การประเมินนโยบายสาธารณะ ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลาย (William N. Dunn อ้างถึงใน สมบัติ ชำรงชัญวงศ์, 2560) ได้ให้คำนิยามของการประเมินนโยบายสาธารณะว่า คือ สังคมศาสตร์ประยุกต์สาขาวิชาหนึ่งซึ่งใช้วิธีการหลากหลายในการแสวงหาข้อเท็จจริงและเหตุผล เพื่อผลิตและแปลงข่าวสารที่เกี่ยวกับนโยบาย ซึ่งอาจใช้ประโยชน์ในการแก้ปัญหานโยบายภายใต้สถานการณ์ทางการเมืองที่แตกต่างกัน

Nagel (อ้างถึงใน สมบัติ ชำรงชัญวงศ์, 2560) ได้ให้ความหมายของการประเมินนโยบายสาธารณะว่า โดยทั่วไปหมายถึงการกำหนดและตัดสินใจว่าทางเลือกของนโยบาย การตัดสินใจหรือมรรควิธีใดดีที่สุดเพื่อช่วยให้บุคคลของเป้าประสงค์ goals ที่กำหนดบรรลุผลสำเร็จ โดยเปรียบเทียบทางเลือกต่างๆ กับเป้าประสงค์ การประเมินนโยบายสาธารณะว่า ในความหมายอย่างกว้าง หมายถึงการวิจัยประยุกต์แบบหนึ่งซึ่งดำเนินการเพื่อให้เข้าใจประเด็นปัญหาทางสังคมและเทคนิคได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น และได้วิธีแก้ปัญหาก็ดีกว่า การวิเคราะห์นโยบายพยายามแสดงหนทางเลือกที่เป็นไปได้ รวบรวมข้อมูลและหลักฐานเกี่ยวกับผลประโยชน์และผลกระทบอื่น ๆ ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจเลือกและนำทางเลือกนั้นไปปฏิบัติ เพื่อช่วยให้ผู้ตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ให้ประโยชน์สูงสุด

จากนิยามดังกล่าวข้างต้น และเมื่อพิจารณาประกอบกับเรื่องแนวโน้มของการศึกษานโยบายสาธารณะในปัจจุบัน อาจสรุปความหมายของคำว่าวิเคราะห์ปัญหานโยบายและสาเหตุการกำหนดวัตถุประสงค์ในการแก้ปัญหา พิจารณาทางเลือกของนโยบายในการแก้ปัญหา ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบ และความเป็นไปได้มากที่สุดของแต่ละทางเลือก รวมทั้งผลกระทบซึ่งคาดว่าจะเกิดขึ้นจากการปฏิบัติตามทางเลือกนั้นๆ แล้วเสนอผลการวิเคราะห์ให้ผู้มีอำนาจทำการตัดสินใจ อาจจะระบุว่าทางเลือกใดเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดด้วยหรือไม่ก็ได้ ทั้งนี้โดยใช้สหวิทยาการและวิธีการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบและหลากหลาย

2.7.6 ประเภทของตัวแบบการประเมินนโยบายสาธารณะ

คำว่า "ตัวแบบ" (model) หรือแบบจำลองความหมายที่หลากหลายจะนำเสนอที่สำคัญ 4 ลักษณะดังนี้

1. ตัวแบบสถาบัน (Institutional Model) ตัวแบบนี้ถือว่า นโยบายอยู่ในฐานะเป็นผลผลิตของสถาบันหลักของรัฐบาลเป็นผู้กำหนด (Policy as Institutional Output) ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายนิติบัญญัติ ฝ่ายบริหาร หรือฝ่ายตุลาการ ที่สามารถทำหน้าที่เป็นผู้กำหนดนโยบายได้

2. ตัวแบบกระบวนการงาน (Process Model) แบบนี้ถือว่า นโยบายอยู่ในฐานะเป็นกิจกรรมทางการเมืองอย่างหนึ่ง (Policy as Politically Activity) ซึ่งจะต้องมีขั้นตอนและพฤติกรรมในการกำหนดนโยบาย โดยนักรัฐศาสตร์พฤติกรรมสมัยใหม่ ได้ให้ความสนใจกับเรื่องนี้มาตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่ 2 ด้วยการมุ่งความสนใจศึกษาพฤติกรรมของผู้เลือกตั้ง กลุ่มผลประโยชน์ สมาชิกสภานิติบัญญัติและประธานาธิบดี เป็นต้น

เจมส์ อี แอนเดอร์สัน (James E. Anderson) ในปีค. ศ. 1975 ได้เสนอว่า กระบวนการนโยบาย (Policy Process) ต้องประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญอย่างน้อย 5 ขั้นตอนอันได้แก่การระบุหรือวิเคราะห์ปัญหา (Problem Identification /analysis) การกำหนดนโยบาย (Policy Formulation) การตัดสินใจกำหนดนโยบาย (Policy Adoption) การนำนโยบายไปปฏิบัติ (Policy Implementation) และการประเมินผลนโยบาย (Policy Evaluation) เช่นเดียวกับชาลส์ โอ โจนส์ (Charles O. Jones) ในปี 1970 และโทมัส อาร์ ดาย (Thomas R. Dye) ในปี 1987 ที่ได้อ้างถึงแล้ว ตัวแบบกระบวนการนโยบายสาธารณะในมิติแยกส่วน และบูรณาการขึ้นเป็นตัวแบบหรือแบบจำลอง (Model) ในมิติองค์รวม (Holistic) เพื่อให้สามารถอธิบายกระบวนการนโยบายสาธารณะนั้นๆ ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

3. ตัวแบบที่ยึดหลักเหตุผล (Rational Model) ตัวแบบนี้ถือว่า นโยบายอยู่ในฐานะที่มุ่งผลประโยชน์สูงสุดของสังคม (Policy as Maximum Social Gain) ซึ่งหมายถึง “การที่รัฐบาลควรจะตัดสินใจเลือกนโยบายที่จะให้ผลประโยชน์ต่อสังคมมากกว่าค่าใช้จ่ายให้มากที่สุด และสมควรจะหลีกเลี่ยงการเลือกนโยบายที่มีค่าใช้จ่ายมากกว่าประโยชน์ที่สังคมจะได้รับ”

ตัวแบบนี้ประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยนำเข้า (Inputs) กระบวนการตัดสินใจ (Decision-making Process) และปัจจัยผลผลิต (Outputs)

สำหรับปัจจัยนำเข้าที่สำคัญนั้นประกอบด้วยทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับกระบวนการตัดสินใจที่ยึดหลักเหตุผล ตลอดจนข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นต่อการตัดสินใจ

ส่วนประกอบการตัดสินใจนั้นประกอบด้วยขั้นตอนของการตัดสินใจ 6 ขั้นตอนได้แก่

1. การกำหนดเป้าประสงค์ปฏิบัติการ (Operational Goals) ให้ครบถ้วน
2. การเตรียมทรัพยากรและสิ่งที่มีคุณค่าต่างๆพร้อมทั้งจัดลำดับความสำคัญ
3. การเตรียมทางเลือกของนโยบายทั้งหมด
4. การเตรียมพยากรณ์ผลประโยชน์-ต้นทุนของแต่ละทางเลือก
5. การคำนวณผลประโยชน์สุทธิของแต่ละทางเลือก
6. การเปรียบเทียบรายละเอียดทางเลือกที่ให้ผลประโยชน์สูงสุด

ดังนั้นเมื่อผ่านกระบวนการตัดสินใจที่เหมาะสมที่สุดแล้วก็จะได้ผลผลิต (Outputs/Outcomes) เป็นนโยบายที่สมเหตุสมผลในที่สุดเช่นกัน

4. ตัวแบบทฤษฎีระบบ (system Theory Model) ตัวแบบนี้ถือว่านโยบายเป็นผลผลิตของระบบการเมืองที่พยายามตอบสนองต่อการเรียกร้องหรือผลักดันของกลุ่มต่างๆจากภายนอกของระบบการเมืองซึ่งประกอบด้วย

1. ปัจจัยนำเข้า (Inputs) ประกอบด้วยการเรียกร้อง (Demands) และการสนับสนุน
2. ระบบการเมือง (The Political System) มีภาระหน้าที่สำคัญในการตัดสินใจและการปฏิบัติ (Decision and Action) และเนื่องจากการเรียกร้องของกลุ่มต่างๆมักมีความหลากหลาย เพราะฉะนั้น ระบบการเมืองที่มีประสิทธิภาพจะต้องสามารถจัดการกับความขัดแย้งของกลุ่มต่างๆที่เกี่ยวข้อง และสามารถบังคับการให้เป็นไปตามข้อตกลงที่ทำไว้ด้วย โดยระบบพรรคการเมืองจะคงอยู่ต่อไปได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการคือ

(2.1) ระบบการเมืองนั้นสามารถสร้างความพอใจให้แก่ประชาชนมากน้อยเพียงใด

(2.2) ความเหนียวแน่นที่ยังรากลึกของระบบเอง และ

(2.3) การใช้กำลังหากมีความจำเป็น

(3) ปัจจัยผลการผลิต (Outputs/Outcomes)

(4) ปัจจัยแวดล้อม (Environment)

5. ตัวแบบ “กระแสและหน้าต่างนโยบาย” (The Streams and windows Model) ตัวแบบการวิเคราะห์นโยบายนี้เป็นตัวแบบที่พัฒนาขึ้นมาโดย ให้ข้อสังเกตว่ามีสากระแสที่ 3 เป็นอิสระต่อกันที่ทำให้เป็นที่มาของกระบวนการนโยบาย (Kingdon 2000)

กระแสแรกคือ กระแสปัญหา (Problem Stream) กระแสนี้มุ่งเน้นไปที่ความสนใจของประชาชน และผู้กำหนดนโยบายในปัญหาทางสังคมที่เฉพาะเจาะจงไปในปัญหาใดปัญหาหนึ่งโดยมีการให้นิยามหรือคำจำกัดความปัญหานั้นๆหลังจากได้มีการนำปัญหาดังกล่าวมากำหนดเป็น

นโยบายเพื่อหาทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างไรก็ตามมีข้อสังเกตว่าในการที่จะให้ได้มาว่าปัญหาเป็นปัญหาที่ควรให้ความสนใจมีหลายวิธีการหลายกระบวนการขั้นตอนและหนึ่งในกระบวนการขั้นตอนเหล่านั้นก็คือ การติดตามข้อมูลทางสังคม

กระแสที่สองคือ กระแสการเมือง (Political Stream) ตั้งแต่นี้เป็นกระแสที่รัฐบาลหรือฝ่ายการเมืองเป็นฝ่ายกำหนดปัญหาโดยมีรายการหรือประเด็นของปัญหาที่ควรจะได้รับแก้ไขอยู่แล้วประเด็นหรือปัญหาเหล่านี้ก่อตัวหรือได้รับการกำหนดขึ้นมาเป็นผลมาจากปฏิสัมพันธ์ของพลังสำคัญต่างๆเช่น อารมณ์ความรู้สึกของคนในชาติ อำนาจอิทธิพลของกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ การเคลื่อนไหว หรือการแบ่งรัฐบาล เป็นต้น

กระแสที่ 3 คือกระแสนโยบาย (Policy Stream) กระแสนี้เป็นกระแสที่เกี่ยวกับการจัดระเบียบวาระการตัดสินใจหรือเป็นการระบุรายละเอียดทางเลือกที่ใช้ในการตัดสินใจซึ่งผู้ที่มีส่วนในกำหนดทางเลือกที่ใช้ในการตัดสินใจดังกล่าวคือ ผู้กำหนดนโยบาย

Kingdon เห็นว่าเมื่อใดก็ตามที่ทั้ง 3 ประการที่กล่าวมาข้างต้นมาบรรจบถုံมาพบกันก็จะเป็นที่มาของนโยบายสาธารณะ Kingdon เรียก โอกาสหรือสถานการณ์ ที่ทั้ง 3 ประการมาบรรจบหรือมาพบกันว่าเป็น “หน้าต่าง” นโยบาย (Windows) สถานการณ์ที่ทำให้หน้าต่างนโยบาย (Windows Policy) เปิดออกมามักจะได้สถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาล หรือการเปลี่ยนแปลงการปกครอง การเปลี่ยนแปลงรัฐสภา การเปลี่ยนแปลงอารมณ์ความรู้สึกของประชาชนในชาติ เป็นต้น

สำหรับสมมติฐานของหน้าต่างนโยบายก็คือการจัดระเบียบวาระนโยบายเป็นผล หรือขึ้นอยู่กับโอกาสหรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เมื่อใดก็ตามที่มีโอกาสหรือมีสถานการณ์ที่เอื้ออำนวย (คือมีกระแสทั้ง 3 มาบรรจบกัน) ก็จะเป็นการเปิดช่องให้ประเด็นปัญหาเข้าสู่หน้าต่างนโยบายที่นำไปสู่การจัดระเบียบวาระนโยบายสาธารณะได้

2.8 แนวคิดเรื่องประสิทธิผล

ในการศึกษาเรื่องประสิทธิผลองค์การนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ศึกษาจะต้องทราบความหมายของประสิทธิผล และแนวคิดในการประเมินวัดประสิทธิผลขององค์การ ซึ่งจะเป็นแนวทางให้ผู้ศึกษาทราบถึงหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกตัวชี้ วัดที่เหมาะสมกับการประเมิน ประสิทธิภาพขององค์การที่ต้องการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยจึงได้รวบรวมและนำเสนอความหมายของ ประสิทธิภาพขององค์การ และแนวคิดการประเมินวัดประสิทธิผลองค์การที่ใช้กันอยู่ ในอดีต จนถึงปัจจุบัน

2.8.1 ความหมายของประสิทธิผลขององค์การ

Robbins (2000: 77) ได้นิยามเอาไว้ว่าประสิทธิผลขององค์การ หมายถึง ที่ซึ่งองค์การบรรลุเป้าประสงค์ระยะสั้นและระยะยาว ทั้งในเชิงผลลัพธ์และกระบวนการ

Daft (2001: 29-30) ได้ให้คำจำกัดความของประสิทธิผลขององค์การตามแนวคิดทรัพยากร (resource-based approach) ไว้ว่าหมายถึง องค์การที่ประสบความสำเร็จทรัพยากรที่มีคุณค่าใช้ประโยชน์จากทรัพยากรนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้ให้คำจำกัดความของประสิทธิผลขององค์การ ตามแนวคิดกระบวนการภายใน (internal process approach) ไว้ว่า หมายถึง องค์การที่มีการจัดการภายในที่ดี มีสุขภาพ และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและราบรื่น สมาชิกในองค์การมีความสุขและพึงพอใจกับองค์การหน่วยงานต่างๆ ในองค์การสามารถประสาน การทำงานซึ่งกันและกันได้อย่างดี ส่งเสริมให้ได้ผลผลิตสูง

ทิพาวดี เมฆสวรรค์ (2544: 14) ได้ให้ความหมายของประสิทธิผลขององค์การในมุมมองของการบริหารโครงการว่า หมายถึงการเปรียบเทียบวัตถุประสงค์กับผลลัพธ์ของโครงการ หมายถึงระดับการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ล่วงหน้าของโครงการนั้นว่า ได้ผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้หรือไม่

ศุภชัย ยาวะประภาษ (2540: 79) กล่าวว่าประสิทธิผล หมายถึง ความสามารถในการบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของนโยบาย

ดิน ปรัชญพฤทธิ (2552: 130) ได้ให้ความหมายของประสิทธิผลขององค์การว่า หมายถึงระดับที่คนงานสามารถปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมายได้มากน้อยเพียงใด

พิทยา บวรวัฒนา (2552: 176-177) ได้ให้ความหมายของประสิทธิผลขององค์การเป็นเรื่องการพิจารณาว่า องค์การประสบความสำเร็จเพียงในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

ถวัลย์รัฐ วรเทพพิพิงษ์ (2540) เสนอว่า ประสิทธิผลขององค์การเกิดจาก การประเมินความสำเร็จของงาน องค์การจำเป็นต้องรู้ว่างานที่กระทำอยู่นั้นกำลังดำเนินการอยู่ถึงขั้นใด หรือดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ประสิทธิภาพและประสิทธิผลมีมากน้อยเพียงใด ในการดำเนินงานมีปัญหาและอุปสรรคอะไรบ้าง สามารถดำเนินการแก้ไขหรือไม่ถ้าไม่ได้ตัดสินใจอย่างไร แต่ถ้าแก้ไขได้ผลการแก้ไขเป็นอย่างไร ซึ่งความสำเร็จของงานแบ่งได้เป็น 2 ส่วนหลัก คือ

งานประจำ ในการประเมินงานประจำผลที่ได้รับมักจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กร โดยสามารถระบุได้ว่างานที่ดำเนินการอยู่ได้บรรลุเป้าหมายเพียงไร เนื่องจากมีคุณภาพเพียงไร การที่จะทำให้บรรลุตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพควรปรับแก้วิธีการบริหารจัดการอะไรบ้าง หรือหากบรรลุเป้าหมายได้ตามเกณฑ์ มีวิธีการอะไรอีกหรือไม่ที่จะช่วยให้เกิดประสิทธิผลมากที่สุด

งานโครงการ ในการประเมินงานโครงการ ประโยชน์ที่ได้รับคือผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้ว่า โครงการเหล่านั้นสามารถบรรลุเป้าหมายหรือไม่เพียงใด คุ่มค่าหรือไม่ ซึ่งจะนำไปสู่การปรับแก้ไขโครงการ ปรับให้เข้ากับงานประจำหรือโครงการอื่น สัมเลิกโครงการนั้นเสีย หรือการจัดดำเนินโครงการแง่มุมต่าง ๆ อย่างทันทั่วทั้งที่ เหมาะสม และถูกต้อง

เพื่อการพัฒนาผลการประเมินงานหรือโครงการในโครงการใดก็ตามเมื่อพบว่ามีปัญหาและปัญหาเหล่านั้นมีวิธีการแก้ไข หรือแนวทางการดำเนินงานที่อาจทำให้ผลงานมีคุณภาพขึ้นได้ซึ่งสิ่งที่สามารถพัฒนาได้อย่างง่ายๆ มี 4 ส่วนคือ

1. ผลงาน ประโยชน์ในหารประเมินเพื่อพัฒนาผลงาน ทำให้ได้เนื้องานที่มีคุณภาพสูง คุ่มค่า คุ่มกับการลงทุน ทำให้ผลงานเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้เกิดผลกำไรสูงสุดกับองค์กร ทั้งในรูปของผลตอบแทนที่เป็นตัวเงิน วัสดุ สิ่งของ หรือผลตอบแทนที่ไม่สามารถจับต้องได้ เช่นความรู้สึกรักใคร่ของผู้รับบริการในทางที่ดีต่อองค์กร เป็นต้น

2. บุคลากร ประโยชน์ของการประเมินเพื่อพัฒนาบุคลากรเมื่อพบว่าบุคลากรใดบกพร่องความรู้ ความสามารถในด้านใด จะได้หาทางส่งเสริมให้บุคลากรเหล่านั้นได้มีการพัฒนาศักยภาพของตนในสิ่งที่ ไม่รู้ต้องทำให้เกิดมีความรู้แตกฉานชำนาญกว่าคนอื่น ๆ ไม่ชอบงานของตนเองต้องทำให้เกิดความรักในงานที่รับผิดชอบเป็นชีวิตจิตใจ หรือทำไมได้ต้องส่งเสริมให้มีทักษะเชี่ยวชาญเป็นอย่างยิ่งเหนือกว่าใครๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรโดยรวม

3. ความมั่นใจของผู้ที่เกี่ยวข้อง เมื่อองค์กรมีการประเมินผลงานหรือโครงการอย่างเป็นระบบ ย่อมสร้างความมั่นใจให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้ว่า งานที่เกิดจากองค์กรเหล่านั้นย่อมมีคุณภาพสูง มีความน่าเชื่อถือ น่าศรัทธาเลื่อมใส หรือน่าจะเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับองค์กรอื่นๆ

4. ความยุติธรรม เพื่อเป็นหลักประกันในการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถควรได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม โดยมีเกณฑ์ วิธีการ ระบบการประเมินเป็นส่วนประกอบให้เกิดความทัดเทียมกัน

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้วยการศึกษา ค้นคว้า จากหนังสือ ตำรา งานวิจัย วารสารวิชาการ ทั้งต่างประเทศและในประเทศ ดังนี้

โกศล ฐานะ (2539) ได้ศึกษาเรื่องการติดตามการดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาสิงห์หวัดกาฬสินธุ์ ปีการศึกษา 2539 พบว่า ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มีการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก การให้กู้ยืมเงินเพื่อการศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่า มีปัญหาอุปสรรคอยู่ในระดับมาก ยกเว้น การปฏิบัติงานตามปฏิทินงาน และการกำกับดูแล

สถานศึกษาในการดำเนินงานกองทุน มีปัญหาอุปสรรคอยู่ในระดับน้อย ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเห็นว่าระเบียบ หลักเกณฑ์ การสั่งการ และแนวดำเนินงานกองทุนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นการไม่จัดสรรงบประมาณค่าดำเนินงานให้จังหวัดและสถานศึกษา มีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด ส่วนมากเห็นว่าไม่ควรแก้ไขระเบียบ หลักเกณฑ์ การสั่งการและแนวดำเนินงาน คิดเป็นร้อยละ 67.47 ยกเว้นหลักเกณฑ์เกี่ยวกับรายได้ของบิดามารดา และนักเรียนหรือนักศึกษารวมกันไม่เกิน 120,000 บาท การกำหนดให้เบิกจ่ายเงินกู้ยืมที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) แห่งเดียว และการไม่จัดสรรงบประมาณค่าดำเนินงานให้จังหวัดและสถานศึกษา

วัชรพงศ์ สุขรักษา (2539) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจกู้ยืมเงินกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา จังหวัดกาฬสินธุ์ ปีการศึกษา 2539” พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจกู้ยืมเงินกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาเรียงลำดับความสำคัญ คือ ระเบียบเกี่ยวกับกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ระยะเวลาส่งใช้เงินคืนกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษายาวนานถึง 15 ปี อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำมากเพียงร้อยละ 1 ต่อปี ระดับผลการเรียนของผู้กู้ แรงผลักดันจากสภาพแวดล้อมด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองมากที่สุด คือตัวนักเรียนนักศึกษาผู้กู้ รองลงไปที่คือ กลุ่มสมรส และอาจารย์ที่ปรึกษาของผู้กู้ ตามลำดับ

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้ปกครองเรียงตามลำดับความสำคัญ คือ การระงับหนี้ที่มีอยู่เดิมในสถาบันการเงิน การได้รับข่าวสารข้อมูลที่ไม่ชัดเจน การไม่เชื่อว่าจะมีกองทุนในลักษณะนี้จริง และการไม่เชื่อมั่นในตัวผู้กู้ที่มีอยู่ในปกครองว่าจะเรียนสำเร็จ

สมฤดี วงศ์สมิง (2540) ได้ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์การดำเนินงานตามนโยบายกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา” พบว่า ด้านสภาพแวดล้อม นโยบาย และวัตถุประสงค์ของกองทุนสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 และสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน เพราะผู้รับทุนส่วนใหญ่มาจากครอบครัวเกษตรกร ด้านปัจจัยเบื้องต้นเกี่ยวกับคุณสมบัติ หลักเกณฑ์ วงเงินให้กู้ยืม สัญญากู้ยืมและการค้ำประกันมีความเหมาะสมแต่มีบางข้อควรปรับปรุงด้านกระบวนการดำเนินงาน การรับสมัคร การคัดเลือก การประกาศผลสอดคล้องกับนโยบายกองทุน แต่ระยะเวลาการปฏิบัติงานล่าช้า ทำให้ได้รับเงินล่าช้า ผลการดำเนินงานในปีการศึกษา 2539 ยังไม่สามารถตอบสนองนโยบายกองทุนได้อย่างทั่วถึง ในปีการศึกษา 2540 นิสิต นักศึกษาขาดแคลนทุนทรัพย์ได้กู้ยืมเงินกองทุนมากขึ้น การเสนอแนวทางควรมีการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้รวดเร็วขึ้น โดยการจัดหาบุคลากรเพิ่มเติมในการแนะนำและตรวจสอบเอกสารช่วงงานเร่งด่วน

บรรพต ศรีวิชัย (2541) ได้ศึกษาเรื่อง “สภาพการดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของสถานศึกษาในจังหวัดเชียงราย” พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษา เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ

นักเรียนและเจ้าหน้าที่ธนาคารมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถดำเนินงานในกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาตามวิธีการและขั้นตอนที่กำหนด แต่ต้องการแนวทางที่ชัดเจนในการปฏิบัติมากยิ่งขึ้น จากการดำเนินงานที่ผ่านมา ทุกฝ่ายให้ความเห็นว่าขั้นตอนดำเนินงานมีมากเกินไป บางขั้นตอนต้องใช้เวลาดำเนินการมาก เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบมีจำนวนน้อย การประสานงานยังไม่มีประสิทธิภาพ การจัดทำสัญญากู้ยืมเงินไม่ถูกต้อง ต้องการให้มีการประชุมชี้แจงและจัดทำคู่มือการดำเนินงาน มีแผนและปฏิทินการดำเนินงานที่ชัดเจน สร้างระบบการประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายและมีการติดตามประเมินรายงานผลและประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ

อิทธิพล ใจสมัคร (2541) ได้ศึกษาเรื่อง “การประเมินโครงการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา : ศึกษากรณีสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ประเภทมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ด้านการบริหารและจัดการดำเนินงานโครงการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อศึกษานั้นผู้ปฏิบัติสามารถรับรู้และเข้าใจโครงการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาผ่านทางกองบริการการศึกษาของทบวงมหาวิทยาลัยมากที่สุด การวางแผนและควบคุมของคณะกรรมการกองทุนประจำสถาบันมีการจัดเตรียมความพร้อมการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี การจัดการด้านสมรรถนะองค์การในเรื่องความพร้อมของบุคลากรและสถานที่ มีระดับความพร้อมน้อย การจัดประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลโครงการเป็นการเผยแพร่ด้วยสื่อประเภทโปสเตอร์และบอร์ดข่าวสารเป็นส่วนใหญ่

ส่วนในด้านการดำเนินงานตามกระบวนการของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาส่วนใหญ่ฝ่ายกิจการนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนดำเนินการตามกระบวนการที่ทบวงมหาวิทยาลัยจัดส่งให้ขั้นตอนที่เป็นปัญหามากคือ การพิจารณาคัดเลือกและการสัมภาษณ์คุณสมบัติของผู้มีสิทธิขอกู้ยืมไม่ชัดเจนเท่าใดนักและการสัมภาษณ์ไม่มีกรอบหลักเกณฑ์ ผู้ปฏิบัติงานจะเป็นผู้กำหนดเองเป็นส่วนใหญ่ โดยพิจารณาสัมภาษณ์ประเด็นฐานะเศรษฐกิจด้านรายได้และทรัพย์สินของครอบครัวเป็นหลักสำคัญ

ณรงค์ กุศลสร้าง (2543) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัญหาการดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 6” พบว่า โรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษาเขตการศึกษา 6 มีปัญหาการดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาในระดับปานกลาง 1 ด้าน และระดับน้อย 5 ด้าน ปัญหาในระดับปานกลางคือ ด้านการจัดทำเอกสารหลักฐานประกอบการพิจารณาขอกู้ ด้านการให้กู้ยืมเงินและการชำระหนี้ ด้านหลักเกณฑ์การพิจารณาเงินกู้ และด้านการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการกองทุนซึ่งสถานศึกษาดำเนินการได้เป็นอย่างดีทุกด้าน ส่วนข้อเสนอแนะในการดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาคือ การจัดทำเอกสารหลักฐานประชาสัมพันธ์ให้ผู้กู้ทราบ การจัดทำเอกสารหลักฐานของสัญญาเงินกู้ควรได้รับการปรับปรุงให้เหมาะสม สถานศึกษาควรสำรวจข้อมูลผู้กู้

ล่วงหน้า การพิจารณาอนุมัติเงินกู้ควรมียุทธศาสตร์การทอ้งถึนร่วมนเป็นคณะกรรมการ ควรให้ผู้กู้ใช้เงินให้เกียวเนื่องกับการศึกษา และสถานศึกษาควรมีผู้ดำเนินการตามอัตราส่วน 1:25

พงษ์พันธุ์ พลเยี่ยม (2543) ได้ศึกษาเรื่อง “การติดตามการดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาจังหวัดขอนแก่น ปีการศึกษา 2541” พบว่า การดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของคณะกรรมการพิจารณาให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มีการปฏิบัติงานอยู่ในระดับ “มาก” 3 อันดับแรก คือการรายงานผลการคัดเลือกผู้ขอู้ยืมเงิน การประชาสัมพันธ์เรื่องกองทุนการประชุมพิจารณาคัดเลือกนักเรียนนักศึกษาผู้ขอู้ยืม และมีการปฏิบัติงานในอันดับสุดท้าย คือ การรายงานการพ้นสภาพของนักเรียนนักศึกษา

ปัญหาในการดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มีปัญหาอยู่ในระดับ “ปานกลาง” แต่ที่อยู่ในระดับ “มาก” 3 อันดับคือวงเงินจัดสรรไม่เพียงพอ ขาดความมั่นใจในการชำระเงินคืนตามกำหนด ขาดงบประมาณในการดำเนินการ และปัญหาเรื่องช่องทางการชำระเงิน และมีปัญหาอยู่ในระดับ “ปานกลาง” ในอันดับสุดท้าย ได้แก่ การขาดความรู้ความเข้าใจในระเบียบหลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาที่ควรแก้ไข 3 อันดับ คือ (1) การกำหนดให้เบิกจ่ายเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาทำได้ที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) แห่งเดียว (2) หลักเกณฑ์รายได้บิดามารดาหรือผู้ปกครองนักเรียนนักศึกษารวมกันไม่เกิน 150,000 บาท จึงจะมีสิทธิ์ขอู้ยืมเงิน (3) สัญญากู้ยืมเงินให้จัดทำปีละครั้ง

สมชัย ฤชุพันธุ์ และชลธาร วิสสุตวงศ์ (2544) ได้ศึกษาเรื่อง “แนวทางการบริหารจัดการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา” โดยศึกษาวิเคราะห์แนวคิดและประสบการณ์ในการบริหารจัดการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ เป้าหมาย รูปแบบ/วิธีการ แนวทางการดำเนินงานและระบบการบริหารจัดการศึกษาสภาพปัจจุบัน และปัญหาในการดำเนินงานของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของแต่ละประเทศมีลักษณะแตกต่างกัน กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพียงด้านเดียว คือ เป็นการช่วยเหลือเพื่อประโยชน์ทางสังคม ซึ่งแตกต่างจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของประเทอื่นที่มีวัตถุประสงค์หลายด้าน

การดำเนินงานของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาในด้านของการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย พบว่า กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาสามารถให้กู้ยืมแก่นักเรียน นักศึกษาเป็นจำนวนมาก แต่ไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่ากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาประสบความสำเร็จในการให้กู้ยืมแก่กลุ่มเป้าหมาย ในด้านความไม่เท่าเทียมกันของการได้รับเงินกู้ยืม พบว่า ขนาดวงเงินกู้ยืมที่ผู้กู้ได้รับนั้นไม่เท่าเทียมกันใน 2 กรณี คือ วงเงินที่ผู้กู้รายเก่าได้รับโดยเฉลี่ยสูงกว่าวงเงินกู้ยืมของผู้กู้รายใหม่

และขนาดวงเงินกู้ยืมไม่เท่าเทียมกัน แม้ว่าผู้กู้จะศึกษาวิชาเดียวกัน เพียงเพราะสถานศึกษาสังกัดต่าง กระทรวง สาเหตุของความไม่เท่าเทียมกันเกิดจาก การจัดสรรงบประมาณของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาเน้นให้ตามสังกัดสถานศึกษามากกว่าตัวนักเรียนนักศึกษา ในด้านการดำรงอยู่ด้านการเงินของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา พบว่า เงื่อนไขการชำระหนี้ของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาผ่อนปรนมาก ระบบการติดตามและบังคับการชำระหนี้ไม่เข้มงวด ทำให้รายได้จากดอกเบี้ยเงินกู้ยืมไม่เพียงพอที่จะครอบคลุมต้นทุนการบริหารและจัดการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาได้ ทำให้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มีลักษณะคล้ายเงินอุดหนุนแบบให้เปล่ามากกว่า จึงมีแนวโน้มสูงที่รัฐบาลจำเป็นต้องให้การสนับสนุนด้านการเงินต่อกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาไปเรื่อยๆ

เสาวลักษณ์ จงรัตนานนท์ (2543) ได้ศึกษาเรื่อง “ประสิทธิผลของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ศึกษาเฉพาะกรณี มหาวิทยาลัยเกริก” โดยศึกษาประสิทธิผลและปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการดำเนินงานของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ซึ่งประสิทธิผลในการดำเนินงานของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มีเป้าหมายในการประเมินผล 3 ด้าน คือ ด้านคุณภาพวัดจากอาชีพบิดาระดับล่าง อาชีพมารดาในระดับล่าง รายได้ของผู้ปกครองและรายได้สุทธิของผู้ปกครอง ด้านเวลา วัดจากระยะเวลาที่กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาให้เงินนักศึกษาทันเวลาต่อความจำเป็นที่ต้องใช้จ่าย และด้านปริมาณ (เงิน) วัดจากจำนวนเงินที่ทางกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาให้นักเรียนกู้เพียงพอต่อความจำเป็นที่ต้องใช้ และปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ประกอบด้วย ปัจจัยด้านเนื้อหาของนโยบายด้านทรัพยากรการบริหารนโยบาย ด้านกระบวนการการบริหารนโยบาย และด้านสภาพแวดล้อมในการบริหารนโยบาย ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาในกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาเป็นนักเรียนที่มาจากครอบครัวที่เดือดร้อนตามวัตถุประสงค์ของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาที่ได้กำหนดไว้ มีจำนวนนักศึกษาที่ได้เงินจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาทันต่อความจำเป็นที่ต้องใช้จ่ายไม่ทุกคนที่ขอทุน จำนวนเงินที่กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาให้นักศึกษากู้ยืมมีนักศึกษาบางคนที่ไม่เพียงพอต่อความจำเป็นที่ต้องใช้จ่ายและการนำนโยบายมาปฏิบัติได้เกิดปัญหาต่างๆ ขึ้นจำนวนบุคลากรที่ทำงานไม่เหมาะสมกับจำนวนงานและมีขั้นตอนในการดำเนินงานหลายขั้นตอน ทำให้เกิดความผิดพลาด

เลอमान ศรีบุญเรือง (2544) ได้ศึกษาเรื่อง “บทบาทของกรรมการพิจารณาให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ประจำสถาบันการศึกษา กับการบริหารกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาในจังหวัดขอนแก่น” โดยศึกษาบทบาทของกรรมการพิจารณาให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาการบริหารกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

บทบาทของกรรมการ ผลการศึกษาพบว่า การบริหารกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของ กรรมการพิจารณาให้กู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา ประจำสถาบันการศึกษา ผลการปฏิบัติโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง การปฏิบัติตามบทบาทของกรรมการพิจารณาให้กู้ยืมเงินเพื่อการศึกษาประจำ สถาบันการศึกษา ผลการปฏิบัติตามบทบาทโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านเพศ ประสบการณ์ในตำแหน่งกรรมการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา และการบริหารกองทุนเงินให้ กู้ยืมเพื่อการศึกษา มีความสัมพันธ์กับบทบาทของกรรมการพิจารณาให้กู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา ประจำ สถาบันการศึกษา และปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษาและตำแหน่งในคณะกรรมการกองทุนเงินให้ กู้ยืมเพื่อการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของกรรมการพิจารณาให้กู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา ประจำสถาบันการศึกษา

วิสิทธิ์ สีนะว (2544) ได้ศึกษาเรื่อง “การปฏิบัติงานของคณะกรรมการกองทุนเงินให้ กู้ยืมเพื่อการศึกษาในสถานศึกษา สังกัดอาชีวศึกษาเขตการศึกษา 9” พบว่า คณะกรรมการกองทุน เงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา โดยภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากอยู่ 5 ด้าน คือ ด้านการ ประชาสัมพันธ์ ด้านการรับสมัคร ด้านการพิจารณาคัดเลือกและรายงานผลนักเรียน นักศึกษาที่ ได้รับอนุมัติให้กู้ยืมเงินกองทุน ด้านการจัดทำสัญญากู้ยืมเงินกองทุน ด้านการสำรวจผู้กู้รายใหม่ ของปีถัดไป และมีการปฏิบัติในอีก 2 ด้านอยู่ระดับปานกลาง คือ ด้านการรายงานผลการเรียนและ หรือการฟื้นฟูสภาพการเป็นนักเรียน นักศึกษา และด้านกำกับดูแลการใช้จ่ายเงินกองทุน

อมรา ต้นประวดี (2544) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการชำระคืนเงินกู้โครงการ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา : กรณีศึกษานิสิต นักศึกษา ของสถาบันอุดมศึกษา ในเขต กรุงเทพมหานคร” พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการชำระคืนเงินกู้โครงการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อ การศึกษาได้แก่ ปัจจัยในเรื่องของรายได้ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับเป็นตัวเงินต่อเดือน กับความมี จิตสำนึกในการชำระคืนเงินกู้โครงการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเห็นว่าการดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืม เพื่อการศึกษามีกรอบแนวทางขั้นตอนในการปฏิบัติที่ชัดเจน แต่เมื่อนำไปปฏิบัติก็มีปัญหาบาง ประการเพราะสภาพความพร้อมของแต่ละโรงเรียนแต่ละแห่งแตกต่างกัน

จารุวรรณ เบื้องมล (2559) ทำวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อ สังคม ของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) ในอนาคต โดย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและ นำเสนอว่าควรนำกลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) มาใช้ในการ บริหารจัดการกยศ.ในอนาคต งานวิจัยเสนอว่า กยศ. ก่อตั้งขึ้นมาเพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องความเหลื่อม ล้าทางการศึกษาให้แก่นักเรียนที่มาจากครอบครัวที่มีรายได้น้อย ปัจจุบันได้บริหารจัดการเงินกู้ยืม ให้แก่นักเรียนไปแล้วกว่า 3.7 ล้านราย และใช้งบประมาณแผ่นดินไปมากกว่า 3 แสนล้านบาท แต่

นับว่ายังไม่บรรลุวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research) และ สัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการศึกษาและ CSR เป็นหน่วย วิเคราะห์ เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และแบบอุปนัย (Analytic Induction) จากผลศึกษา กยศ. ควรนำแนวคิด CSR มาใช้ในการบริหารจัดการกองทุนฯมากกว่าเดิม และควรอยู่ในกระบวนการทำงานหลักขององค์กรเป็น“CSR in-process” โดยปรับปรุงข้อกำหนด ข้อบังคับ หรือกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้กระบวนการการทำงานของกยศ. โปร่งใสและเป็น ธรรมกับทุกฝ่าย และควรมีกฤษฎีด้าน CSR ที่เป็นที่ยอมรับเข้ามาเป็นเครื่องมือ อาทิ นโยบายใน การกำกับดูแลองค์กรอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้ (Good Governance) การเคารพในหลักสิทธิ มนุษยชน (Human Rights) การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (Fair Operation Practice) แนวปฏิบัติเพื่อ ต่อต้านการคอร์รัปชัน การปรับปรุงใดๆควรสอดคล้องกับเรื่องเหล่านี้ รวมถึงมาตรฐาน ISO 26000 และอื่นๆ เช่น OECD Global Compact ตลอดจนการให้บริการที่ดี (Service Mind) ให้มีความสำคัญ ต่อลูกค้า ซึ่งในที่นี้ หมายถึง ผู้ผู้ปกครองของผู้ผู้ สถานศึกษา และธนาคาร รวมทั้งควรมีนโยบาย การมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม เน้นกิจกรรมด้านการศึกษา สร้างรายได้ และพัฒนาคุณภาพชีวิต ซึ่งถือเป็น CSR เพิ่มเติมนอกเหนือจากกระบวนการทำงานหลักของกยศ. (CSR after-process) การกำหนดให้ CSR เป็นยุทธศาสตร์หลักของกยศ. เชื่อได้ว่า จะก่อให้เกิดผลดีต่อนักเรียน ผู้ปกครอง ผู้ประกอบการ ชุมชน และสังคมโดยรวม ทำให้ กยศ. ประสบความสำเร็จในการสร้าง ความเท่าเทียมทางการศึกษาและขับเคลื่อนสังคมไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้อย่างแท้จริง

สุรศักดิ์ มีบัว. (2561). ทำการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ ร่างพระราชบัญญัติ(พ.ร.บ.)กองทุน เพื่อการศึกษาพ.ศ.....ที่เหมาะสมต่อการบังคับใช้ โดยเสนอว่าการศึกษาที่มีความสำคัญต่อการพัฒนา ประเทศในทุกๆด้านเพราะก่อให้เกิดความเท่าเทียมกันของคนในสังคมลดความเหลื่อมล้ำและช่วย ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้สูงขึ้นแต่อย่างไรก็ดีพบว่ามึนักเรียนหรือนักศึกษาจำนวนไม่ น้อยที่ไม่สามารถเข้าถึงการศึกษาในระดับสูงกว่าการศึกษาขั้นพื้นฐาน12ปีได้เนื่องจากมีข้อจำกัด ทางการเงินทำให้ภาครัฐเล็งเห็นความสำคัญในส่วนนี้จึงมีการจัดตั้งกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.)เพื่อเป็นกองทุนแก่นักเรียนหรือนักศึกษาที่จะขอกู้ยืมเงินจากกองทุนฯและนำไปเป็นทุน ทรัพย์สำหรับการศึกษาเล่าเรียนโดยผู้กู้ยืมเงินต้องชำระเงินกู้ยืมพร้อมดอกเบี้ยตามที่ระบุไว้ใน สัญญาจากสถิติการชำระหนี้เงินกู้ยืมแก่กองทุนฯยังมีสัดส่วนที่น้อยมากเพราะผู้กู้ยืมยังขาดจิตสำนึก ในการชำระหนี้คืนกองทุนฯทำให้กระทบต่อเสถียรภาพทางการเงินของกองทุนฯและส่งผลกระทบต่อ นักเรียนหรือนักศึกษาที่จะขอกู้ยืมรุ่นต่อไปแม้ว่าจะมีการกำหนดวิธีการติดตามชำระหนี้จากผู้ กู้ยืมในพระราชบัญญัติกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา พ.ศ. 2541แต่พบว่าก็ยังไม่สามารถที่จะ ติดตามชำระหนี้จากผู้กู้ยืมได้อย่างมีประสิทธิภาพจึงมีการ “ร่างพระราชบัญญัติ(พ.ร.บ.)กองทุนเพื่อ

การศึกษาพ.ศ....”ขึ้นมาแต่ยังมีปัญหาและช่องว่างทางกฎหมายบางประการที่สมควรได้รับการแก้ไขเพิ่มเติมเพื่อที่จะเป็นกฎหมายหลักในการช่วยเหลือแก่นักเรียนหรือนักศึกษาตามเจตนารมณ์ของกองทุนต่อไป

สุดท้าย ชัยจันทิก. (2560). ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการให้เงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาของภาครัฐ ในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการให้เงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย ประเทศอังกฤษ และประเทศออสเตรเลีย เพื่อศึกษาข้อเด่น ข้อด้อย ของการให้เงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาในระดับอุดมศึกษาของแต่ละประเทศเพื่อเสนอแนะรูปแบบการให้เงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาที่เหมาะสมของประเทศไทย โดยแหล่งข้อมูลและเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ เอกสาร หลักฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้เงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา และการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้บริหารที่เกี่ยวข้องในระดับนโยบาย รวมถึงการสอบถามความคิดเห็นของผู้กู้ยืมเงินกองทุนฯ ของประเทศไทย ทั้งผู้กู้ที่อยู่ระหว่างศึกษาและผู้กู้ที่จบการศึกษาแล้วจากมหาวิทยาลัย 2 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร เพื่อสนับสนุนผลการศึกษาโดยเครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามความคิดเห็น วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยพบว่า 1. การให้เงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาของประเทศไทยมี 2 รูปแบบ คือ (1) กองทุนเงินให้เงินกู้ยืมการศึกษา (กยศ.) ซึ่งเป็นการให้เงินกู้ยืมแบบที่กำหนดให้ผู้ชำระหนี้เงินกู้ในอัตราและระยะเวลาที่กำหนดที่เรียกว่า Mortgage Style Loan และ (2) กองทุนเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาที่ผูกกับรายได้ในอนาคต (กรอ.) ซึ่งเป็นการให้เงินกู้ยืมที่ผู้ชำระหนี้เมื่อมีรายได้ถึงเกณฑ์ที่กำหนด และชำระหนี้ผันแปรตามรายได้ ซึ่งเป็นลักษณะการให้กู้ที่เรียกว่า Income Contingent Loan (ICL) ให้กู้ทั้งค่าเล่าเรียนและค่าครองชีพ มีข้อเด่นคือเป็นกองทุนที่มีกฎหมายและระเบียบจัดตั้งรองรับที่ชัดเจน หลักเกณฑ์การให้กู้มีความหลากหลาย ยืดหยุ่นและผ่อนปรน เป็นเครื่องมือของภาครัฐในการเพิ่มโอกาสในการศึกษาและการแข่งขัน กรณีของกรอ. ช่วยลดภาระหนี้แก่ผู้ที่มีรายได้ไม่ถึงเกณฑ์ และมีข้อด้อยคือ เป็นช่องทางให้เกิดการปรับเปลี่ยนนโยบายของนัการเมืองในแต่ละสมัย ไม่มีการจัดเก็บหนี้ผ่านหน่วยงานด้านสรรพากรมีผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานค่อนข้างมากและซ้ำซ้อน เงื่อนไขที่ผ่อนปรนมากเกินไปทำให้เกิดปัญหาในการชำระหนี้และการติดตามหนี้ เป็นต้น 2. การให้เงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาของประเทศไทยปัจจุบันมีการให้กู้ 2 ประเภทหลัก คือ ประเภท Mortgage-style System หรือ Fixed Term Loan สำหรับผู้กู้ในระยะแรก และประเภท Income-contingent Loan (ICL) ประกอบด้วยประเภท ICL “Plan 1” และ ICL “Plan 2” ให้กู้เพื่อเป็นค่าเล่าเรียนและค่าครองชีพ มีข้อเด่นคือปัจจุบันเป็นรูปแบบที่ผูกพันกับรายได้ในอนาคต ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้กู้เข้าถึงแหล่งเงินกู้ได้มากขึ้นมีหน่วยงานกำกับดูแลชัดเจน มีระบบการจัดเก็บหนี้โดยผ่านสำนักงานสรรพากรและศุลกากร การ

ชำระหนี้ตามเกณฑ์รายได้ทำให้คนที่มียาได้ต่ำไม่ต้องแบกรับภาระการชำระหนี้เป็นต้น โดยมีข้อด้อย คือ ให้อัตราดอกเบี้ยระดับปริญญาตรี การกำหนดอัตราดอกเบี้ยชำระหนี้ตามเกณฑ์รายได้เฉพาะส่วนที่เกินกว่าเกณฑ์ที่กำหนดทำให้ได้จำนวนเงินที่ผู้กู้ชำระคืนแต่ละงวดอาจไม่มากพอ มุ่งเน้นด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก การกำหนดอัตราดอกเบี้ยสำหรับผู้ที่มีรายได้สูงไว้สูงจนอาจทำให้เกิดการหลีกเลี่ยงการแจ้งรายได้ที่แท้จริง ไม่มีระบบการติดตามรายได้สำหรับกลุ่มที่ไม่อยู่ในระบบการจ้างงาน 3. การให้เงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาของประเทศออสเตรเลียปัจจุบันเป็นรูปแบบการให้กู้แบบ Income - contingent Loan (ICL) โดยแบ่งเงินกู้ออกเป็น 5 ประเภท คือ 1) HECS-HELP Loan Scheme 2) The FEE-HELP Loan Scheme 3) SA-HELP Loan Scheme 4) OS-HELP Loan Scheme และ 5) VET FEE-HELP Loan Scheme ให้กู้ทั้งค่าเล่าเรียนและค่าธรรมเนียมในการบริการนักศึกษาหรือค่าธรรมเนียมในการอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเรียนบางรายวิชาในต่างประเทศโดยมีข้อเด่น คือ มีรูปแบบการให้กู้ยืมหลากหลายแบบที่ผู้กู้สามารถเลือกกู้ได้ตามความเหมาะสม มีรูปแบบการสนับสนุนเงินกู้ยืมกับสถานศึกษาเอกชนรวมถึงการให้กู้กับกลุ่มอาชีวศึกษา กำหนดการชำระหนี้คืนตามระดับรายได้ทำให้ผู้กู้ที่มีรายได้น้อยไม่ต้องจ่ายเงินกู้ เป็นต้น มีข้อด้อย คือ มีความเสี่ยงในการชำระหนี้ของผู้ที่อาจมีรายได้ต่ำกว่าในอนาคต และอาจเป็นภาระแก่ภาครัฐ ระดับการชำระหนี้ยังขึ้นกับภาวะเศรษฐกิจเป็นหลัก เนื่องจากการกำหนดอัตราดอกเบี้ยอิงตามดัชนีราคาสินค้าขายปลีก

เสกสรรค์ บุญรอด. (2553). ทำการวิจัยเรื่อง การประเมินผลและความพึงพอใจของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาต่อกองทุนเงินให้กู้ยืม เพื่อการศึกษา: กรณีศึกษาสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา.งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาและศึกษา ปัจจัยภูมิหลังของนักศึกษา (เพศ, ภูมิภาค, จำนวนพี่น้อง, การศึกษาของผู้ปกครอง, อาชีพของผู้ปกครอง, รายได้ของครอบครัว) ว่านักศึกษาที่มีภูมิหลังต่างกันมีความพึงพอใจในกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาที่แตกต่างกันหรือไม่ โดยใช้เครื่องมือและวิธีการศึกษา คือ การศึกษาจากเอกสารควบคู่กับการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วย แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า การดำเนินงานของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา 1) การกำหนดเกณฑ์รายได้ ของผู้มีสิทธิกู้ยืมที่สูงเกินไป 2) การขาดกลไกในการตรวจสอบ 3) การขาดกลไกการติดตามการชำระหนี้คืนที่มีประสิทธิภาพทำให้เกิดความสูญเสียต่อรัฐและผู้เสียภาษี 4) การขาดกลไกในการติดตาม และประเมินผล ความพึงพอใจของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาต่อกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา เมื่อจำแนกตามเพศ, ภูมิภาค, จำนวนพี่น้อง, อาชีพของผู้ปกครอง, รายได้ของครอบครัว พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน ยกเว้น ปัจจัยด้านระดับการศึกษาของผู้ปกครองจะมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

พัชรี สารวิโรจน์ และ กานดา จันทร์แยม. (2554). ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การใช้จ่ายเงินของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขต หาดใหญ่. การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักศึกษาที่ได้รับสินเชื่อเพื่อการศึกษาของนักเรียน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ใน การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือนักเรียน นักศึกษาจำนวน 371 คนที่ได้รับเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาของ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ความถี่ร้อยละค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นแบบ ขั้นตอน .ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการใช้จ่ายโดยรวมของนักเรียนอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อ พิจารณาแต่ละด้านพบว่านักเรียนส่วนใหญ่ใช้เวลามากที่สุดในการศึกษาตามความต้องการของ สังคมความต้องการขั้นพื้นฐานและการบริโภคตามลำดับ นอกจากนี้วิธีการทั้ง 4 ด้านนี้อยู่ในระดับ ปานกลางส่วนด้านการใช้จ่ายตามความต้องการด้านความบันเทิงอยู่ในระดับต่ำ ผลการวิเคราะห์ ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นแบบขั้นตอนพบว่าปัจจัย 6 ประการที่ทำนายพฤติกรรมการใช้จ่ายของ นักเรียน อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนคุณค่าทางแพชชั่นค่าใช้จ่ายของนักเรียนคุณค่าในชีวิตของเศรษฐกิจ และความเรียบง่ายอาจารย์ที่เป็นนักเรียนและการเลี้ยงดูเด็กในระบอบประชาธิปไตยพบว่า 32.1% มี พฤติกรรมการใช้จ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ. 001

เหมวลา เชิดชูพันธ์ และ เสรี ชีระวัฒน์ จันทิก (2559) ทำการวิจัยเรื่อง แบบแผนการ วิเคราะห์ค่าใช้จ่ายจากความต้องการถือเงินของนักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยเอกชน การวิจัยนี้มี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแบบแผนของการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายความต้องการถือเงินส่วนบุคคลของ นักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยเอกชนกลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาพยาบาลที่กู้ยืมกองทุนเงินให้กู้ยืม เพื่อการศึกษา (กยศ.) ชั้นปีที่ 1-4 ของมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บโดย การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามความ ต้องการถือเงินส่วนบุคคล ดำเนินการจัดกระทำข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย และสถิติอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยแบบไม่เป็น เส้นตรง ผลการวิจัยพบว่านักศึกษาพยาบาลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง นักศึกษามีพฤติกรรมการใช้ จ่ายเงินแต่ละเดือนเพื่อการบริโภคและภาษีสังคม 3 ด้าน ได้แก่ เทคโนโลยี แฟชั่น และการท่องเที่ยว แบบแผนการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายทั้งหมด ซึ่งเป็นผลรวมของรายจ่ายเพื่อการบริโภคและภาษีสังคม ของนักศึกษาพยาบาล ได้ค่าสมการทำนายที่มีความเชื่อมั่นร้อยละ 94.83 คือเมื่อจำนวนของ นักศึกษาที่เพิ่มขึ้น 1 คน จะมีผลเพิ่มเงินค่าใช้จ่ายทั้งหมดเท่ากับ $3897.8 + 18.069x + 0.1805x^2 + 748.958$

สกุลรัตน์ ตาละโสภณ. (2554) การวิเคราะห์ การประเมินผลความสำเร็จในการดำเนินงานของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาและปัญหาหนี้ค้างชำระเกินกำหนด. มีวัตถุประสงค์ที่จะวิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินงานของนโยบายกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาที่ดำเนินการมา 10 ปี และในปัจจุบัน หากนโยบายดำเนินการสำเร็จจำนวนเด็กนักเรียน/ นักศึกษาที่มาจากครอบครัวยากจนและได้รับการศึกษาสูงจะต้องเพิ่มขึ้น เนื่องจากนโยบายนี้ต้องการเพิ่มโอกาสให้เด็กยากจนได้มีโอกาสเข้าถึงการศึกษามากขึ้น ผลการวิจัยพบว่า นโยบายนี้ล้มเหลว และยังก่อเกิดปัญหาหนี้ค้างชำระเกินกำหนดในปัจจุบันอีกด้วย เนื่องจากปัจจัยห้าประการตามแนวคิดการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของนโยบายที่ไม่ชัดเจน ไม่แน่นอน และไม่ปฏิบัติตามทิศทางความต้องการแรงงานและแผนการศึกษาชาติ ถึงแม้งบประมาณและแหล่งเงินอุดหนุนพอเพียง แต่โครงสร้างและคุณลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานที่ปฏิบัตินโยบายไม่มีศักยภาพและความพร้อมที่จะปฏิบัตินโยบายอย่างมีประสิทธิภาพ การขาดการตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงานที่ไม่รัดกุม นอกจากนี้จากการศึกษายังค้นพบปัญหาหลักจากการบริหารจัดการได้แก่หนี้ค้างชำระเกินกำหนด ซึ่งผู้วิจัยได้เสนอแนะแนวทางแก้ไข ทั้งนี้ทางแก้ที่ดีที่สุด คือการปฏิรูปนโยบายกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

อมรา ติรศรีวัฒน์. (2559) ทำการวิจัยเรื่อง การผิณัดชำระเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาในประเทศไทย : ปัญหาและแนวทางในการแก้ไข. โดยมีวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้เพื่อศึกษาสาเหตุของปัญหาการผิณัดชำระหนี้ ผลกระทบ และแนวทางการแก้ไขปัญหาเงินกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเอกสาร ศึกษาค้นคว้า การวิเคราะห์แบบอุปนัย จากงานวิจัย ข่าวสาร วารสาร และสิ่งตีพิมพ์ที่เผยแพร่ ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2538-2557 ผลการศึกษาพบว่าสาเหตุของการผิณัดชำระหนี้เงินกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาเกิดจาก (1) การไร้ศีลธรรม จริยธรรมของผู้กู้ มีเจตนาเบี้ยวหนี้ (2)การคัดกรอง และการจัดสรรเงินให้กู้ยืมแก่นักศึกษาของหน่วยงานด้านการช่วยเหลือทางการเงินและทุนการศึกษา ปฏิบัติหน้าที่โดยขาดความซื่อสัตย์ ไม่เคร่งครัดตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับแต่มุ่งเน้นผลในเชิงพาณิชย์แก่สถาบันการศึกษาเป็นหลัก (3) ขาดข้อมูล และฐานข้อมูลที่ครบถ้วน ทันสมัย อันนำไปสู่ปัญหาการติดตาม รับชำระหนี้ และความผิดพลาดในการสื่อสารของสารสนเทศ (4) การขาดประสิทธิภาพในกระบวนการ นโยบาย การจัดสรร คัดสรร การแจกจ่ายระบบการติดตามทวงหนี้ และการชำระหนี้ของกองทุนให้ทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาคือ(1)การสอน การอบรมศีลธรรม และจริยธรรมเพื่อเป็นการ ปลูกฝัง และสร้างจิตสำนึกให้นักศึกษาผู้กู้ โดยให้ความรู้สร้างความเข้าใจ และหน้าที่ที่ต้องชำระหนี้เงินกู้ การรับรู้ตระหนักถึงผลกระทบ รวมทั้งบทลงโทษทั้งในรูปแบบทางการเงิน และรูปแบบอื่น (2) ความ

เหมาะสมของคุณสมบัติบุคลากรในหน่วยงานเงินกองทุนฯ มีความรอบรู้ มีความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมืออาชีพ มีประสิทธิภาพสูง ปราศจากการบริหารจัดการที่มีพิธีการมากเกินไป การทำงานเป็นทีม มีวัฒนธรรม มีวินัย มีระเบียบแบบแผน ทำงานอย่างเป็นระบบสามารถตรวจสอบและติดตามผลได้ (3) มีกระบวนการขั้นตอนการรับชำระเงินกู้ที่ชัดเจน เหมาะสม มีความถูกต้อง ทันเวลา และมีฐานข้อมูลที่สามารถติดตามผลได้อย่างเป็นรูปธรรม และเป็นปัจจุบันจากผู้ที่เกี่ยวข้องฝ่ายกองทุนนายจ้าง กรมสรรพากร ผู้รับชำระหนี้ และสถาบันการศึกษา

งานวิจัยในต่างประเทศ

Zigerman (1999) ศาสตราจารย์ทางด้าน Economic and Education แห่งมหาวิทยาลัย ในประเทศอิสราเอลและคณะ ได้ดำเนินการวิจัยเรื่อง The Student Loans Scheme in Thailand: A Review and Recommendations for Efficient and Equitable, Functioning of the Scheme

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาคำตอบคำถามวิจัย 5 ประการ

ประการแรกกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ซึ่งดำเนินการมาตั้งแต่ปีการศึกษา 2539 ทำได้ตามเป้าหมายมากน้อยเพียงใด

ประการที่สอง การจัดสรรเงินให้กู้ยืมเพื่อศึกษามีความเป็นธรรมหรือไม่ อย่างไร

ประการที่สาม ระเบียบการกำหนดวงเงินกู้ยืมและการใช้คืนเงินกู้ยืมมีความเหมาะสมในด้านการเงินหรือไม่ อย่างไร

ประการที่สี่ ระบบการบริหารกองทุนฯมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด

ประการที่ห้า จากผลการวิจัยที่ได้จะมีข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาให้มีประสิทธิภาพดีขึ้นอย่างไร

ผลจากการวิจัยดังกล่าวพอจะสรุปได้ดังนี้

1.) การดำเนินงานให้ได้ตามเป้าหมาย (Targeting)

-เป้าหมายด้านจำนวนผู้กู้และสัดส่วนผู้กู้เทียบกับจำนวนนักเรียน นักศึกษา พบว่าสถานศึกษาส่วนใหญ่พยายามให้นักเรียน นักศึกษาได้กู้ แต่สามารถกู้ในวงเงินต่ำกว่าวงเงินที่กองทุนกำหนด เป็นการกู้ตามความจำเป็นทำให้นักเรียน และนักศึกษาที่ยากจนได้รับโอกาสอย่างทั่วถึง กล่าวได้ว่า การดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และดีกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้

-เป้าหมายด้านการเปิดโอกาสแก่นักเรียนนักศึกษาที่มีรายได้น้อยหรือประสบภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ให้ได้ศึกษาต่อ พบว่า กระทรวงศึกษาธิการวางนโยบายมาจาก

เงินทุนให้กู้ยืมแก่ผู้กู้จำนวนมาก โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้กู้ว่าต้องมีรายได้ไม่เกิน 150,000 บาท และกำหนดวงเงินกู้ต่ำกว่าที่กองทุนกำหนด มีผลทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกัน โดยนักศึกษาระดับปริญญาตรี สังกัดกระทรวงศึกษาธิการได้รับเงินกู้ในวงเงินต่ำกว่า นักศึกษาในสังกัดทบวงมหาวิทยาลัย และได้รับเงินกู้ต่างกันแม้ว่าจะเป็นสถานศึกษาประเภทเดียวกัน

-การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย นักเรียน นักศึกษาที่ครอบครัวยากจนมีรายได้น้อยพบว่า กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ยังดำเนินการเข้าไม่ถึงกลุ่มเป้าหมายผู้มีรายได้น้อยครบถ้วนในเชิงปริมาณ อย่างไรก็ตาม การจะพิจารณากลุ่มเป้าหมายจากรายได้ครอบครัวยังคงไม่พอ

2.) ความเสมอภาคและความเป็นธรรม(Equity)

พบว่าในการจัดสรรเงินให้กู้ยืมในสถานศึกษาเดียวกัน มีความเป็นธรรมและเสมอภาคค่อนข้างสูง อาจมีความไม่เสมอภาคระหว่างการจัดสรรเงินให้กู้ยืม ทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันในสาเหตุ 3 ประการ คือ ประการแรก ระบบการจัดสรรเงินให้กู้ยืมของกระทรวงศึกษาธิการ และทบวงมหาวิทยาลัยที่แยกขาดจากกัน ทำให้เกิดความแตกต่างในเรื่องเกณฑ์ที่ใช้ในการจัดสรรเงินกู้ยืม ประการที่สอง จำนวนเงินงบประมาณที่จำกัดทำให้เกิดความแตกต่างของวงเงินกู้ยืมที่จัดสรรให้นักเรียน แม้แต่ในกลุ่มนักเรียนที่เรียนในสถาบันเดียวกัน ประการที่สาม การจัดสรรเงินกู้ยืมให้กับสถานศึกษาขึ้นอยู่กับ จำนวนผู้กู้ที่สถานศึกษาประมาณการขึ้นไป ความแตกต่างในการเสนอความต้องการวงเงินกู้ยืมในปีต่อไป เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดความไม่เสมอภาคในวงเงินที่ผู้กู้แต่ละคนได้รับ

3.) การเงิน (Finance)

จากการวิเคราะห์สถานการณ์จำลองประมาณว่า อัตราการได้เงินคืนกองทุนมีเพียง 6-10% และในจำนวนเงินให้กู้ยืมที่จะไม่ได้คืนนี้ถ้ามีการจัดเป็นเงินทุนให้เปล่าจะเหมาะสมกว่าเพราะจะลดค่าใช้จ่ายในการบริหารกองทุน เนื่องจากภาระงานจะมีน้อยลง

ลักษณะการดำเนินงานของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ไม่เหมือนลักษณะกองทุนหมุนเวียน แต่เป็นกองทุนที่จะต้องมีการลงทุนปริมาณมากและต่อเนื่อง นอกจากนี้หากนโยบายการให้กู้ยืมมุ่งสนับสนุนให้มีการขยายตัวในมหาวิทยาลัยเอกชน ซึ่งจะใช้ต้นทุนของรัฐต่ำ วิธีนี้อาจไม่ใช่วิธีที่ดีตามหลักการวิเคราะห์ประสิทธิภาพต้นทุน เพราะวงเงินกู้ยืมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนจะสูงกว่ามหาวิทยาลัยของรัฐ เนื่องจากค่าเล่าเรียนสูงกว่า และเนื่องจากอัตราการได้เงินคืนกำหนดไว้ในอัตราที่ต่ำมาก แสดงว่ารัฐต้องจ่ายเงินร้อยละ 90 ของเงินกู้ยืมเป็นค่าใช้จ่ายในการเรียนมหาวิทยาลัยเอกชนของผู้กู้แต่ละคน ซึ่งจะมีผลทำให้กองทุนเป็นระบบที่ต้องใช้เงินลงทุน มากเกินเหมาะสม จึงควรจะได้มีการทบทวนเกณฑ์การให้กู้ยืมในแง่เพดานเงินกู้ยืมในสถานศึกษาเอกชน

4.) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อการปรับปรุงกองทุน (Reform)

จากการศึกษาวิเคราะห์สรุปข้อเสนอแนะได้ดังนี้

4.1) เปลี่ยนระบบความช่วยเหลือเป็น 2 ระบบ ระดับมัธยมศึกษาจัดเป็นทุนการศึกษา และระดับอุดมศึกษาคงไว้เป็นกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา การปรับปรุงดังกล่าวจะสอดคล้องกับการจัดการศึกษา 12 ปี ตามที่กำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญและจะทำให้กองทุนมีสภาพทางการเงินดีขึ้น

4.2) การปรับปรุงเพื่อแก้ปัญหาด้านการทำตามเป้าหมายและด้านความเป็นธรรม

-ปรับปรุงระบบการอนุมัติการจัดสรรเงินกู้ยืมมาไว้ที่สำนักงานกองทุนฯ สถานศึกษามีหน้าที่เพียงรับสมัคร ตรวจสอบหลักฐาน แล้วส่งเอกสารมาที่สำนักงานกลาง การพิจารณาจัดสรรเงินให้กู้ยืมจะเป็นระบบเดียวกัน มีความเป็นธรรม และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยมีสัดส่วนผู้กู้ต่อจำนวนนักเรียนเป็นแบบเดียวกันทุกสถาบันในระดับเดียวกัน นักศึกษาในสถาบันราชภัฏ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล และมหาวิทยาลัย จะได้รับการจัดสรรโดยใช้เกณฑ์เดียวกัน ซึ่งจะเป็นธรรม แต่จำนวนเงินกู้จะแตกต่างกันตามค่าเล่าเรียนที่แตกต่างกัน

แต่อย่างไรก็ตามข้อเสนอแนะนี้อาจจะมีจุดอ่อน เพราะสถานศึกษาจะให้ความสนใจในการตรวจสอบและติดตามนักเรียน นักศึกษาน้อยลง เพราะเห็นว่าไม่ใช่หน้าที่ในความรับผิดชอบโดยตรง

-การกำหนดรายได้ครอบคลุมขั้นต่ำ ควรกำหนดเป็นปีๆ ไป เกณฑ์นี้อาจแตกต่างกันตามปริมาณที่ได้รับจัดสรร เป็นวงเงินกู้ยืมจากรัฐบาล และควรมีการกำหนดเกณฑ์ตัวอื่นมาพิจารณาประกอบเกณฑ์รายได้ เมื่อมีการกำหนดเกณฑ์แล้ว ผู้กู้ทุกรายจะได้รับการพิจารณาโดยใช้เกณฑ์ชุดเดียวกัน

-การปรับปรุงระบบการให้กู้ยืมเป็นระบบการ จัดสรรทุนให้เปล่าในระดับมัธยมศึกษา วิธีปฏิบัติงานอาจทำเป็น 2 แบบ คือแบบกองทุนให้เปล่าและแบบกองทุนให้กู้ยืม สำหรับกองทุนให้กู้ยืม กระทรวงศึกษาควรใช้แบบเดียวกันกับมหาวิทยาลัย โดยมีจังหวัดซึ่งได้รับการจัดสรรวงเงินกู้ ทำหน้าที่อนุมัติการให้กู้ยืมเงินแต่ละรายแบบเดียวกับที่อนุกรรมการบัญชีจ่ายที่สองอนุมัติการให้กู้ยืมเงินแก่นักศึกษาในมหาวิทยาลัย

-การปรับปรุงสภาพการเงินของกองทุน ถ้าต้องการให้กองทุนมีเงินคืนในปริมาณที่มากขึ้นเพื่อจัดสรรให้ผู้กู้รายใหม่ ควรเพิ่มอัตราการได้เงินคืนกองทุนฯ ด้วยวิธีต่อไปนี้

เพิ่มการคิดอัตราดอกเบี้ยจากร้อยละ 1 ให้สูงขึ้น

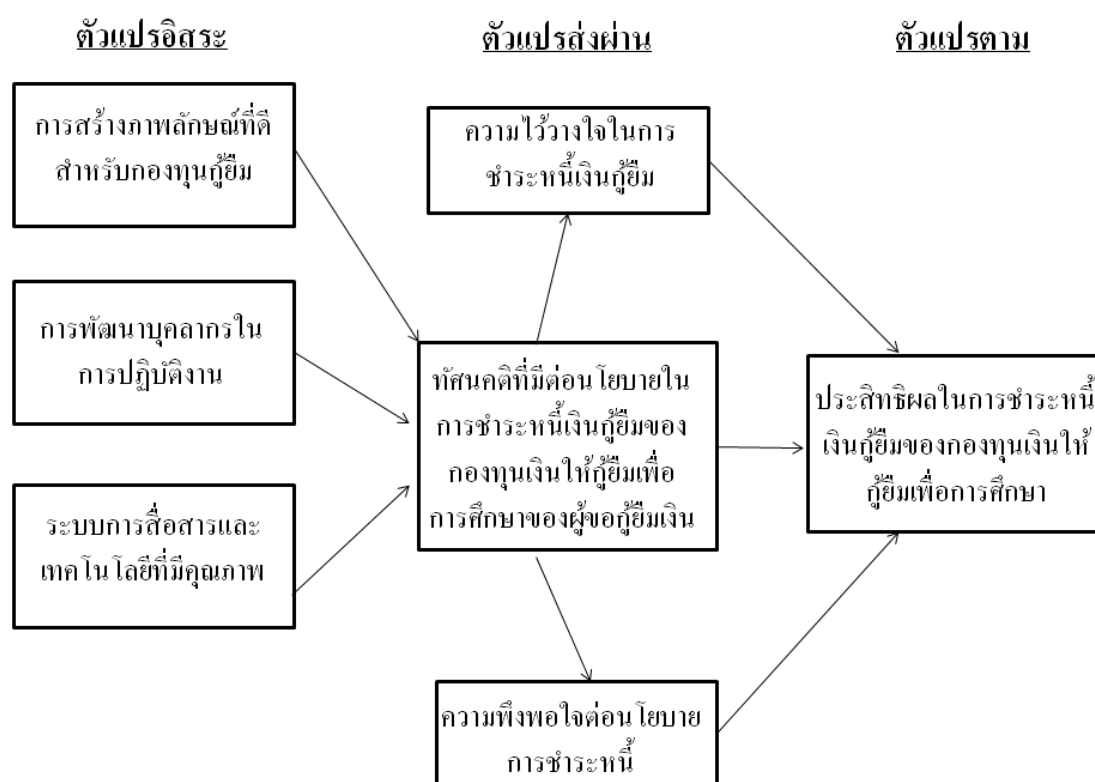
ลดระยะเวลาการใช้เงินคืนให้น้อยลงกว่า 15 ปี

กำหนดยอดเงินใช้คืนตามมูลค่างจริงที่รวมอัตราเงินเฟ้อแล้ว

จากสถานการณ์จำลองพบว่า ถ้ากำหนดอัตราดอกเบี้ยสูงเป็น 3% หรือกำหนดระยะเวลาการใช้เงินคืนให้สั้นลง และคำนึงถึงอัตราเงินเฟ้อ จะทำให้อัตราการได้เงินคืนเข้ากองทุนเพิ่มขึ้นเป็น 56% ตามมาตรฐานกองทุนกู้ยืมในประเทศอื่นๆ และผู้รับภาระไม่มากกว่าเดิมนัก

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยสามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

2.10 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2.6 กรอบแนวความคิดในการทำวิจัย

2.11 สมมติฐานในการวิจัย

1. การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา ส่งผลทางตรงต่อ ทักษะคิดที่มีต่อ นโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของผู้ขอกู้ยืมเงิน และส่งผลทางอ้อมต่อ ประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อ การศึกษา
2. การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ส่งผลทางตรงต่อ ทักษะคิดที่มีต่อ นโยบายในการ ชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของผู้ขอกู้ยืมเงิน และส่งผล ทางอ้อมต่อ ประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา
3. ระบบการสื่อสารและเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อ ทักษะคิดที่มีต่อ นโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของผู้ขอกู้ยืมเงิน และส่งผลทางอ้อมต่อ ประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อ การศึกษา
4. ทักษะคิดที่มีต่อ นโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ของผู้ขอกู้ยืมเงิน จะส่งผลทางตรงต่อความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืมและส่งผล ทางอ้อมต่อ ประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา
5. ทักษะคิดที่มีต่อ นโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ของผู้ขอกู้ยืมเงิน จะส่งผลทางตรงต่อความพึงพอใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืมและส่งผล ทางอ้อมต่อ ประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา
6. ทักษะคิดที่มีต่อ นโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ของผู้ขอกู้ยืมเงิน จะส่งผลทางตรงต่อ ประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุน เงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา
7. ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม จะส่งผลทางตรงต่อประสิทธิภาพในการชำระ หนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา
8. ความพึงพอใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืมและส่งผลทางตรงต่อ ประสิทธิภาพในการชำระ หนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ (1) ศึกษาสภาพปัญหาที่มีผลกระทบต่อประสิทธิผลในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (2) ศึกษาหาประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา และ (3) พัฒนาแนวทางและข้อเสนอแนะทางการจัดการในการเพิ่มประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ตัวแบบเกิดขึ้นจากการพัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างเชิงเส้น โดยอาศัยการวิจัยเชิงผสม (Mixed Research Methodology) ดังนั้น ผู้วิจัยได้นำเสนอระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการศึกษาได้เป็น 2 ส่วน 1) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเก็บข้อมูลได้จากการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ดังนี้

3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

- 3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ
- 3.1.3 การสร้างมาตรวัด
- 3.1.4 คุณภาพของเครื่องมือวัด
- 3.1.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ
- 3.1.6 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ
- 3.1.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

- 3.2.1 ประชากรเป้าหมาย
- 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ
- 3.2.3 แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)
- 3.2.4 คุณภาพของแบบสัมภาษณ์
- 3.2.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ
- 3.2.6 การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ

3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการทำวิจัย ได้แก่ นักศึกษาผู้กู้ยืมเงินจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ใน จังหวัดกรุงเทพมหานคร การหาขนาดกลุ่มตัวอย่างเนื่องจากไม่ทราบขนาดของประชากร ที่ชัดเจนจึง ใช้สูตรหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ cochrane (1953) ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

โดยกำหนดให้

P คือ อัตราส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (กำหนดไว้ที่ 50 %)

Z คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ เช่น

Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%) >> Z = 1.96

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

แทนค่าตามสูตรได้เท่ากับ

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

$$= 384.16 \text{ ตัวอย่าง}$$

ผู้วิจัยทำการเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างขึ้นอีกร้อยละ 10 จึงได้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องจัดเก็บทั้งสิ้น 420 ตัวอย่างขึ้นไป

เมื่อคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยแยกเก็บข้อมูล จากนักศึกษา ที่กู้ กยศ. ที่สามารถชำระหนี้ได้และชำระหนี้ไม่ได้ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในสัดส่วนที่เท่า ๆ กัน อาศัยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยอาศัยฐานข้อมูลรายชื่อนักศึกษา จากธนาคารกรุงไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาแบบสมการโครงสร้างเชิงเส้นของตัวแปร โดยผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมในการวิเคราะห์ คือ LISREL Version 8.52 เพื่อช่วยในการสร้างรูปแบบสมการ โครงสร้างเชิงเส้น (Structural Equation Modeling: SEM) หรือ การวิเคราะห์

โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร และการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ที่วิเคราะห์ด้วยสถิติขั้นสูง Stevens (1986, p. 147 – 153) อธิบายว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างกับจำนวนตัวแปรในกรอบแนวคิด ควรจะเป็นอัตราส่วน 20 ต่อ 1 การศึกษาของ Schumacker and Lomax (2010) อธิบายว่า การประมาณค่ากลุ่มตัวอย่างที่ถูกต้อง มีคุณภาพและสามารถเป็นตัวแทนของประชากรได้คือนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมควรมีจำนวน 10 – 20 กลุ่มตัวอย่าง ต่อ 1 ตัวแปร ในกรอบแนวคิด Kelloway (1998, p. 20) อธิบายว่ากลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมนั้นสมควรมีอย่างน้อย 200 คน ดังนั้นผู้วิจัยขอสรุปการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Schumacker and Lomax (2010); Kelloway (1998) อธิบายได้ว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคือ 20 เท่าของจำนวนตัวแปรในกรอบแนวคิด ซึ่งถือได้ว่าเหมาะสมในการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม LISREL เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่สามารถประมาณค่า (Estimation) ได้อย่างถูกต้อง และกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวสามารถเป็นตัวแทนของประชากรในการวิจัยครั้งนี้ได้ดี คือจำนวน 420 กลุ่มตัวอย่าง

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ได้แก่แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม ในแบบสอบถามสามารถแบ่งออกได้เป็นสามส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกคำตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับตัวแปรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ประกอบไปด้วยตัวแปรอิสระจำนวน 3 ตัวแปร ตัวแปรคั่นกลาง 3 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร รวมตัวแปรแฝงทั้งสิ้น 7 ตัวแปร แบบสอบถามเป็นแบบมาตรส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามคำถามปลายเปิด เกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติจริงของตัวแบบ มีข้อดีและข้อจำกัดของการนำตัวแบบมาใช้และ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติมที่เห็นว่าเหมาะสมต่องานวิจัย

3.1.3 การสร้างมาตรวัด

สำหรับมาตรส่วนประมาณค่า ผู้วิจัยได้แบ่งระดับการให้ความสำคัญเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยที่

มากที่สุด	=	5	คะแนน
มาก	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
น้อย	=	2	คะแนน
น้อยที่สุด	=	1	คะแนน

เมื่อจะอภิปรายผล ผู้วิจัยจะนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย และแปลผลโดยอาศัยหลักตามโอกาสที่ควรจะเป็น ตามแนวคิดของ Best (1977 อ้างถึงใน สุชาติ โสมประยูร และวรรณิ โสมประยูร, 2546 : 68)

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

ซึ่งทำให้ได้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	แสดงว่า มีการประเมินในระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	แสดงว่า มีการประเมินในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	แสดงว่า มีการประเมินในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	แสดงว่า มีการประเมินในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	แสดงว่า มีการประเมินในระดับมากที่สุด

3.1.4 คุณภาพของเครื่องมือวัด

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือวัด จะแบ่งเป็น 2 ช่วง คือการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือก่อนเก็บข้อมูล และการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นก่อนที่จะทำการใช้โปรแกรม LISREL ซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1.4.1 ช่วงที่ 1 การหาประสิทธิภาพของเครื่องมือก่อนเก็บข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น ลักษณะข้อมูลเป็นแบบข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยได้ทำการศึกษาจาก แนวคิด ทฤษฎี บทความ เอกสารทางวิชาการทางวิชาการงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นได้ทำการสังเคราะห์ตัวแปรต่าง ๆ จากคุณนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ จากทั้งในและ

ต่างประเทศ เพื่อให้ได้มาซึ่งตัวแปรที่สามารถนำมาวิจัยในกรอบแนวความคิดได้อย่างถูกต้อง และมีคุณภาพที่ดีเยี่ยม ดังนั้นเมื่อได้สังเคราะห์ แนวคิดทฤษฎี งานวิจัย และองค์ความรู้ต่าง ๆ ทำให้ได้ตัวแปรแฝงจำนวน 7 ตัวแปร ประกอบไปด้วยตัวแปรอิสระ 3 ตัว ตัวแปรคั่นกลาง 3 ตัว และตัวแปรตาม 1 ตัว

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างตัวแบบประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา โดยการสังเคราะห์ผลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 มาสร้างแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสอบถามประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ไปสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งหมด 5 ท่าน (รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ นำเสนอในตาราง 3.1) เพื่อหารูปแบบที่เป็นไปได้ในเชิงปฏิบัติ ทดสอบหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยวัดความสอดคล้องข้อคำถามในแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ (Index of item – Objective Congruence : IOC)

ขั้นตอนการตรวจสอบมีดังนี้

1. ให้ผู้ทรงคุณวุฒิ เทียบแผนผังการสร้างคำถาม กับแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น
2. ให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาข้อคำถามเทียบกับวัตถุประสงค์ในการวัด โดยให้คะแนนดังนี้
 +1 หมายความว่า แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด
 0 หมายความว่า ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด
 - 1 หมายความว่า แน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด
3. นำคะแนนที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิ หาค่า IOC รายข้อจากสูตร

$$IOC = \frac{\sum_{i=1}^N R}{N}$$

เมื่อ	IOC	=	ค่าดัชนีความสอดคล้อง
	R	=	คะแนนความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละท่าน
	N	=	จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด

ตัดสินค่าดัชนีความสอดคล้องตามเกณฑ์ต่อไปนี้ ถ้า ค่า IOC มีค่าตั้งแต่ .50 ถึง 1.00 แสดงว่าข้อคำถามนั้นวัดหรือเป็นตัวแทนของวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด หากได้น้อยกว่า.50 แสดงว่าข้อคำถามนั้นไม่เป็นตัวแทนของวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544 : 240-247)

ตารางที่ 3.1 รายนามผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรวจเครื่องมือ

ชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ	สถานที่ทำงาน
ดร.นพคุณ ทอดสนิท	ผู้อำนวยการอาวุโส ธนาคารเกียรตินาคิน
ดร.ชัยพร ธนถาวรลาภ	มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ โกสสินทร์
ดร.พิชญะ อุทัยรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ โกสสินทร์
ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ดร.สรรัช กิตติยานันท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

ขั้นตอนที่ 4 นำแบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนที่ 4 มาหาค่าความเที่ยง (Reliability Test) ผู้วิจัยจะวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) ด้วยวิธีการของ สัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลที่ได้จากการทดสอบความเที่ยงของมาตรวัดโดยวิธีการนี้ จะช่วยให้ค่าสัมประสิทธิ์ของความเที่ยงที่สูงขึ้น รวมทั้งช่วยให้ผู้วิจัย ในการตัดรายการคำถามที่มีค่าความเที่ยงต่ำออก (Alpha If Item Deleted) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544 : 248-257) โดยค่าที่กำหนดค่าต้องไม่ต่ำกว่า 0.70 ผลการวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงเนื้อหาและค่าความเที่ยงสามารถนำเสนอได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.2 ผลการทดสอบค่าความตรงเชิงเนื้อหาและค่าความเที่ยง

ตัวแปร	ค่าความตรง	ค่าความเที่ยง
การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี	0.80-1.00	0.78
การพัฒนานวัตกรรมในการปฏิบัติงาน	0.60-0.80	0.72
ระบบการสื่อสารและเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ	0.60-1.00	0.81
ทัศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม	0.80	0.84
ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม	0.80-1.00	0.90
ความพึงพอใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม	1.00	0.86
ประสิทธิผลในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา	0.60-1.00	0.84

ผลการวิจัยพบว่าแบบสอบถามมีคุณภาพเพียงพอที่จะนำไปเก็บข้อมูลเนื่องจากผ่านการทดสอบทั้งความตรงและความเที่ยง

3.1.4.2 การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นก่อนที่จะทำการใช้โปรแกรม LISREL

ขั้นตอนที่ 5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการหาค่าความตรงเชิงโครงสร้าง ความตรงเชิงเนื้อหา และความเที่ยง ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการสุ่ม โดยคัดกรองแบบสอบถามที่ขาดความสมบูรณ์ออก ก่อนที่นำข้อมูลทั้งหมดมาทดสอบคุณสมบัติของข้อมูลว่าสอดคล้องกับข้อกำหนดในการใช้เทคนิคการวิเคราะห์พหุตัวแปร (Multivariate analysis) โดยการหาค่าความเที่ยงตรงแบบรวมศูนย์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct reliability : ρ_c) และความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (average variance extracted : ρ_v) (Diamantopoulos and Siguaaw, 2000) เพื่อยืนยันว่าตัวบ่งชี้ของมาตรวัด ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นหรือได้ปรับปรุงมาจากการทบทวนวรรณกรรม สามารถวัดตัวแปรที่มีความเกี่ยวข้องกันได้ นอกจากนั้นยังมีวัตถุประสงค์เพื่อสกัดปัจจัย จัดกลุ่มตัวบ่งชี้ที่มีความสัมพันธ์กันอยู่ในกลุ่มเดียวกันโดยผู้วิจัยใช้โปรแกรม LISREL Version 8.52 เทคนิควิธีนี้สามารถใช้ได้เมื่อ ขนาดของกลุ่มประชากรที่เป็นตัวอย่างจำนวนมากกว่าหรือเท่ากับ 100 หน่วย (Bagozzi et al., 1991) ผู้วิจัยทำการทดสอบองค์ประกอบ โดยใช้วิธีการสกัดปัจจัยด้วยวิธีความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum likelihood: ML)

โดยที่สูตร ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct reliability : ρ_c) และความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (average variance extracted : ρ_v) มีดังนี้

$$\rho_c = \frac{(\sum \lambda)^2}{(\sum \lambda)^2 + \sum (\theta)}$$

λ คือน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน

θ คือความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

ค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝงที่ผ่านเกณฑ์จะต้องมีค่ามากกว่า 0.60

$$\rho_v = \frac{\sum \lambda^2}{\sum \lambda^2 + \sum (\theta)}$$

ความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ มีค่าเทียบเท่ากับไอเกน (Eigen value) ควรมีค่ามากกว่า 0.50

ขั้นตอนที่ 6 ตรวจสอบคุณสมบัติต่าง ๆ ว่าข้อมูลเหมาะสมกับเทคนิคการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นหรือไม่ ด้วยการทดสอบค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Coefficient Correlation) ระหว่างกลุ่มตัวแปรแฝง การหาเมตริกความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรแฝง

แต่ละคู่ ก็เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ที่สูงจนเกิด ปัญหาการร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) (Belsley, 1991)

3.1.5 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้พัฒนาสร้างขึ้น พร้อมจดหมายในการขอเก็บรวบรวมข้อมูล จากโครงการหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยสยาม ไปขอความ อนุเคราะห์จากสถานศึกษาเพื่อกระจายข้อมูลไปยังบรรดานักศึกษา ตามหน่วยงานที่ได้จากการสุ่ม ตัวอย่าง ผู้วิจัยจะทิ้งช่วงเวลาสำหรับการตอบข้อมูลประมาณสองสัปดาห์ หลังจากนั้นจะใช้วิธีการ โทรศัทพ์ไปตามหน่วยงานที่รวบรวมข้อมูลแล้วเสร็จ ก่อนจะไปปรับข้อมูลด้วยตนเองตามหน่วยงาน ดังกล่าว หรือให้ส่งกลับมาทางไปรษณีย์ตามความเหมาะสม

3.1.6 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ

หลังจากได้ข้อมูลที่ผ่านการทดสอบ นำกรอบแนวคิดดังกล่าวไปทดสอบเชิงปริมาณ ด้วยการวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) โดยอาศัยรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นหรือ โมเดล ลิสเรล (Linear Structural Relationship Model or LISREL Model)

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดระดับนัยสำคัญ หรือระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (α) ในการทำการทดสอบทางสถิติ ซึ่งเป็นโอกาสของการเกิดความคลาดเคลื่อนมีค่าเท่ากับ 0.05 ($\alpha = 0.05$) โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ และการใช้ค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้

1) การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ทราบถึงลักษณะการแจกแจงของ กลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในกรอบแนวคิดเป็นการพัฒนากรอบ แนวความคิดในงานวิจัยนี้

2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แบบเพียร์สัน (Pearson's product – moment correlation coefficient) ระหว่างตัวแปรเพื่อดู ความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์สมการ โครงสร้างเชิงเส้นของตัวแปรในกรอบแนวคิดที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของตัว แปรแฝงภายนอก รวมถึงป้องกันปัญหาภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุ

3.1.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบสมการโครงสร้างเชิงเส้น (Structural Equation Modeling: SEM) ธาณินทร์ ศิลป์จารุ (2555 : 23) อธิบายว่า SEM คือรูปแบบที่เกิดจากการรวมหลักการของสถิติการวิเคราะห์เชิงเส้น 2 ประเภทเข้าด้วยกัน คือ การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) และ การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) Heir et al., (2006 : 710) อธิบายว่า โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรพหุ ซึ่งได้รวมการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เข้าด้วยกัน

การศึกษานี้ผู้วิจัยนำโปรแกรม LISREL มาเพื่อศึกษาถึง (ก) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงด้วยกันโดยทดสอบอยู่บนพื้นฐานทางทฤษฎี และ (ข) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวชี้วัดหรือตัวแปรเชิงประจักษ์ โดยตรวจสอบบนคุณภาพการวัด โปรแกรม LISREL เพิ่มโอกาสในการวิเคราะห์การผันแปร (Variance) และการผันแปรร่วม (Covariance) โดยนำเทคนิคนี้มาประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของการสร้างมาตรวัด มีวัตถุประสงค์เทคนิคคือ การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรเชิงประจักษ์ (Manifest variables) และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous latent variables) กับตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous latent variables) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และคณะ, 2551: 9 – 11)

การวิเคราะห์การผันแปรร่วมในการศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์การผันแปรของตัวแปรทั้งหมดโดยศึกษาเป็นภาพรวมตามรูปแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equations Modeling: SEM) เพื่อยืนยันความถูกต้องสมบูรณ์ ของตัวแปรเชิงประจักษ์ มาใช้ในการสร้างตัวแปรเชิงทฤษฎี

ตารางที่ 3.3 ค่าสถิติที่เกี่ยวข้องในการประเมินความสอดคล้องของกรอบแนวความคิดกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สถิติที่เกี่ยวข้อง	สัญลักษณ์	วัตถุประสงค์	เกณฑ์สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์
Relative Chi – square	χ^2/df	พิสูจน์ว่า กรอบแนวความคิดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์	$\chi^2/df < 3.00$
Good of Fit Index	GFI	เพื่อวัดระดับความกลมกลืนที่ลงตัว มีค่าระหว่าง 0 – 1.00	$> .90$
Comparative Fit	CFI	เพื่อวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบอย่างลงตัวโดยมีค่าระหว่าง 0 – 1.00	$> .95$
Normal Fit Index	NFI	ดัชนีชี้วัดความสอดคล้องเชิงสัมพัทธ์	$> .90$
Standardized Root Mean square Residual	Standardized RMR	เพื่อแจ้งค่าความคลาดเคลื่อนของกรอบแนวความคิดในรูปแบบรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐานโดยมีค่าระหว่าง 0 – 1.00	$> .08$
Root Mean Square Error of Approximation	RMSEA	เพื่อแจ้งค่าความคลาดเคลื่อนของกรอบแนวความคิดในรูปแบบของรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ มีค่าระหว่าง 0 – 1.00	< 0.05

ที่มา: Heir et al., (2006)

3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

เมื่อผู้วิจัยได้ศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณเรียบร้อยแล้ว จึงนำวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้งานวิจัยครั้งนี้ เพื่ออธิบาย และยืนยันความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์การวิจัยเชิง

ปริมาณ โดยนำตัวแปรจากกรอบแนวคิดเฉพาะตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่องานวิจัยครั้งนี้ ไปสัมภาษณ์เชิงลึก

3.2.1 ประชากรเป้าหมาย

ได้แก่ ผู้จัดการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา รองผู้จัดการฝ่ายต่างๆ และ ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารหนี้ ผู้วิจัยใช้เทคนิคการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) โดยกำหนดคุณสมบัติจากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องยินดีให้คำสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์ ต้องมีความรู้ที่ชัดเจนเกี่ยวกับการให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย ดร.จิตติมา วิชัยรัตน์ (ผู้จัดการ กยศ.) คุณนันทวัน วงศ์จกรกิตติ คุณปรีชา บุญขางกูร และ คุณดวงแข ตันติยาพงษ์ (รองผู้จัดการ กยศ.) คุณปรเมศวร์ สังข์เอี่ยม (ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารหนี้ กยศ.)

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In – depth Interview) กับประชากรเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยโครงสร้างของข้อคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้นได้มาจากผลการวิเคราะห์การวิจัยเชิงปริมาณมาประกอบการสัมภาษณ์

3.2.3 แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In – depth Interview)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In – depth Interview) ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open – ended Questionnaire) ซึ่งได้กำหนดข้อคำถามไว้แล้ว แต่เนื่องจากงานวิจัยนี้เน้นการวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลักสำคัญ ดังนั้นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In – depth Interview) จะเป็นการสนับสนุนและส่งเสริมข้อมูลเชิงปริมาณ และงานวิจัยเชิงคุณภาพเป็นส่วนเสริมหรือส่วนเติมเต็มเพื่อความสมบูรณ์ถูกต้องของงานวิจัยครั้งนี้

3.2.4 คุณภาพของแบบสัมภาษณ์

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In – depth Interview) โดยให้ทรงคุณวุฒิ ชุดเดียวกับที่ตรวจเครื่องมือจากการวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์เชิงลึกนั้นว่ามีเนื้อหาสาระครอบคลุมในเรื่องที่ได้ทำการวิจัยนี้ มีความครอบคลุมเพียงพอที่จะเป็นตัวแทนที่ดีแล้วหรือไม่ หลังจากนั้นดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาแบบสัมภาษณ์ตามคำแนะนำจากทรงคุณวุฒิ ทั้ง 5 ท่าน เมื่อแบบสัมภาษณ์มีความสมบูรณ์แล้วจึงนำแบบสัมภาษณ์ไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป

3.2.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

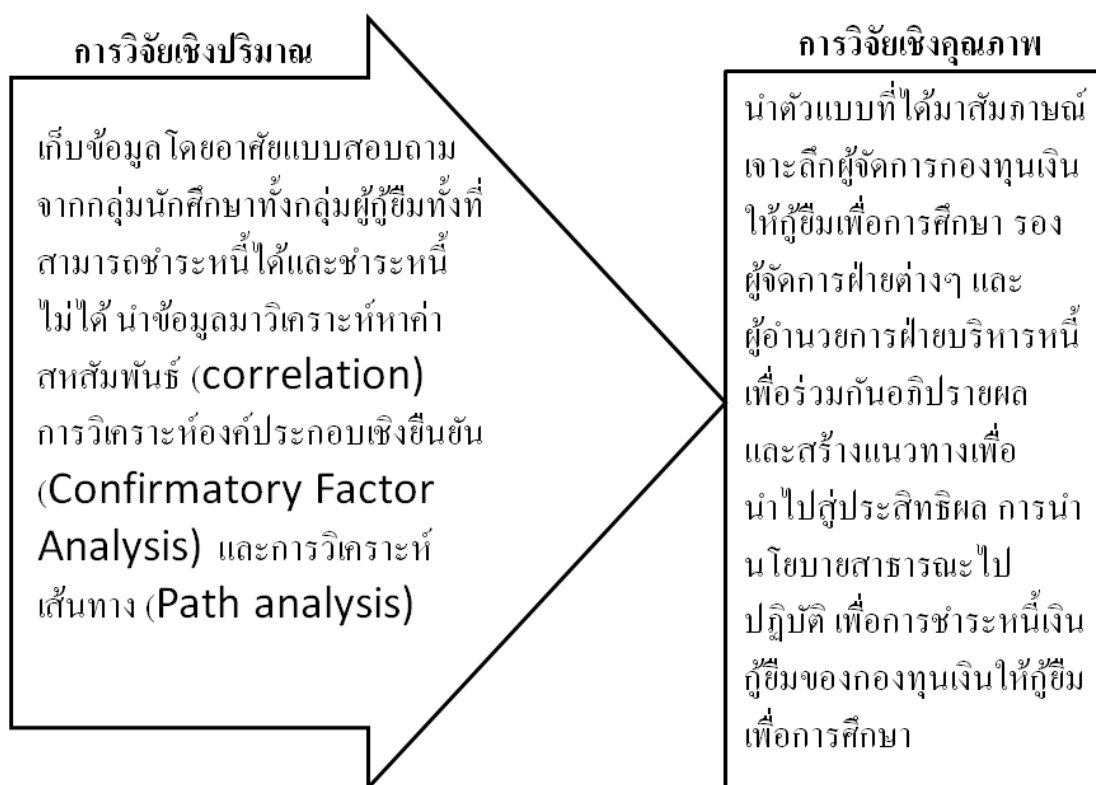
ผู้วิจัยได้นำวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อค้นหาข้อมูลที่ต้องการจากประสบการณ์ทำงานจริงของผู้กลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำมาใช้ในการขยาย ผลการศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณ

ในการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ลักษณะเชิงโครงสร้างในการเก็บข้อมูลจากประชากรเป้าหมาย คือ ผู้จัดการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา รองผู้จัดการฝ่ายต่างๆ และ ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารหนี้ ด้วยผู้บริหารเหล่านี้มีภาระงานที่มากในแต่ละวัน มีผลทำให้เวลาที่ใช้ในการนัดเข้าพบไม่ตรงกัน จึงกำหนดการสัมภาษณ์เชิงลึกแต่ละครั้งใช้เวลาประมาณ 30-45 นาที โดยระหว่างการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกข้อมูล ด้วยวิธีการจดบันทึก และการบันทึกเสียงเพื่อเป็นหลักฐานเชิงยืนยัน สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์รายละเอียดของตัวแปรในกรอบแนวความคิดเพื่อผลลัพธ์ที่ต้องการและมีคุณภาพต่องานวิจัยครั้งนี้

3.2.6 การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ

เมื่อผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้จัดการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา รองผู้จัดการฝ่ายต่างๆ และ ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารหนี้ จะนำข้อมูลจากเครื่องบันทึกเสียงมาถอดรายละเอียดเป็นข้อความ จากนั้นทำการจัดระเบียบของข้อมูล ด้วยการจัดกลุ่มข้อมูลให้เป็นองค์ประกอบ ทำการสรุปผลข้อมูล และอธิบายความหมาย ขั้นตอนต่อมาทำการตรวจสอบข้อมูลด้วยเทคนิควิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulations) โดยการเปรียบเทียบสังเกตความสัมพันธ์ของข้อมูลจากกลุ่มข้อมูล จำนวน 3 กลุ่มที่ได้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผลที่ได้จะทำให้รู้ว่าข้อมูลมีความถูกต้อง มีความสัมพันธ์และสอดคล้องกันหรือไม่ แล้วผู้วิจัยจึงนำเสนอผลการวิจัยเชิงคุณภาพในรูปแบบพรรณนา อธิบายข้อค้นพบในบทที่ 4 และบทที่ 5

กระบวนการดำเนินการวิจัยดังกล่าวสามารถสรุปออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 3.1

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มีวัตถุประสงค์การวิจัยอยู่ 3 ประการคือ 1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหา ที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา 2. เพื่อ ศึกษาหาประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงิน ให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา และ 3. เพื่อพัฒนาแนวทางและข้อเสนอแนะทางการจัดการในการเพิ่ม ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืม เพื่อการศึกษา

ผู้วิจัยใช้ เทคนิคการวิจัยเชิงผสม (Mixed Method Research) การศึกษาในครั้งนี้เป็นการ ศึกษาวิจัยแบบผสม โดยเน้นการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) ซึ่งจะทำการเก็บรวบรวม ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลได้แก่บรรดานักศึกษาที่กู้ยืมเงิน กยศ. สำเร็จการศึกษาตั้งแต่ปีการศึกษา 2549 – 2559 เป็นผู้กู้ยืมทั้งที่สามารถชำระหนี้ได้และชำระหนี้ไม่ได้ และนำวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเชิงนโยบาย ได้แก่ ผู้บริหารกองทุนเงิน ให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา และ ผู้บริหารสถานศึกษา โดยผลที่ได้มาใช้ในการอภิปรายร่วมกัน

โดยนำเสนอผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
- ตอนที่ 2 ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา
- ตอนที่ 3 ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา
- ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ตอนที่ 1) 4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

	ตัวแปร	ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	144	34.29
	หญิง	276	65.71
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี	304	72.38
	มัธยม	98	23.33
	อื่นๆ	18	4.29
อายุ	ต่ำกว่า 16	70	16.67
	17-18	79	18.81
	19-20	111	26.43
	21-22	142	33.81
	22 ขึ้นไป	18	4.29
อาชีพของผู้ปกครอง	ว่างงาน	33	7.86
	รับราชการ	26	6.19
	รัฐวิสาหกิจ	18	4.29
	พนักงาน	20	4.76
	ค้าขาย	150	35.71
	รับจ้าง	116	27.62
	แม่บ้าน	28	6.67
	อื่นๆ	29	6.90
อาศัยอยู่กับ บิดา-มารดา	ใช่	250	59.52
	ไม่ใช่	170	40.48
ระยะเวลาที่กู้กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา	ต่ำกว่า 1 ปี	56	13.33
	1 ปี	30	7.14
	2 ปี	101	24.05
	3 ปี	36	8.57
	4 ปี	160	38.10
	5 ปี	19	4.52
	6 ปี	7	1.67
	มากกว่า 6 ปี	11	2.62

ตารางที่ 4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ต่อ)

ตัวแปร		ความถี่	ร้อยละ
สมาชิกในครอบครัวที่กู้เงินกองทุน	ไม่มี	264	62.86
เงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (ไม่นับตัวผู้ตอบ)	1 คน	95	22.62
	2 คน	50	11.90
	3 ขึ้นไป	11	2.62
จำนวนสมาชิกในครอบครัว (ไม่นับตัวผู้ตอบ)	ไม่มี	52	12.38
	1 คน	45	10.71
	2 คน	72	17.14
	3 ขึ้นไป	251	59.76

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 65.71) ศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 72.38) มีอายุในช่วง 21-22 ปี (ร้อยละ 33.81) อาชีพของผู้ปกครองส่วนใหญ่คือ ค้าขาย (ร้อยละ 35.71) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับ บิดามารดา (ร้อยละ 59.52) ระยะเวลาที่กู้กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาอยู่ในช่วง 4 ปี (ร้อยละ 38.10) ส่วนใหญ่สมาชิกในครอบครัวไม่มีใครกู้เงินกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ยกเว้นผู้ตอบ (ร้อยละ 62.86) และส่วนใหญ่มียจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 คนขึ้นไป (ไม่นับตัวผู้ตอบ) (ร้อยละ 59.76)

ตอนที่ 2) 4.2 ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

ตารางที่ 4.2 การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี	Mean	SD.	ระดับการประเมิน
1. ภาพลักษณ์ของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา น่าเชื่อถือ	4.13	0.63	มาก
2. การกู้ยืมกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา ทำให้ข้าพเจ้าเกิดภาพลักษณ์ ที่ดีและได้รับการยอมรับจากสังคม	3.95	0.72	มาก
3. ภาพลักษณ์ของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา ทำให้ข้าพเจ้าเกิดตระหนักรู้ต่อหน้าที่ และความรับผิดชอบในการศึกษา	4.15	0.73	มาก
ประโยชน์ต่อส่วนตัว(image01)	4.08	0.55	มาก
1. ภาพลักษณ์ของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา เป็นตัวแทนถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม	4.14	0.73	มาก
2. ภาพลักษณ์ของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา ทำให้ข้าพเจ้าตระหนักถึงหน้าที่ ที่ต้องทำให้แก่สังคมไทยหลังศึกษาจบ	4.16	0.66	มาก
3. ภาพลักษณ์ของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา สะท้อนให้เกิดความเชื่อมั่นถึงความภาคภูมิใจของคนในชาติ ที่มุ่งมั่นในการศึกษาแก่เยาวชน	4.14	0.74	มาก
4. ภาพลักษณ์ของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา แสดงให้เห็นว่าคนในประเทศให้ความสำคัญและ โอกาสทางการศึกษา	4.20	0.73	มาก
ประโยชน์ต่อสังคมและบริบทแวดล้อม(image02)	4.16	0.57	มาก

ผลการประเมินการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม ผลการวิจัยพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก ในส่วนการสร้างภาพลักษณ์เพื่อประโยชน์ส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยที่ 4.08 โดยด้านที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่เรื่อง ภาพลักษณ์ของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา ทำให้ข้าพเจ้าเกิดตระหนักรู้ต่อหน้าที่ และความรับผิดชอบในการศึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ในขณะที่การสร้างภาพลักษณ์เพื่อประโยชน์ต่อสังคมและบริบทแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยที่ 4.16 โดยด้านที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่เรื่อง ภาพลักษณ์ของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา แสดงให้เห็นว่าคนในประเทศให้ความสำคัญและ โอกาสทางการศึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ตารางที่ 4.3 การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน

การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน	Mean	SD.	ระดับการประเมิน
1. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นที่ความรู้ความสามารถ ของบุคลากรในองค์กร	4.02	0.77	มาก
2. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นความคิดริเริ่มของบุคลากรที่สามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน	4.00	0.72	มาก
3. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ของทุกคนในองค์กร มีการกำหนดนโยบายและทิศทางองค์กรของผู้บริหารองค์กร	4.05	0.73	มาก
4. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นการสร้างโอกาสในการพัฒนาตนเองเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์กับการทำงาน โดยมีการวางรูปแบบการทำงาน กำหนดหน้าที่การทำงาน มีการวางแผนการทำงาน	4.04	0.71	มาก
5. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นให้บุคลากรใช้ความคิดที่เป็นระบบสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมสถานการณ์และความเปลี่ยนแปลงภายในและภายนอกองค์กรอย่างเป็นระบบ	3.94	0.82	มาก
การใช้ทรัพยากรมนุษย์อย่างมีคุณภาพ (dev01)	4.01	0.58	มาก
1. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นการส่งเสริมบุคลากรให้มีคุณค่าและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ	4.08	0.75	มาก
2. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้น การพัฒนาทักษะการทำงานของบุคลากรที่มีหลากหลายรูปแบบ	4.02	0.70	มาก
3. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นการกำหนดการวางแผน และการนำนโยบายไปปฏิบัติ	3.96	0.72	มาก
4. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้น การให้ความร่วมมือของบุคลากรภายในองค์กรเพื่อส่งผลถึงการทำงานให้สำเร็จตรงตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ร่วมกัน	4.07	0.76	มาก
การพัฒนาทักษะการทำงาน (dev02)	4.03	0.60	มาก

ตารางที่ 4.3 การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน (ต่อ)

การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน	Mean	SD.	ระดับการประเมิน
1. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นความสอดคล้องกันของคุณภาพบุคลากร การทำงานของบุคลากร ค่าตอบแทนและผลประโยชน์ของบุคลากร	4.11	0.69	มาก
2. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นให้บุคลากรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น	4.14	0.75	มาก
3. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้น การรักษาทรัพยากรมนุษย์ไว้ให้คงอยู่คู่กับองค์กร	4.03	0.78	มาก
การรักษาทรัพยากรมนุษย์ให้ดำรงอยู่คู่กับองค์กร (dev03)	4.09	0.61	มาก

ผลการประเมินการพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก ในส่วนการใช้ทรัพยากรมนุษย์อย่างมีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.01 โดยด้านที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่เรื่อง หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ของทุกคนในองค์กร มีการกำหนดนโยบายและทิศทางองค์กรของผู้บริหารองค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ในขณะที่การพัฒนาทักษะการทำงาน มีค่าเฉลี่ยที่ 4.03 โดยด้านที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่เรื่อง หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นการส่งเสริมบุคลากรให้มีคุณค่าและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.08)

และการรักษาทรัพยากรมนุษย์ให้ดำรงอยู่คู่กับองค์กร มีค่าเฉลี่ยที่ 4.09 โดยด้านที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่เรื่อง หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นให้บุคลากรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ตารางที่ 4.4 ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ

ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ	Mean	SD.	ระดับการประเมิน
1. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มีความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับองค์การและสิ่งแวดล้อมดำเนินงาน	4.06	0.73	มาก
2. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา สามารถสะท้อนถึงความพึงพอใจของแต่ละบุคคล กับข่าวสารข้อมูลที่เขาได้รับ	3.99	0.72	มาก
การประสานหล่อมห่อมทางองค์การ(commun01)	4.02	0.65	มาก
1. การติดต่อสื่อสาร จาก หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา เน้นการสื่อสารแบบสองทางกับผู้บังคับบัญชา	4.00	0.78	มาก
2. การติดต่อสื่อสารในทุกระดับของหน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา เพื่อกระตุ้นให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน	4.07	0.69	มาก
3. บุคลากรในหน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา รับรู้และทำหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ	4.05	0.81	มาก
4. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นการติดต่อสื่อสารกับผู้ได้บังคับบัญชา เป็นการติดต่อสื่อสารสองทางกับผู้ได้บังคับบัญชา	4.11	0.81	มาก
บรรยากาศของการติดต่อสื่อสาร(commun02)	4.06	0.62	มาก
1. กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา สามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ สมบูรณ์ครบถ้วน เข้าใจง่าย และทันต่อเวลา	4.07	0.77	มาก
2. กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา สามารถให้ข้อมูลที่ เชื่อถือได้ ตรวจสอบได้ และมีความยืดหยุ่น	4.15	0.73	มาก
3. กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาสามารถให้ข้อมูล ที่สอดคล้องกับความต้องการ สะดวกในการเข้าถึง และมีความปลอดภัย	4.12	0.73	มาก
คุณภาพของสารสนเทศ (commun03)	4.11	0.64	มาก

ผลการประเมินการพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก ในส่วนการประสานหล่อหลอมทางองค์การ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.02 โดยด้านที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่เรื่อง หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มีความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับองค์การและสิ่งแวดล้อมด้านงาน (ค่าเฉลี่ย 4.06) ส่วนบรรยากาศของการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยที่ 4.06 โดยด้านที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่เรื่องหน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นการติดต่อสื่อสารกับผู้ได้บังคับบัญชา เป็นการติดต่อสื่อสารสองทางกับผู้ได้บังคับบัญชา (ค่าเฉลี่ย 4.11) ด้านคุณภาพของสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.11 โดยด้านที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่เรื่องกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา สามารถให้ข้อมูลที่ เชื่อถือได้ ตรวจสอบได้ และมีความยืดหยุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ตารางที่ 4.5 ทศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม

ทศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม	Mean	SD.	ระดับการประเมิน
1. ท่านมีความเข้าใจต่อการทำงานของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา	4.00	0.81	มาก
2. ท่านมีความเข้าใจต่อโครงสร้างของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา	4.03	0.76	มาก
3. ท่านได้พัฒนาความเข้าใจในกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาจากการติดตามข่าวสารอย่างต่อเนื่อง	4.10	0.78	มาก
ด้านความรู้ ความเข้าใจ (Att01)	4.04	0.69	มาก
1. ท่านชื่นชมความมุ่งมั่นในการทำงานของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา	4.11	0.69	มาก
2. ท่านรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้มีโอกาสเข้ามาเป็นส่วนเป็นผู้กู้ยืมกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา	4.10	0.68	มาก
3. ท่านตระหนักในความรับผิดชอบจากการกู้ยืมกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา และจะทำหน้าที่ของลูกหนี้ที่ดี	4.14	0.63	มาก
ด้านความรู้สึก (Att02)	4.12	0.52	มาก

ตารางที่ 4.5 ทศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม (ต่อ)

ทศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม	Mean	SD.	ระดับการประเมิน
1. ท่านตั้งใจจะชดใช้เงินคืนให้กับกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา เมื่อท่านศึกษาจบ	4.25	0.79	มากที่สุด
2. ท่านคิดว่าเป็นหน้าที่ของผู้กู้ยืมทุกท่านที่ต้องนำเงินมาให้ กองทุน เพื่อสร้างโอกาสให้กับรุ่นน้องต่อไป	4.30	0.74	มากที่สุด
3. ท่านมีความตั้งใจที่จะใช้หนี้อย่างสม่ำเสมอ และตระหนัก ว่าเป็นภารกิจสำคัญลำดับแรกหลังเรียนจบ	4.26	0.69	มากที่สุด
ด้านพฤติกรรม (Atti03)	4.27	0.64	มากที่สุด

ผลการประเมินทศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ผลการวิจัยพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ในด้านความรู้ ความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.04 โดยด้านที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่เรื่อง ท่านได้พัฒนาความเข้าใจในกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาจากการติดตามข่าวสารอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.10) ในด้านความรู้สึก มีค่าเฉลี่ย 4.12 โดยด้านที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่เรื่อง ท่านตระหนักในความรับผิดชอบจากการกู้ยืมกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา และจะทำหน้าที่ของลูกหนี้ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.14) ในด้านพฤติกรรมได้รับการประเมินสูงโดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.27 และค่าที่ได้รับการประเมินมากที่สุดได้แก่ ท่านคิดว่าเป็นหน้าที่ของผู้กู้ยืมทุกท่านที่ต้องนำเงินมาให้กองทุน เพื่อสร้างโอกาสให้กับรุ่นน้องต่อไป (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ตารางที่ 4.6 ความไว้วางใจในการชำระหนี้กู้ยืมเงิน

ความไว้วางใจในการชำระหนี้กู้ยืมเงิน	Mean	SD.	ระดับการประเมิน
1. ท่านมีความไว้วางใจในการทำงานของกองทุน กยศ.	4.17	0.67	มาก
2. ท่านมีความไว้วางใจว่ากองทุน กยศ. ว่ามีการจัดสรร ด้วย ความเป็นธรรมและเปิดโอกาสให้กับนักเรียน นักศึกษาได้ เข้าถึงการศึกษาอย่างเท่าเทียม	4.21	0.68	มากที่สุด
3. ท่านมีความเชื่อใจถึงชื่อเสียงของ กองทุน กยศ.	4.14	0.75	มาก
ความไว้วางใจในการชำระหนี้ (trust01)	4.17	0.60	มาก
1.ข้าพเจ้าไว้วางใจว่ากองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา สามารถ สนองตอบต่อความต้องการที่คาดหวัง	4.16	0.74	มาก
2.ข้าพเจ้าไว้วางใจในความคุ้มค่า และอรรถประโยชน์ของ การเข้ามาเป็นสมาชิกของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา	4.13	0.74	มาก
ความไว้วางใจในการตอบสนองความต้องการ (trust02)	4.15	0.68	มาก

ผลการประเมินความไว้วางใจในการชำระหนี้กู้ยืมเงิน ผลการวิจัยพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความไว้วางใจในการชำระหนี้มีค่าเฉลี่ยที่ 4.17 โดยค่าที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่ ท่านมีความไว้วางใจว่ากองทุน กยศ. ว่ามีการจัดสรร ด้วยความเป็นธรรมและเปิดโอกาสให้กับนักเรียน นักศึกษาได้เข้าถึงการศึกษาอย่างเท่าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.21) ในด้านความไว้วางใจในการตอบสนองความต้องการมีค่าเฉลี่ยที่ 4.15 โดยค่าที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่ ข้าพเจ้าไว้วางใจว่ากองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา สามารถสนองตอบต่อความต้องการที่คาดหวัง (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ตารางที่ 4.7 ความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้

ความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้	Mean	SD.	ระดับการประเมิน
1. นโยบายการชำระหนี้ สร้างความพึงพอใจแก่ข้าพเจ้า	4.11	0.72	มาก
2. นโยบายการชำระหนี้ สอดคล้องต่อความคาดหวังที่ข้าพเจ้าตั้งไว้	4.16	0.68	มาก
3. นโยบายการชำระหนี้ คำหนึ่งถึงความสามารถในการชำระหนี้ของข้าพเจ้า	4.07	0.74	มาก
4. นโยบายการชำระหนี้ตอบสนองต่อความพึงพอใจด้วยความเชื่อและการรับรู้คุณค่าจากข้าพเจ้า	4.05	0.79	มาก
การสร้างประสบการณ์แห่งความพึงพอใจ (satis01)	4.10	0.61	มาก
1. ข้าพเจ้ายินดีที่จะให้ข้อมูลต่อผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการกู้เงินกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา	4.23	0.69	มากที่สุด
2. ข้าพเจ้ารู้สึกมีความผูกพันอันดีต่อกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา	4.07	0.76	มาก
การสร้างสัมพันธภาพที่ดี (satis02)	4.15	0.67	มาก

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้ ผลการวิจัยพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ด้านการสร้างประสบการณ์แห่งความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.10 โดยค่าที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่ นโยบายการชำระหนี้ สร้างความพึงพอใจแก่ข้าพเจ้า (ค่าเฉลี่ย 4.11) ในส่วนการสร้างสัมพันธภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ยที่ 4.15 โดยค่าที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่ ข้าพเจ้ายินดีที่จะให้ข้อมูลต่อผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการกู้เงินกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ตารางที่ 4.8 ประสิทธิภาพในการชำระหนี้

ประสิทธิภาพในการชำระหนี้	Mean	SD.	ระดับการประเมิน
1.การมีหนี้สูญจำนวนน้อย	4.02	0.78	มาก
2.การปลดปล่อยหนี้สินของสมาชิกบรรลุเป้าหมาย	3.94	0.76	มาก
3.กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา สามารถทราบวัตถุประสงค์การกู้และสามารถติดตาม ได้อย่างชัดเจน	4.06	0.69	มาก
ความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากรที่มี (eff01)	4.01	0.66	มาก
1. กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มีการเจริญเติบโต มีสมาชิกมากู้เงินอย่างต่อเนื่อง และใช้หนี้ตรงเวลา	4.05	0.81	มาก
2.กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มีสภาพคล่องสามารถโอนจำนวนเงิน กู้ที่ได้จัดสรรให้แต่ละ โรงเรียนและสถาบันการศึกษาได้ตรงเวลา	4.01	0.83	มาก
3.การเจริญเติบโตของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา อย่างต่อเนื่อง	4.03	0.75	มาก
ด้านสินทรัพย์ (eff02)	4.03	0.71	มาก

ผลการประเมินประสิทธิภาพในการชำระหนี้ ผลการวิจัยพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก ด้านความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากรที่มี มีค่าเฉลี่ยที่ 4.01 โดยค่าที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อ ได้แก่ กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา สามารถทราบวัตถุประสงค์การกู้และสามารถติดตาม ได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.06) ส่วนได้สินทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.03 โดยค่าที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อ ได้แก่ กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มีการเจริญเติบโต มีสมาชิกมากู้เงินอย่างต่อเนื่อง และใช้หนี้ตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ตอนที่ 3) 4.3 ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และความหมายของตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ไว้ดังนี้

ตารางที่ 4.9 ความหมายของสัญลักษณ์ในตัวแปรสังเกตได้

ตัวแปรสังเกตได้	ความหมาย
image01	การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อประโยชน์ต่อส่วนตัว
image02	การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและบริบท
	แวดล้อม
dev01	การใช้ทรัพยากรมนุษย์อย่างมีคุณภาพ
dev02	การพัฒนาทักษะการทำงาน
dev03	การรักษาทรัพยากรมนุษย์ให้ดำรงอยู่กับองค์กร
commun01	ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพเพื่อการประสาน หล่อหลอมทาง
	องค์การ
commun02	ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพเพื่อบรรยากาศของการติดต่อสื่อสาร
commun03	ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพเพื่อคุณภาพของสารสนเทศ
atti01	ทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ
atti02	ทัศนคติด้านความรู้สึก
atti03	ทัศนคติด้านพฤติกรรม
trust01	ความไว้วางใจในการชำระหนี้
trust02	ความไว้วางใจในการตอบสนองความต้องการ
satis01	การสร้างประสบการณ์แห่งความพึงพอใจ
satis02	การสร้างสัมพันธภาพที่ดี
eff01	ประสิทธิผลด้านความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากรที่มี
eff02	ประสิทธิผลด้านสินทรัพย์
ตัวแปรแฝง	ความหมาย
IMG	การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม
DEV	การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน
COM	ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ
ATT	ทัศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม
TRU	ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม
SAT	ความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้
EFF	ประสิทธิผลต่อนโยบายการชำระหนี้

ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct reliability : ρ_c) และความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (average variance extracted : ρ_v)

เพื่อยืนยันว่าตัวบ่งชี้ของมาตรวัด ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นหรือได้ปรับปรุงมาจากการทบทวนวรรณกรรม สามารถวัดตัวแปรที่มีความเกี่ยวข้องกันได้ นอกจากนั้นยังมีวัตถุประสงค์เพื่อสกัดปัจจัย จัดกลุ่มตัวบ่งชี้ที่มีความสัมพันธ์กันอยู่ในกลุ่มเดียวกัน โดยผู้วิจัยใช้โปรแกรม LISREL Version 8.52 เทคนิควิธีนี้สามารถใช้ได้เมื่อ ขนาดของกลุ่มประชากรที่เป็นตัวอย่างจำนวนมากว่าหรือเท่ากับ 100 หน่วย (Hair et al, 2006) ผู้วิจัยทำการทดสอบองค์ประกอบ โดยใช้วิธีการสกัดปัจจัยด้วยวิธีความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum likelihood : ML)

โดยที่สูตร ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct reliability : ρ_c) และความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (average variance extracted : ρ_v) มีดังนี้

$$\rho_c = \frac{(\sum \lambda)^2}{(\sum \lambda)^2 + \sum (\theta)}$$

λ คือน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน

θ คือความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

ค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝงที่ผ่านเกณฑ์จะต้องมีค่ามากกว่า 0.60

$$\rho_v = \frac{\sum \lambda^2}{\sum \lambda^2 + \sum (\theta)}$$

ความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ มีค่าเทียบเท่าค่าไอเกน (Eigen value) ควรมีค่ามากกว่า 0.50

ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของตัวแปรแฝง และค่าเฉลี่ยของการแปรปรวนที่ถูกสกัดได้สามารถนำเสนอได้ดังนี้

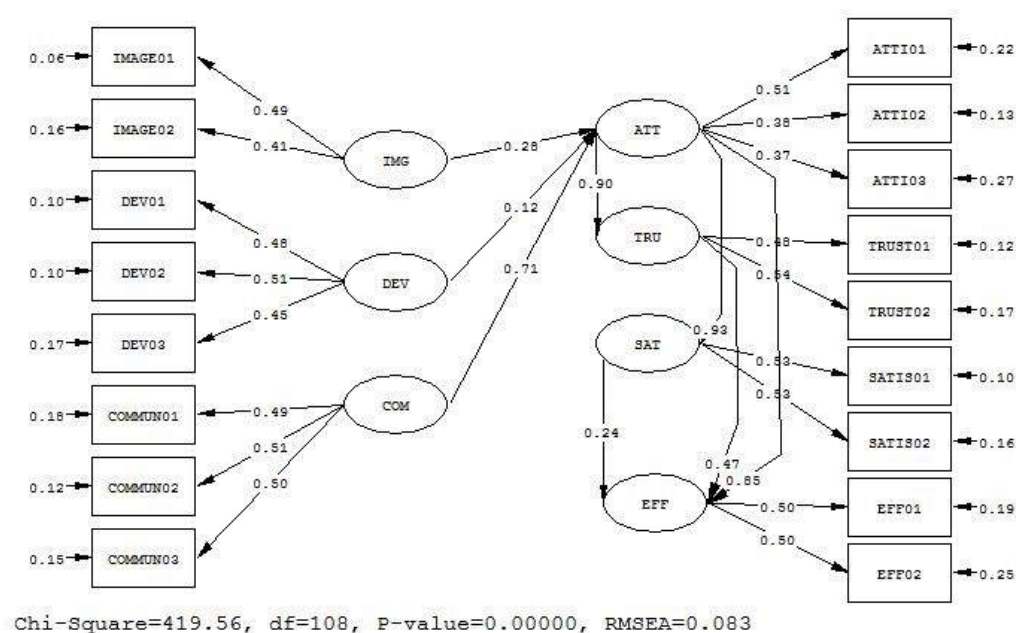
ตารางที่ 4.10 ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct reliability : ρ_c) และความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (average variance extracted : ρ_v)

ตัวแปรแฝง	ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct reliability : ρ_c)	ความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (average variance extracted : ρ_v)
IMG	0.79	0.65
DEV	0.85	0.65
COM	0.83	0.63
ATT	0.72	0.51
TRU	0.78	0.64
SAT	0.81	0.68
EFF	0.69	0.53

จากตารางแสดงให้เห็นว่าความเที่ยงของตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าสูง โดยมีค่า ρ_c อยู่ระหว่าง 0.69-0.85 ซึ่งมากกว่า 0.60 และค่าความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ มีค่า ρ_v อยู่ระหว่าง 0.51-0.68 ซึ่งมากกว่า 0.50 แสดงว่า จากการประเมินตัวแบบมาตรวัดได้หลักฐานที่ชัดเจนว่า การนิยามปฏิบัติการตัวแปรแฝงทั้งหมดถูกต้องและเชื่อถือได้

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ทำให้ได้เมตริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ เพื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ตัวแบบสมการเชิงโครงสร้าง พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทุกคู่ในภาพรวม เนื่องจาก ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทุกคู่จะต้องมีค่าไม่เกิน 0.80 เพื่อป้องกันปัญหา ภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุ (Multicollinearity)

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ด้วยวิธี Maximum Likelihood ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป LISREL 8.52 เพื่อการเปรียบเทียบถึงความกลมกลืนระหว่างตัวแบบที่พัฒนาขึ้น กับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยเกณฑ์ ในการตรวจสอบประกอบด้วยค่า Chi-square/df, CFI GFI, AGFI, RMSEA และ SRMR ซึ่งผลการวิเคราะห์ครั้งแรกได้ดังนี้



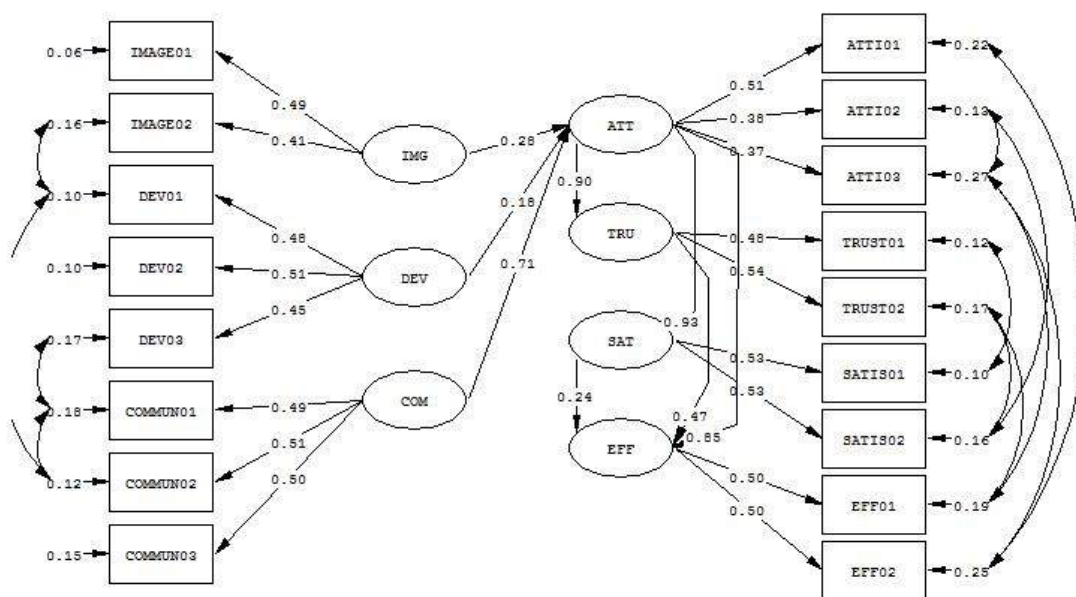
ภาพที่ 4.1 ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ตัวแบบก่อนปรับ

ตารางที่ 4.12 แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนของตัวแบบโดยรวม

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ค่าดัชนีที่วัดได้	ผลการพิจารณา
Chi-square/df	< 3.00	3.88	ไม่ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	0.98	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.95	0.89	ไม่ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.90	0.85	ไม่ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.083	ไม่ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.05	0.042	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นว่า กลประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ตัวแบบก่อนปรับ ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นมาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องยัง ไม่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาค่าที่คำนวณได้คือ Chi-square = 419.56 , Chi-square/df. = 3.88 , CFI = 0.98 GFI = 0.89, AGFI = 0.85, RMSEA = 0.083 และ SRMR = 0.042 นั่นคือยังมีค่าสถิติบางตัวยังไม่ผ่านที่ได้กำหนดไว้

ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับตัวแบบ (Model Modification) โดยพิจารณาจากคำแนะนำในการปรับพารามิเตอร์ในตัวแบบด้วยค่าดัชนีปรับตัวแบบ (Model Modification Indices : MI) จากนั้นปรับพารามิเตอร์โดยยินยอมให้ผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้น ให้ค่าความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันได้จนกระทั่งดัชนีความกลมกลืนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยรายละเอียดของการปรับแก้ตัวแบบเพื่อให้มีความสอดคล้องกลมกลืน (Model fit) กับข้อมูลประจักษ์สามารถนำเสนอผลได้ดังภาพที่ 4.2 และตารางที่ 4.13



Chi-Square=179.66, df=96, P-value=0.06107, RMSEA=0.048

ภาพที่ 4.2 ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ตัวแบบหลังปรับ

ตารางที่ 4.13 แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนของตัวแบบโดยรวมหลังจากปรับแก้ตัวแบบ

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ค่าดัชนีที่วัดได้	ผลการพิจารณา
Chi-square/df	< 3.00	1.87	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	0.99	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.95	0.95	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.90	0.90	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.038	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.05	0.032	ผ่านเกณฑ์

เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความกลมกลืนของตัวแบบ จากตารางที่ 4.13 พบว่า ตัวแบบมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ทั้ง 6 ดัชนีผ่านเกณฑ์ การยอมรับ คือ Chi-square = 179.66 , Chi-square/df. = 1.87 , CFI = 0.99, GFI = 0.95, AGFI = 0.90, RMSEA = 0.038 และ SRMR = 0.032

ตารางที่ 4.14 ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

ปัจจัยผล	ทัศนคติที่มีต่อ นโยบายในการ ชำระหนี้เงินกู้ยืม ATT (R ² =0.87)			ความไว้วางใจใน การชำระหนี้เงินกู้ยืม TRU (R ² =0.92)			ความพึงพอใจต่อ นโยบายการชำระ หนี้ SAT (R ² =0.86)			ประสิทธิผลต่อ นโยบายการชำระ หนี้ EFF (R ² =0.70)		
ตัวแปรเหตุ	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี	0.28		0.28		0.25	0.25		0.25	0.25		0.24	0.24
IMG	3.92		3.92		3.70	3.70		3.71	3.71		2.98	2.98
การพัฒนานุเคราะห์	0.18		0.18		0.16	0.16		0.16	0.16		0.15	0.15
DEV	2.62		2.62		2.60	2.60		2.60	2.60		2.58	2.58
ระบบการสื่อสาร	0.71		0.71		0.64	0.64		0.64	0.64		0.60	0.60
COM	5.17		5.17		5.03	5.03		5.01	5.01		4.88	4.88
ทัศนคติ				0.90		0.90	0.93		0.93	0.85		0.85
ATT				6.82		6.82	7.12		7.12	5.96		5.96
ความไว้วางใจ										0.47		0.47
TRU										3.99		3.99
ความพึงพอใจ										0.24		0.24
SAT										3.69		3.69

DE = Direct Effect, IE = Indirect Effect, TE = Total Effect, * p < 0.05, ** p < 0.01

ผลการวิเคราะห์พบว่า ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ได้รับอิทธิพลรวมเชิงบวกจาก ทัศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ($\beta = 0.85$) ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ ($\beta = 0.60$) ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ($\beta = 0.47$) ความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้ ($\beta = 0.24$) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม ($\beta = 0.24$) และการพัฒนานุเคราะห์ในการปฏิบัติงาน ($\beta = 0.15$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ในขณะที่ความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้ ได้รับอิทธิพลรวม เชิงบวกจาก ทัศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ($\gamma = 0.93$) ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ ($\gamma = 0.64$) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม ($\gamma = 0.25$) และการพัฒนานุเคราะห์ในการปฏิบัติงาน ($\gamma = 0.16$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ความไว้วางใจในการชำระหนี้กู้ยืมเงิน ได้รับอิทธิพลรวม เชิงบวกจาก ทักษะคิดที่มีต่อ นโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ($\gamma=0.90$) ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ ($\gamma=0.64$) การสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม ($\gamma=0.25$) และการพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ($\gamma=0.16$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

และทักษะคิดที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ได้รับอิทธิพลรวม เชิงบวกจาก ระบบ การสื่อสารที่มีคุณภาพ ($\gamma=0.71$) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม ($\gamma=0.21$) และการ พัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ($\gamma=0.18$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักปัจจัยของตัวแปรแฝงภายนอก

Matrix	LAMDA-X		EP.	t	R ²
IMG	→	IMAGE01	0.49	20.28	0.82
IMG	→	IMAGE02	0.41	15.24	0.50
DEV	→	DEV01	0.48	20.65	0.71
DEV	→	DEV02	0.51	21.05	0.72
DEV	→	DEV03	0.45	16.67	0.52
COM	→	COMMUN01	0.49	16.16	0.52
COM	→	COMMUN02	0.51	19.32	0.66
COM	→	COMMUN03	0.50	18.79	0.63

ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักปัจจัยจากตัวแปรแฝงภายนอก พบว่า การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี สำหรับกองทุนกู้ยืม (IMG) จะได้รับน้ำหนักปัจจัยจาก การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อประโยชน์ต่อ ส่วนตัว ($\lambda_x = 0.49$) และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและบริบทแวดล้อม ($\lambda_x = 0.41$) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน(DEV) จะได้รับน้ำหนักปัจจัยจาก การ พัฒนาทักษะการทำงาน ($\lambda_x = 0.51$) การใช้ทรัพยากรมนุษย์อย่างมีคุณภาพ ($\lambda_x = 0.48$) และการ รักษาทรัพยากรมนุษย์ให้ดำรงอยู่กับองค์กร ($\lambda_x = 0.45$) ตามลำดับ

ส่วนปัจจัยเรื่องระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ (COM) จะได้รับน้ำหนักปัจจัยจาก ระบบการ สื่อสารที่มีคุณภาพเพื่อบรรยากาศของการติดต่อสื่อสาร ($\lambda_x = 0.51$) ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ

เพื่อคุณภาพของสารสนเทศ ($\lambda_x = 0.50$) และ ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพเพื่อการประสาน หล่อ
หลอมทางองค์การ ($\lambda_x = 0.49$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักปัจจัยของตัวแปรแฝงภายใน

Matrix	LAMDA-Y		EP.	t	R ²
ATT	→	ATTI01	0.51	-	0.54
ATT	→	ATTI02	0.38	16.42	0.49
ATT	→	ATTI03	0.37	12.79	0.34
TRU	→	TRUST01	0.48	-	0.63
TRU	→	TRUST02	0.54	20.28	0.64
SAT	→	SATIS01	0.53	-	0.71
SAT	→	SATIS02	0.53	18.54	0.63
EFF	→	EFF01	0.50	-	0.56
EFF	→	EFF02	0.50	12.79	0.50

ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักปัจจัยจากตัวแปรแฝงภายใน พบว่า ทักษะคิดที่มีตอน โยบายใน
การชำระหนี้เงินกู้ยืม (ATT) จะได้น้ำหนักปัจจัยจาก ทักษะคิดด้านความรู้ ความเข้าใจ ($\lambda_y = 0.51$)
ทักษะคิดด้านความรู้สึก ($\lambda_y = 0.38$) และ ทักษะคิดด้านพฤติกรรม ($\lambda_y = 0.37$) ตามลำดับ

ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม จะได้น้ำหนักปัจจัยจาก ความไว้วางใจในการ
ตอบสนองความต้องการ ($\lambda_y = 0.60$) และ ความไว้วางใจในการชำระหนี้ ($\lambda_y = 0.48$) ตามลำดับ

แนวความคิดที่เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้ จะได้น้ำหนักปัจจัยจาก การ
สร้างประสบการณ์แห่งความพึงพอใจ ($\lambda_y = 0.53$) และการสร้างสัมพันธภาพที่ดี ($\lambda_y = 0.53$)
ตามลำดับ

แนวความคิดที่เกี่ยวกับประสิทธิผลต่อนโยบายการชำระหนี้ จะได้น้ำหนักปัจจัยจาก
ประสิทธิผลด้านความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากรที่มี ($\lambda_y = 0.50$) และประสิทธิผลด้าน
สินทรัพย์ ($\lambda_y = 0.50$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1.	การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา ส่งผลทางตรงต่อ ทักษะคิดที่มีตอนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของผู้ขอกู้ยืมเงิน และส่งผลทางอ้อมต่อ ประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา	สนับสนุน
2.	การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ส่งผลทางตรงต่อ ทักษะคิดที่มีตอนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของผู้ขอกู้ยืมเงิน และส่งผลทางอ้อมต่อ ประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา	สนับสนุน
3.	ระบบการสื่อสารและเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อ ทักษะคิดที่มีตอนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของผู้ขอกู้ยืมเงิน และส่งผลทางอ้อมต่อ ประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา	สนับสนุน
4.	ทักษะคิดที่มีตอนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของผู้ขอกู้ยืมเงิน จะส่งผลทางตรงต่อความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืมและส่งผลทางอ้อมต่อ ประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา	สนับสนุน
5.	ทักษะคิดที่มีตอนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของผู้ขอกู้ยืมเงิน จะส่งผลทางตรงต่อความพึงพอใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืมและส่งผลทางอ้อมต่อ ประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา	สนับสนุน
6.	ทักษะคิดที่มีตอนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของผู้ขอกู้ยืมเงิน จะส่งผลทางตรงต่อ ประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา	สนับสนุน

ตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
7.	ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม จะส่งผลทางตรงต่อประสิทธิผลในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา	สนับสนุน
8.	ความพึงพอใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืมและส่งผลทางตรงต่อประสิทธิผลในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา	สนับสนุน

หลังจากที่ได้ผลการวิเคราะห์จากการทำวิจัยเชิงปริมาณแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาเพื่อไปค้นหาแนวทาง โดยอาศัยการทำวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงโดยมีผลสรุปดังนี้

ตอนที่ 4) 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) ที่ศึกษาสภาพปัญหาที่มีผลกระทบต่อประสิทธิผลในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา และ 3) เพื่อพัฒนาแนวทางและข้อเสนอแนะทางการจัดการในการเพิ่มประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาทางกลยุทธ์ทางการตลาด ผู้วิจัยจะนำผลของการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ได้ข้อสรุปดังนี้

1. สภาพปัญหาที่มีผลกระทบต่อประสิทธิผลในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาในปัจจุบันคืออะไร และขณะนี้ได้มีแนวทางแก้ปัญหาอย่างไร

ปัญหาแรกได้แก่เรื่อง ช่องทางการชำระเงิน ที่ไม่สะดวก ซึ่งในปัจจุบันปัญหาดังกล่าวได้รับการแก้ไขให้ดีขึ้นเนื่องจากพัฒนาการของเทคโนโลยี การใช้ระบบบาร์โค้ด และการพัฒนาแอปพลิเคชันรองรับ ทำให้การประชาสัมพันธ์การแจ้งเตือนทำได้ง่ายขึ้น และติดตามข้อมูลได้ง่ายขึ้น การเพิ่มขึ้นของธนาคารที่ให้บริการ การเกิดขึ้นของพร้อมเพย์ เป็นสิ่งที่ช่วยลดปัญหาดังกล่าว ทำให้เกิดประสิทธิผลในการชำระหนี้มากขึ้น

นอกจากนี้ทาง กยศ.เองได้มีการทำการสำรวจปัญหาที่มีผลกระทบต่อประสิทธิผลในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ซึ่งพบว่าปัญหาหลักได้แก่ ผู้กู้ กยศ.ยังขาดวินัยในการออม และปัญหาคือด้านการแจ้งข่าวสาร ซึ่งกรณีดังกล่าวจำเป็นต้องให้สถานศึกษามี

ส่วนร่วมแก้ปัญหา อาศัยหลักการบริหารหนี้ที่ดีที่สุด ได้แก่การต่อรอง คดีกันระหว่างเจ้าหนี้กับลูกหนี้ โดยทางกยศ.สามารถติดต่อผู้กู้ได้ สามารถคุยได้ ปรับความเข้าใจได้ในเบื้องต้น ก็จะแก้ปัญหาดังกล่าวได้ แต่เนื่องจาก กยศ.ยังขาดข้อมูลข่าวสารส่วนนี้ ทาง กยศ.จึงต้องทำงานในเชิงรุกให้มากขึ้น โดยข้อมูลจากหน่วยงานภาคเอกชน ภาครัฐวิสาหกิจ ภาคราชการ ซึ่งผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมาพบว่าปัญหาภาคเอกชนจะมีไม่มากเท่าภาครัฐวิสาหกิจ และภาคหน่วยงานราชการ ข้อเท็จจริงจะพบว่าหลายหน่วยงานเขาปฏิเสธ เพราะติดขัดในข้อกำหนดยืมต้องรอข้อมูลจากหน่วยงานอื่น

ประการที่สองที่จะเพิ่มให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ได้แก่ ช่องทางกรมสรรพากร ที่เปิดโอกาสให้นายจ้างไปหักภาษีทุกเดือน แนวทางแก้ปัญหาคงต้องให้ความสำคัญที่ตัวกฎหมาย ทั้งนี้ เพราะปัจจุบันยังไม่มีมาตรการที่จะบังคับผู้กู้ยืมในเรื่องของการชำระหนี้ ขาดมาตรการแก้ไขคือทางกองทุน จะเข้าไปแก้ไขการขาดมาตรการการบังคับการให้ชำระหนี้ ในปัจจุบันเมื่อทาง กยศ.ติดตามไม่ได้ สิ่งที่ต้องดำเนินการคือการฟ้องร้องดำเนินคดี และการเข้าเครดิตบูโร เพื่อลดการฟ้องร้องคดี

โดยสรุปแล้ว ปัญหาทั้งหมดเกิดขึ้นจากจิตสำนึกที่ดีของผู้กู้ เรื่องการขาดจิตสำนึก และเห็นแก่ตัว แม้ว่าคนที่จบแล้วมีงานทำมักจะมองเรื่องความสะดวกส่วนตัวก่อน เห็นผลประโยชน์ต่อส่วนรวม หลายกรณีทาง กยศ. พบคือ บัณฑิตเมื่อมีงานทำ ก็จะเน้นเรื่องการซื้อรถยนต์ มือถือ และผ่อนบ้าน แต่ไม่คิดจะนำเงินรายได้มาจ่ายหนี้ กยศ. ซึ่งสำหรับแนวทางการแก้ไข เพื่อสร้างจิตสำนึก ทางกยศ.ได้ขอความร่วมมือจาก สถานศึกษาทุกแห่ง เพื่อช่วยกัน สร้างจิตสำนึก และให้ความรู้ โดยเริ่มต้นที่สถานศึกษาที่นักศึกษาเรียนอยู่ แม้ว่าในนักศึกษาจบใหม่อาจจะ ความรับผิดชอบ มีความเป็นผู้ใหญ่น้อย ผลที่ได้จึงไม่เต็มที่นัก แต่ทาง กยศ. พิจารณาแล้วว่า สิ่งนี้เป็นหนทางหนึ่งที่ต้องสร้างให้เกิดขึ้น ดังนั้นทางกองทุนได้กำหนดเป็นหลักเกณฑ์ข้อตกลง ข้อหนึ่งในการกู้ยืมที่ สำหรับผู้กู้ที่จะกู้ยืมจะต้องทำสาธิตละครประโยชน์ เพื่อทำให้เกิดการรู้สึกถึงคุณค่าของการให้ รู้ถึงคุณค่าของการเสียสละ ทำแล้วให้เกิดความรู้สึกที่ดี ทำให้เกิดความรู้สึกที่จะส่งคืนโอกาสให้กับรุ่นน้อง ขณะนี้ปัญหาดังกล่าวการขาดจิตสำนึกกำลังจะลดลง เนื่องจาก ทาง กยศ. ได้รับความร่วมมือจากหลายหน่วยงานของรัฐในการเข้าถึงข้อมูล ประกอบกับกฎหมายใหม่ที่กำลังให้สิทธิกับ กยศ.การเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร

ส่วนปัญหาหลักอีกด้านคือข้อมูลผู้กู้ หมายถึง ที่อยู่ ที่ทำงาน เบอร์โทรศัพท์ ปัญหาที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดในช่วงเริ่มมีระบบ กยศ. ในขณะนั้นทาง กยศ.ให้นักศึกษาจ่ายเงินได้ ตั้งแต่ปีแรก จนจบการศึกษา หากพิจารณาแล้วจะพบว่าใช้เวลาประมาณ 10 ปี มีลักษณะปลอดภัย โดยข้อมูลดังกล่าวมีความแตกต่างจากข้อมูลธนาคารที่ให้สินเชื่อกับคนที่มีการมีงานทำ เพราะฉะนั้นคนที่กู้ธนาคารต้องให้ข้อมูลอะไรที่เป็นประโยชน์กับธนาคารในการติดตามทวงถามหนี้ แต่ผู้กู้ ณ วันนั้น

คือเป็นนักศึกษา ซึ่งกว่าจะเรียนจบ กว่าจะได้ทำงาน ข้อมูลที่อยู่อาศัย เบอร์โทรศัพท์มือถือมีการเปลี่ยนแปลง ทั้งที่อยู่ที่บ้าน ที่อยู่ทำงาน และนักศึกษาเมื่อเรียนจบ มักจะไม่แจ้งที่อยู่ใหม่เพราะว่ากลัวการติดตามทวงหนี้ ส่งผลให้ทาง กยศ.ขาดข้อมูลติดตามผลทวงหนี้ วิธีแก้ปัญหานี้ที่ กยศ. ดำเนินการคือ การว่าจ้างบริษัทติดตามหนี้ ที่เป็นหน่วยงานที่มีความเป็นมืออาชีพ คล่องตัว และเข้าถึงข้อมูลได้มากกว่า กยศ. รวมถึงคล่องตัวกว่า ธนาคารกรุงไทย ผลที่ตามมาคือ แนวโน้มของหนี้ค้างชำระที่ลดลง ส่งผลทำให้กองทุนสามารถเลี้ยงตัวเองได้ โดยไม่ต้องพึ่งงบประมาณจากรัฐบาลเลย โดยที่จะสามารถบริหารจัดการเงินได้ทั้งหมด ที่จะนำไปตามวัตถุประสงค์เรื่องของทุนหมุนเวียนจริงๆ อันนี้คือสภาพปัญหาที่ผ่านมา และ แนวทางแก้ไขที่มีอนาคต

2. ขณะนี้มีการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาบ้างหรือไม่ ในแง่ใด แล้วได้ผลเป็นอย่างไร

การใช้นโยบายสาธารณะในขณะนี้ทาง กยศ. ได้ดำเนินการในหลากหลายช่องทาง อาทิ ในเรื่องของพร้อมเพย์ โดยขณะนี้อยู่ระหว่างการดำเนินการ หากระบบสามารถทำได้เต็มรูปแบบ การโอนเงินระหว่างบุคคลกับสถาบัน หรือระหว่างสถาบันกับบุคคล การชำระเงินก็จะสามารถดำเนินการได้อย่างเต็มรูปแบบ ในปัจจุบันผู้กู้เอง จะได้รับความสะดวกจากช่องทางการชำระเงินมากกว่าในอดีต ทางกยศ. ก็พยายามที่จะทำแอปพลิเคชัน ทาง กยศ. พยายามที่จะปรับปรุงเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เน้น สะดวกสบายแต่รวดเร็ว มีความมั่นใจได้ในเรื่องความปลอดภัย ที่สำคัญที่สุดได้แก่นโยบายเรื่องการปรับปรุงกฎหมายกองทุน และนโยบายในเรื่องการขึ้นทะเบียนคนจน ทางกยศ. ใช้สารสนเทศเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างผู้ปกครองกับนักศึกษาที่ยื่นกู้ กยศ. เพื่อให้เงินกู้ไปถึงบุคคลที่ควรได้รับการกู้ที่แท้จริง สำหรับนโยบายในอนาคต การที่สถานศึกษาจะพิจารณาว่าเด็กที่จะกู้อยู่ในกรณีที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ ครอบครัวของผู้กู้ต้องต้องไปขึ้นทะเบียนคนจนก่อน เพื่อให้มีหนังสือรับรองมาว่าครอบครัวของผู้กู้ยากจนจริง เพื่อให้เงินกู้ไปถึงผู้ที่ควรได้รับอย่างแท้จริง เดิมอำนาจในการพิจารณาอยู่ที่สถานศึกษา ผลที่ตามมาคือการเกิดปัญหาจากสถานศึกษาเอกชนที่พยายามจะให้นักศึกษาทุกคนได้รับอนุมัติกู้ เพื่อทางสถาบันจะได้ค่าทอมน ดังนั้นการใช้นโยบายที่นำไปใช้การขึ้นทะเบียนคนจน การที่มีพร้อมเพย์น่าจะเป็นนโยบายที่ดี ส่งผลทำให้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับ กยศ. กล่าวลดลง

3. ปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาหรือไม่อย่างไร

3.1. การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนเงินกู้ยืม กยศ. มีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระหนี้ของผู้กู้ สำหรับเรื่องนี้ทาง กยศ. ตระหนักถึงการให้ความสำคัญของ ภาพลักษณ์ที่ดีมาโดยตลอด กล่าวคือเมื่อ นักศึกษาผู้กู้ติดปัญหากับทาง กยศ. หรือมีปัญหาในด้านใด ก็สามารถติดต่อมายัง กยศ. ได้ ทั้งนี้เพราะความสัมพันธ์ระหว่าง กยศ. กับนักศึกษาในฐานะผู้กู้ กยศ. มุ่งหวังความต่อเนื่อง และไม่ยอมให้ขาดการติดต่อกัน ทั้งนี้เพราะ กยศ. ยังต้องอยู่ด้วยกัน กับผู้กู้อีกนาน 10 กว่าปี การสร้างภาพลักษณ์ในส่วนนี้ทาง กยศ. พยายามให้นักศึกษามีทัศนคติที่ดี ใ้มองทาง กยศ. อย่างเป็นมิตร เมื่อมีปัญหาที่สามารถมาปรึกษาหารือ เนื่องจากกยศ. ไม่ประสงค์ให้มีผู้กู้ออกไปถึงจุดที่บังคับคดียึดทรัพย์ ทาง กยศ. มีทางออกให้เลือกมากมาย โดยเชื่อว่าทุกอย่างต้องเกิดจากการพูดคุย ให้ผู้กู้ได้มีเลือก เมื่อเกิดปัญหา ก็เปิดช่องทางแก้ปัญหา เช่นการให้ผ่อนชำระ การพักการผ่อนก็ได้ ทางกยศ. มุ่งสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ในเรื่อง "มีปัญหาชำระหนี้ ก็ปรึกษากัน" ขณะนี้ กยศ. มีโครงการร่วมและเปิดตัวให้สังคมรู้จักในแง่ที่ดีมากขึ้น ให้สังคมรู้สึกกับ กยศ. ในทางดีขึ้น ให้เกิดภาพลักษณ์กองทุน กยศ. โดยมุ่งเน้นในเรื่องการสร้าง ความเข้าใจหรือทัศนคติที่ถูกต้องให้กับคนกู้ยืม ทั้งในส่วน ตัวผู้กู้ยืม รวมถึงผู้ปกครอง นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อ สถานศึกษาด้วย เพราะทางสถานศึกษาต้องมีบทบาทสำคัญ ในเรื่องการกระจายภาพลักษณ์ที่ดีของกยศ.

โดยที่ก่อนหน้านี้ การสร้างภาพลักษณ์จะเป็นการรณรงค์แบบบุคคล แต่ในปัจจุบัน กยศ. จะเน้นไปที่องค์กร เน้นไปที่ตัวนายจ้าง และเน้นเป็นพิเศษในหน่วยงานภาครัฐ ขณะนี้ทาง กยศ. ได้พิจารณาการสร้างภาพลักษณ์โดยอาศัยความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา รวมถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารการเงินให้นักศึกษาตามสถาบันการศึกษาโดยใช้ตลาดหลักทรัพย์เข้ามาให้ความรู้เกี่ยวกับวินัยทางการเงิน กยศ. ตระหนักว่าในวันทีนักศึกษาเริ่มกู้ อายุยังไม่ถึงยี่สิบปีเต็มการตระหนักรู้ยังไม่ชัดเจนการสร้างภาพลักษณ์เพื่อให้เขาสนใจและรับผิดชอบต่อหนี้ที่ตนก่อจึงมีความสำคัญมาก

3.2. การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน

การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ถือเป็นสิ่งสำคัญ เพราะบุคลากรของเราต้องทันโลกทันเหตุการณ์ ปัจจุบันนี้ ทาง กยศ. มีโครงการฝึกอบรมให้บุคลากรมีจิตบริการ พนักงานทุกคนถูกฝึกอบรมว่า มีจิตบริการอยู่ตลอดเวลา และต้องเข้าใจว่า กยศ. คืองานบริการ เราทำงานบริการบุคลากรต้องไม่คิดว่าเราจะทำงานเหมือนธนาคารพาณิชย์ที่จะปล่อยกู้เพียงอย่างเดียว หรือเป็น

สถาบันที่จะคอยทวงหนี้อย่างเดียว กยศ.เป็นหน่วยงานให้บริการที่เป็นมิตรกับผู้กู้ ข้อนี้อำทำได้ก็จะช่วยสะท้อนมุมมองที่ดีต่อภาพลักษณ์ ในแง่ที่ กยศ. จะให้บริการกับประชาชนเช่นเดียวกันเป็นการให้บริการกับผู้กู้ กยศ.ต้องมีการพัฒนาบุคลากรให้มีจิตบริการที่ดี สิ่งสำคัญในการเตรียมบุคลากรของเราคือ บุคลากรของ กยศ. จะต้องตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อการสร้างความรู้ความเข้าใจในหลักเกณฑ์ การมีจิตอาสาที่จะเข้าไปช่วยผู้กู้ ตามลำดับความเร่งด่วน ซึ่งในประเด็นนี้ทาง กยศ.ทำอย่างต่อเนื่องและให้ความสำคัญมากที่สุด

ปัญหาของ กยศ. ที่มีมาก และเกิดการสะสมมายาวนาน คือการไม่ใส่ใจเรื่องคน เรื่องปริมาณ เรื่องเวลาที่ การพัฒนาเป็นสิ่งที่สำคัญในเรื่องที่ต้องทำ เรื่องของทักษะในการทำงาน กับในเรื่องของการกิจจะไรต่างๆ เพื่อให้มีภาระผูกพันขององค์กรการ ปัจจุบัน กยศ. มุ่งพัฒนาบุคลากรตลอดทุกๆปี ในแต่ละด้านก็จะมีการอบรมภาพรวม มีการอบรมเฉพาะฝ่าย ในหลักสูตรที่ถือว่าเป็นประโยชน์

3.3.ระบบการสื่อสารและเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ

เรื่องของการพัฒนาคุณภาพเทคโนโลยี และ ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ การใช้เทคโนโลยีถือเป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับ กยศ. ยุคนี้เป็นยุคแห่งสารสนเทศ ซึ่งเรามุ่งเน้นออกเป็นสองส่วนได้แก่ ส่วนของการติดต่อภายในและการสื่อสารไปยังภายนอก ทั้งนี้ ทาง กยศ. ใช้การสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ไปกลุ่มเป้าหมายของเรา ซึ่งขณะนี้จะเป็นช่วงวัยทำงาน (เพราะเริ่มมีรายได้พร้อมชำระหนี้) ดังนั้นการสื่อสาร กับกลุ่มเป้าหมายไม่สามารถได้เพียงช่องทางเดียว กยศ. ไม่สามารถใช้วิธีดั้งเดิม เพราะเราต้องเข้าใจผู้กู้ ในยุคนี้พวกเขาไม่ได้มีแค่โทรศัพท์ในการติดต่อเกือบทุกคนจะมี Facebook มีแชท ดังนั้นทาง กยศ. จึงใช้วิธีการเปิดช่องทางให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย กยศ. มี Facebook สำหรับแชท กยศ. กำลังทำโดยใช้ให้ Line ตอบ ขณะนี้มีการประชุมกันว่าเราจะทำไลน์แบบใด ใช้การตอบแบบอัตโนมัติ หรือมีแบบเฉพาะกิจ แอปพลิเคชันไลน์ กยศ.กำลังจะมี โดย อยู่ในขั้นกำลังศึกษาถึงความเป็นไปได้ว่าสิ่งที่กำลังดำเนินการอยู่ สำหรับเทคโนโลยี และการสื่อสารนั้นสำคัญมาก ดังนั้นทางกยศ. ต้องพิจารณาว่าเหมาะสมและคุ้มค่าหรือไม่ เพราะฉะนั้นช่องทางอื่นที่ กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้ามาติดต่อได้บนแอปพลิเคชัน บนมือถือ บนสังคมออนไลน์ เราต้องมีให้ครบ เหมือนกับโทรศัพท์ขณะนี้จะเห็นว่าแม้แต่เราเองก็มีแนวโน้มการใช้งานลดลง การติดต่อกับทาง กยศ.ผ่านระบบสื่อสาร ไม่ใช่ติดต่อยาก แต่การติดต่อแต่ละครั้งใช้เวลานาน

สำหรับด้านการสื่อสารภายในองค์กรเองก็ ทางกยศ. ก็มีเฟสบุ๊คตัวเอง ภายในองค์กรเองต้องใช้ไลน์กลุ่มด้วย การใช้อีเมล มีการส่งทางโทรศัพท์ กล่าวคือทาง กยศ. จะใช้วิธีการ สื่อใน

การสื่อสารในทุกช่องทาง ให้นักงานทุกคนเข้าใจ วัตถุประสงค์ นโยบายหรือโครงการหลักที่ต้องให้เขาเข้าใจไปในแนวทางเดียวกัน

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับ กยศ. แม้ไม่ได้เป็นตัวหลัก แต่เป็นตัวสนับสนุนที่สำคัญ นโยบายการทำงาน เราเอาไอทีมาสนับสนุนให้เดินไปได้เร็วขึ้น ได้เร็วขึ้น ดีขึ้น ประสิทธิภาพมากขึ้น โปร่งใสมากขึ้น การสื่อสารสำคัญมากคือการสื่อสารได้ไม่ชัดเจนคนที่รับสื่อสารมันก็ไม่เข้าใจอีก ชัดเจนหมายความว่าให้คนตีความเองได้ไม่คลุมเครือ ทำให้คนรู้จักองค์การมากขึ้น เข้าใจ กยศ. มากขึ้น การสื่อสารที่มีคุณภาพ เป็นเรื่องที่ กยศ. ให้ความสำคัญ และวางแผนไว้ทั้งนี้เนื่องจาก ในระยะเวลาสักประมาณ 3 ปี สัญญากับธนาคารกรุงไทย ธนาคารอิสลามจะหมดสัญญา ระบบทั้งหมดจะกลับมาให้ กยศ. บริหารเอง ดังนั้นขณะนี้ทาง กยศ. จึงพัฒนาแนวทางของเทคโนโลยีและการสื่อสารให้สมบูรณ์มากที่สุดในทุกช่องทางที่เป็นไปได้

3.4. การสร้างทัศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม

ทัศนคติที่ดีย่อมสัมพันธ์กับ ภาพลักษณ์ของ กยศ. มีทัศนคติของนักศึกษา บางคนที่มีมอง กยศ. เป็นเหมือนบริษัทไปทวงหนี้ ตัวนักศึกษา เป็นลูกหนี้ ในความจริงทาง กยศ. อยากให้นักศึกษาเข้าใจว่าเราเข้ามาช่วยเหลือมากกว่า คืออยากให้นักศึกษาที่เข้ามากู้ กยศ. ปรับทัศนคติใหม่ว่าผู้กู้ กู้ไปก็ต้องส่งต่อคืนต่อให้รุ่นน้อง เพราะเมื่อนักศึกษาได้รับโอกาสจนเรียนจบไปแล้ว ต้องรับผิดชอบในการส่งโอกาสต่อให้กับรุ่นน้อง ให้เงินหมุนเวียนกลับเข้ามาเพื่อที่จะให้รุ่นน้องมีโอกาสเหมือนที่นักศึกษาที่กู้ กยศ. เคยได้รับ สิ่งนี้เป็นความพยายามในการเปลี่ยนทัศนคติที่ส่งผลต่อการชำระหนี้ โดยมุ่งเป็นภารกิจหลักของผู้ที่จะต้องแสดงน้ำใจส่งต่อโอกาส ให้รุ่นน้อง เมื่อผู้กู้มีงานทำแล้วมีรายได้แล้ว การมีทัศนคติที่ถูกต้องมีสำคัญมากกว่าที่ กยศ. ต้องไปสร้างกฎ ไปบังคับการชำระหนี้ ทัศนคติที่ดีจะช่วยสร้างการตระหนักถึงความสำคัญที่ตนมีหน้าที่ส่งมอบโอกาสต่อให้รุ่นน้องในสิ่งที่นักศึกษาเคยได้รับมาแล้ว ซึ่งต่อไปในอนาคตรุ่นน้องก็จะเจริญรอยตาม การมีทัศนคติจะช่วยได้ในการส่งมอบโอกาสต่อไปเรื่อยๆ มันก็จะเป็นวงล้อวัฏจักร ที่ทำให้ประเทศไทยพัฒนาไป ทัศนคติที่ดีต้องเริ่มที่วิธีคิดที่จิตสำนึกก่อน เพราะว่ากองทุนมองว่าคนเราถ้าเป็นคนดีสิ่งเหล่านี้พวกนี้มันตามมาเอง ส่วนเรื่องมาตรการบังคับเรามองว่าเป็นมาตรการเสริม

3.5. การสร้างความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม

การไว้วางใจของผู้ที่มีต่อ กยศ. ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะให้นโยบายประสบความสำเร็จ ผู้กู้จะต้องมีความมั่นใจว่า การที่ กยศ. นำเงินที่ชำระคืนมาเพื่อปล่อยกู้ต่อมาให้กับรุ่นต่อไป เป็นความร่วมมือกันในการสร้างโอกาส และสร้างความสำเร็จให้นักศึกษาในรุ่นต่อไป ความเชื่อมั่นจะสร้าง

ความไว้วางใจ ข้อที่เป็นจริงคือเงินทุกบาททุกสตางค์ที่ กยศ.ได้รับกลับจะนำกลับมาสร้างคุณค่าให้กับสังคม คืนให้กับประเทศไทย

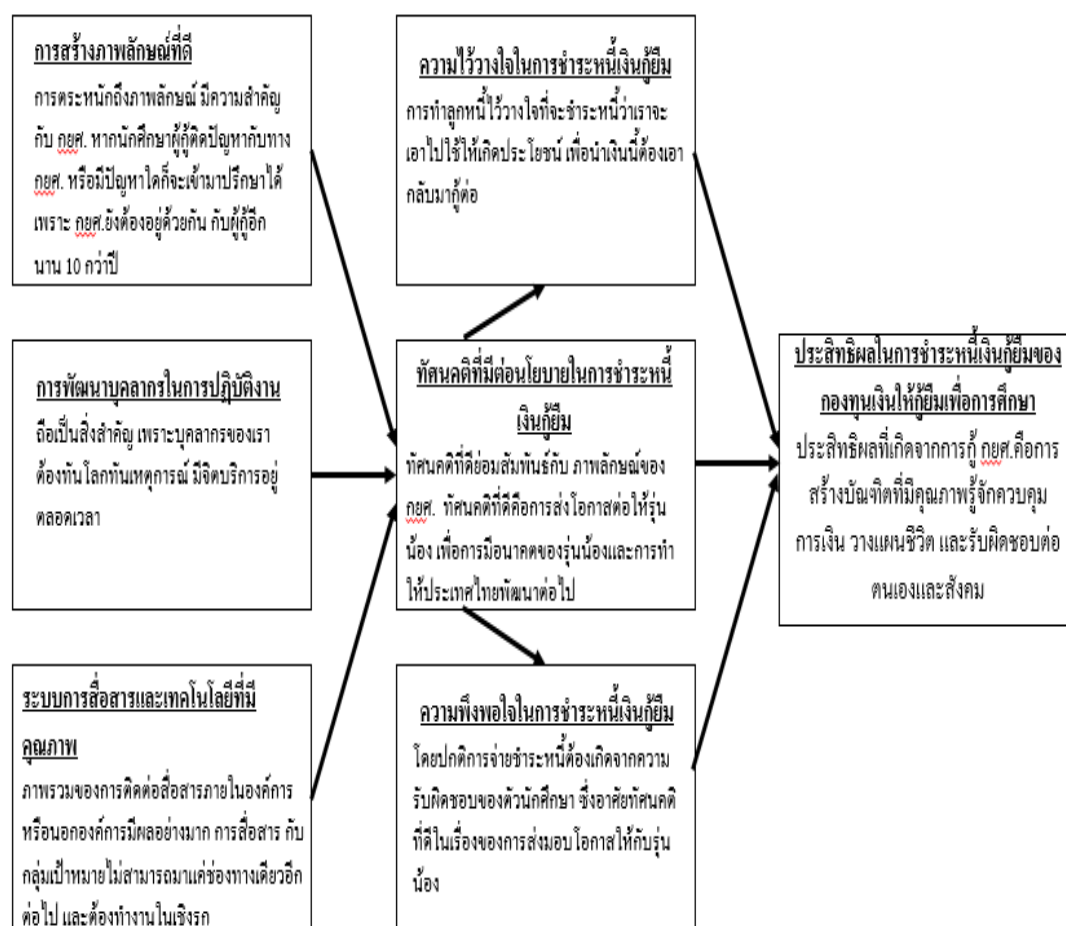
การสร้าง ความไว้วางใจในการชำระหนี้ คือการที่ลูกหนี้ไว้วางใจ ที่จะชำระหนี้ว่าและมั่นใจว่าเงินจะเอาไปใช้ให้เกิดประโยชน์กับกองทุนไม่มีปัญหา ในอดีตที่ผ่านมาทาง กยศ.ไม่เคยมีประเด็นว่าเคยถูกถาม เพราะผู้ทุกคนเข้าใจว่าเงินนี้ต้องเอากลับมาคู่ต่อ ไม่เช่นนั้นเด็กรุ่นน้องจะได้รับผลกระทบ อีกประเด็นหนึ่งคือทาง กยศ. สำนักงานประมาณก็ดูแลอยู่ มีสภาที่ดูแลอยู่ เวลาตั้งงบประมาณของกู้ยืม เพราะว่าลักษณะของกองทุนถูกตั้งขึ้นมาเป็น แนวคิดของเงินหมุนเวียน เงินหมุนกลับมาใช้ ส่วนที่ขาดคือขอสนับสนุนเพิ่ม กองทุนเป็นหนึ่งในกองทุนหมุนเวียน

4.แนวทางในการจัดการในการเพิ่มประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาเพื่อให้เกิดความสำเร็จต้องทำอย่างไร

การนำแนวทางการจัดการ นโยบายการเพิ่มประสิทธิผลในการชำระหนี้ ต้องเกิดจากการบูรณาการปัจจัยหลาย ๆ ประการเข้าด้วยกัน ทาง กยศ. ก็ต้องมาคิดโครงการเพื่อที่จะนำไปปฏิบัติให้ได้จริง ในทุกนโยบายต้องมีการศึกษาผลเสียผลได้และต้องศึกษาถึงความเป็นไปได้ มีการจัดทำก็ต้องให้บังเกิดผลได้จริง มีการลงไปดูในกลุ่มตัวอย่าง ทดสอบเพื่อที่จะให้ได้ผลจริง เพื่อก่อนที่จะนำไปปฏิบัติ และเมื่อปฏิบัติแล้วต้องประเมินผลกลับมาเป็นวงล้อ นำผลที่ศึกษานำร่องมาสรุปว่าสิ่งใดที่ขาดไป ต้องมาเพิ่มเติมเป็นนโยบายใหม่ ดังนั้นนโยบายสาธารณะ ทางกยศ. จะต้องนำการปรับมีการสร้างเสริมเป็นวงล้อที่ต่อเนื่องไป เมื่อเริ่มรับเป็นปัจจัยเข้ามา ดำเนินการ ดูผลที่เกิด มีการประเมินผลย้อนกลับเพื่อนำกลับเข้ามาเป็นปัจจัยนำเข้าอีกต่ออีก คือต้องมีผลตอบรับเข้ามา ให้ประเมินผล คือโครงการทุกโครงการของ ทางกยศ. จะสำเร็จหรือไม่ ไม่ได้เกิดจากการผลเพียงอย่างเดียว ต้องมีการพิจารณาแบบระยะยาว หากประสิทธิภาพเป็นไปตามต้องการแล้วก็จะเก็บเป็นแนวทางนโยบายที่ใช้ต่อไป และหากบางนโยบายที่ไม่มีประสิทธิผล ก็จะมีประชุมเพื่อหาทางแก้ไข รวมถึงบางนโยบายที่อาจจะพิจารณาแล้วว่าไม่มีประสิทธิผล 95% แล้วอีก 5% ที่ไม่บรรลุผล

ทาง กยศ. จะไม่เพิกเฉย จำพิจารณาหาทางปรับปรุงใน ส่วนที่เหลือให้ได้ประสิทธิผลที่สมบูรณ์ขึ้นในปีถัดไป เพราะฉะนั้นการจัดการในส่วนนี้ เน้นการทำให้เป็นประโยชน์ให้ได้มากที่สุด ทุกนโยบายจะต้องมีการดำเนินการได้จริง เมื่อให้เห็นตัวอย่างด้วยว่าทำแล้ว ก็จะทยอยปรับปรุงในส่วนที่ยังทำไม่ได้ และส่วนที่ยังไม่ได้ทำ หรือส่วนที่ไม่ได้บรรลุตามเป้าหมาย ทาง กยศ. จะใช้การจัดการด้วย การนำมาเป็นปัจจัยป้อนเข้าใหม่ ประมวลผลใหม่ ถือเป็นวงล้อในการทำนโยบายในการปฏิบัติที่หมุนเวียน

การพัฒนาแนวทางและข้อเสนอแนะทางการจัดการในการเพิ่มประสิทธิผลการน่านโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา เกิดจากการผลจากการผานวิธี จากการทำวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพมาสรุปดังภาพที่ 4.3 ดังนี้



ภาพที่ 4.3 แนวทางและข้อเสนอแนะทางการจัดการในการเพิ่มประสิทธิผลการน่านโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

สรุปได้ว่าการพัฒนาแนวทางและข้อเสนอแนะทางการจัดการในการเพิ่มประสิทธิผลการน่านโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ จำเป็นต้องอาศัย ตั้งแต่การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของ กยศ. ให้ผู้กู้ กยศ. รู้สึกว่า กยศ. ไม่ใช่เจ้าหนี้ แต่เป็น โอกาสที่หยิบยื่นให้ผู้กู้เข้ามาสู่โอกาสทางการศึกษา เปิดช่องทางให้คำปรึกษากับผู้กู้ และสร้างการตระหนักถึงความรับผิดชอบในฐานะคนไทยที่จะหยิบยื่นโอกาสต่อให้กับรุ่นน้อง และด้วยความเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์การพัฒนาของระบบการ

สื่อสารและแอปพลิเคชัน ทำให้ผู้รู้ในฐานะคนรุ่นใหม่ใช้โทรศัพท์มือถือได้ง่ายขึ้น กยศ.เองจึงมีแนวทางพัฒนาช่องทางดังกล่าวเพื่ออำนวยความสะดวกและเข้าถึงตัวผู้รู้ การพัฒนาระบบสื่อสารใช้ทั้งในองค์การเพื่อความสะดวกในการทำงาน และใช้ภายนอกองค์การ เพื่อใช้กลยุทธ์ในเชิงรุก เปิดช่องทางการสื่อสารที่ชัดเจน โปร่งใส ให้เกิดขึ้นระหว่าง กยศ.กับผู้รู้ ดังนั้นเพื่อให้ นโยบายดังกล่าวบรรลุผล กยศ.จึงมีความจำเป็นที่จะพัฒนาบุคลากรของตนให้ก้าวหน้าเทคโนโลยี มีจิตใจให้บริการ และมีแผนงานการใช้แหล่งสนับสนุนจากหน่วยงานที่มีความเป็นมืออาชีพ

ผลของการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน และระบบสารสนเทศและเทคโนโลยี จะทำให้ กยศ.กับผู้รู้ไม่ห่างเหินกันสร้างการตระหนักในหน้าที่ของตนทำให้ทัศนคติของผู้รู้ที่มีต่อ กยศ. และทัศนคติในการรับผิดชอบต่อส่วนรวมดีขึ้นทำให้เกิดความพึงพอใจและไว้วางใจ จนทำให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดในการชำระหนี้ จนเกิดวัฏจักรที่พัฒนา ผู้ที่ได้รับโอกาส ให้มีอนาคต และส่งมอบอนาคตให้คนรุ่นหลัง จนทำให้ประเทศชาติเกิดการพัฒนา



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มีวัตถุประสงค์การวิจัยอยู่ 3 ประการคือ 1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหา ที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา 2. เพื่อ ศึกษาหาประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงิน ให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา และ 3. เพื่อพัฒนาแนวทางและข้อเสนอแนะทางการจัดการในการเพิ่ม ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืม เพื่อการศึกษา ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงผสม (Mixed Method Research) การศึกษาในครั้งนี้เป็น การศึกษาวิจัยแบบผสม โดยเน้นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งจะทำให้การเก็บ รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลได้แก่บรรดานักศึกษาที่กู้ยืมเงิน กยศ. สำเร็จการศึกษาตั้งแต่ปี การศึกษา 2549 – 2559 เป็นผู้กู้ยืมทั้งที่สามารถชำระหนี้ได้และชำระหนี้ไม่ได้ และนำวิธีวิจัยเชิง คุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเชิงนโยบาย โดยสามารถสรุป อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่าลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 65.71) ศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 72.38) มีอายุในช่วง 21-22 ปี (ร้อยละ 33.81) อาชีพของผู้ปกครองส่วนใหญ่คือ ค้าขาย (ร้อยละ 35.71) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับ บิดามารดา (ร้อยละ 59.52) ระยะเวลาที่กู้กองทุน เงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาอยู่ในช่วง 4 ปี (ร้อยละ 38.10) ส่วนใหญ่สมาชิกในครอบครัวไม่มีใครกู้ เงินกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ยกเว้นผู้ตอบ (ร้อยละ 62.86) และส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกใน ครอบครัว (ไม่นับตัวผู้ตอบ) (ร้อยละ 59.76)

2. ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงิน ให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ภาพรวมอยู่ในระดับที่ดีมากในทุกด้าน โดยเป็นผลมาจากการได้รับการ ประเมินภาพลักษณ์ ทศนคติที่ดี และความไว้วางใจจากผู้กู้เงิน กยศ. ทิศทางการดำเนินตามนโยบาย ในปัจจุบันจึงมีทิศทางในทางที่ดีขึ้นตามลำดับ

2.1 ผลการประเมินการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม ผลการวิจัยพบว่าทุกข้ออยู่ ในระดับมาก ในส่วนการสร้างภาพลักษณ์เพื่อประโยชน์ส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยที่ 4.08 โดยด้านที่ได้รับ

การประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่เรื่อง ภาพลักษณ์ของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา ทำให้ข้าพเจ้าเกิดตระหนักต่อหน้าที่และความรับผิดชอบในการศึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.16) ในขณะที่การสร้างภาพลักษณ์เพื่อประโยชน์ต่อสังคมและบริบทแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยที่ 4.16 โดยด้านที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่เรื่อง ภาพลักษณ์ของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา แสดงให้เห็นว่าคนในประเทศให้ความสำคัญและโอกาสทางการศึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.20)

2.2 ผลการประเมินการพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก ในส่วนการใช้ทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.01 โดยด้านที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่เรื่อง หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ของทุกคนในองค์กร มีการกำหนดนโยบายและทิศทางการของผู้บริหารองค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.05) ในขณะที่การพัฒนาทักษะการทำงาน มีค่าเฉลี่ยที่ 4.03 โดยด้านที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่เรื่อง หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นการส่งเสริมบุคลากรให้มีคุณค่าและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.08) และการรักษาทรัพยากรมนุษย์ให้ดำรงอยู่กับองค์กร มีค่าเฉลี่ยที่ 4.09 โดยด้านที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่เรื่อง หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นให้บุคลากรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.14)

2.3 ผลการประเมินการพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก ในส่วนการประสานหล่อหลอมทางองค์กร มีค่าเฉลี่ยที่ 4.02 โดยด้านที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่เรื่อง หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มีความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับองค์กรและสิ่งแวดล้อมด้านงาน (ค่าเฉลี่ย 4.06) ส่วนบรรยากาศของการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยที่ 4.06 โดยด้านที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่เรื่องหน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นการติดต่อสื่อสารกับผู้ได้บังคับบัญชา เป็นการติดต่อสื่อสารสองทางกับผู้ได้บังคับบัญชา (ค่าเฉลี่ย 4.11) ด้านคุณภาพของสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.11 โดยด้านที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่เรื่องกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา สามารถให้ข้อมูลที่เชื่อถือได้ ตรวจสอบได้ และมีความยืดหยุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.15)

2.4 ผลการประเมินทัศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ผลการวิจัยพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ในด้านความรู้ ความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.04 โดยด้านที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่เรื่อง ท่านได้พัฒนาความเข้าใจในกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาจากการติดตามข่าวสารอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.10) ในด้านความรู้ลึก มีค่าเฉลี่ย 4.12 โดยด้านที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่เรื่อง ท่านตระหนักในความรับผิดชอบจากการกู้ยืมกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา และจะทำหน้าที่ของลูกหนี้ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.14) ในด้านพฤติกรรมได้รับการประเมินสูง

โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.27 และค่าที่ได้รับการประเมินมากที่สุดได้แก่ ท่านคิดว่าเป็นหน้าที่ของผู้กู้ยืมทุกท่านที่ต้องนำเงินมาให้กองทุน เพื่อสร้างโอกาสให้กับรุ่นน้องต่อไป (ค่าเฉลี่ย 4.30)

2.5 ผลการประเมินความไว้วางใจในการชำระหนี้กู้ยืมเงิน ผลการวิจัยพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ด้านความไว้วางใจในการชำระหนี้มีค่าเฉลี่ยที่ 4.17 โดยค่าที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่ ท่านมีความไว้วางใจว่ากองทุน กยศ. ว่ามีการจัดสรร ด้วยความเป็นธรรมและเปิดโอกาสให้กับนักเรียน นักศึกษาได้เข้าถึงการศึกษาอย่างเท่าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.21) ในด้านความไว้วางใจในการตอบสนองความต้องการมีค่าเฉลี่ยที่ 4.15 โดยค่าที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่ ข้าพเจ้าไว้วางใจว่ากองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา สามารถสนองตอบต่อความต้องการที่คาดหวัง (ค่าเฉลี่ย 4.16)

2.6 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้ ผลการวิจัยพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ด้านการสร้างประสบการณ์แห่งความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.10 โดยค่าที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่ นโยบายการชำระหนี้ สร้างความพึงพอใจแก่ข้าพเจ้า (ค่าเฉลี่ย 4.11) ในส่วนการสร้างสัมพันธภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ยที่ 4.15 โดยค่าที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่ ข้าพเจ้ายินดีที่จะให้ข้อมูลต่อผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการกู้เงินกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.23)

2.7 ผลการประเมินประสิทธิผลในการชำระหนี้ ผลการวิจัยพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาทางด้านความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากรที่มี มีค่าเฉลี่ยที่ 4.01 โดยค่าที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่ กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา สามารถทราบวัตถุประสงค์การกู้ และสามารถติดตาม ได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.06) ส่วนได้สินทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.03 โดยค่าที่ได้รับการประเมินมากกว่าทุกข้อได้แก่ กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มีการเจริญเติบโต มีสมาชิกมากู้เงินอย่างต่อเนื่อง และใช้หนี้ตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.05)

2.8 สรุปได้ว่าสำหรับประสิทธิผลในการชำระหนี้ ในประเด็นของความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากรที่มีพบว่าส่วนที่ กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา ส่วนที่เป็นจุดแข็งคือ กยศ. สามารถทราบวัตถุประสงค์การกู้ และสามารถติดตาม ได้อย่างชัดเจน ในขณะที่ส่วนที่ควรได้รับการปรับปรุงได้แก่ เรื่องการปลดปล่อยหนี้สินของสมาชิกบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่ประเด็นที่สองในเรื่องสินทรัพย์ ด้านที่เป็นจุดแข็งได้แก่ กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มีการเจริญเติบโต มีสมาชิกมากู้เงินอย่างต่อเนื่อง และใช้หนี้ตรงเวลา และที่ด้านที่ยังต้องปรับปรุงได้แก่ กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มีสภาพคล่องสามารถโอนจำนวนเงินกู้ที่ได้จัดสรรให้แก่แต่ละโรงเรียนและสถาบันการศึกษาได้ตรงเวลา

3. ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ผลการวิเคราะห์พบว่า ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ได้รับอิทธิพลรวมเชิงบวกจาก ทักษะคิดที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ($\beta = 0.85$) ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ ($\beta = 0.60$) ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ($\beta = 0.47$) ความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้ ($\beta = 0.24$) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม ($\beta = 0.24$) และการพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ($\beta = 0.15$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้ ได้รับอิทธิพลรวมเชิงบวกจาก ทักษะคิดที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ($\gamma = 0.93$) ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ ($\gamma = 0.64$) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม ($\gamma = 0.25$) และการพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ($\gamma = 0.16$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ได้รับอิทธิพลรวมเชิงบวกจาก ทักษะคิดที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ($\gamma = 0.90$) ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ ($\gamma = 0.64$) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม ($\gamma = 0.25$) และการพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ($\gamma = 0.16$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และทักษะคิดที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ได้รับอิทธิพลรวมเชิงบวกจาก ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ ($\gamma = 0.71$) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม ($\gamma = 0.21$) และการพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ($\gamma = 0.18$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. สภาพปัญหาที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาแรกได้แก่เรื่องช่องทางการชำระเงิน ที่ไม่สะดวก แต่ในจากเดิมปัจจุบันปัญหาดังกล่าวได้รับการแก้ไขให้ดีขึ้นเนื่องจากพัฒนาการของเทคโนโลยี การใช้ระบบบาร์โค้ด และการพัฒนาแอปพลิเคชันรองรับ ทำให้การประชาสัมพันธ์การแจ้งเตือนทำได้ง่ายขึ้น และติดตามข้อมูลได้ง่ายขึ้น การเพิ่มขึ้นของธนาคารที่ให้บริการ การเกิดขึ้นของพร้อมเพย์ เป็นสิ่งช่วยลดปัญหาดังกล่าว ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการชำระหนี้มากขึ้น ประการที่สองที่จะเพิ่มให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น คือ ช่องทางกรมสรรพากร ที่ให้นายจ้างไปหักภาษีทุกเดือน แนวทางแก้ปัญหาดังกล่าวต้องให้ความสำคัญที่ตัวกฎหมาย กฎหมายปัจจุบันยังไม่มีมาตรการที่จะบังคับผู้กู้ยืมในเรื่องของการชำระหนี้ ขาดมาตรการกีดทางกองทุน จะเรียกว่าขาดมาตรการการบังคับการให้ชำระหนี้ ในเมื่อติดตามไม่ได้ไปถึงจุดหนึ่งก็ต้องฟ้องร้องดำเนินคดี หากใช้มาตรการเรื่อง การเข้าเครดิตบูโร การฟ้องร้องคดีจะลดลง

5. การพัฒนาแนวทางและข้อเสนอแนะทางการจัดการในการเพิ่มประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ จำเป็นต้องอาศัย ตั้งแต่การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของ กยศ. ให้ผู้กู้ กยศ. รู้สึกว่า กยศ. ไม่ใช่เจ้าหนี้ แต่เป็นโอกาสที่หยิบยื่นให้ผู้กู้เข้ามาสู่โอกาสทางการศึกษา เปิดช่องทาง

ให้คำปรึกษากับผู้กู้ และสร้างการตระหนักถึงความรับผิดชอบในฐานะคนไทยที่จะหยิบยื่นโอกาสต่อให้กับรุ่นน้อง และด้วยความเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์การพัฒนาของระบบการสื่อสารและแอปพลิเคชัน ทำให้ผู้กู้ในฐานะคนรุ่นใหม่ใช้โทรศัพท์มือถือได้ง่ายขึ้น กยศ.เองจึงมีแนวทางพัฒนาช่องทางดังกล่าวเพื่ออำนวยความสะดวกและเข้าถึงตัวผู้กู้ การพัฒนาระบบสื่อสาร ใช้ทั้งในองค์กรเพื่อความสะดวกในการทำงาน และใช้ภายนอกองค์กร เพื่อใช้กลยุทธ์ในเชิงรุก เปิดช่องทางการสื่อสารที่ชัดเจนโปร่งใส ให้เกิดขึ้นระหว่าง กยศ.กับผู้กู้ ดังนั้นเพื่อให้ นโยบายดังกล่าวบรรลุผล กยศ.จึงมีความจำเป็นที่จะพัฒนาบุคลากรของตนให้ก้าวทันเทคโนโลยี มีจิตใจให้บริการ และมีแผนงานการใช้แหล่งสนับสนุนจากหน่วยงานที่มีความเป็นมืออาชีพ ผลของการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน และระบบสารสนเทศและเทคโนโลยี จะทำให้ กยศ.กับผู้กู้ไม่ห่างเหินกันสร้างการตระหนักในหน้าที่ของตนทำให้ทัศนคติของผู้กู้ที่มีต่อ กยศ. และทัศนคติในการรับผิดชอบต่อส่วนรวมดีขึ้นทำให้เกิดความพึงพอใจและไว้วางใจ จนทำให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดในการชำระหนี้ จนเกิดวัฏจักรที่พัฒนา ผู้ที่ได้รับโอกาส ให้มีอนาคต และส่งมอบอนาคตให้คนรุ่นหลัง จนทำให้ประเทศชาติเกิดการพัฒนา หรือกล่าวได้ว่า การพัฒนาแนวทางและข้อเสนอแนะทางการจัดการในการเพิ่มประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติต้องเน้นความสำคัญในด้าน การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ ทัศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม และความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้ อย่างผสมผสานกัน

5.2 อภิปรายผล

1. ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัญหาที่มีผลกระทบต่อประสิทธิผลในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาแรกได้แก่เรื่องช่องทางการชำระเงิน ที่ไม่สะดวก สอดคล้องกับงานวิจัยของ พงษ์พันธุ์ พลเยี่ยม (2543) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การติดตามการดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาจังหวัดขอนแก่น ปีการศึกษา 2541 ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาในการดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ที่อยู่ในระดับเป็นปัญหามากคือ ขาดความมั่นใจในการชำระเงินคืนตามกำหนด ขาดงบประมาณในการดำเนินการ และปัญหาเรื่องช่องทางการชำระเงิน แต่ในจากเดิมปัจจุบันปัญหาดังกล่าวได้รับการแก้ไขให้ดีขึ้นเนื่องจากพัฒนาการของเทคโนโลยี การใช้ระบบบาร์โค้ด และการพัฒนาแอปพลิเคชันรองรับ ทำให้การประชาสัมพันธ์การแจ้งเตือนทำได้ง่ายขึ้น และติดตามข้อมูลได้ง่ายขึ้น การเพิ่มขึ้นของธนาคารที่ให้บริการ การเกิดขึ้นของพร้อมเพย์ เป็นสิ่งที่ช่วยลดปัญหาดังกล่าว ทำให้เกิดประสิทธิผลในการชำระหนี้มากขึ้น ประการที่สองที่จะเพิ่มให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น คือ ช่องทางกรมสรรพากร ที่ให้

นายจ้างไปหักภาษีทุกเดือน แนวทางแก้ปัญหาจะต้องให้ความสำคัญที่ตัวกฎหมาย กฎหมายปัจจุบันยังไม่มีมาตรการที่จะบังคับผู้กู้ยืมในเรื่องของการชำระหนี้ ขาดมาตรการคือทางกองทุน จะเรียกว่าขาดมาตรการการบังคับการให้ชำระหนี้ ในเมื่อติดตามไม่ได้ไปถึงจุดหนึ่งก็ต้องฟ้องร้องดำเนินคดี หากใช้มาตรการเรื่อง การเข้าเครดิตบูโร การฟ้องร้องคดีจะลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชัย ฤชุพันธุ์ และชลธาร วิศรุตวงศ์ (2544) ได้ศึกษาเรื่อง “แนวทางการบริหารจัดการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา” ที่พบว่า เงื่อนไขการชำระหนี้ของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาผ่อนปรนมาก ระบบการติดตามและบังคับการชำระหนี้ไม่เข้มงวด ทำให้รายได้จากดอกเบี้ยเงินกู้ยืมไม่เพียงพอที่จะครอบคลุมต้นทุนการบริหารและจัดการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาได้ งานวิจัยของ สุดท้าย ชัยจันทิก. (2560). ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการให้เงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาของภาครัฐ ในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย ที่เสนอว่าเงื่อนไขของ กยศ.ที่ผ่อนปรนมากเกินไปทำให้เกิดปัญหาในการชำระหนี้และการติดตามหนี้ งานวิจัยของ เสกสรรค์ บุญรอด. (2553). ทำการวิจัยเรื่อง การประเมินผลและความพึงพอใจของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาต่อกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา: กรณีศึกษาสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา ที่เสนอว่า ปัญหาของ กยศ.คือ การขาดกลไกการติดตามการชำระหนี้คืนที่มีประสิทธิภาพทำให้เกิดความสูญเสียต่อรัฐและผู้เสียหาย และงานวิจัยของอมรา ติรศรีวัฒน์. (2559) ทำการวิจัยเรื่อง การผิณัดชำระเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาในประเทศไทย : ปัญหาและแนวทางในการแก้ไข ที่พบว่า กยศ.มีปัญหาการขาดประสิทธิภาพในกระบวนการ นโยบาย การจัดสรร คัดสรร การแจกจ่าย ระบบการติดตามทวงหนี้ และการชำระหนี้ของกองทุนให้ทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา

2. ประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาเกิดจาก รวมเชิงบวกจาก (1) ทักษะคดีที่มีค่อนนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ดังที่ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) เสนอว่า ความพอใจของลูกค้ามีผลจากความรู้ความสามารถ ความพร้อมในด้านกายและอารมณ์ ในขณะที่ให้บริการรวมถึงความเต็มใจในการให้บริการของพนักงานสิ่งหนึ่งที่นักการตลาดต้องทำคือ การคัดเลือกพนักงานจะต้องทำอย่างรอบคอบ ต้องมีการวัดทัศนคติของผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ ดังที่งานวิจัยของ อมรา ติรศรีวัฒน์. (2559) ทำการวิจัยเรื่อง การผิณัดชำระเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาในประเทศไทย : ปัญหาและแนวทางในการแก้ไข เสนอว่าการสื่อสารของสารสนเทศ มีความจำเป็นในการสร้างการรับรู้ ตระหนักถึงผลกระทบ รวมทั้งบทลงโทษทั้งในรูปแบบทางการเงิน และรูปแบบอื่น (2) ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืมเงิน ดังแนวคิดของ Burn and Stalker (1990) ที่เสนอว่า ความไว้วางใจจะช่วยให้การสร้างสรรค์ และมีความรับผิดชอบในชีวิตโดยอาศัยเทคโนโลยีที่คล่องตัวและมีการเปลี่ยนแปลงง่ายจนเกิดบรรยากาศการติดต่อสื่อสารกันอย่างเปิดเผย (3) ความ

พึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสกสรรค์ บุญรอด. (2553). ทำการวิจัย เรื่อง การประเมินผลและความพึงพอใจของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาต่อกองทุนเงินให้กู้ยืม เพื่อ การศึกษา: กรณีศึกษาสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่เสนอว่า ความพึงพอใจของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาต่อกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลไม่พบความแตกต่างกัน (4) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืมดังที่ Kotler (2000 : 296) ได้กล่าวเสนอว่า ภาพลักษณ์ (Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อองค์กรหรือสถาบัน ซึ่งเน้นเฉพาะภาพของตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงส่วนเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย ดังนั้น ภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพที่สะท้อนถึงการบริหารและการดำเนินงานขององค์กร ทั้งในแง่ระบบบริหารจัดการ บุคลากร(ผู้บริหารและพนักงาน) ความรับผิดชอบต่อสังคม และการทำประโยชน์แก่สาธารณะ และ(5) การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับแนวคิดของ ถวัลย์รัฐ วรเทพพิพัฒน์ (2540) เสนอว่า ประสิทธิภาพขององค์กรเกิดจากการประเมินความสำเร็จของงาน องค์กรจำเป็นต้องรู้ว่าการกระทำอยู่นั้นกำลังดำเนินการอยู่ถึงขั้นใด หรือดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ประสิทธิภาพและประสิทธิผลมีมากน้อยเพียงใด โดยในมิติของประโยชน์ของการประเมินเพื่อการพัฒนาบุคลากรเมื่อพบว่าบุคลากรใดบกพร่องความรู้ความสามารถในด้านใด จะได้หาทางส่งเสริมให้บุคลากรเหล่านั้นได้มีการพัฒนาศักยภาพของตนในสิ่งที่ ไม่รู้ต้องทำให้เกิดมีความรู้แตกฉานชำนาญกว่าคนอื่น ๆ ไม่ชอบงานของตนเองต้องทำให้เกิดความรักในงานที่รับผิดชอบเป็นชีวิตจิตใจ หรือทำไม่ได้ต้องส่งเสริมให้มีทักษะเชี่ยวชาญเป็นอย่างยิ่งเหนือกว่าใครๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรโดยรวม

3. การพัฒนาแนวทางและข้อเสนอแนะทางการจัดการในการเพิ่มประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ จำเป็นต้องอาศัย ตั้งแต่การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของ กยศ. ให้ผู้กู้ กยศ. รู้สึกว่า กยศ. ไม่ใช่เจ้าหนี้ แต่เป็นโอกาสที่หยิบยื่นให้ผู้กู้เข้ามาสู่โอกาสทางการศึกษา เปิดช่องทางให้คำปรึกษากับผู้กู้ และสร้างการตระหนักถึงความรับผิดชอบในฐานะคนไทยที่จะหยิบยื่นโอกาสต่อให้กับรุ่นน้อง และด้วยความเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์การพัฒนาของระบบการสื่อสารและแอปพลิเคชัน ทำให้ผู้กู้ในฐานะคนรุ่นใหม่ใช้โทรศัพท์มือถือได้ง่ายขึ้น กยศ.เองจึงมีแนวทางพัฒนาช่องทางดังกล่าวเพื่ออำนวยความสะดวกและเข้าถึงตัวผู้กู้ การพัฒนาระบบสื่อสาร ใช้ทั้งในองค์กรเพื่อความสะดวกในการทำงาน และใช้ภายนอกองค์กร เพื่อใช้กลยุทธ์ในเชิงรุก เปิดช่องทางการสื่อสารที่ชัดเจนโปร่งใส ให้เกิดขึ้นระหว่าง กยศ.กับผู้กู้ ดังนั้นเพื่อให้ นโยบายดังกล่าวบรรลุผล กยศ.จึงมีความจำเป็นที่จะพัฒนาบุคลากรของตนให้ก้าวหน้าเทคโนโลยี มีจิตใจให้บริการ และมีแผนงานการใช้แหล่งสนับสนุนจากหน่วยงานที่มีความเป็นมืออาชีพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมฤดี วงศ์มิ่ง (2540) ได้ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์การดำเนินงานตามนโยบายกองทุนเงินให้

กู้ยืมเพื่อการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา” ซึ่งการเสนอแนวทางให้ กยศ.ควรมีการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้รวดเร็วขึ้น โดยการจัดหาบุคลากรเพิ่มเติมในการแนะนำและตรวจสอบเอกสารช่วงงานเร่งด่วน งานวิจัยของ บรรพต ศรีวิชัย (2541) ได้ศึกษาเรื่อง “สภาพการดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของสถานศึกษาในจังหวัดเชียงราย” ที่เสนอให้ กยศ. สร้างระบบการประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายและมีการติดตามประเมินรายงานผลและประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ งานวิจัยของ ณรงค์ กุศลสร้าง (2543) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัญหาการดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 6” ที่เสนอให้การดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา คือ การจัดทำเอกสารหลักฐานประชาสัมพันธ์ให้ผู้กู้ทราบ การจัดทำเอกสารหลักฐานของสัญญาเงินกู้ควรได้รับการปรับปรุงให้เหมาะสม งานวิจัยของ เสาวลักษณ์ จงรัตนานนท์ (2543) ได้ศึกษาเรื่อง “ประสิทธิผลของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ศึกษาเฉพาะกรณี มหาวิทยาลัยเกริก” ที่เสนอให้จัดสรรบุคลากรที่ทำงานให้เหมาะสมกับจำนวนงานและมีขั้นตอนในการดำเนินงานหลายขั้นตอน เพื่อลดความผิดพลาด งานวิจัยของ อมรา ตันประวดี (2544) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการชำระคืนเงินกู้โครงการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา : กรณีศึกษานิสิต นักศึกษา ของสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” ที่เสนอว่า การดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อศึกษามีกรอบแนวทางขั้นตอนในการปฏิบัติที่ชัดเจน แต่เมื่อนำไปปฏิบัติก็มีปัญหาบางประการเพราะสภาพความพร้อมของแต่ละโรงเรียนแต่ละแห่งแตกต่างกัน งานวิจัยของ จารุวรรณ เป้งมล (2559) ทำวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) ในอนาคต ที่เสนอว่า กยศ. ควรนำแนวคิด CSR มาใช้ในการบริหารจัดการกองทุนฯ มากกว่าเดิม และควรอยู่ในกระบวนการทำงานหลักขององค์กรเป็น “CSR in-process” โดยปรับปรุงข้อกำหนด ข้อบังคับ หรือกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้กระบวนการการทำงานของ กยศ. โปร่งใสและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย งานวิจัยของ สุรศักดิ์ มีบัว. (2561). ทำการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ ร่างพระราชบัญญัติ(พ.ร.บ.)กองทุนเพื่อการศึกษาพ.ศ.....ที่เหมาะสมต่อการบังคับใช้ โดยเสนอว่า การศึกษามีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในทุกๆด้านเพราะก่อให้เกิดความเท่าเทียมกันของคนในสังคมลดความเหลื่อมล้ำและช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้สูงขึ้น และงานวิจัยของ อมรา ติรศรีวัฒน์. (2559) ทำการวิจัยเรื่อง การผิन्छชำระเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาในประเทศไทย : ปัญหาและแนวทางในการแก้ไข. ที่เสนอว่า กยศ.ต้องพัฒนาบุคลากรให้มีความเหมาะสมของคุณสมบัติบุคลากรในหน่วยงานเงินกองทุนฯ มีความรอบรู้ มีความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมืออาชีพ มีประสิทธิภาพสูง ปราศจากการบริหารจัดการที่มีพิธีการมากเกินไป การทำงานเป็นทีม มีวัฒนธรรม มีวินัย มีระเบียบแบบแผน ทำงานอย่างเป็นระบบสามารถตรวจสอบและติดตาม

ผลได้ และต้อง มีกระบวนการขั้นตอนการรับชำระเงินกู้ที่ชัดเจน เหมาะสม มีความถูกต้อง ทันเวลา และมีฐานข้อมูลที่สามารถติดตามผลได้อย่างเป็นรูปธรรม และเป็นปัจจุบันจากผู้ที่เกี่ยวข้องฝ่าย กองทุนนายจ้าง กรมสรรพากร ผู้รับชำระหนี้ และสถาบันการศึกษา

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ผลจากการวิจัยพบว่าประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาเกิดจากทัศนคติที่ดีของผู้กู้ ดังนั้นก่อนพิจารณาเงินกู้ยืมของคุณสมบัติหนึ่งก็คือการประเมินทัศนคติของผู้กู้ยืม โดยอาจมีการประเมินเพื่อสะท้อนสภาพก่อนกู้ยืม นอกจากการประเมินเพียงผลการเรียนเท่านั้น หากผู้กู้ยืมมีความตระหนักและเข้าใจถึงที่มาของการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา และเข้าใจความรับผิดชอบและบทบาทของตนในการชำระหนี้ให้ตรงเวลาเพื่อรุ่นน้อง ก็จะทำให้ประสิทธิผลในการนำนโยบายดังกล่าวไปใช้มีความสำเร็จตามเป้าหมาย

2. ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบร่วมได้แก่ความไว้วางใจ และความพึงพอใจที่มีต่อกองทุนเงินให้กู้ยืม ปัจจัยดังกล่าวเป็นผลสืบเนื่องมาจากการมีทัศนคติที่ดี ดังนั้นกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาต้องคำนึงถึงโดยอาจมีการประเมินผลของสองปัจจัยดังกล่าว และหาหนทางที่จะพัฒนาความไว้วางใจ และสร้างความพึงพอใจต่อการชำระหนี้คืนของลูกหนี้

3. ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาที่มีอิทธิพลมากที่สุดได้แก่ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ ดังนั้นการเพิ่มช่องทางเพื่อสร้างความเข้าใจและสร้างทัศนคติที่ดีเป็นสิ่งที กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาจำเป็นต้องทำเป็นลำดับแรก ยิ่งในยุคที่การสร้างสารสนเทศผ่าน แอปพลิเคชัน ทำได้ง่ายยิ่งถือเป็นโอกาสอันดีในการพัฒนาศักยภาพของประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยดังกล่าวมีขอบเขตเฉพาะในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นหากจะได้มิติที่มีความครบถ้วนชัดเจนอาจจะทำการศึกษาในเขตปริมณฑลและจังหวัดอื่น

2. งานวิจัยฉบับนี้ใช้เทคนิคแบบผสานวิธี โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณที่นักเรียนนักศึกษาทำทำการวิจัยเชิงคุณภาพกับ ผู้บริหาร กยศ.เท่านั้นยังไม่ได้เก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพกับผู้มีส่วน

เกี่ยวข้องอื่น ๆ อาทิ ผู้บริหารสถานศึกษา และเจ้าของสถานประกอบการที่รับ นักศึกษาที่ กู้ กยศ.เข้ามาทำงาน ดังนั้นผู้ที่สนใจอาจจะขยายเขตแดนการศึกษาเพิ่มเติมจากกลุ่มเหล่านี้

3. งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาลักษณะภาคตัดขวางในช่วงเวลาหนึ่ง หากผู้ที่สนใจจะศึกษาในลักษณะของอนุกรมเวลา และมีการติดตามผลพฤติกรรมการชำระหนี้ของผู้ที่กู้ กยศ. ก็อาจจะได้ผลการวิจัยในมิติที่แตกต่างกันออกไป



บรรณานุกรม

- กันตยา เพิ่มผล. (2543). การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- กาญจนา อรุณสอนศรี. (2546). ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไชยปราการ จำกัด อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กิจวิธ รัตนแก้ว. (2544). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ สาขาสันทราย. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- โกศล ฐานะ. (2539). การติดตามการดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จักรแก้ว นามเมือง และคณะ. (2549). รายงานการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการ (customer satisfaction) ในมิติด้านคุณภาพการให้บริการงานทะเบียนราษฎรเทศบาลเมืองพะเยา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. พะเยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยวิทยาเขตพะเยา.
- จารุวรรณ เป็งมด. (2558). กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาในอนาคต. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. 23 (41) : 201-222.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ณรงค์ กุศลสร้าง. (2543). ปัญหาการดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 6 . มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2545). TQM กลยุทธ์การสร้างองค์การคุณภาพ. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- เดชรัตน์ สุขกำเนิด. (2547). นโยบายสาธารณะกับสุขภาพคนไทย. กรุงเทพฯ : อุษาการพิมพ์
- ดิน ปรัชญพลฤทธิ์. (2552). การบริหารการพัฒนา ความหมาย เนื้อหา แนวทางและปัญหา. (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ถวัลย์รัฐ วรเทพพิพิงษ์. (2540). การกำหนดและวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ: ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.

- ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2546). *เทคนิควิธี การวิเคราะห์นโยบาย*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิวา ประสุวรรณ. (2547). *ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของพนักงานส่วนตำบล ศึกษาเฉพาะกรณีที่ทำกรองค์กรบริหารส่วนตำบลบ้านแดง*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการทั่วไป วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธันยวัฒน์ รัตนศักดิ์. (2546). *นโยบายสาธารณะ*. เชียงใหม่ คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตรมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ (2555). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS*. (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ : หจก.บิซิเนสอาร์แอนคี้ดี.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). *ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ย จำแนกตามการศึกษา*. ค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2561 จาก <http://www2.bot.or.th/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=666&language=TH>
- บรรพต ศรีวิชัย. (2541). *สภาพการดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของสถานศึกษา ในจังหวัดเชียงราย*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ .
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2543). *การวัดและการประเมินผลการเรียนการสอน*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาศึกษาศาสตร์, คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประภาส ปิ่นตบแต่ง. (2554). *วิธีสืบค้นวัสดุสารสนเทศ*. ค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2558, จาก <http://www.polpacon7.ru.ac.th>.
- ประเวศ วะสี (2549). *กระบวนการนโยบายสาธารณะ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2544). *จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริม กรุงเทพฯ.
- พงษ์พันธุ์ พลเยี่ยม (2543). *การติดตามการดำเนินงานกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา จังหวัดขอนแก่น ปีการศึกษา 2541*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. (2545). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน*. กรุงเทพฯ: นานมี. บุ๊คส์ จำกัด.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. (2540). ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพฯ : ประกายพริ้ง.

พัชรวิ สารวิโรจน์ และกานดา จันทรย์แย้ม. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของ นักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขต หาดใหญ่. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. 3(1).92-104.

พิทยา บวรวัฒนา. (2552). ทฤษฎีองค์การสำหรับรัฐประศาสนศาสตร์. กรุงเทพฯ : ศักดิโสภณการ พิมพ์.

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ สถาบันวิจัยและพัฒนา. (2548). รายงานการประเมินผล เรื่อง ความพึงพอใจในการรับบริการเครือข่ายวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. คณะทำงานเผยแพร่สารสนเทศในระบบอินเทอร์เน็ต. (2550). ทฤษฎีความพึงพอใจ. ค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2558, จาก <http://www.stou.ac.th/Thai/Schools/Slw/Wwbbatd/Question.asp>.

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550. (2560). รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย.ค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2560 จาก <http://www.ombudsman.go.th/10/documents/law/Constitution2550.pdf>

เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ. (2550). นโยบายสาธารณะ. กรุงเทพฯ : บริษัท บพิการพิมพ์จำกัด.

เลอमान ศรีบุญเรือง. (2544). บทบาทของกรมการพิจารณาให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาประจำสถาบันการศึกษากับการบริหารกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาในจังหวัดขอนแก่น. ขอนแก่น : การศึกษาอิสระ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

วรรณฤดี แก้วแกมแจ. (2544). ความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดกรุงเทพฯ .ปริญญาานิพนธ์การศึกษา มหาลัยบัณฑิต.มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วรรัตน์ สันติวงษ์. (2549). ปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารต่อการใช้บริการ E-Banking สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจ มหาลัยบัณฑิต (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วรเดช จันทรศร. (2554). ทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.

- วัชรพงศ์ สุขรึกษา. (2539). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกู้ยืมเงินกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา จังหวัดกาฬสินธุ์. กาฬสินธุ์ : สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดกาฬสินธุ์.
- วาริธร ประวัตินวงศ์. (2545). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานพยาบาล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (พยาบาลศาสตร์) ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วิรัช ฤทธิรัตนกุล. (2540). การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์ . (พิมพ์ครั้งที่8). กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิสิทธิ์ สินเชาว์. (2544). การปฏิบัติงานของคณะกรรมการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาในสถานศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษา เขตการศึกษา 9. มหาสารคาม : การค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วิยะกานต์ ต้นสุวรรณรัตน์. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่เข้าสู่แบรนด์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล. สาขาการตลาด. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2545). องค์กรและการจัดการ. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- ศุภชัย ขาวะประภาส. (2540). กลยุทธ์บริหารภาครัฐสถาบันมาตรฐานสากล ภาครัฐแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงาน ก.พ.
- ศุภชัย ขาวะประภาส และปิยากร หวังมหาพร. (2552). นโยบายสาธารณะไทย : กำเนิดพัฒนาการและสถานภาพของศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฑทอง.
- สกุลรัตน์ ตาละโสภณ. (2554). การวิเคราะห์ การประเมินผลความสำเร็จในการดำเนินงานของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาและปัญหาหนี้ค้างชำระเกินกำหนด.วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ *NIDA Development Journal*. 51 (4),153-175.
- สมชัย ฤชุพันธุ์ และชลธาร วิสฤตวงศ์ (2544).รายงานการวิจัยเรื่องแนวทางการบริหารจัดการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- สมฤดี วงศ์สมิง. (2540). การวิเคราะห์การดำเนินงานตามนโยบายกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาอุดมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมบัติ ชำรงชัยวงศ์. (2546). นโยบายสาธารณะ แนวความคิด การวิเคราะห์และกระบวนการ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สมาธรรม.

สมบัติ ชำรงชัยวงศ์.(2560). นโยบายสาธารณะ แนวความคิด การวิเคราะห์ และกระบวนการ.

กรุงเทพฯ : คณะรัฐประศาสนศาสตร์.สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และคณะ.(2551). เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ หลักการ วิธีการและการประยุกต์. (พิมพ์ครั้งที่ 6) .

กรุงเทพฯ : สามลดา.

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2544). สถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : บริษัท เฟื่องฟ้า.พรินติ้ง จำกัด.

สุชาติ โสมประยูร และ วรณี โสมประยูร. (2546). เทคนิคและประสบการณ์งานวิจัยทางการศึกษา.

กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์บริษัทพัฒนาคุณภาพวิชาการจำกัด.

สุดท้าย ชัยจันทิก. (2560). การพัฒนารูปแบบการให้เงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาของภาครัฐ ใน

ระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย.วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. 14(56).173-192.

สุทธิพงศ์ ชัยกมล. (2543). การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน ที่ใช้

ภาษาอังกฤษเป็นสื่อการสอน.วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต .มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.

สุรศักดิ์ บุญเทียน. (2549). การสร้างนโยบายสาธารณะในระดับท้องถิ่น หลักคิดเพื่อการประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ : เอส พี. เอส

สุรศักดิ์ มีบัว.(2561). การวิเคราะห์ ร่างพระราชบัญญัติ(พ.ร.บ.)กองทุนเพื่อการศึกษาพ.ศ.....ที่เหมาะสมต่อการบังคับใช้.วารสารการเมืองการปกครอง.8 (1).191-208.

สุภาพร รัตนน้อย และสุดาดี จตุรงควาณิช. (2554). ทักษะ (Attitude). รายงานหลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต.สาขาวิชาการบริหารศึกษารุ่นที่ 19. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เสกสรรค์ บุญรอด. (2553). การประเมินผลและความพึงพอใจของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาต่อกองทุนเงินให้กู้ยืม เพื่อการศึกษา: กรณีศึกษาสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา.

วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. 4(2), 27-39

เสาวลักษณ์ จงรัตนานนท์. (2543). ประสิทธิภาพของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาเฉพาะ กรณีมหาวิทยาลัยเกริก. : วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกริก.

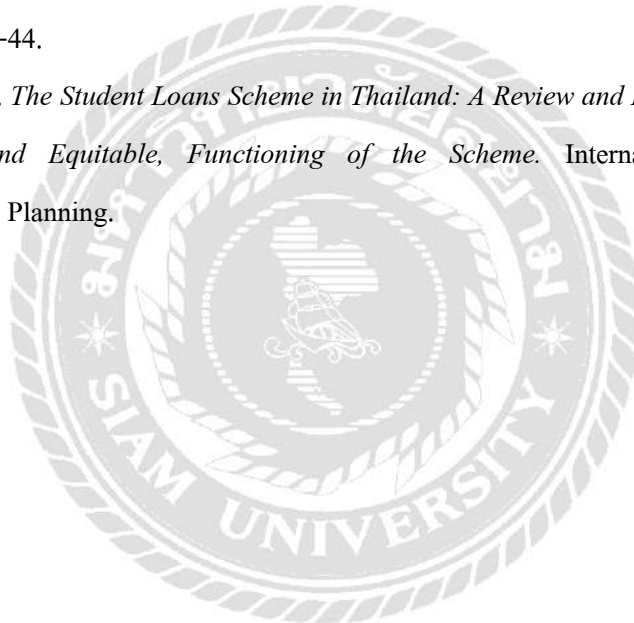
เหมวลา เชิดชูพันธ์ และเสรี ชีระวัฒน์ จันทิก (2559) แบบแผนการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายจากความต้องการเงินของนักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยเอกชน .Veridian e-Journal ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ และฉบับ International Humanities, Social Sciences and arts.9(2). 597-609.

- อภิภัทร สายนาค.(2543). *การศึกษาเจตคติต่อการจัดกิจกรรมเคลื่อนไหวและจังหวะของครูที่ใช้คู่มือ
การประเมินการปฏิบัติการสอน.ปริญญาบัตรการศึกษามหาบัณฑิต. สาขาศึกษาปฐมวัย.
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์ และ จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร.(2549).*หลักการตลาดเพื่อธุรกิจ. (พิมพ์ครั้งที่2).
กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เสริมมิตร.*
- อมรา ตันประวดี. (2544). *ปัจจัยที่มีผลต่อการชำระคืนเงินกู้โครงการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อ
การศึกษา : กรณีศึกษานิสิต นักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร.
กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์ มหาบัณฑิต , บัณฑิตวิทยาลัย.
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.*
- อมรา ศิริวัฒน์.(2559). *การผิคนัดชำระเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาในประเทศไทย : ปัญหาและ
แนวทางในการแก้ไข.วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ. 5(1), 121-144.*
- อนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดุลพัฒนกิจ. (2548). *จิตวิทยบริการ. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์
ดิชั่น จำกัด.*
- อิทธิพล ใจสมัคร. (2541). *การประเมินโครงการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา : ศึกษากรณี
สถาบันอุดมศึกษาเอกชน ประเภทมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร . สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.*
- Abratt, R. (1989).A. New Approach to the Corporate Image Management Process. *Journal of
Marketing Management. 5, (1) : 63-76.*
- Askegaard, S. and Christensen, L.T.(2001). Corporate Identity and Corporate Image Revisited :
a Semiotic Perspective. *European Journal of Marketing. 35 (3/4) : 292-315.*
- Bagozzi, R.P., Yi, Y., and Phillips, L.W. (1991), Assessing Construct Validity in Organizational
Research. Administrative Science Quarterly. 36 (3), 421-58.
- Balmer, J.M.T. (2001).Corporate Identity, Corporate Branding and Corporate Marketing:
Seeing through the Fog. *European Journal of Marketing. 35 (3/4) : 248-291.*
- Balmer, J.M.T. and Gray, E.R.(1998). *,Managing Corporate Image and Corporate Reputation.
Long Range Planning. 31,5 (October 1998) : 695-702.*
- Belsley, (1991). A Guide to using the collinearity diagnostics. *.Computer Science in Economics
and Management. 4, 33–50.*
- Burn, T. and Stalker, G.M. (1990). *The Management of Innovation.* London : Tavistook.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques. Experimental Designs.* New York. Cuyno.

- Daft, Richard L. (2001). *Essentials of Organization: Theory and Design*. Ohio: South Western College.
- Diamantopoulos, A. and Siguaw, J.A. (2000). *Introducing LISREL*. London: Sage Publications.
- Delgado-Ballester, E. and José Luis Munuera-Alemán, (2001). Brand trust in the context of consumer loyalty. *European Journal of Marketing*, 35(11/12) : 1238-1258.
<https://doi.org/10.1108/EUM00000000006475>
- Downs, C.W. and Hazen, M.D. (1977). A Factor Analytic Study of Communication Satisfaction. *The Journal of Business Communication*. 14 (3) : 63-73.
- Dwyer, F.R. and Tanner, J.H. (2009). *Business Marketing: Connecting Strategy, Relationships, and Learning*. McGraw-Hill Irwin.
- Eisenberger, R., Fasolo, P. and Davis-LaMastro, V. (1990). Perceived organizational support and employee diligence, commitment, and innovation. *Journal of Applied Psychology*. 75 : 193-208.
- Geok Theng Lau. (1999). *Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty*. Singapore: Public of Singapore.
- Golembiewski, R.T. (2001). *Handbook of Organizations : Behavior : Revised and Expanded*. (2nd ed.). New York : The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., and Tatham, R. (2006). *Multivariate data analysis*. (6th ed.). Uppersaddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall.
- Hammer, M. and Champy, J. (1993). *Re-engineering the Corporation : a Manifesto for Business Revolution*. New York : Harper Business.
- Kelloway, E.K. (1998). *Using LISREL for structural equation modeling: A researcher's guide*. California. Sage.
- Kennedy, M.S., Ferrell, L.K. and Leclair, D.T. (2001). Consumers' trust of salesperson and manufacturer: an empirical study. *Journal of Business Research*. 51(1): 73-86.
- Kingdon, J.W. (2000). *Agendas, Alternatives, and Public Policies, Update Edition, with an Epilogue on Health Care*. (2nd ed.) Longman Classics in Political Science.
- Konovsky, M.A. and Pugh, S.D. (1994). Citizenship Behavior and Social Exchange. *Academy of Management Journal*. 37 (3) : 656-669.

- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. The Millennium Edition. Person Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Kotler and Armstrong .(2018). *Principles of Marketing*, (17th ed.).Person Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Lambert, S.J..(2000).Added Benefits : the Link between Work-life Benefits and Organizational Citizenship Behavior. *Academy of Management Journal*. 43. (5) : 801-815.
- Marken, G.A. (1990) . Corporate Image : We all Have One but Few Work to Protect and Project It. *Public Relations Quarterly*. 35.(1) : 21-23.
- Marvick, N. and Fill, C. (1995). Toward a Framework for Managing Corporate Identity. *European Journal of Marketing*. 31,(5/6) : 396-409.
- Moorman, R.H., Blakely, G.L. and Niehoff, B.P.(1998). „Does Perceived Organizational Support Mediate the Relationship between Procedural Justice and Organizational Citizenship Behavior. *Academy of Management Journal*. 41.(3) : 351-357.
- Niklas Luhmann. (1998). Familiarity, confidence, trust : Problems and alternatives. In Gambetta. electronic edition, Department of Sociology, University of Oxford,6 : 94-107, (20 Jan 2017) restrict from <https://pdfs.semanticscholar.org/a5ae/78f779284090b9cadb9c5b05501c223f9c23.pdf>
- Podsakoff, P. M. and Others. (2000). Organizational citizenship behaviors : A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management* 26 (3) : 513-563.
- Robbins, S.P. (2000). *Managing Today*. (2nd ed.). Upper Saddle River, N.J. : Prentice-Hall,
- Robbins, S.P. (2009). *Organizational Behavior*. (13th ed.) New Jersey : Pearson Education.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling* (3rd ed.). New York, NY, US: Routledge/Taylor & Francis Group.
- Schiffman,L.G. and Kanuk,LL. (2004) *Consumer Behavior*. (8th ed.) Person Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Shore, L.M. and Wayne, S.J. (1993). Commitment and Employee Behavior : Comparison of Affective Commitment and Continuance Commitment with Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*. 78.(5) : 774-780.

- Smith, C. A., Organ, D. W. and Near, J. R. (1983). Organizational Citizenship Behavior: Its Nature and Antecedent. *Journal of Applied Psychology*. 68 (4): 653-663.
- Stevens, J. (1986). *Applied multivariate statistics for the social sciences*. NJ. Lawrence Erlbaum Associates Inc.
- Stuart, H. (1998). Exploring the Corporate Identity/Corporate Image Interface : an Empirical Study of Accountancy Firms. *Journal of Communications Management*. 2.(4) : 357-371.
- Tepper, B.J., Lockhart, D. and Hoobler, J.(2001). ,Justice, Citizenship, and Role Definition Effects. *Journal of Applied Psychology*. 86. (4) : 789-796.
- Williams, S., Pitre, R. and Zainuba, M. (2002). Justice and Organizational Citizenship Behavior Intentions : Fair Rewards Versus Fair Treatment. *The Journal of Social Psychology*. 142.(2) : 33-44.
- Zigerman, A. (1999). *The Student Loans Scheme in Thailand: A Review and Recommendations for Efficient and Equitable, Functioning of the Scheme*. International Institute for Educational Planning.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย





แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง :

ประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

The Effectiveness of Public Policy Implementation for the Repayment of Student Loan Fund

ผู้วิจัย

ว่าที่ ร้อยเอก โอภาส มีเชาว์

หลักสูตร

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยสยาม

คำชี้แจง

1. ผู้ตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ได้แก่บรรดานักเรียนนักศึกษาที่กู้ยืมเงิน กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

2. แบบสอบถามนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำวิจัย ประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ผู้วิจัยปรารถนาจะให้ผู้ตอบคำถามแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ กรุณาสละเวลาตอบคำถามด้วยตัวท่านเอง และไม่ต้องลงชื่อในแบบสอบถาม

3. ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลเพื่อการวิจัยเท่านั้น และจะสงวนคำตอบของท่านไว้เป็นความลับ จึงไม่มีผลกระทบต่อตัวท่านเอง แต่จะมีความสำคัญและเกิดประโยชน์อย่างยิ่งการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาต่อไป

4. แบบสอบถามชุดนี้ มี 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“แบบสอบถามมีทั้งสิ้น 9 หน้า มีทั้งด้านหน้าและหลังขอความกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ”

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐

1. เพศ

- ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

2. วุฒิการศึกษา

- ☐ 1. มัธยมศึกษา ☐ 2. ปริญญาตรี
☐ 3. อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

3. อายุ

- ☐ 1. ต่ำกว่า 16 ปี ☐ 2. 17-18 ปี
☐ 3. 19-20 ปี ☐ 4. 21-22 ปี
☐ 5. 22 ปีขึ้นไป

4. อาชีพของผู้ปกครอง

- ☐ 1. ว่างาน ☐ 2. รับราชการ
☐ 3. รัฐวิสาหกิจ ☐ 4. พนักงานภาคเอกชน
☐ 5. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ☐ 6. รับจ้าง
☐ 7. แม่บ้าน ☐ 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

5. ท่านอาศัยอยู่กับ บิดา-มารดา

- ☐ 1. ใช่ ☐ 2. ไม่ใช่

6. ระยะเวลาที่ผู้กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

- ☐ 1. ต่ำกว่า 1 ปี ☐ 2. 1 ปี
☐ 3. 2 ปี ☐ 4. 3 ปี
☐ 5. 4 ปี ☐ 6. 5 ปี
☐ 7. 6 ปี ☐ 8. 6 ปีขึ้นไป

7. สมาชิกในครอบครัวที่กู้เงินกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (ไม่นับตัวผู้ตอบ)

- ☐ 1. ไม่มี ☐ 2. 1 คน
☐ 3. 2 คน ☐ 4. 3 คนขึ้นไป

8. จำนวนสมาชิกในครอบครัว (ไม่นับตัวผู้ตอบ)

- ☐ 1. ไม่มี ☐ 2. 1 คน
☐ 3. 2 คน ☐ 4. 3 คนขึ้นไป

**ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการ
ชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา**

คำชี้แจง : ขอให้ท่านแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวบ่งชี้ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับ
ความคิดเห็นของท่าน (ขอความกรุณาตอบทุกข้อ)

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ประโยชน์ต่อส่วนตัว					
1. ภาพลักษณ์ของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา น่าเชื่อถือ					
2. การกู้ยืมกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา ทำให้ข้าพเจ้าเกิดภาพลักษณ์ ที่ดีและ ได้รับการยอมรับจากสังคม					
3. ภาพลักษณ์ของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา ทำให้ข้าพเจ้าเกิดตระหนักรู้ต่อหน้าที่ และความรับผิดชอบในการศึกษา					
ประโยชน์ต่อสังคมและบริบทแวดล้อม					
1. ภาพลักษณ์ของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา เป็นตัวแทนถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม					
2. ภาพลักษณ์ของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา ทำให้ข้าพเจ้าตระหนักถึงหน้าที่ ที่ต้องทำให้แก่สังคมไทยหลังศึกษาจบ					
3. ภาพลักษณ์ของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา สะท้อนให้เกิดความเชื่อมั่นถึงความภาคภูมิใจของคนในชาติ ที่มุ่งมั่นในการศึกษาแก่เยาวชน					
4. ภาพลักษณ์ของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา แสดงให้เห็นว่าคนในประเทศให้ความสำคัญและ โอกาสทางการศึกษา					

การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การใช้ทรัพยากรมนุษย์อย่างมีคุณภาพ					
1. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นที่ความรู้ความสามารถของบุคลากรในองค์กร					
2. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นความคิดริเริ่มของบุคลากรที่สามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน					
3. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ของทุกคนในองค์กร มีการกำหนดนโยบายและทิศทางองค์กรของผู้บริหารองค์กร					
4. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นการสร้างโอกาสในการพัฒนาตนเองเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์กับการทำงาน โดยมีการวางรูปแบบการทำงาน กำหนดหน้าที่การทำงาน มีการวางแผนการทำงาน					
5. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นให้บุคลากรใช้ความคิดที่เป็นระบบ สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม สถานการณ์และความเปลี่ยนแปลงภายในและภายนอกองค์กรอย่างเป็นระบบ					
การพัฒนาทักษะการทำงาน					
1. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นการส่งเสริมบุคลากรให้มีคุณค่าและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ					
2. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้น การพัฒนาทักษะการทำงานของบุคลากรที่มีหลากหลายรูปแบบ					
3. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นการกำหนด การวางแผน และการนำนโยบายไปปฏิบัติ					
4. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้น การให้ความร่วมมือของบุคลากรภายในองค์กรเพื่อส่งผลถึงการทำงานให้สำเร็จตรงตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ร่วมกัน					

การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การรักษาทรัพยากรมนุษย์ให้ดำรงอยู่กับองค์กร					
1. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นความสอดคล้องกันของคุณภาพบุคลากร การทำงานของบุคลากร ค่าตอบแทนและผลประโยชน์ของบุคลากร					
2. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นให้บุคลากรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น					
3. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้น การรักษาทรัพยากรมนุษย์ไว้ให้คงอยู่กับองค์กร					
ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ					
การประสาน หล่อหลอมทางองค์กร					
1. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มีความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับองค์กรและสิ่งแวดล้อมด้านงาน					
2. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา สามารถสะท้อนถึงความพึงพอใจของแต่ละบุคคล กับข่าวสารข้อมูลที่เขาได้รับ					
บรรยากาศของการติดต่อสื่อสาร					
1. การติดต่อสื่อสาร จาก หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา เน้นการสื่อสารแบบสองทางกับผู้บังคับบัญชา					
2. การติดต่อสื่อสารในทุกระดับของหน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา เพื่อกระตุ้นให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน					
3. บุคลากรในหน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา รับรู้และทำหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ					
4. หน่วยงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มุ่งเน้นการติดต่อสื่อสารกับผู้ได้บังคับบัญชา เป็นการติดต่อสื่อสารสองทางกับผู้ได้บังคับบัญชา					

ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
คุณภาพของสารสนเทศ					
1. กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา สามารถให้ข้อมูลที่ต้องการ แม่นยำ สมบูรณ์ครบถ้วน เข้าใจง่าย และทันต่อเวลา					
2. กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา สามารถให้ข้อมูลที่ เชื่อถือได้ ตรวจสอบได้ และมีความยืดหยุ่น					
3. กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาสามารถให้ข้อมูล ที่สอดคล้อง กับความต้องการ สะดวกในการเข้าถึง และมีความปลอดภัย					

ทัศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านความรู้ ความเข้าใจ					
1. ท่านมีความเข้าใจต่อการทำงานของกองทุนกู้ยืมเพื่อ การศึกษา					
2. ท่านมีความเข้าใจต่อโครงสร้างของกองทุนกู้ยืมเพื่อ การศึกษา					
3. ท่านได้พัฒนาความเข้าใจในกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา จากการติดตามข่าวสารอย่างต่อเนื่อง					
ด้านความรู้สึก					
1. ท่านชื่นชมความมุ่งมั่นในการทำงานของกองทุนกู้ยืมเพื่อ การศึกษา					
2. ท่านรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้มีโอกาสเข้ามาเป็นส่วนเป็นผู้กู้ยืม กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา					
3. ท่านตระหนักในความรับผิดชอบจากการกู้ยืมกองทุน กู้ยืมเพื่อการศึกษา และจะทำหน้าที่ของลูกหนี้ที่ดี					

ทัศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านพฤติกรรม					
1. ท่านตั้งใจจะชดใช้เงินคืนให้กับกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาเมื่อท่านศึกษาจบ					
2. ท่านคิดว่าเป็นหน้าที่ของผู้กู้ยืมทุกท่านที่ต้องนำเงินมาให้กองทุน เพื่อสร้างโอกาสให้กับรุ่นน้องต่อไป					
3. ท่านมีความตั้งใจที่จะใช้หนี้อย่างสม่ำเสมอ และตระหนักว่าเป็นภารกิจสำคัญลำดับแรกหลังเรียนจบ					

ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ความไว้วางใจในการชำระหนี้					
1. ท่านมีความไว้วางใจในการทำงานของกองทุน กยศ.					
2. ท่านมีความไว้วางใจว่ากองทุน กยศ. ว่ามีการจัดสรร ด้วยความเป็นธรรมและเปิดโอกาสให้กับนักเรียน นักศึกษาได้เข้าถึงการศึกษาอย่างเท่าเทียม					
3. ท่านมีความเชื่อใจถึงชื่อเสียงของ กองทุน กยศ.					
ความไว้วางใจในการตอบสนองความต้องการ					
1. ข้าพเจ้าไว้วางใจว่ากองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา สามารถสนองตอบต่อความต้องการที่คาดหวัง					
2. ข้าพเจ้าไว้วางใจในความคุ้มค่า และอรรถประโยชน์ของการเข้ามาเป็นสมาชิกของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา					

ความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การสร้างประสบการณ์แห่งความพึงพอใจ					
1. นโยบายการชำระหนี้ สร้างความพึงพอใจแก่ข้าพเจ้า					
2. นโยบายการชำระหนี้ สอดคล้องต่อความคาดหวังที่ข้าพเจ้าตั้งไว้					
3. นโยบายการชำระหนี้ คำนึงถึงความสามารถในการชำระหนี้ของข้าพเจ้า					
4. นโยบายการชำระหนี้ตอบสนองต่อความพึงพอใจด้วยความเชื่อและการรับรู้คุณค่าจากข้าพเจ้า					
การสร้างสัมพันธภาพที่ดี					
1. ข้าพเจ้ายินดีที่จะให้ข้อมูลต่อผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการกู้เงินกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา					
2. ข้าพเจ้ารู้สึกมีความผูกพันอันดีต่อกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา					

ประสิทธิผลในการชำระหนี้	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากรที่มี					
1. การมีหนี้สูญจำนวนน้อย					
2. การปลดปล่อยหนี้สินของสมาชิกบรรลุเป้าหมาย					
3. กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา สามารถทราบวัตถุประสงค์การกู้ และสามารถติดตาม ได้อย่างชัดเจน					
ด้านสินทรัพย์					
1. กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มีการเจริญเติบโต มีสมาชิกมากู้เงินอย่างต่อเนื่อง และใช้หนี้ตรงเวลา					

ประสิทธิผลในการชำระหนี้	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านสินทรัพย์ (ต่อ)					
2.กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา มีสภาพคล่องสามารถโอนจำนวนเงิน กู้ที่ได้จัดสรรให้แก่แต่ละ โรงเรียนและสถาบันการศึกษาได้ตรงเวลา					
3.การเจริญเติบโตของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา อย่างต่อเนื่อง					

ขอบคุณที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม



ภาคผนวก ข

ผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้สัมภาษณ์เจาะลึก





ดร.ทิตติมา วิชัยรัตน์
ผู้จัดการ กยศ.



คุณนันทวัน วงศ์ขจรกิตติ
รองผู้จัดการ กยศ.



คุณปรีชา บุษางกูร
รองผู้จัดการ กยศ.



คุณดวงแข ตันติทยาพงษ์
รองผู้จัดการ กยศ.



คุณประเมศวร์ สังข์เอี่ยม
ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารหนี้ กยศ.

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล : ว่าที่ ร้อยเอก โอภาส มีเชาว์
วัน เดือน ปีเกิด : วันที่ 16 มกราคม พ.ศ. 2519
สถานที่เกิด : จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ : 125 ซอยบางบอน3 ซอย1 แขวง2-1 เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร 10150
วุฒิการศึกษา : อุดสาหกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์
คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม, 2541
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ การเมือง
วิทยาลัยนวัตกรรมการสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต, 2554
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยสยาม, 2561
ตำแหน่งหน้าที่ : ที่ปรึกษาประธานคณะกรรมการแก้ไขปัญหาหนี้สินแห่งชาติ
สภาผู้แทนราษฎร, 2555
ผู้ดำเนินรายการ การแก้ไขปัญหาหนี้ ทางช่อง 11, 2555
ผู้เชี่ยวชาญประจำตัวสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร, 2556
ที่ปรึกษาประธานคณะกรรมการติดตามและตรวจสอบการใช้จ่าย
งบประมาณภาครัฐ คตร.5, 2559
กรรมการบริหารบริษัทพร้อมมิตร เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด, 2560

การเผยแพร่งานวิจัย :

Opad Meechao. The Effectiveness of Public Policy Implementation for the Repayment Management Model to Student Loans fund. The 2nd International Conference of Multidisciplinary Approaches on UN Sustainable Development Goals 2017 (UNSDGs 2017) (pp.1 0 0). On 28th-29th December 2017, at the Hotel Windsor Suites & Convention, Bangkok.

โอภาส มีเชาว์. องค์ประกอบของความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความไว้วางใจของผู้กู้ยืมกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา. วารสารวิทยาการจัดการ. ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2561).

โอภาส มีเชาว์. ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา. วารสารดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์. ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2563).