

ISSN 2392-5817



วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2565)





วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University

ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2565) ISSN 2392-5817

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ นักวิชาการ นักการศึกษา และผู้สนใจ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ครอบคลุมศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ ประกอบด้วย สาขาการจัดการทั่วไป การตลาด การเงินการธนาคาร การบัญชี การบริหารทรัพยากรมนุษย์ โลจิสติกส์ ธุรกิจระหว่างประเทศ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ ธุรกิจศึกษา เศรษฐศาสตร์ นิเทศศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ หรือสาขาที่มีความเกี่ยวข้อง
2. เพื่อส่งเสริม เผยแพร่การศึกษา ค้นคว้าวิจัยที่มีประโยชน์ มีคุณค่าต่อการพัฒนาองค์ความรู้วิชาการ ในสาขาวิชาต่าง ๆ

กำหนดออกตีพิมพ์เผยแพร่

ปีละ 2 ครั้ง

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม

เจ้าของ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

สำนักงานกองบรรณาธิการ

“วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม” คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

85 หมู่ 3 ถนนมาลัยแมน ต.นครปฐม อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

โทรศัพท์. 0-3426-1021-36 ต่อ 3360 โทรสาร 0-3426-1068

เว็บไซต์ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/JMSNPRU/index>

E-mail address: wisitson@webmail.npru.ac.th



การส่งต้นฉบับ

ผู้สนใจสามารถส่งต้นฉบับเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์ใน วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ได้ตามที่อยู่กองบรรณาธิการ โดยปฏิบัติดังนี้

1. ส่งต้นฉบับบทความวิจัย บทความวิชาการ บทความปริทัศน์ และบทวิจารณ์หนังสือ โดยสามารถส่งได้ทั้งทางไปรษณีย์และอีเมล
 2. แบบเสนอต้นฉบับ ซึ่ง download ได้ที่ <https://1th.me/7QEJS>
 3. ควรตรวจสอบต้นฉบับให้ถูกต้องตามคำแนะนำสำหรับผู้เขียน (manuscript) และรูปแบบการอ้างอิงที่กำหนดไว้
- บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนี้ทุกเรื่องต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง บทความละ 3 ท่าน แบบ double blinded review
 - ทศนะและข้อคิดเห็นของบทความที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน ไม่ถือว่าเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ
 - กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ไม่สงวนสิทธิ์ในการคัดลอก แต่ให้อ้างอิงและแสดงที่มาพิมพ์ที่ AK COPY

สนามจันทร์ 20 ถนนอิงเป่า ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 73000 โทร 064 805 9518



ได้รับการรับรองคุณภาพวารสาร จากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index-TCI)

สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กลุ่มที่ 2 (Approved by TCI during 2020-2024)

ผู้ทรงคุณวุฒิประจำกองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.อุทัย ตันละมัย
ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ โสมประยูร
ศาสตราจารย์เกียรติคุณ เสนาะ ดีเยาว์
ศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เปี่ยมจรงค์กิจ
ศาสตราจารย์ พิเศษ ดร.ยุวัฒน์ วุฒิเมธี
ศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา
รองศาสตราจารย์ ดร.ครรชิต มัลลียงค์
รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญลือ
รองศาสตราจารย์ ดร.สัญญา สัญญาวิวัฒน์
รองศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ รัฐนัตรานนท์
รองศาสตราจารย์ ดร.เทพวาทิน หอมสนธิ
รองศาสตราจารย์ ดร.กมล บุษบา
รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา ปรีดีติติก
รองศาสตราจารย์วรมณี โสมประยูร
รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร จันทรนาชู
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวีภา ลาภศิริ

ที่ปรึกษาประจำกองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมเดช นิลพันธุ์
ดร.วิรัตน์ ปิ่นแก้ว

บรรณาธิการบริหาร

รองศาสตราจารย์ ดร.จันทนา วัฒนกาญจนะ

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย

รองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพัชร กอประเสริฐ
ดร.ศานติ ดิฐสถาพรเจริญ
อาจารย์ขวัญฤพา ศรีสว่าง

ฝ่ายจัดการและธุรการ

อาจารย์ทิวพร ทราบเมืองปัก
อาจารย์วินัย บุญคง
นางสาวอุทัยวรรณ รุ่งทองนรินทร์
นางสาวลักขณา อินทาปัจ
นายธรรมรัตน์ ธารีรักษ์
นางสาวสุวรรณี วิชัยคำจร
นางสาวปิยะวรรณ ชินตานนท์

กองบรรณาธิการจากหน่วยงานภายนอก

รองศาสตราจารย์ ดร.สุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ
รองศาสตราจารย์ ดร.แก้วตา ผู้พัฒน์พงศ์
รองศาสตราจารย์ ดร.พรชนก ทองลาด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรัณศุภมาส เอ่งฉ้วน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนิชา ณ นคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรรัตน์ วิริยะสีบพงศ์
ดร.ชัยพร ธนถาวรลาภ
ดร.พิชญะ อุทัยรัตน์
ดร.ภัทรพล ชุ่มมี

ดร.กฤษดา เขียววัฒนสุข
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรรค์ชัย กิตยารักษ์
ดร.สมชาย เลิศภิรมย์สุข
ดร.วาสนา บุตรโพธิ์
ดร.จรัญ ชำนาญไพร

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
คณะกรรมการและท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการสายงานเครือข่ายเกษตรกร ตลาดสี่มุมเมือง

กองบรรณาธิการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เยาวภา บัวเวช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดช ธรรมศิริ
อาจารย์วีรวิทย์ อุทราสกุล

ดร. จันจิราภรณ์ ปานยินดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติกร สุนทรานุรักษ์
ดร.ดวงใจ คงคาหลวง

รายนามคณะผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก พิจารณาทบทวนประจำ
“วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม”

ศาสตราจารย์ ดร.ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา	คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.สุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.แก้วตา ผู้พัฒนพงศ์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.พรชนก ทองลาด	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
รองศาสตราจารย์ ดร.ศิษฐ์วัช มั่นเศรษฐวิทย์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
รองศาสตราจารย์ ดร.ฤกษ์ชัย พุประทีปศิริ	คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.มานพ ชูนิล	คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
รองศาสตราจารย์ ดร.สุนันทา เลาहनันท์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม ธรรมบุตร	วิทยาการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา
รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันทะนี	คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ชมพัต บุญรัตนกิตติภูมิ	คณะการบริหารและการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ขวลิย์ ณ ถลาง	วิทยาการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา
รองศาสตราจารย์ ธโสธร ตู้ทองคำ	คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ วรุณี เขาวนัสชุม	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ อารังสินถาวร	คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรณิ ดอนจ่อหอ	ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุมาลี รามันธุ์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประยงค์ มีใจเชื้อ	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริฉันท์ สติรกุล เดชพาหงษ์	คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตาภา ถิรศิริกุล	คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนิชา ณ นคร	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดชาพันธ์ รัฐศาสนศาสตร์	คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุวัฒน์ ชลไพศาล	วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิษณุ วงศ์สินศิริกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จรูญ บุญสนอง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชลลดา พิงรำพรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ญาณัญญา ศิริภัทร์ธาดา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ อมรศิริพงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภัทร์ พลอยแหวน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิพรรธน์ พิเชฐศิริประภา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล ชูชินปราการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรรัตน์ วิริยะสีบพงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรศักดิ์ กิตยานันท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วงศ์ธีรา สุวรรณิน

ดร.สุทธิรัตน์ พลอยบุตร

ดร.ธนากร มาเสถียร

ดร.ฉัตรรัตน์ ไทรตะไคยยะ

ดร.เรืองเดช เร่งเพียร

ดร.ภัทรพล ชุ่มมี

ดร.พิชญะ อุทัยรัตน์

ดร. สุภาพร เพ่งพิศ

ดร.กฤษดา เขียววัฒนสุข

ดร.ศพาวุฒิ สังฆาต

ดร.พัทธ์พสุตม์ สารบุญวัฒน์

ดร.จิรนนท์ เขมพันธ์

ดร.ละเอียด ศิลาณ้อย

ดร.สมชาย เลิศภิรมย์สุข

ดร.วาสนา บุตรโพธิ์

ดร.จรูญ ชำนาญไพร

Professor Dr. Roh,Seong-Kyu

Professor Dr. Seung-jea

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์

คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนสุนันทา

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏ

วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏ

วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เวสเทิร์น

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ราชมนคลรัตน์โกสินทร์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

คณะเทคโนโลยีการเกษตรภาคพัฒนาการเกษตรและการ

จัดการทรัพยากร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ

ทหารลาดกระบัง

คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการสายงานเครือข่ายเกษตรกร

ตลาดสี่มุมเมือง

Sungkyunkwan University South Korea

Korea National University of Education South Korea

นิเทศศาสตร์

ศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เปี่ยมจรงค์กิจ

รองศาสตราจารย์ ดร.อุษา ปักกิ้นส์

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ

รองศาสตราจารย์ ดร.ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์

รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ

รองศาสตราจารย์ ดร.บุบผา เมฆศรีทองคำ

รองศาสตราจารย์ จันทนา ทองประยูร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หุ่นเกษม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสภพร กล้าสกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณรัตน์ ชินวรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ปันทรานวงศ์

ดร.โมนัยพล รณเวช

คณะนิเทศศาสตร์นวัตกรรมการสื่อสาร สถาบันบัณฑิต
พัฒนบริหารศาสตร์

คณะนิเทศศาสตร์นวัตกรรมการสื่อสาร สถาบันบัณฑิต
พัฒนบริหารศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รายนามคณะผู้ทรงคุณวุฒิภายใน พิจารณาทบทวนประจำ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.จันทนา วัฒนกาญจนะ

2. รองศาสตราจารย์ ดร. เกศินี ประทุมสุวรรณ

3. รองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒน์ นิเมสังคนันท์

4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.เยาวภา บัวเวช

5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธงชัย พงศ์สิทธิกาญจนา

6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤติยา รุจิโชค

7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณัฏชา ศิริธนาธร

8. อาจารย์ ดร.ปาริชาติ ขำเรือง

9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หรรษา คล้ายจันทร์พงษ์

10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติกร สุนทรานุรักษ์

11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพัชร กอประเสริฐ

12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดช ธรรมศิริ

13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดารินทร์ โพธิ์ตั้งธรรม

14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาริษา สุกิตวนิช

15. อาจารย์ ดร.พงศ์สุภา เถลิ้มกลิ่น

16. อาจารย์ ดร.จันจิราภรณ์ ปานยินดี

17. อาจารย์ ดร.ดวงใจ คงคาหลวง

18. อาจารย์ ดร.ศานติ ดิฐสถาพรเจริญ

19. อาจารย์ ดร.จิรวรรณ นกเอี้ยงทอง

20. อาจารย์ ดร.พงษ์สันต์ ต้นหยง

21. อาจารย์ ดร.ณัฐชามณูย์ ศรีจำเริญรัตน์

22. อาจารย์ ดร.ชนพงษ์ อาภรณ์พิศาล

23. อาจารย์ ดร.พันธิการ์ วัฒนกุล

24. อาจารย์ ดร.ภัทรภร ปุยสุวรรณ

25. อาจารย์ ดร.ธีรเดช ทิวถนอม

สารจากฉบับดี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2527 เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาการบริหารธุรกิจ การบัญชี และนิเทศศาสตร์ และต่อมาในปี พ.ศ. 2547 ได้เปิดการเรียนการสอนระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไปขึ้น เป็นที่ทราบกันดีว่านโยบายการผลิตบัณฑิตระดับปริญญาโท และปริญญาเอก นักศึกษาต้องมีความรู้ และความสามารถในการทำวิจัยเพื่อพัฒนางาน และสร้างองค์ความรู้ใหม่ และต้องนำมาเผยแพร่สู่สาธารณชน ตามช่องทางต่าง ๆ วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมผลิตขึ้น โดยมีเป้าประสงค์เพื่อที่จะเป็นสื่อให้นักศึกษา คณาจารย์ นักวิชาการ และบุคคลทั่วไป สามารถนำผลงานวิจัย และงานวิชาการในสาขาการบริหารธุรกิจ การบัญชี และนิเทศศาสตร์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้องมาเผยแพร่

กองบรรณาธิการตระหนักถึงคุณภาพของผลงานที่นำมาลงตีพิมพ์ ดังนั้นผลงานทุกฉบับ จะต้องผ่านการตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer reviewers) ในสาขา ไม่น้อยกว่า 3 ท่าน ตามกระบวนการที่ได้มาตรฐาน วารสารวิทยาการจัดการ กำหนดให้มีการจัดทำปีละ 2 ฉบับคือ ฉบับประจำเดือน มกราคม-มิถุนายน และกรกฎาคม-ธันวาคม และเป็นที่น่ายินดีที่วารสารได้รับการประเมินจาก ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index-TCI) ให้อยู่วารสารกลุ่มที่ 2 ในกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ในโอกาสนี้ต้องขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือจากอาจารย์ในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม นักศึกษาทั้งในระดับปริญญาตรี และระดับบัณฑิตวิทยาลัย รวมถึงนักวิจัยจากภายนอก ที่ให้ความสนใจส่งบทความเข้ามาตีพิมพ์เพิ่มขึ้น สิ่งนี้เป็นแรงใจ ที่ทำให้กองบรรณาธิการเกิดความมุ่งมั่น เพื่อพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น โอกาสนี้จึงขอเชิญชวน คณาจารย์ นักวิชาการ นักศึกษา และบุคคลที่สนใจในสาขาดังกล่าว ส่งผลงานเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เพื่อพัฒนางานวิชาการ และผู้อ่านสามารถนำผลงานที่ลงตีพิมพ์ในวารสารไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ ต่อไป

D. วัฒนกาญจน์

รองศาสตราจารย์ ดร.จันทนา วัฒนกาญจน์
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

บทบรรณาธิการ

“It is impossible to live without failing at something, unless you live so cautiously that you might as well not have lived at all—in which case, you fail by default.” (JK Rowling) บรรณาธิการได้มีโอกาसानผลงานของนักเขียนท่านนี้ครั้งแรก ตอนกำลังเรียนปริญญาโทจากคำแนะนำของเพื่อน แม้จะเป็นวรรณกรรมสำหรับเด็ก แต่ก็ทำให้บรรณาธิการเองกลายเป็นแฟนคลับในงานเขียนของเธอ เหมือนสมัยหนึ่งเคยติดนิยายจีน ของกิมย้ง กับ โกวเล้ง ตัวละครต่าง ๆ ที่ เจ. เค. โรว์ลิง สร้างสรรค์ขึ้นนั้นมีเสน่ห์น่าติดตาม รวมถึงบริบทในความจริงของภาษาที่ใช้ การใส่องค์ประกอบที่น่าเชื่อถือไม่ว่าจะเป็น การกำหนดคาถาต่างที่ตัวละครใช้เป็น ภาษาลาติน ตัวละครสิ่งมีชีวิตที่อิงเทพนิยายกรีก ฯลฯ ทำให้บรรณาธิการต้องติดตามทั้งผลงานเขียน ชมภาพยนตร์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงดันดันไปเที่ยวถึงปราสาทฮอกวอตส์ ที่ Universal Studio Japan อยู่สามหน ผู้เขียนเชื่อว่านักอ่านส่วนใหญ่ในโลกใบนี้คงได้ผ่านตาผลงานของเธอ และเป็นแฟนคลับของเธอเช่นกัน เพราะหนังสือของเธอมีการแปลไปหลายภาษาทั่วโลก

ปัจจุบัน เจ. เค. โรว์ลิง มีรายได้ประมาณเดือนละ 800,000 เหรียญสหรัฐฯ หรือประมาณ 25 ล้านบาท รายได้นี้ไม่ได้เกิดจาก ผลผลิตในงานเขียน Harry Potter เพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากงานเขียนใหม่ ๆ ในชุด Strike ที่ เธอเขียนด้วยนามปากกา โรเบิร์ต กัลเบรธ ร่วมอยู่ด้วย แสดงให้เห็นว่า นักเขียนที่มีคุณภาพ คือผู้ที่ไม่หยุดเขียน ความประทับใจของบรรณาธิการที่มีผลงานเขียน และพฤติกรรมการเป็นนักเขียนที่สม่ำเสมอของเธอ จะสอดคล้องกับวิถีชีวิตจริงของเธอเอง ดังคำคมที่เธอเขียนข้างต้นที่แปลได้ว่า “เป็นไปไม่ได้ที่จะดำเนินชีวิตโดยไม่ล้มเหลวเลย เว้นเสียแต่ว่าคุณจะใช้ชีวิตอย่างระมัดระวังจนอาจไม่ได้มีชีวิตอยู่เลย ซึ่งในกรณีนี้ คุณได้ล้มเหลวโดยปริยายแล้ว” ทุกความสำเร็จย่อมเกิดจากความพยายาม เกิดจากความล้มลุกคลุกคลาน ในชีวิตของเธอเคยสอบเข้าศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัยออกซฟอร์ดแต่ไม่ผ่านการคัดเลือก มีชีวิตคู่ที่หย่าร้าง ยามตกงานและมีลูกอีกหนึ่งคนที่ต้องดูแล ต้องพึ่งเงินสงเคราะห์จากรัฐบาลเพื่ออยู่รอด เคยเขียนต้นฉบับของแฮร์รี่ พอตเตอร์กับศิลาอาถรรพ์เสร็จด้วยเครื่องพิมพ์ดีดรุ่นเก่า โดยส่งต้นฉบับไปให้สำนักพิมพ์ 12 แห่งพิจารณา แต่ก็ได้รับการปฏิเสธทั้งหมด กว่าจะมีวันนี้ได้ มันเกิดจากความเข้มแข็ง ไม่ย่อท้อ และมุ่งมั่นตั้งใจ และความรักที่จะเป็นนักเขียนอย่างแท้จริง

บรรณาธิการเองเชื่อว่า การกระทำย่อมดีกว่าคำพูด ความสำเร็จที่เกิดขึ้นของการเป็นนักเขียนสำหรับทุกท่าน ต้องฝ่าฟันการพิสูจน์ สำหรับวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ฉบับนี้ งานเขียนทุกเรื่องถูกพิจารณาโดยเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการ หลังจากนั้นต้องผ่านกรรมการกลั่นกรองจำนวนสามท่าน จึงได้เผยแพร่ และกำลังจะถูกพิสูจน์จากสายตาของผู้อ่านที่สนใจต่อไป อยากจะกล่าวว่าหนทางต่อไปหลังจากการเผยแพร่ กำลังถูกพิสูจน์ต่อจากการได้รับการยอมรับจากผู้อ่าน และจากกาลเวลา คุณภาพของงานที่ดีย่อมถูกนำไปอ้างอิงต่อ และที่สำคัญคือความยั่งยืนของงานไปตามกาลเวลา หากบทความทางวิชาการของท่านเป็นงานดีมีคุณภาพ งานก็ย่อมจะถูกอ้างอิงอย่างต่อเนื่อง และสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะไม่มีความเกิดขึ้น หากท่านกลัวที่จะพิสูจน์ตนเองจากอุปสรรคที่รออยู่เบื้องหน้า แม้งานดังกล่าวอาจไม่สร้างมูลค่าทางฐานะให้กับท่านได้ แต่ก็หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะสามารถสร้างมูลค่าทางปัญญาให้กับคนในสังคมต่อไป หวังและเป็นที่กำลังใจในความพากเพียรของนักวิชาการทุกท่าน คุณภาพของงานวิชาการนอกจากจะสร้างความภาคภูมิใจให้ผู้เขียนแล้ว ประโยชน์โดยรวมย่อมตกอยู่กับสังคม เพราะจะทำให้เกิดการเผยแพร่องค์ความรู้ไปสู่สังคมต่อไป สุดท้ายขอยกพระราชดำรัสของ พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ที่ตรัสไว้ว่า “ความเพียรนั้นคือ ไม่ท้อถอยในการฝึกตนเอง ไม่ท้อถอยในการแผ่ความรู้ ไม่ท้อถอยในการช่วยผู้อื่น” (๒๑ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๑๘)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย
บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความที่		หน้า
1	แนวทางการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร (จันนัญญา มีนุช) Article history: Received 5 August 2020 Revised 4 November 2020 Accepted 6 November 2020 SIMILARITY INDEX = 6.95 %.....	1
2	แนวทางในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ภายใต้องค์กรแห่งการเรียนรู้ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอต จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (นิศารัตน์ พงศ์ไพศาลศรี) Article history: Received 5 August 2020 Revised 6 November 2020 Accepted 10 November 2020 SIMILARITY INDEX = 1.32 %.....	15
3	แนวทางในการพัฒนาสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงาน ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ ในยุค 4.0 (ศุภชัย หวันวดิ) Article history: Received 4 August 2020 Revised 19 December 2020 Accepted 24 December 2020 SIMILARITY INDEX = 0.90 %.....	28
4	แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ณัฐดนัย ฉิมพาลี) Article history: Received 4 August 2020 Revised 19 December 2020 Accepted 24 December 2020 SIMILARITY INDEX = 3.41 %.....	42
5	องค์ประกอบที่มีผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจเครือข่ายชายตรงในประเทศไทย (โชคชัย หารินพลสิทธิ์) Received 10 October 2021 Revised 1 February 2022 Accepted 4 February 2022 SIMILARITY INDEX = 2.51 %.....	55
6	ภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1 (ชนิดาภา กลีบทอง) Received 5 January 2021 Revised 27 January 2021 Accepted 29 January 2021 SIMILARITY INDEX = 6.85 %.....	74

สารบัญ

บทความที่

หน้า

7

ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชนในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดกาญจนบุรี

(สรรรค์ชัย กิตยานันท์ .สุทธิพจน์ ศรีบุญนาถ .สุภัตรา กันพร้อม และ มานิต คำเล็ก)

Article history:

Received 9 January 2021

Revised 14 March 2021

Accepted 17 March 2021

SIMILARITY INDEX = 2.89 %.....

88

8

การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้าที่ส่งผลต่อ ผลการดำเนินงาน กรณีศึกษา ผู้ประกอบการ
ธุรกิจรถจักรยานยนต์ บีบีไบค์ ในนิคมอุตสาหกรรม อมตะซิตี้

(ศุภรดา วุฒิจริณกิจ)

Article history:

Received 20 January 2021

Revised 9 May 2021

Accepted 11 May 2021

SIMILARITY INDEX = 6.84 %.....

102

9

คุณลักษณะส่วนบุคคลและสมรรถภาพ: บทบาทการเป็นตัวแปรคั่นกลางของการรับรู้
ความสามารถของตนเอง

(กิตติศักดิ์ เจริญสิทธิประเสริฐ และ โกวิท วงศ์สุรวัฒน์)

Article history:

Received 14 April 2021

Revised 11 May 2021

Accepted 12 May 2021

SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....

117

10

การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของลูกค้าในธุรกิจ
โรงพยาบาลภาคเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร

(อัจฉรา อุ๋นรัตน์)

Article history:

Received 16 April 2021

Revised 28 May 2021

Accepted 31 May 2021

SIMILARITY INDEX = 3.04 %.....

135

11

การบูรณาการระหว่าง ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ ความร่วมมือเพื่อการพัฒนา การลงทุน
โดยตรงจากต่างประเทศ และการส่งออก: หลักฐานเชิงประจักษ์จาก สาธารณรัฐ

ประชาธิปไตยประชาชน ลาว

(HER Pheng and Shuanglu Liang)

Article history:

Received 12 April 2021

Revised 20 June 2021

Accepted 23 June 2021

SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....

150

12

ปัจจัยพฤติกรรมการทำงานเชิงรุกและปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความก้าวหน้าใน
อาชีพ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต

(อภิวัชร ฉายอรุณ และกฤษฎา มุฮัมหมัด)

Article history:

Received 19 April 2021

Revised 5 July 2021

Accepted 8 July 2021

SIMILARITY INDEX = 2.34 %.....

164

สารบัญ

บทความที่		หน้า
13	ตำแหน่งทางการตลาดของจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ก่องพงษ์ พลโยราช สติร ทศนวัฒน์ และ ศรัณย์ อมาตยกุล) Article history: Received 25 April 2021 Revised 10 July 2021 Accepted 15 July 2021 SIMILARITY INDEX = 0.81 %.....	174
14	กลยุทธ์การบริหารเงินสดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำกำไรในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี (โชษิตา เปสตันยี) Article history: Received 22 April 2021 Revised 10 July 2021 Accepted 16 July 2021 SIMILARITY INDEX = 2.87 %.....	187
15	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา (ชาญบวร เรือนงาม และสายพิณ ปั่นทอง) Article history: Received 15 May 2021 Revised 16 July 2021 Accepted 20 July 2021 SIMILARITY INDEX = 2.83 %.....	200
16	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลวัดการกำจัดความสูญเสียของผู้ ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท นิ้ม เอ็กซ์เพรส จำกัด (สมพล พุ่งหว่า รัชชสิทธิ์ เสวกเสนีย์ และ เสาวนีย์ สมันต์ศรีพร) Article history: Received 26 November 2021 Revised 28 January 2022 Accepted 31 January 2022 SIMILARITY INDEX = 1.84 %.....	211
17	เงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคม ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัด สุพรรณบุรี (วนัสรา จันทร์กมล นพพร จันทรนาชู และ ทิพย์วรรณ สุขใจรุ่งวัฒนา) Article history: Received 4 October 2021 Revised 28 December 2021 Accepted 9 January 2022 SIMILARITY INDEX = 2.53 %.....	223
18	แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ตำบล ระเริง จังหวัดนครราชสีมา (สุภัทรีภา ชันทจร และคณะ) Article history: Received 15 July 2021 Revised 17 September 2021 Accepted 20 September 2021 SIMILARITY INDEX = 2.82 %.....	237
19	อิทธิพลของความผูกพันของพนักงานในฐานะตัวแปรต้นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์และความพึงพอใจของพนักงานส่งผลต่อการดำรงรักษาพนักงาน ของบริษัท แห่งหนึ่ง ในอุตสาหกรรมผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก จังหวัดระยอง (วิทัศนีย์ ใจฉะวะ สุมาลี รามันท์ และ ธีรวัฒน์ บุญอยู่) Article history: Received 30 July 2021 Revised 1 October 2021 Accepted 4 October 2021 SIMILARITY INDEX = 2.66 %.....	253

สารบัญ

บทความที่

หน้า

20

การถอดบทเรียนค่าตอบแทนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ใช้ในการเรียนการสอน
(ทศพร มะหะหมัด สุภัญญา น้อยหอม และสมคิด ชัยโพธิ์น้อย)

Article history:

Received 30 August 2021

Revised 10 October 2021

Accepted 12 October 2021

SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....

265

21

การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มการจัดการโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรปลอดภัย ในบริบทพื้นที่จังหวัดนครปฐม
(สุดารัตน์ พิมพ์รัตนกานต์)

Article history:

Received 31 July 2021

Revised 18 October 2021

Accepted 20 October 2021

SIMILARITY INDEX = 2.95 %.....

277

22

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

(ชัชดาภรณ์ จอมโคกกรวด และ ชมพูนุท อ่ำช้าง)

Article history:

Received 17 August 2021

Revised 25 October 2021

Accepted 27 October 2021

SIMILARITY INDEX = 2.32 %.....

291

23

ตัวแบบที่เหมาะสมกับนโยบายการจัดการที่อยู่อาศัยผู้สูงอายุของประเทศไทยในมุมมองของการจัดการภาครัฐ เอกชน และชุมชน
(ชนมณี ทะนันเป่ง และ รัตพงษ์ สอนสุภาพ)

Article history:

Received 31 July 2021

Revised 20 November 2021

Accepted 26 November 2021

SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....

305

24

ความรู้ทางด้านการเงิน ปัจจัยและแรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุนที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ของนักลงทุนในกรุงเทพมหานคร
(สุภาพร เฟ่งพิศ และ ญัฐดนัย อสินจิตพงศ์)

Article history:

Received 3 October 2021

Revised 27 November 2021

Accepted 29 November 2021

SIMILARITY INDEX = 3.02 %.....

328

25

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร
(ภควดี เจริญรัตน์)

Article history:

Received 8 December 2021

Revised 4 January 2022

Accepted 7 January 2022

SIMILARITY INDEX = 5.76 %.....

341

สารบัญ

บทความที่

หน้า

26

แรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในหลักสูตรที่จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ
(ธนิดา อุทยาพงษ์ และคณะ)

Article history:

Received 8 December 2021

Revised 7 January 2022

Accepted 10 January 2022

SIMILARITY INDEX = 2.36 %.....

352

27

บุพปัจจัยต่อการรับรู้การสนับสนุนขององค์การและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การที่มีผลต่อการคงอยู่ของผู้แทนยากลุ่มอุตสาหกรรมยาในประเทศไทย
(ทิพสุคนธ์ สืบสายอ่อน)

Article history:

Received 19 December 2021

Revised 26 January 2022

Accepted 28 January 2022

SIMILARITY INDEX = 2.68 %.....

365

28

แนวทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี
(จุฑามาส ศรีชมภู)

Article history:

Received 24 November 2021 Revised 8 May 2022

Accepted 11 May 2022

SIMILARITY INDEX = 2.69 %.....

380

29

การวิเคราะห์ต้นทุนวัฏจักรทางการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี
(ภัทรพล ชุ่มมี)

Article history:

Received 25 April 2022

Revised 5 June 2022

Accepted 7 June 2022

SIMILARITY INDEX = 0.32 %.....

396

30

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ของคนรุ่นใหม่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ในจังหวัดกาญจนบุรี
(เพชรรัตน์ อนันต์เศรษฐการ และ เสาวนีย์)

Article history:

Received 17 December 2021

Revised 2 May 2022

Accepted 4 May 2022

SIMILARITY INDEX = 7.08 %.....

413

จริยธรรมการตีพิมพ์

(<https://www.tci-thaijo.org/index.php/JMSNPRU/PublicationEthics>)

บทบาทและหน้าที่ของผู้นิพนธ์

1. บทความที่เสนอตีพิมพ์ต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และต้องไม่อยู่ระหว่างการเสนอ เพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารฉบับอื่น
2. ไม่ละเมิดหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่น หากนำผลงานของผู้อื่นมาใช้ จะต้องมีการจัดทำอ้างอิงตามรูปแบบที่วารสารกำหนด โดยระบุรายการอ้างอิงท้ายบทความ
3. ผู้นิพนธ์ต้องรายงานข้อมูลการวิจัยที่เกิดขึ้นจริง ไม่บิดเบือนข้อมูล และไม่ให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ
4. ผู้นิพนธ์ที่มีรายชื่อปรากฏในบทความ ต้องมีส่วนในการทำกรวิจัยจริง นอกจากนี้ควรระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนในการทำผลงานทางวิชาการ ในกิตติกรรมประกาศ
5. บทความที่ส่งตีพิมพ์จะต้องเป็นไปตามรูปแบบที่กำหนด โดยจัดทำรูปแบบบทความตามคำแนะนำในการเตรียมบทความของวารสาร
6. ผู้นิพนธ์ต้องแก้ไขความถูกต้องของบทความตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) และทางกองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมกำหนด
7. ผู้นิพนธ์ที่มีการเผยแพร่ข้อมูลของหน่วยงานอื่น จะต้องได้รับอนุญาตจากหน่วยงานนั้นๆ
8. งานวิจัยใดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในมนุษย์ ควรมีหนังสือรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ

1. บรรณาธิการมีหน้าที่ในการพิจารณารูปแบบ กลั่นกรอง คัดสรรบทความที่ดีตีพิมพ์ในวารสารอย่างเข้มข้น โดยมุ่งหวังให้เกิดคุณภาพและเกิดประโยชน์กับผู้อ่าน และจัดทำวารสารให้เป็นไปตามนโยบายและทิศทางที่กำหนด
2. บรรณาธิการจะไม่เปิดเผยข้อมูลใดๆ ในระหว่างช่วงเวลาการประเมินบทความและการตีพิมพ์วารสารฉบับนั้นๆ แก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลของผู้เขียนหรือผู้ทรงคุณวุฒิ รวมถึงไม่ปิดกั้นหรือแทรกแซงข้อมูลที่ใช้แลกเปลี่ยนระหว่างผู้ทรงคุณวุฒิและผู้นิพนธ์บทความ
3. บรรณาธิการต้องไม่แก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาบทความและผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ
4. บรรณาธิการต้อง ไม่นำบทความหรือวารสารไปใช้ประโยชน์ในด้านธุรกิจหรือนำไปเป็นผลงานทางวิชาการ และผลงานวิจัยของตนเอง
5. บรรณาธิการต้องคัดเลือกบทความมาตีพิมพ์ หลังจากผ่านกระบวนการประเมินบทความแล้ว โดยพิจารณาจากความสำคัญ องค์กรความรู้ใหม่ ความชัดเจน และความสอดคล้อง สัมพันธ์ ของเนื้อหา กับนโยบายของวารสารเป็นสำคัญ
6. บรรณาธิการต้องปฏิบัติตามกระบวนการและขั้นตอนต่างๆ ของวารสารอย่างเคร่งครัด และตรวจสอบการคัดลอกบทความอย่างจริงจัง โดยใช้โปรแกรมที่น่าเชื่อถือ รวมถึง หยุดการประเมินบทความ หากพบว่าบทความที่ส่งมาตีพิมพ์คัดลอกผลงานของผู้อื่น และปฏิเสธการรับบทความนั้นๆ
7. บรรณาธิการจะไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์เผยแพร่จากที่อื่นมาแล้วทั้งในรูปแบบของวารสาร หรือบทความหลังการนำเสนอในที่ประชุมวิชาการ (Proceeding)
8. บรรณาธิการจะไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนใดๆ กับผู้นิพนธ์ ผู้ทรงคุณวุฒิ ทีมผู้บริหาร และกองบรรณาธิการฯ

9.หากมีหลักฐานที่ชัดเจนว่ามีการคัดลอกผลงานของผู้อื่น บรรณาธิการจะติดต่อผู้เขียนหลักเพื่อขอคำชี้แจง และหากไม่มีข้อชี้แจงตามหลักทางวิชาการ บรรณาธิการจะปฏิเสธการตีพิมพ์บทความนั้น

10.บรรณาธิการต้องรักษามาตรฐานของวารสาร รวมถึงพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพ สะท้อนองค์ความรู้ใหม่ๆ และมีความทันสมัยเสมอ

บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ

1. ผู้ประเมินบทความจะต้องรักษาระยะเวลาประเมินตามกรอบเวลาประเมินที่กำหนด ในการประเมินบทความต้อง ไม่มีอคติ ให้ข้อคิดเห็นตรงไปตรงมา สร้างสรรค์ นำไปสู่การปรับปรุงบทความที่ได้มาตรฐานทางวิชาการ

2.ผู้ประเมินบทความจะต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้พิมพ์ เช่น เป็นผู้พิมพ์ร่วม ผู้ร่วมโครงการ ผู้ร่วมงาน หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ที่จะทำให้ผู้ประเมินไม่สามารถประเมินและให้ข้อเสนอแนะได้อย่างอิสระได้

3. ผู้ประเมินบทความ จะต้องมีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญ โดยพิจารณาจากเนื้อหาของบทความ โดยประเมินบทความที่ตนมีความเชี่ยวชาญ พิจารณาคุณภาพของบทความ ไม่ใช่ความคิดเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลมารองรับในการให้ข้อเสนอแนะหรือตัดสินบทความ

4. ผู้ประเมินบทความ ควรให้ข้อเสนอแนะ และระบุตัวอย่างผลงานวิจัยที่สำคัญๆ และสอดคล้องกับบทความที่ประเมินแต่ผู้พิมพ์บทความไม่ได้อ้างถึง

5. หากผู้ประเมินบทความพบว่า บทความมีความเหมือน หรือซ้ำซ้อนกับผลงานของผู้อื่นโดยมีหลักฐานชัดเจน ผู้ประเมินสามารถปฏิเสธการตีพิมพ์และแจ้งแก่บรรณาธิการ เพื่อปฏิเสธการประเมินบทความนั้น

6. ผู้ประเมินต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความที่ส่งมาตีพิมพ์ แก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง ในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ

Publication Ethics

Duties of Authors

1. An article must not be published in any journal before or not under consideration for publication elsewhere.

2. Authors should ensure that their manuscript is original works, and cited publications must be listed in the references in accordance with the journal format.

3. Authors should avoid untrue statements or withhold information.

4. The listed authors should accurately participate in the article and all funding source must be disclosed in the acknowledgments.

5. The published article must comply with the format determined by the journal.

6. Authors must respond to all the suggestions of the reviewers and the Editor-in-Chief.

7. Authors must obtain written permission to disseminate information from the source.

8. Studies on human and animals require the approval from the ethic committee.

Duties of Editors

1. The editor is responsible for considering and deciding which of the submitted articles should be published to the journal and may be beneficial to the readers. The editors would be guided by the policies of the journal.
2. The editor must protect the confidentiality of authors and reviewers throughout the review process and all material or communications between authors and reviewers should not be interfered.
3. The editor must not edit or change the content of the article nor the review from the reviewers.
4. The editor must not use published or unpublished materials for personal interest or personal advantage.
5. The editor must select the articles for publication based on their significance and contribution to the body of knowledge, clarity and consistency of the content, and in accordance with the editorial board policies.
6. The editor must follow the procedures of the journal and thoroughly check copyright infringement and plagiarism. In case of violation, the editor must report and reject such article.
7. The editor must not accept published article or proceeding elsewhere.
8. The editor should not have a conflict of interest or personal stake with the author, the reviewers, and the editorial board.
9. The editor shall contact the corresponding author for clarification in case of copyright infringement and plagiarism. If there is no technical explanation, the article will be rejected.
10. The editor must maintain and develop the standards and quality, also reflect new knowledge for the journal.

Duties of Reviewers

1. Reviewers should give comments and opinions in improving the quality of a submitted article without personal bias and in a timely manner.
2. Reviewers must not have a conflict of interest or personal stake with the author – as a co-author, collaborators, or advisor which make the reviewers unable to give comments or suggestions independently.
3. Reviewers should be conducted objectively in the context of their expertise. Personal opinions without backing evidence or biases should not be used when reviewing an article.
4. Reviewers should give suggestions and research papers which significant to an article, but authors have not referred to.
5. Reviewers should inform the editor if they suspect that an article under review contains duplicated works of other published articles or any suspected plagiarism.
6. Reviewers must treat any received articles for review as confidential documents and must not share with anyone during the review process

แนวทางการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
Guidelines for Strategic Management of Local Development under Thailand
4.0 Policy of Phanthainorasing Subdistrict Administrative Organization
Mueang Samut Sakhon District Samut Sakhon Province

जनानुया मीनुच*
(Jananya Meenuch)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร (2) การประยุกต์นโยบายไทยแลนด์ 4.0 มีอิทธิพลกับการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร (3) แนวทางการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในองค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 395 คน กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) คือ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ ปลัด องค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ รองปลัด องค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ ผู้อำนวยการกองสวัสดิการสังคม องค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ และ หัวหน้าฝ่ายนโยบายและแผน รักษาการแทน หัวหน้าสำนักงานปลัด องค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ รวมทั้งสิ้นจำนวน 6 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ในภาพรวม มีการบริหารยุทธศาสตร์อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีการบริหารยุทธศาสตร์อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการบริหารจัดการที่ดี ด้านบริการสาธารณะ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว ด้านที่มีการบริหารยุทธศาสตร์อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม

*วิทยานิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐประศาสนศาสตร์และสังคมศึกษา มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด 76120. ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บำเพ็ญ ไมตรีโสภณ
Thesis Master of Public Administration Program Thesis Faculty of Public Administration and Social Studies
Stamford International University 76120

Corresponding author: Jananyame@gmail.com

2. การประยุกต์นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ด้านนวัตกรรม ด้านเทคโนโลยี ด้านความคิดสร้างสรรค์ และด้านการสนับสนุนของภาครัฐ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 สมการมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 75.40 สมการการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ คือ $\hat{Y} = 0.102 (x_1) + 0.337 (x_2) + 0.292 (x_3) + 0.252 (x_4)$

3. แนวทางการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า อบต. ได้ดำเนินการพัฒนาการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนในท้องถิ่นให้พร้อมใช้งาน มีการส่งเสริมระบบการศึกษา มีการพัฒนาส่งเสริมสนับสนุนการดูแลสุขภาพการธรรมชาติที่มีในท้องถิ่น มีการส่งเสริมสนับสนุนการแก้ไขป้องกันและต่อต้านยาเสพติด มีการสนับสนุนงานสวัสดิการสังคมและสังคมสงเคราะห์ มีการปรับปรุงและพัฒนาขีดสมรรถนะและวัฒนธรรมการปฏิบัติงานของบุคลากร

คำสำคัญ: การบริหาร ยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น การประยุกต์นโยบายไทยแลนด์ 4.0

ABSTRACT

This research aimed to study: (1) Study of the level of local administrative development strategy of Phanthai Norasing Subdistrict Administration Organization Mueang Samut Sakhon District (2) Studying the application of Thailand 4.0 policy to affect the local development strategy management of Phanthai Norasing Subdistrict Administration Organization Mueang Samut Sakhon District (3) Study the guidelines for local development strategy administration under the Thailand 4.0 policy of Phanthainorasing Subdistrict Administrative Organization. Mueang Samut Sakhon District Samut Sakhon Province The sample group used in the research was the people living in the Phanthai Norasing Subdistrict Administrative Organization Mueang Samut Sakhon District Samutsakhon Province, 395 people. Key informants in the in-depth interview (the president of the Subdistrict Administrative Organization Sub-district Vice President of Phanthai Norasing Subdistrict Administrative Organization, Deputy Chief of Phantainorasing Subdistrict Administrative Organization, Deputy Chief of Phantainorasing Subdistrict Administrative Organization Director of Social Welfare Division Phanthai Norasing Subdistrict Administrative Organization and Head of Policy and Planning Division, Acting Chief of Office of the Permanent Secretary Phanthai Norasing Subdistrict Administrative Organization. Data were treated and analyzed by using descriptive and Inferential Statistics methods, which were percentage, mean, standard deviation and Multiple Regression Analysis.

Findings:

1. Administration level of local development strategy of Phanthai Norasing Subdistrict Administration Organization Mueang Samut Sakhon District Samut Sakhon province as a whole, has a high level of strategic management. When considering each aspect, it is found that the aspect that has strategic management at a high level in the following order Good management Public service, social, environmental and tourism the aspects that had strategic management at a medium level were education, religion and culture.

2. There were causal relationships between the application of Thailand 4.0 policy in terms of Innovation, Technology, Creativity, and Collaboration and the local administrative development strategies at the statistic significant level of 0.001

3. Local Development Strategy Management Guidelines under the Policy of Thailand 4.0 of Phantainorasing Subdistrict Administrative Organization Mueang Samut Sakhon District Samut Sakhon Province found that the SAO has developed public services to local people to be ready for use. The education system is promoted There is a development, promotion and support for the care of local natural resources. There is promotion, correction, prevention and resistance to drugs. There is support for social welfare and social work. There is an improvement and development of competencies and working culture of personnel.

Keywords: Administration, Local Development Strategy, Thailand 4.0 Application Policy

Article history:

Received 5 August 2020

Revised 4 November 2020

Accepted 6 November 2020

SIMILARITY INDEX = 6.95 %

1. บทนำ

รัฐบาลได้กำหนดทิศทางการพัฒนาโมเดล “Thailand 4.0” ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 โดยนโยบาย Thailand 4.0 เป็นโมเดลเศรษฐกิจที่จะนำพาประเทศให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง กับดักความเหลื่อมล้ำ และกับดักความมีสมดุลงบวม ๆ กับเปลี่ยนผ่านประเทศไทยไปสู่ ประเทศในโลกที่หนึ่ง ที่มีความมั่งคั่ง มั่งคั่ง และยั่งยืน ในบริบทของโลยุค The Fourth Industrial Revolution อย่างเป็นรูปธรรมตามแนวทางที่แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีได้วางไว้ ด้วยการสร้างความเข้มแข็งจากภายในควบคู่ไปกับการเชื่อมโยงกับประชาคมโลก ตามแนวคิด “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” โดยขับเคลื่อนผ่านกลไก “ประชารัฐ” :ซึ่ง “ประเทศไทย 4.0” เป็นความมุ่งมั่นของนายกรัฐมนตรี ที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ ไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” โดยมีฐานคิดหลัก คือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559: 8–25)

กระทรวงมหาดไทยได้กำหนดแนวทางและหลักเกณฑ์การประสานแผนพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยให้คณะกรรมการประสานแผนพัฒนาท้องถิ่นระดับจังหวัดมีหน้าที่จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัด ซึ่งถือเป็นแผนแม่บทที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องยึดถือใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประสานความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาท้องถิ่นเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (คณะกรรมการประสานแผนพัฒนาท้องถิ่นจังหวัดสมุทรสาคร, 2560: คำนำ)

คณะกรรมการประสานแผนพัฒนาท้องถิ่นจังหวัดสมุทรสาคร จึงได้จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสมุทรสาคร (พ.ศ. 2559-พ.ศ. 2561) โดยนำข้อมูลจากการจัดทำโครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาและพัฒนาท้องถิ่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 มากำหนดทิศทางการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในด้านประเด็นยุทธศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วยยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาการศึกษา ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิต ยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ ยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการอนุรักษ์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม และยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการพัฒนาการเมืองและการบริหาร (คณะกรรมการประสานแผนพัฒนาท้องถิ่นจังหวัดสมุทรสาคร, 2560: 1-2)

การดำเนินงานที่ผ่านมาสามารถสรุปปัญหาและอุปสรรค ได้ดังนี้คือ (1) โครงการหรือกิจกรรมที่บรรจุในแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีจำนวนมากไม่สอดคล้องกับสถานการณ์คลัง (2) การประสานความร่วมมือการพัฒนาพื้นที่ระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้วยกันเองยังมีน้อย เนื่องจากศักยภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละแห่งไม่เท่ากัน ส่วนใหญ่จะเป็นไปในลักษณะขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานอื่น (คณะกรรมการประสานแผนพัฒนาท้องถิ่นจังหวัดสมุทรสาคร, 2560: 4)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอมะนังสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้รับมาใช้เป็นแนวทางในการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นภายใต้ นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอมะนังสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ให้ดำเนินไปได้อย่างประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ประชาชนได้รับผลประโยชน์จากการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอมะนังสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอมะนังสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษาการประยุกต์นโยบายไทยแลนด์ 4.0 มีอิทธิพลกับการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอมะนังสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
3. เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นภายใต้ นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอมะนังสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้การศึกษามุ่งบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย และเป็นการสร้างความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ ของการศึกษา ผู้วิจัยจึงได้ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยประกอบด้วย รายละเอียดดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนา

องค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ (2559: 1-3) ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา (พ.ศ. 2559-2563) ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ โดยกล่าวถึง ยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ ประกอบด้วย

- 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านบริการสาธารณะ
- 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม
- 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว
- 4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ
- 5) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านสังคม
- 6) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการบริหารจัดการที่ดี

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีจากนักวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในเชิงของเนื้อหาสาระเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนา ผู้วิจัยได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ตามแนวคิดของ องค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ (2559: 1-3) ในการวิจัยแนวทางการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ประกอบด้วย (1) ด้านบริการสาธารณะ (2) ด้านการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม (3) ด้านสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว (4) ด้านเศรษฐกิจ (5) ด้านสังคม และ (6) ด้านการบริหารจัดการที่ดี

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม

Rogers (1971: 100 อ้างถึงใน ศราวุธ พจนศิลป์, 2560: 68) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางสังคมส่วนใหญ่เกิดจากการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมจากภายนอกเข้ามามากกว่าเกิดจากการประดิษฐ์คิดค้นภายในสังคมและนวัตกรรมที่ถ่ายทอดกันนั้นอาจเป็นความคิด (Idea) ซึ่งรับมาในรูปของสัญลักษณ์ (Symbolic Adoption) ถ่ายทอดได้ยาก หรืออาจเป็นวัตถุ (Object) ที่รับมาในรูปการกระทำ (Action Adoption) ซึ่งจะเห็นได้ง่ายกว่า โดยนวัตกรรมที่จะยอมรับกันได้ง่ายต้องมีลักษณะ 5 ประการ ได้แก่ 1) มีประโยชน์มากกว่าของเดิม (Relative Advantage) 2) สอดคล้องกับวัฒนธรรมของสังคมที่รับ (Compatibility) 3) ไม่ยุ่งยากสลับซับซ้อนมาก (Less Complexity) 4) สามารถแบ่งทดลองรับมาปฏิบัติเป็นครั้งคราวได้ (Divisibility) และ 5) สามารถมองเห็นเข้าใจง่าย (Visibility)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเทคโนโลยี

Heinich, Molenda & Russell (1993: 449) ได้กล่าวว่า ลักษณะของเทคโนโลยีสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ 1) เทคโนโลยีในลักษณะของกระบวนการ (Process) เป็นการใช้อย่างเป็นระบบของวิธีการทางวิทยาศาสตร์หรือความรู้ต่าง ๆ ที่ได้รวบรวมไว้ เพื่อนำไปสู่ผลในทางปฏิบัติ โดยเชื่อว่าเป็นกระบวนการที่เชื่อถือได้และนำไปสู่การแก้ปัญหาต่าง ๆ 2) เทคโนโลยีในลักษณะของผลผลิต (Product) หมายถึง วัสดุและอุปกรณ์ที่เป็นผลมาจากการใช้กระบวนการทางเทคโนโลยี และ 3) เทคโนโลยีในลักษณะผสมของกระบวนการและ

ผลผลิต (Process and Product) เช่น ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งมีการทำงานเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเครื่องกับโปรแกรม

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์

Davis (1973 อ้างถึงใน ญัฐกรณ์ ฉิมพาลี, 2561: 70) ได้กล่าวว่า กระบวนการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์เป็นกระบวนการที่เริ่มต้นด้วยการมีปัญหา กระบวนการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์แบ่งออกเป็นขั้น ดังนี้ ขั้นที่ 1 การค้นหาความจริง (Fact Finding) ในขั้นนี้เมื่อเกิดปัญหาความวิตกกังวลก็ต้องพยายามหาข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อให้ทราบว่าเป็นปัญหานั้นคืออะไร ขั้นที่ 2 การค้นหาปัญหา (Problem Finding) ในขั้นนี้เมื่อเกิดปัญหาแล้ว ในขั้นนี้จะพิจารณาถึงต้นเหตุและแนวทางที่เป็นไปได้โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้หลายๆ แนวทาง แล้วตั้งเป็นประเด็นปัญหาเพื่อค้นหาวิธีการแก้ปัญหาต่อไป ขั้นที่ 3 การค้นหาความคิด (Idea Finding) เมื่อได้ประเด็นปัญหาแล้ว ในขั้นนี้จะเป็นการระดมความคิดเพื่อหาวิธีการที่จะแก้ปัญหาตามประเด็นที่ตั้งไว้ออกมาให้ได้มากที่สุด อย่างอิสระโดยยังไม่มีมีการประเมินความเหมาะสมในขั้นนี้ ขั้นที่ 4 การค้นหาคำตอบ (Solution Finding) ในขั้นนี้เป็นขั้นตอนของการพิจารณาคัดเลือกวิธีการที่เหมาะสมที่สุดโดยการเริ่มจากการหาหลักเกณฑ์ที่เหมาะสม แล้วนำหลักเกณฑ์นั้นไปพิจารณาคัดเลือกวิธีการที่เหมาะสม และขั้นที่ 5 การค้นหาคำตอบที่เป็นที่ยอมรับ (Acceptance Finding) ขั้นตอนนี้จะเป็นการนำเอาวิธีการที่เหมาะสมมาพิจารณาให้เห็นว่าสามารถนำไปใช้ได้จริง รวมทั้งเป็นการเผยแพร่ความคิดนั้นให้ผู้อื่นลองปฏิบัติ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับ กล่าวได้ว่า กระบวนการของความคิดสร้างสรรค์เป็นกระบวนการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์โดยเริ่มจากการรับรู้ถึงปัญหา มองเห็น และเข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้น แล้วใช้ความคิดในการแก้ปัญหาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินค่าในการทดสอบสมมติฐาน จนสามารถค้นพบคำตอบอันเป็นที่ยอมรับและสามารถแก้ปัญหาได้อย่างแท้จริง

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการสนับสนุนของภาครัฐ

สำนักคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2552: 15) กล่าวว่า ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2553 เป็นการมุ่งเน้นให้หน่วยงานภาครัฐปรับปรุงองค์การโดยการวัดความสำเร็จของการดำเนินการ เพื่อผ่านเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐระดับพื้นฐานเป็นสำคัญโดยได้ดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมและการติดตามประเมินผลส่วนราชการทั้งในระดับกรม จังหวัดและสถาบันอุดมศึกษา เพื่อให้สามารถพัฒนายกระดับคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐดังนี้ 1) การส่งเสริมสนับสนุนให้ส่วนราชการมีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินการพัฒนายกระดับคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ ได้แก่ จัดประชุมชี้แจงตัวชี้วัดระดับความสำเร็จของการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ 2) จัดทำคู่มือและพัฒนาเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐระดับก้าวหน้าเพื่อให้ส่วนราชการปรับปรุงระบบบริหารจัดการและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเป็นกรอบการประเมินที่สามารถบ่งชี้ระดับความสำเร็จของการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการของส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐ ที่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีและสะท้อนให้เห็นถึงระดับการพัฒนาของส่วนราชการรวมทั้งการพัฒนาโปรแกรมการตรวจรับรองการผ่านเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐระดับพื้นฐาน เป็นโปรแกรมที่สามารถใช้ในการสอบทานเพื่อให้มั่นใจว่าส่วนราชการ มีความพร้อมในการบริหารจัดการ ระดับพื้นฐาน ก่อนที่จะก้าวไปสู่ระดับการบริหารจัดการองค์การตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐระดับก้าวหน้าต่อไป และ 3) การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐรูปแบบสถาบัน โดยการจัดประชุมสัมมนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้การดำเนินการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐระหว่างสมาชิกเครือข่ายการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐจำนวน 2 สถาบัน (มหาวิทยาลัยขอนแก่น และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีจากนักวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในเชิงของเนื้อหาสาระเกี่ยวกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกันนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ได้แก่ (1) นวัตกรรม มาจากทฤษฎีของ Rogers (1971: 100 อ้างถึงใน ศราวุธ พจนศิลป์, 2560: 68) (2) เทคโนโลยี มาจากทฤษฎีของ Heinich, Molenda & Russell (1993: 449) (3) ความคิดสร้างสรรค์ มาจากทฤษฎีของ Davis (1973 อ้างถึงใน ณัฐกรณ ฉิมพาลี, 2561: 70) (4) การสนับสนุนของภาครัฐ มาจากแนวคิดของ สำนักคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2552: 15) ซึ่งเป็นแนวคิดทฤษฎีที่มีความสอดคล้อง และมีบริบทใกล้เคียง ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการวิจัยแนวทางการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นภายใต้ไทยแลนด์ 4.0 ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาครได้

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐกรณ ฉิมพาลี (2561: 258-263) วิจัยเรื่องบทบาทของผู้บริหารท้องถิ่นตามทัศนะของประชาชนในการพัฒนาพื้นที่ท้องถิ่นในเขตอำเภอปรางบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อบทบาทของผู้บริหารท้องถิ่น มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ – ผลกับบทบาทของผู้บริหารท้องถิ่นตามทัศนะของประชาชนในการพัฒนาพื้นที่ท้องถิ่นในเขตอำเภอปรางบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อบทบาทของผู้บริหารท้องถิ่น ภาวะผู้นำ การสื่อสาร ความคิดสร้างสรรค์ การจัดการข้อมูล และ ความฉลาดทางอารมณ์ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ – ผลกับบทบาทของผู้บริหารท้องถิ่นตามทัศนะของประชาชนในการพัฒนาพื้นที่ท้องถิ่นในเขตอำเภอปรางบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ประทีป มากมิตร และอารีย์ สุขสวัสดิ์ (2560: 101-102) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จต่อการพัฒนาชุมชนขุนน้ำเพ็ญ เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลการวิเคราะห์ระดับความสำเร็จต่อการพัฒนาชุมชนขุนน้ำเพ็ญ เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร พบว่า ความสำเร็จต่อการพัฒนาชุมชนขุนน้ำเพ็ญ เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความสำเร็จต่อการพัฒนาฯ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสังคม และด้านจิตใจ ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีระดับความสำเร็จต่อการพัฒนาฯ อยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านเศรษฐกิจ รองลงมา คือ ด้านเทคโนโลยี และด้านทรัพยากรธรรมชาติ ตามลำดับ (2) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จต่อการพัฒนาชุมชนขุนน้ำเพ็ญ เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความสำเร็จต่อการพัฒนาชุมชนขุนน้ำเพ็ญ เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับตัวแปรอิสระทั้ง 3 ปัจจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เรียงตามลำดับที่ส่งผลกระทบที่สุดไปยังปัจจัยที่ส่งผลน้อยที่สุด ได้แก่ การมีส่วนร่วมของชุมชน การรับใช้สังคมของผู้นำชุมชน และการสนับสนุน ซึ่งปัจจัยทั้ง 3 นี้สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จต่อการพัฒนาชุมชนขุนน้ำเพ็ญ เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 49.10

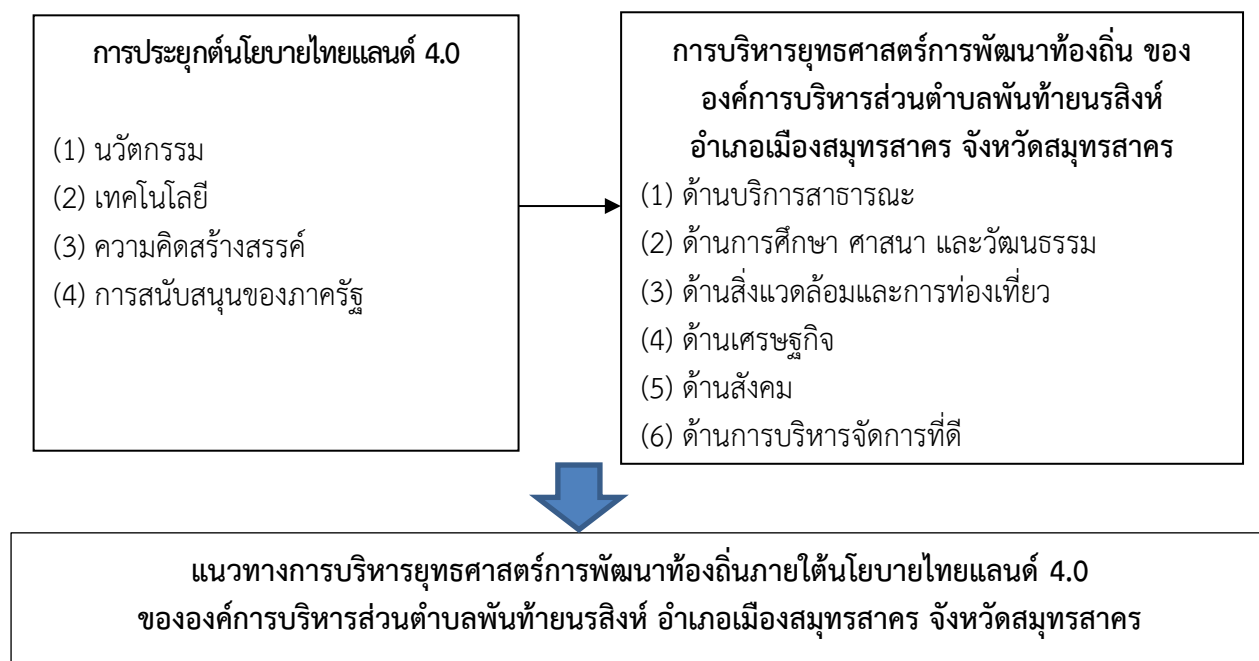
อัจจิมา สวัสดิ์ (2560: 58-61) วิจัยเรื่อง การดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประจำปี พ.ศ. 2557-2561 (ฉบับทบทวน) ของเทศบาลตำบลหนองไม้แดง อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและการจัดการชายฝั่งแบบบูรณาการรองลงมา คือ ด้านการบริหารจัดการด้านการศึกษาศาสนาและวัฒนธรรมด้านสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมและด้านโครงสร้างพื้นฐานตามลำดับ

อุมาพร กาญจนคลอด (2559: 2162-2165) วิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพในการจัดการนวัตกรรมการของเทศบาลในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า (1) ประสิทธิภาพในการจัดการนวัตกรรมการของเทศบาลในประเทศไทยเป็นรูปแบบวิธีในการจัดการองค์กร การดำเนินงานและการให้บริการที่มาจากการพัฒนาการริเริ่มสร้างสรรค์ การประยุกต์องค์ความรู้ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (2) การจัดการนวัตกรรมส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรซึ่งจะนำไปสู่ผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพเป็นไปตามตัวชี้วัดและมาตรฐานที่กำหนดไว้ (3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดการนวัตกรรมการ พบว่าปัจจัยด้านการจัดสรรทรัพยากรเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพการทำงานที่มีระบบและการพัฒนาการดำเนินงานที่ได้มาตรฐาน และปัจจัยด้านการจัดการความรู้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการนวัตกรรมการพบว่าองค์กร มีการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการจัดการความรู้ที่เป็นระบบและมีการใช้ช่องทางสารสนเทศในการเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และ (4) ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ ทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานภาครัฐสามารถนำแนวคิด ประสิทธิภาพในการจัดการนวัตกรรมการไปใช้ในองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร

บุญฤทธิ์ เพ็ชรวิศิษฐ์ (2558: 120-125) วิจัยเรื่อง ศักยภาพการบริหารการพัฒนาของเทศบาล: กรณีศึกษาเทศบาลนครขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า คณะผู้บริหารเทศบาลได้จัดตั้งฝ่ายส่งเสริมการมีส่วนร่วมและกระจายอำนาจ เพื่อใช้เป็นฝ่ายขับเคลื่อนนโยบายสำคัญ และมีการใช้นวัตกรรมทางการบริหารที่ประสบความสำเร็จ เป็นที่ยอมรับของประชาชน พร้อมทั้งมีการขับเคลื่อนนโยบายที่มีสัมฤทธิ์ผลเชิงประจักษ์ และการพัฒนาทรัพยากรเพื่อการบริหารจัดการเทศบาลได้ดำเนินการพัฒนาองค์กร รวมถึงการพัฒนาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพรวมไปถึงการปฏิบัติงานอันจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาและบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชน จากผลการศึกษา พบว่า ศักยภาพการบริหารการพัฒนาของเทศบาลนครขอนแก่น โดยการนำไปสู่การปฏิบัติในชุมชนสามารถปฏิบัติได้ในระดับมากที่สุด และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมากที่สุดในเชิงบวก

จากกการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเชิงของเนื้อหาสาระเกี่ยวกับทางการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยได้ประยุกต์งานวิจัยต่าง ๆ ที่มีเนื้อหาและบริบทที่ใกล้เคียงกับงานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งสามารถสรุปงานวิจัยต่าง ๆ ได้ครบทุกประเด็นตามตัวแปรดังต่อไปนี้ การประยุกต์นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ได้แก่ (1) นวัตกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญฤทธิ์ เพ็ชรวิศิษฐ์ (2558: 120-125) (2) เทคโนโลยี สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุมาพร กาญจนคลอด (2559: 2162-2165) (3) ความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐกรณ นิมพาลี (2561: 258-263) และ (4) การสนับสนุนของภาครัฐ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประทีป มากมิตร และอารีย์ สุขสวัสดิ์ (2560: 101-102) และการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่ (1) ด้านบริการสาธารณะ (2) ด้านการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม (3) ด้านสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว (4) ด้านเศรษฐกิจ (5) ด้านสังคม และ (6) ด้านการบริหารจัดการที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจจิมา สวัสดิ์ (2560: 58-61)

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method Research) โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey Research) มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในองค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร รวมทั้งสิ้นจำนวน 395 คน และผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ รองปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ ผู้อำนวยการกองสวัสดิการสังคม องค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ และ หัวหน้าฝ่ายนโยบายและแผนรักษาการแทน หัวหน้าสำนักปลัด องค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ รวมทั้งสิ้นจำนวน 6 คน

กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ Yamane, (1973: 725) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 395 คน โดยใช้หลักความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Random Sampling) โดยให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากรที่อาศัยอยู่ในองค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างแยกตามหมู่บ้าน

ลำดับ	หมู่บ้าน	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
1.	หมู่ที่ 1 บ้านโคกขาม	217	3
2.	หมู่ที่ 2 บ้านโคก	1,432	17
3.	หมู่ที่ 3 บ้านสันดาป	1,381	16
4.	หมู่ที่ 4 บ้านสหกรณ์	2,107	24
5.	หมู่ที่ 5 บ้านไร่	11,527	134
6.	หมู่ที่ 6 บ้านแสมดำ	15,553	180
7.	หมู่ที่ 7 พันท้ายนรสิงห์	517	6
8.	หมู่ที่ 8 ชายทะเล	1,293	15
รวม 8 หมู่บ้าน		34,027	395

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อ (Index of Item Objective Congruence : IOC) จากการคำนวณหาค่า IOC ครั้งนี้ ได้เท่ากับ 1.00

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการประยุกต์นโยบายไทยแลนด์ 4.0 และการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และวิเคราะห์การประยุกต์นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่มีอิทธิพลกับการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multi Linear Regression Analysis) และทดสอบความเป็นอิสระกันของความคลาดเคลื่อน คือ Durbin-Watson ซึ่งมีค่าเท่ากับ $1.5 \leq \text{Durbin-Watson} \leq 2.5$

4. ผลการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. มีสถานภาพสมรส มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป

2. การบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ในภาพรวม มีการบริหารยุทธศาสตร์อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีการบริหารยุทธศาสตร์อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการบริหารจัดการที่ดี ด้านบริการสาธารณะ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว ด้านที่มีการบริหารยุทธศาสตร์อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม

3. การประยุกต์นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในภาพรวม มีการประยุกต์อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีการประยุกต์อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี ด้านนวัตกรรม และด้านที่มีการประยุกต์อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านความคิดสร้างสรรค์ และด้านการสนับสนุนของภาครัฐ

4. การประยุกต์นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ด้านนวัตกรรม ด้านเทคโนโลยี ด้านความคิดสร้างสรรค์ และด้านการสนับสนุนของภาครัฐ มีอิทธิพลกับการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

5. แนวทางการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นภายใต้ต้นนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า อบต. ได้ดำเนินการพัฒนาการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนในท้องถิ่นให้พร้อมใช้งาน มีการส่งเสริมระบบการศึกษา มีการพัฒนาส่งเสริมสนับสนุนการดูแลทรัพยากรธรรมชาติที่มีในท้องถิ่น มีการส่งเสริมสนับสนุนการแก้ไขป้องกันและต่อต้านยาเสพติด มีการสนับสนุนงานสวัสดิการสังคมและสังคมสงเคราะห์ มีการปรับปรุงและพัฒนาขีดสมรรถนะและวัฒนธรรมการปฏิบัติงานของบุคลากร

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 : การประยุกต์นโยบายไทยแลนด์ 4.0 มีอิทธิพลกับการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของการประยุกต์นโยบายไทยแลนด์ 4.0 กับการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

	B	S.E.	สปส. Beta	t	Sig.
(ค่าคงที่)	0.056	0.107		0.522	0.602
1. นวัตกรรม	0.102	0.026	0.126	3.997***	0.000
2. เทคโนโลยี	0.337	0.025	0.443	13.686***	0.000
3. ความคิดสร้างสรรค์	0.292	0.032	0.281	9.039***	0.000
4. การสนับสนุนของภาครัฐ	0.252	0.030	0.250	8.511***	0.000

หมายเหตุ * $P \leq 0.05$ R = 0.868
 ** $P \leq 0.01$ R^2 = 0.754
 *** $P \leq 0.001$ R^2 ปรับ = 0.751
 F = 298.133
 ระดับนัยสำคัญ = 0.000
 Durbin-Watson = 1.560

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การประยุกต์นโยบายไทยแลนด์ 4.0 มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผล กับการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร จากการทดสอบความเป็นอิสระกันของความคลาดเคลื่อน (Durbin-Watson) ในครั้งนี้มีค่าเท่ากับ 1.560 คือ ตัวแปรอิสระประกอบด้วย (1) นวัตกรรม (2) เทคโนโลยี (3) ความคิดสร้างสรรค์ (4) การสนับสนุนของภาครัฐ มีความสัมพันธ์เชิงอิสระในตัวเอง โดยมีค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (R) อยู่ในระดับสูง 0.868 และพิจารณาจากการปรับมาตรฐานของตัวแปร (Standardized Variables) ร้อยละ 75.10-75.40 ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ และค่า สปส. Beta เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านเทคโนโลยี ($\beta_{\text{เทคโนโลยี}} = 0.443$, Sig. = 0.000) ด้านความคิดสร้างสรรค์ ($\beta_{\text{ความคิดสร้างสรรค์}} = 0.281$, Sig. = 0.000) ด้านการสนับสนุนของภาครัฐ ($\beta_{\text{สนับสนุน}} = 0.250$, Sig. = 0.000) และด้านนวัตกรรม ($\beta_{\text{นวัตกรรม}} = 0.126$, Sig. = 0.000)

กล่าวคือ การบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านการสนับสนุนของภาครัฐ และด้านนวัตกรรม

จากตารางที่ 2 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\hat{Y} &= b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 \\ &= 0.102 \text{ (นวัตกรรม)} + 0.337 \text{ (เทคโนโลยี)} + 0.292 \text{ (ความคิดสร้างสรรค์)} \\ &\quad + 0.252 \text{ (การสนับสนุนของภาครัฐ)}\end{aligned}$$

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า การประยุกต์นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ด้านนวัตกรรม ด้านเทคโนโลยี ด้านความคิดสร้างสรรค์ และด้านการสนับสนุนของภาครัฐ มีอิทธิพลกับการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 สามารถอภิปรายเป็นรายด้าน ดังนี้

1. นวัตกรรม พบว่า การประยุกต์นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ด้านนวัตกรรม มีอิทธิพลกับการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แสดงให้เห็นว่า นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ด้านนวัตกรรม เป็นปัจจัยที่สามารถนำมาประยุกต์ในการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญฤทธิ์ เพ็ชรวิเศษ (2558: 120-125) วิจัยเรื่องศักยภาพการบริหารการพัฒนาของเทศบาล: กรณีศึกษาเทศบาลนครขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า คณะผู้บริหารเทศบาลมีการใช้นวัตกรรมทางการบริหารที่ประสบความสำเร็จ นำไปสู่การปฏิบัติในชุมชนสามารถปฏิบัติได้ในระดับมากที่สุด และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมากที่สุดในเชิงบวก

2. เทคโนโลยี พบว่า การประยุกต์นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ด้านเทคโนโลยี มีอิทธิพลกับการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แสดงให้เห็นว่า นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ด้านเทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่สามารถนำมาประยุกต์ในการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุมาพร กาญจนคลอด (2559: 2162-2165) วิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพในการจัดการนวัตกรรมของเทศบาลในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการจัดการความรู้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการนวัตกรรมพบว่าองค์กร มีการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการจัดการความรู้ที่เป็นระบบและมีการใช้ช่องทางสารสนเทศในการเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

3. ความคิดสร้างสรรค์ พบว่า การประยุกต์นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ด้านความคิดสร้างสรรค์ มีอิทธิพลกับการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่า นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ด้านความคิดสร้างสรรค์ เป็นปัจจัยที่สามารถนำมาประยุกต์ในการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐกรณ์ ฉิมพาลี (2561: 258-263) วิจัยเรื่องบทบาทของผู้บริหารท้องถิ่นตามทัศนะของ

ประชาชนในการพัฒนาพื้นที่ท้องถิ่นในเขตอำเภอปรางค์บุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อบทบาทของผู้บริหารท้องถิ่นตามทัศนะของประชาชนในการพัฒนาพื้นที่ท้องถิ่นในเขตอำเภอปรางค์บุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านความคิดสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับบทบาทของผู้บริหารท้องถิ่นตามทัศนะของประชาชนในการพัฒนาพื้นที่ท้องถิ่นในเขตอำเภอปรางค์บุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

4. การสนับสนุนของภาครัฐ พบว่า การประยุกต์นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ด้านการสนับสนุนของภาครัฐ มีอิทธิพลกับการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แสดงให้เห็นว่า นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ด้านการสนับสนุนของภาครัฐ เป็นปัจจัยที่สามารถนำมาประยุกต์ในการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประทีป มากมิตร และอารีย์ สุขสวัสดิ์ (2560: 101-102) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จต่อการพัฒนาชุมชนขุนน้ำเพ็ญ เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จต่อการพัฒนาชุมชนขุนน้ำเพ็ญ เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความสำเร็จต่อการพัฒนาชุมชนขุนน้ำเพ็ญ เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับตัวแปรอิสระทั้ง 3 ปัจจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การสนับสนุน

จากการวิจัยเรื่องแนวทางการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นภายใต้ต้นนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า อบต. ได้ดำเนินการพัฒนาการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนในท้องถิ่นให้พร้อมใช้งาน มีการส่งเสริมระบบการศึกษา มีการพัฒนาส่งเสริมสนับสนุนการดูแลสุขภาพการธรรมชาติที่มีในท้องถิ่น มีการส่งเสริมสนับสนุนการแก้ไขป้องกันและต่อต้านยาเสพติด มีการสนับสนุนงานสวัสดิการสังคมและสังคมสงเคราะห์ มีการปรับปรุงและพัฒนาขีดสมรรถนะและวัฒนธรรมการปฏิบัติงานของบุคลากร ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ในภาพรวมมีการบริหารยุทธศาสตร์อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีการบริหารยุทธศาสตร์อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการบริหารจัดการที่ดี ด้านบริการสาธารณะ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยว ด้านที่มีการบริหารยุทธศาสตร์อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม จึงสามารถทำให้ผู้วิจัยนำผลการวิจัยที่ได้ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพไปประยุกต์ใช้ในการทางการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นภายใต้ต้นนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาครได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ควรมีการส่งเสริมบูรณาการความร่วมมือในการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนร่วมกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการประชาสัมพันธ์หลักการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ให้ภาคเอกชน และประชาชนทราบถึงรายละเอียด เพื่อให้ทุกฝ่ายร่วมมือ ร่วมแรงร่วมใจกันพัฒนาท้องถิ่นให้ดียิ่งขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลถึงการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาคร เช่น หลักธรรมาภิบาล เป็นต้น
2. การศึกษาการบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ขององค์การบริหารส่วนตำบลไท่ทองที่อื่น ๆ ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบและประยุกต์ใช้ในองค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

เอกสารอ้างอิง

- กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. (2559). **พิมพ์เขียว Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2563. จาก <http://www.libarts.up.ac.th/v2/img/Thailand-4.0.pdf>.
- คณะกรรมการประสานแผนพัฒนาท้องถิ่นจังหวัดสมุทรสาคร. (2560). **ยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสมุทรสาคร (พ.ศ. 2561-พ.ศ. 2564)**. คณะกรรมการประสานแผนพัฒนาท้องถิ่นจังหวัดสมุทรสาคร.
- ณัฐกรณ์ ฉิมพาลี. (2561). **บทบาทของผู้บริหารท้องถิ่นตามทัศนะของประชาชนในการพัฒนาพื้นที่ท้องถิ่นในเขตอำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- บุญฤทธิ์ เพ็ชรวิเศษ. (2558). **ศักยภาพการบริหารการพัฒนาของเทศบาล: กรณีศึกษาเทศบาลนครขอนแก่น**. วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย, 7(2), 109-131.
- ประทีป มากมิตร และอารีย์ สุขสวัสดิ์. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จต่อการพัฒนาชุมชนขุนน้ำเพ็ญเขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร**. วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์, 19 (2), 95-105.
- ศราวุธ พจนศิลป์. (2560). **การพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- สำนักคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2552). **PMQA การพัฒนาองค์การสู่ความเป็นเลิศ**. กรุงเทพมหานคร : บริษัท วิชั่น พรินท์ แอนด์ มีเดีย จำกัด.
- องค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์. (2559). **แผนยุทธศาสตร์การพัฒนา (พ.ศ. 2559-2563)**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2563 จาก <http://pantainorasingh.go.th>.
- อัจฉิมา สวัสดิ์. (2560: 58-61). **การดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประจำปี พ.ศ. 2557-2561 (ฉบับบทวน) ของเทศบาลตำบลหนองไม้แดง อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี**. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อุมาพร กาญจนคลอ. (2559). **ประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมของเทศบาลในประเทศไทย**. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร (สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ), 9 (2), 2158-2171.
- Heinich R., Molenda M. and Russell, James D. (1993). **Instructional Media and the New Technologies of Instruction**. (4th ed.). New York: Macmillan Publishing Company.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An introductory analysis**. (3rd ed.). New York: Harper and Row.

แนวทางในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ภายใต้องค์กรแห่งการเรียนรู้ ขององค์กร
ปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
Guidelines for Strategic Human Resource Development under the Learning
Organization of the Local Government Organization in Sam Roi Yot District
Prachuap Khiri Khan Province

นิสารัตน์ พงศ์ไพศาลศรี*
(Nisarat Pongpaisansri)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (2) องค์การแห่งการเรียนรู้ มีอิทธิพลกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (3) แนวทางในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ภายใต้องค์กรแห่งการเรียนรู้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรที่ปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 138 คน กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) คือ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลไร่ใหม่ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลไร่เก่า นายก อบต. ไร่ใหม่ นายก อบต. ไร่เก่า นายก อบต. ศาลาลัย นายก อบต. ศิลาลอย และ นายก อบต. สามร้อยยอด รวมทั้งสิ้นจำนวน 7 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักความไม่น่าจะเป็น และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า และแบบบังเอิญ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมและรายด้านมีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์อยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านการนำการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ไปปฏิบัติ ด้านการประเมินผลและการควบคุมการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ และด้านการกำหนดการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์

*วิทยานิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐประศาสนศาสตร์และสังคมศึกษา มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด 76120 ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บำเพ็ญ ไมตรีโสภณ
Thesis Master of Public Administration Program Thesis Faculty of Public Administration and Social Studies
Stamford International University 76120

Corresponding author: nisarat1310@hotmail.com

2. องค์การแห่งการเรียนรู้ ในภาพรวม ด้านการเป็นบุคคลที่รอบรู้ ด้านมีแบบแผนความคิด ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และด้านการเรียนรู้เป็นทีม มีอิทธิพลกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 และองค์การแห่งการเรียนรู้ ด้านการคิดเป็นระบบ มีอิทธิพลกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สมการมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 75.60 สมการการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ คือ $\hat{Y} = 0.229 (x_1) + 0.184 (x_2) + 0.282 (x_3) + 0.280 (x_4) - 0.086 (x_5)$

3. แนวการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีการวางแผนทางในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ผ่านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างเหมาะสม มีการเลือกกลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่เหมาะสมกับหน่วยงาน และสามารถปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม มีการสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม ส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติภารกิจที่ตนเองรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่ มีการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ปฏิบัติเพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงให้เกิดประโยชน์สูงสุด และมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่จริง

คำสำคัญ: การพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ องค์การแห่งการเรียนรู้

ABSTRACT

This research aimed to study: (1) level of strategic human resource development of the local government organization in Sam Roi Yot District Prachuap Khiri Khan Province (2) Learning Organization Affect the strategic human resource development of the local government organization in Sam Roi Yot District (3) guidelines for strategic human resource development under the learning organization of the local government organization in Sam Roi Yot District. Prachuap Khiri Khan Province the sample group used in the research was the personnel working in the local government organization in Sam Roi Yot District Prachuap Khirikhan Province, 138 people. The key informants in the in-depth interview are 5 person of Mayor of Rai Mai Sub-district Municipality, Mayor of Rai Kao Sub-district Municipality, Chairman of the New Rai Sub-district Administration, Rai old Kao Sub-district Administration Officer, Salaya Sub-district Administrative Officer, Sila Loi Sub-District Administrative Officer, Sam Roi Yot Sub-district Administrative Committee. The research tool was a questionnaire. Determine the sample using the nonprobability sampling and the use of quota random sampling and accidental random sampling. Data were treated and analyzed by using descriptive and Inferential Statistics methods, which were percentage, mean, standard deviation and Multiple Regression Analysis.

Findings:

1. Strategic human resource development level of the local government organization in Sam Roi Yot District Prachuap Khiri Khan Province In overall and in each aspect, there is a high level of strategic human resource development. Arranged in the following order: strategic human resource management implementation in the evaluation and control of strategic human resource management Analysis of strategic human resource management And in the formulation of strategic human resource management.

2. The organization of learning as a whole is knowledgeable. The side has a pattern of thought. With shared vision and in team learning there is a rational relationship with the strategic human resource development of the local government organization in Sam Roi Yot District. Prachuap Khiri Khan Province With a statistic significance of 0.001 and a learning organization Systematic thinking There is a rational relationship with the strategic human resource development of the local government organization in Sam Roi Yot District. Prachuap Khiri Khan Province With statistical significance at 0.05, the equation has 75.60% predictive power. The multiple regression analysis equations are: $\hat{Y} = 0.229 (x_1) + 0.184 (x_2) + 0.282 (x_3) + 0.280 (x_4) - 0.086 (x_5)$

3 . Strategic Human Resource Development Guideline of Local Administrative Organization in Sam Roi Yot District Prachuap Khiri Khan Province found that the strategic human resource development of local government organizations in Sam Roi Yot district Prachuap Khiri Khan Province There are guidelines for human resource development, human resources development appropriately. There is a selection of human resource management strategies that are appropriate for the organization. And can be practiced in a concrete way a suitable working environment is created. As a result, operators can perform their duties fully. We listen to ideas from practitioners to develop and improve them for the best benefit and adjust strategies to suit the actual environment.

Keywords: Development, Strategic Human Resources, Learning Organization

Article history:

Received 5 August 2020

Revised 6 November 2020

Accepted 10 November 2020

SIMILARITY INDEX = 1.32 %

1. บทนำ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอต จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้ความสำคัญกับการบริหารงานบุคคล ซึ่งถือว่าเป็นภารกิจสำคัญในการบริหารและพัฒนาองค์กร จึงเป็นภาระหน้าที่ของผู้บริหารและผู้บริหารงานบุคคลที่ต้องมุ่งปฏิบัติในกิจกรรมที่เกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากร เพื่อให้บุคลากรในหน่วยงานเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพอันจะส่งผลสำเร็จต่อเป้าหมายของหน่วยงาน การจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรเป็นการวางแผนและกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของกระบวนการพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคเทคโนโลยี โดยอาศัยความรู้และประสบการณ์ในการทางานเป็นข้อมูลเบื้องต้นตลอดจนปัญหาที่เกิดขึ้นภายในองค์กร โดยนำมาวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาเพื่อนำมาประกอบการพิจารณาวางแผนพัฒนาบุคลากร พร้อมทั้งเสริมสร้างความสามารถด้วยการฝึกอบรม ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และทัศนคติของบุคลากร เพื่อให้ปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้น (องค์การบริหารส่วนตำบลไร่เก่า, 2560: คำนำ)

สำหรับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น การดำเนินงานที่ผ่านมามักประสบปัญหาขาดการวางแผนด้านการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ บุคลากรขาดความรู้และทักษะด้านการวิเคราะห์ระบบและการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ไม่มีความรู้ในการจัดการสารสนเทศ หน่วยงานขาดงบประมาณในการสนับสนุนสำหรับการพัฒนาทักษะของบุคลากร ความรู้ของบุคลากรมีน้อย (วรรณ โชคบันดาลสุข และรัชนิดา รอดอิว, 2553: 1) ซึ่งสอดคล้องกับการบริหารงานบุคคลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอต จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ประสบปัญหาในการบริหารบุคคลในด้านการวางแผน บุคลากรขาดความรู้และทักษะด้านการวิเคราะห์ระบบและการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ไม่มีความรู้ในการจัดการสารสนเทศ จึงทำให้การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงานไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญและสนใจที่จะศึกษา กลยุทธ์ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอสามร้อยยอต จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอสามร้อยยอต จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารงานบุคคลของผู้บริหาร อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ ทัศนคติที่ดี คุณธรรม จริยธรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอสามร้อยยอต จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในการปฏิบัติงานราชการและบริการประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอต จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาองค์การแห่งการเรียนรู้ มีอิทธิพลกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอต จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ภายใต้องค์กรแห่งการเรียนรู้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอต จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์

ทอมป์สัน และสตรีกแลนด์ (Thompson and Strickland, 2003: 4) ได้กล่าวว่า หลักการจัดการเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

1) การวิเคราะห์การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Analysis) คือ การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ เป็นการกำหนดจุดหมายปลายทาง

2) การกำหนดการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Formulation) คือ การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy formulation) จากการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic planning) หมายถึง การกำหนดทางเลือกและเลือกจากทางเลือกที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์เป็นที่ยั่งยืนในระยะยาว

3) การนำการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategic Implementation) คือ การปฏิบัติตามกลยุทธ์ (Strategic implementation) เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ให้เป็นการปฏิบัติและเป็นผลลัพธ์

4) การประเมินและการควบคุมการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Evaluation and Control) คือ การประเมินและการควบคุมเชิงกลยุทธ์ เป็นกระบวนการพิจารณาว่ากลยุทธ์ได้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานหรือไม่

จิตติมา อัครธิติพงศ์ (2556 : 23) ได้กล่าวว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Human Resource Management) ได้ประยุกต์แนวคิดของการบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้ในการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร ซึ่งรูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์จะมีคุณลักษณะ 6 ประการ ได้แก่ 1) การยอมรับอิทธิพลของสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร 2) การยอมรับอิทธิพลของการแข่งขันและความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงาน 3) การเน้นแผนระยะยาว 4) การเน้นการพัฒนาทางเลือกในการปฏิบัติงานและการตัดสินใจ 5) ขอบเขตการพิจารณาครอบคลุมทุกคนในหน่วยงาน และ 6) การบูรณาการระหว่างกลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์และกลยุทธ์ด้านธุรกิจ

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีจากนักวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในเชิงของเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ผู้วิจัยได้กำหนดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตามแนวคิดของ ทอมป์สัน และสตรีกแลนด์ (Thompson and Strickland, 2003: 4) ในการวิจัยแนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วย (1) ด้านการวิเคราะห์การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ (2) ด้านการกำหนดนโยบายการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ (3) ด้านการนำการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ไปปฏิบัติ และ (4) ด้านการประเมินผลและการควบคุมการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์กรแห่งการเรียนรู้

Senge (1990) กล่าวถึงลักษณะขององค์กรที่เรียนรู้ไว้ว่า องค์กรที่เรียนรู้นั้น จะต้องปฏิบัติตามข้อบัญญัติ 5 ประการ คือ

1) การเป็นบุคคลที่รอบรู้ (Personal Mastery) หมายถึง การเรียนรู้ของบุคลากรจะเป็นจุดเริ่มต้นคนในองค์กรจะต้องให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ฝึกฝนปฏิบัติและเรียนรู้อย่างต่อเนื่องไปตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เพื่อเพิ่มศักยภาพของตนเองอยู่เสมอ องค์กรที่เรียนรู้นี้ต้องสามารถส่งเสริมให้คนในองค์กรสามารถเรียนรู้พัฒนาตนเองคือการสร้างจิตสำนึกในการใฝ่เรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคคล สร้างสรรค์ผลที่มุ่งหวัง

และสร้างบรรยากาศกระตุ้นเพื่อนร่วมงานให้พัฒนาศักยภาพไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งหมายถึงการจัดกลไกต่าง ๆ ในองค์กรไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างองค์กระบวนสารสนเทศระบบการพัฒนาบุคคล หรือแม้แต่วิธีการปฏิบัติงานประจำวันเพื่อให้คนในองค์กรได้เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ เพิ่มเติมได้อย่างต่อเนื่อง

2) มีแบบแผนความคิด (Mental Model) หมายถึง แบบแผนทางความคิด ความเชื่อ ทศคติ จากการสัมผัสประสบการณ์กลายเป็นกรอบความคิดที่ทำให้บุคคลนั้น ๆ มีความสามารถในการทำความเข้าใจ วินิจฉัย ตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม สิ่งเหล่านี้ถือเป็นพื้นฐานของวุฒิภาวะ (Emotional Quotient: EQ) การตระหนักถึงกรอบแนวคิดของตนเอง ทำให้เกิดความกระจำกับรูปแบบ ความคิด ความเชื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจ และการกระทำของตน และเพียรพัฒนารูปแบบความคิดความเชื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลก ไม่ยึดติดกับความเชื่อเก่า ๆ ที่ล้าสมัย และสามารถที่จะบริหารปรับเปลี่ยน กรอบความคิดของตน ทำความเข้าใจได้ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดในเชิงการรื้อปรับระบบงาน (Reengineering)

3) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Shared Vision) หมายถึง การสร้างทัศนคติร่วมของคนในองค์กร ให้สามารถมองเห็นภาพและมีความต้องการที่จะมุ่งไปในทิศทางเดียวกัน เป็นการมองในระดับความมุ่งหวัง เปรียบเสมือนหางเสือของเรือที่ขับเคลื่อนให้เรือนั้นมุ่งสู่เป้าหมายในทิศทางที่รวดเร็ว ประหยัดและปลอดภัย องค์กรที่เรียนรู้จะต้องมีการกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกัน ซึ่งจะเป็นกรอบความคิดเกี่ยวกับสภาพในอนาคตขององค์กร ที่ทุกคนในองค์กรมีความปรารถนาาร่วมกัน ช่วยกันสร้างภาพอนาคตของหน่วยงานที่ทุกคนจะทุ่มเทกำลังกาย แรงใจกระทำให้เกิดขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อให้การเรียนรู้ ริเริ่ม ทดลองสิ่งใหม่ ๆ ของคนในองค์กร เป็นไปในทิศทาง หรือ กรอบแนวทางที่มุ่งไปสู่จุดเดียวกัน

4) การเรียนรู้เป็นทีม (Team Learning) หมายถึง การเรียนรู้ร่วมกันของสมาชิกในลักษณะกลุ่ม หรือทีมงาน เป็นเป้าหมายสำคัญที่จะต้องทำให้เกิดขึ้นเพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ กันอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ การเรียนรู้ชนิดนี้ เน้นการทำงานเพื่อก่อให้เกิด ความร่วมแรงร่วมใจ มีความสามัคคีในการร่วมมือกันแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ในองค์กรที่เรียนรู้จะต้องมีการ เรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม คือ การแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์และทักษะวิธีคิดเพื่อพัฒนาภูมิปัญญาและ ศักยภาพของทีมงานโดยรวม มีการแบ่งปันแลกเปลี่ยน ถ่ายทอดข้อมูลระหว่างกันและกัน ทั้งในเรื่องของความรู้ ใหม่ ๆ ที่ได้มาจากการค้นคิด หรือจากภายนอกและภายใน การเรียนรู้เป็นทีมนี้ยังควรครอบคลุมไปถึงการเรียนรู้ เกี่ยวกับการทำงานร่วมกันเป็นทีมด้วย ซึ่งการเรียนรู้และพัฒนาในเรื่องนี้ก็จะช่วยให้การทำงานร่วมกันในองค์กร มีความเป็นทีมที่ดีขึ้น ซึ่งจะช่วยให้สมาชิกแต่ละคนสามารถแสดงศักยภาพที่มีอยู่ออกมาได้อย่างเต็มที่

5) การคิดเป็นระบบ (System Thinking) หมายถึง การที่คนในองค์กรมีความสามารถที่จะเชื่อมโยง สิ่งต่าง ๆ โดยมองเห็นภาพความสัมพันธ์กันเป็นระบบได้อย่างเข้าใจและมีเหตุผลเป็นลักษณะการมองภาพรวม หรือระบบใหญ่ (Total System) ก่อนว่าจะมีเป้าหมายในการทำงานอย่างไรแล้วจึงสามารถมองเห็นระบบย่อย (Subsystem) ทำให้สามารถนำไปวางแผนและดำเนินการทำส่วนย่อย ๆ นั้นให้เสร็จทีละส่วนคนในองค์กร สามารถมองเห็นวิธีคิดและภาษาที่ใช้อธิบายพฤติกรรมความเป็นไปต่าง ๆ ถึงความเชื่อมโยงต่อเนื่องของสรรพสิ่ง และเหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งมีความสัมพันธ์ผูกโยงกันเป็นระบบเป็นเครือข่ายซึ่งผูกโยงด้วยสภาวะการพึ่งพาอาศัยกัน สามารถมองปัญหาที่เกิดขึ้นได้เป็นวัฏจักรโดยนำมาบูรณาการเป็นความรู้ใหม่ เพื่อให้สามารถเปลี่ยนแปลงระบบ ได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความเป็นไปในโลกแห่งความจริง

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีจากนักวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในเชิงของเนื้อหาสาระเกี่ยวกับองค์กรแห่ง การเรียนรู้ ผู้วิจัยได้กำหนดองค์กรแห่งการเรียนรู้ ตามแนวคิดของ Senge (1990) ในการวิจัยแนวทางการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ประกอบด้วย (1) ด้านการเป็นบุคคลที่รอบรู้ (2) ด้านมีแบบแผนความคิด (3) ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (4) ด้านการเรียนรู้เป็นทีม และ (5) ด้านการคิดเป็นระบบ

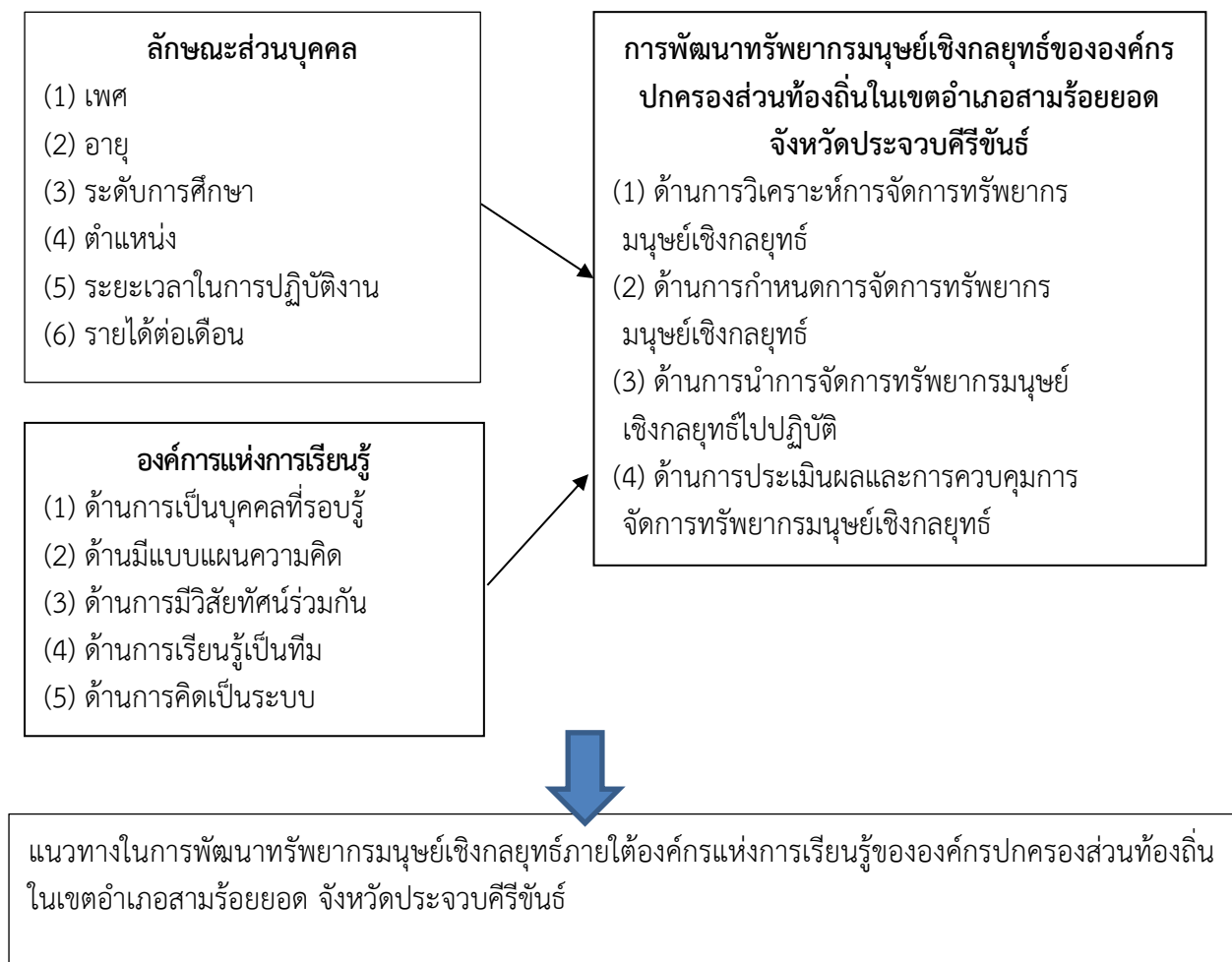
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิยนุช ชมบุญ (2562: 6-7) วิจัยเรื่อง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลการวิเคราะห์ลักษณะที่พึงประสงค์ในการพัฒนาบุคลากรตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานี พบว่า ลักษณะที่พึงประสงค์ในการพัฒนาบุคลากร ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 5 ด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก คือ ด้านบุคคลที่รอบรู้ รองลงมา คือ ด้านการเรียนรู้เป็นทีม, ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกันด้านการคิดเชิงระบบ และด้านรูปแบบความคิด (2) ผลการวิเคราะห์ลักษณะที่พึงประสงค์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาบุคลากรตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานี พบว่า ลักษณะที่พึงประสงค์ ทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านบุคคลที่รอบรู้ ด้านรูปแบบความคิด ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ด้านการเรียนรู้เป็นทีม และ ด้านการคิดเชิงระบบ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาบุคลากรตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานีทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ($\beta = 0.055$) มีผลต่อการพัฒนาบุคลากรตามนโยบายประเทศไทย 4.0 มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการคิดเชิงระบบ ($\beta = 0.020$), ด้านการเรียนรู้เป็นทีม ($\beta = -0.012$), ด้านบุคคลที่รอบรู้ ($\beta = -0.015$) และด้านรูปแบบความคิด ($\beta = -0.019$) มีผลต่อการพัฒนาบุคลากรตามนโยบายประเทศไทย 4.0 น้อยที่สุด

กชนล พยัพพฤกษ์ (2562: 180-184) วิจัยเรื่อง กลยุทธ์ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า (1) กลยุทธ์ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมและรายด้านมีกลยุทธ์ในการพัฒนาอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านการนำการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ไปปฏิบัติ ด้านการประเมินผลและการควบคุมการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์การวิเคราะห์การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ และด้านการกำหนดการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ (2) องค์การแห่งการเรียนรู้ ขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ในภาพรวมและรายด้านมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านการเรียนรู้เป็นทีม ด้านมีแบบแผนความคิด ด้านการเป็นบุคคลที่รอบรู้ ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และด้านการคิดเป็นระบบ (3) องค์การแห่งการเรียนรู้ ในภาพรวม ด้านมีแบบแผนความคิด ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ด้านการเรียนรู้เป็นทีม และด้านการคิดเป็นระบบ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับกลยุทธ์ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ส่วนด้านการเป็นบุคคลที่รอบรู้ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับกลยุทธ์ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ด้านการนำการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ไปปฏิบัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (4) ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และอายุ มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิจัยเรื่อง แนวทางในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ภายใต้องค์กรแห่งการเรียนรู้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ ได้แก่ องค์กรแห่งการเรียนรู้ ประกอบด้วย (1) ด้านการเป็นบุคคลที่รอบรู้ (2) ด้านมีแบบแผนความคิด (3) ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (4) ด้านการเรียนรู้เป็นทีม และ (5) ด้านการคิดเป็นระบบ ซึ่งประยุกต์มาจากแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับองค์กรแห่งการเรียนรู้ ของ Senge (1990) และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ (1) ด้านการวิเคราะห์การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ (2) ด้านการกำหนดนโยบายการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ (3) ด้านการนำการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ไปปฏิบัติ และ (4) ด้านการประเมินผลและการควบคุมการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ประยุกต์มาจากแนวคิดทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์ของ Thompson and Strickland (2003)

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ภายใต้องค์กรแห่งการเรียนรู้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method Research) โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey Research) มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ บุคลากรที่ปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ รวมทั้งสิ้นจำนวน 325 คน และ ผู้ให้ข้อมูลหลัก ที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ นายกเทศมนตรีตำบลไร่ไหม (เทศบาลตำบลไร่ไหม) ผู้อำนวยการกองคลัง รักษาการแทนปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.ไร่ไหม) ปลัดเทศบาลตำบลไร่เก่า (เทศบาลตำบลไร่เก่า) หัวหน้าสำนักปลัด (อบต.ศิลาลอย) และนายกองค์การบริหารส่วนตำบลสามร้อยยอด (อบต.สามร้อยยอด) รวมทั้งสิ้นจำนวน 5 คน

กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ Green (1991: 499-510) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 138 คน โดยใช้หลักความไม่น่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Random Sampling) โดยให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อ (Index of Item Objective Congruence : IOC) จากการคำนวณค่า IOC ครั้งนี้ ได้เท่ากับ 1.00

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรแห่งการเรียนรู้ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และวิเคราะห์องค์การแห่งการเรียนรู้ ที่มีอิทธิพลกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multi Linear Regression Analysis) และทดสอบความเป็นอิสระกันของความคลาดเคลื่อน คือ Durbin-Watson ซึ่งมีค่าเท่ากับ $1.5 \leq \text{Durbin-Watson} \leq 2.5$

4. ผลการวิจัย

1. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมและรายด้านมีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านการนำการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ไปปฏิบัติ ด้านการประเมินผลและการควบคุมการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ และด้านการกำหนดการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม มีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{x}$ = 3.86, S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการนำการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ไปปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ = 3.94, S.D. = 0.60) ด้านการประเมินผลและการควบคุมการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ($\bar{x}$ = 3.87, S.D. = 0.63) การวิเคราะห์การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ($\bar{x}$ = 3.84, S.D. = 0.58) และด้านการกำหนดการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ($\bar{x}$ = 3.80, S.D. = 0.60)

ตารางที่ 1 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอต จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการพัฒนา	ลำดับที่
1. การวิเคราะห์การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์	3.84	0.58	มาก	3
2. การกำหนดการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์	3.80	0.60	มาก	4
3. การนำการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ไปปฏิบัติ	3.94	0.60	มาก	1
4. การประเมินผลและการควบคุมการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์	3.87	0.63	มาก	2
รวม	3.86	0.55	มาก	

3. องค์การแห่งการเรียนรู้ ในภาพรวม ด้านการเป็นบุคคลที่รอบรู้ ด้านมีแบบแผนความคิด ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และด้านการเรียนรู้เป็นทีม มีอิทธิพลกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอต จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 และองค์การแห่งการเรียนรู้ ด้านการคิดเป็นระบบ มีอิทธิพลกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอต จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 : องค์การแห่งการเรียนรู้ มีอิทธิพลกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอต จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุขององค์การแห่งการเรียนรู้ กับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอต จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

	B	S.E.	Beta	t	Sig.
(ค่าคงที่)	0.323	0.259		1.248	0.214
1. ด้านการเป็นบุคคลที่รอบรู้	0.229	0.045	0.274	5.067***	0.000
2. ด้านมีแบบแผนความคิด	0.184	0.051	0.212	3.588***	0.000
3. ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน	0.282	0.061	0.271	4.606***	0.000
4. ด้านการเรียนรู้เป็นทีม	0.280	0.058	0.305	4.816***	0.000
5. ด้านการคิดเป็นระบบ	-0.086	0.043	-0.086	-1.996*	0.048

หมายเหตุ * $P \leq 0.05$ $R = 0.869$
 ** $P \leq 0.01$ $R^2 = 0.756$
 *** $P \leq 0.001$ R^2 ปรับ = 0.746
 $F = 81.684$
 ระดับนัยสำคัญ = 0.000
 Durbin-Watson = 1.980

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า องค์การแห่งการเรียนรู้ มีอิทธิพลกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการทดสอบความเป็นอิสระกันของความคลาดเคลื่อน (Durbin-Watson) ในครั้งนี้มีค่าเท่ากับ 1.980 คือ ตัวแปรอิสระประกอบด้วย ด้านการเป็นบุคคลที่รอบรู้ ด้านมีแบบแผนความคิด ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ด้านการเรียนรู้เป็นทีม และด้านการคิดเป็นระบบมีความสัมพันธ์เชิงอิสระในตัวเอง โดยมีค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (R) อยู่ในระดับสูง 0.869 และพิจารณาจากการปรับมาตรฐานของตัวแปร (Standardized Variables) ร้อยละ 74.60–75.60 ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ และค่า สปส. Beta เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการเรียนรู้เป็นทีม ($\beta_{\text{เรียนรู้เป็นทีม}} = 0.305$, Sig. = 0.000) ด้านการเป็นบุคคลที่รอบรู้ ($\beta_{\text{บุคคลที่รอบรู้}} = 0.274$, Sig. = 0.000) ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ($\beta_{\text{วิสัยทัศน์ร่วมกัน}} = 0.271$, Sig. = 0.000) ด้านมีแบบแผนความคิด ($\beta_{\text{แบบแผนความคิด}} = 0.212$, Sig. = 0.000) และด้านการคิดเป็นระบบ ($\beta_{\text{คิดเป็นระบบ}} = -0.086$, Sig. = 0.048) กล่าวคือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการเรียนรู้เป็นทีม ด้านการเป็นบุคคลที่รอบรู้ ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ด้านมีแบบแผนความคิด และด้านการคิดเป็นระบบ

จากตาราง 2 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \hat{Y} &= b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 \\ &= 0.229 (\text{ด้านการเป็นบุคคลที่รอบรู้}) + 0.184 (\text{ด้านมีแบบแผนความคิด}) + 0.282 (\text{ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน}) + 0.280 (\text{ด้านการเรียนรู้เป็นทีม}) - 0.086 (\text{ด้านการคิดเป็นระบบ}) \end{aligned}$$

3. แนวการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการวิเคราะห์การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ มีการวางแผนทางในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แผนการการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างเหมาะสม ด้านการกำหนดนโยบายการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ มีการเลือกกลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่เหมาะสมกับหน่วยงาน และสามารถปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม ด้านการนำการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ไปปฏิบัติ มีการสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม ส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติตามภารกิจที่ตนเองรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่ ด้านการประเมินผลและการควบคุมการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ มีการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ปฏิบัติเพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงให้เกิดประโยชน์สูงสุด และมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่จริง ส่วนองค์การแห่งการเรียนรู้ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ด้านการเป็นบุคคลที่รอบรู้ สนับสนุนให้บุคลากรในหน่วยงานมีการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ด้านมีแบบแผนความคิด ส่งเสริมให้บุคลากรในหน่วยงานมีการพัฒนาความคิดสามารถเชื่อมโยงกระบวนการที่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสม ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน เปิดโอกาสให้บุคลากรในหน่วยงานมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์พันธกิจขององค์กร ด้านการเรียนรู้เป็นทีม มีการสนับสนุนให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานเป็นทีม ด้านการคิดเป็นระบบ ส่งเสริมให้บุคลากรกำหนดเป้าหมายและแนวทางในการพัฒนาหน่วยงานในทิศทางเดียวกัน มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจนและเป็นระบบ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 36-45 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นข้าราชการ มีระยะเวลาปฏิบัติงาน 11-15 ปี และมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท

จากผลการวิจัยในเชิงปริมาณจะเห็นว่า มีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการนำการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ไปปฏิบัติ ด้านการประเมินผลและการควบคุมการจัดการ

ทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ และด้านการกำหนดการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ คือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการวิเคราะห์การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ มีการวางแผนทางในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แผนการการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างเหมาะสม ด้านการกำหนดนโยบายการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ มีการเลือกกลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่เหมาะสมกับหน่วยงาน และสามารถปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม ด้านการนำการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ไปปฏิบัติ มีการสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม ส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติภารกิจที่ตนเองรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่ ด้านการประเมินผลและการควบคุมการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ มีการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ปฏิบัติเพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงให้เกิดประโยชน์สูงสุด และมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่จริง

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า องค์การแห่งการเรียนรู้ ในภาพรวม ด้านการเป็นบุคคลที่รอบรู้ ด้านมีแบบแผนความคิด ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และด้านการเรียนรู้เป็นทีม มีอิทธิพลกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 และองค์การแห่งการเรียนรู้ ด้านการคิดเป็นระบบ มีอิทธิพลกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงให้เห็นว่า การที่บุคลากรในองค์กรเป็นบุคคลที่รอบรู้ มีแบบแผนความคิด มีวิสัยทัศน์ร่วมกัน เรียนรู้เป็นทีม และคิดเป็นระบบ ส่งผลให้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประสบผลสำเร็จตามที่องค์กรคาดหวังไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยนุช ชมบุญ (2562: 6-7) วิจัยเรื่อง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์ลักษณะที่พึงประสงค์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาบุคลากรตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานี พบว่า ลักษณะที่พึงประสงค์ ทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านบุคคลที่รอบรู้ ด้านรูปแบบความคิด ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ด้านการเรียนรู้เป็นทีม และ ด้านการคิดเชิงระบบ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาบุคลากรตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานีทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กชนล พยัพพฤกษ์ (2562: 180-184) วิจัยเรื่อง กลยุทธ์ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า องค์การแห่งการเรียนรู้ ในภาพรวม ด้านมีแบบแผนความคิด ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ด้านการเรียนรู้เป็นทีม และด้านการคิดเป็นระบบ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับกลยุทธ์ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ส่วนด้านการเป็นบุคคลที่รอบรู้ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับกลยุทธ์ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ด้านการนำการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ไปปฏิบัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ควรมีการจัดทำคู่มือเกี่ยวกับพัฒนาการปฏิบัติงานสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ แก่บุคลากรที่ปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. ควรมีส่งเสริมและจัดสรรงบประมาณในด้านการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นไป เพื่อนำความรู้มาพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานและองค์กร

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาแนวทางในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรเอกชน หรือภาครัฐอื่น ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับหน่วยงาน
2. ควรทำการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลให้แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้หลากหลายและดียิ่งขึ้น เช่น นโยบายไทยแลนด์ 4.0 หรือการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กชนล พยัพพฤกษ์. (2562). กลยุทธ์ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสแตมฟอร์ด.
- จิตติมา อัครธิติพงศ์. (2556). เอกสารประกอบการสอน วิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ปิยนุช ชมบุญ. (2562). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานี. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 3(2), 1-12.
- วรรณา โชคบันดาลสุข และรัชนิดา รอดอื้อ. (2553). แนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านคอมพิวเตอร์ของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลจังหวัดราชบุรี. ราชบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
- องค์การบริหารส่วนตำบลไร่เก่า. (2560). แผนพัฒนาบุคลากรประจำปีงบประมาณ 2561-2563. ประจวบคีรีขันธ์: งานบริหารงานบุคคล สำนักงานปลัด องค์การบริหารส่วนตำบลไร่เก่า.
- Green, S. B. (1991). How Many Subjects Dose It Take to Do a Regression Analysis? .*Multivariate Behavioral Research*, 26 (3), 499-510.
- Senge, P.M. (1990). *The Fifth Discipline: The art and practice of the learning organization*. London: Random House.
- Thompson, A.A. & Strickland, A.J. (2003). *Strategic Management: Concepts and Cases*. (12th ed.). Boston: McGraw-Hill.

แนวทางในการพัฒนาสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงาน ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ ในยุค 4.0

Guidelines for the development of SMART competency in operations of personnel in the 5th Air Force Wing

ศุภชัย หวันดี*
(Supachai Wanwadee)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของ กำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ (2) การประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลกับสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ (3) แนวทางการพัฒนาสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการ วิจัยเชิงปริมาณ คือ ข้าราชการทหารที่ปฏิบัติงานในกองบิน 5 กองทัพอากาศจำนวน 130 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยพหุคูณ สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล สำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ผู้บังคับบัญชาที่ปฏิบัติงานในกองบิน 5 จาก กองบังคับการกองบิน หน่วยขึ้นตรงกองบิน 5 กองเทคนิคกองบิน 5 และ ส่วนปฏิบัติการกองบิน 5 รวมทั้งสิ้น 4 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ ในภาพรวม และรายด้าน มีสมรรถนะอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านร่วมคิดทำงานเป็นทีม ด้าน มุ่งมั่นในผลสัมฤทธิ์ ด้านมีคุณธรรม ด้านดำรงความถูกต้องพร้อมรับผิดชอบ และด้านความเสียสละ

2. การประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน ด้านเทคโนโลยี ด้านการบูรณาการ มีอิทธิพลกับการพัฒนาสมรรถนะ SMART ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านความคิดสร้างสรรค์ มีอิทธิพลกับการพัฒนาสมรรถนะ SMART ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ด้านนวัตกรรม มีอิทธิพลกับการพัฒนาสมรรถนะ SMART ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สมการมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 72.30 สมการการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ คือ $\hat{Y} = 0.114 (x_1) + 0.415 (x_2) + 0.166 (x_3) + 0.252 (x_4)$

*วิทยานิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐประศาสนศาสตร์และสังคมศึกษา มหาวิทยาลัยนานาชาติ
แสตมป์ฟอร์ด 76120. ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พลโท ดร.สุชาติ อุดลย์บุตร

Thesis Master of Public Administration Program Thesis Faculty of Public Administration and Social Studies
Stamford International University 76120

Corresponding author: su_achai@hotmail.com

3. แนวทางการพัฒนาสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ พบว่า (1) สมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพล มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้กำลังพลใน กองบิน 5 กองทัพอากาศสร้างจิตสำนึกการเสียสละปลูกจิตสำนึกความมีคุณธรรม มีการวางแผนงานและกำหนด ตัวชี้วัดของงานที่ปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายได้อย่างชัดเจน (2) การประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน พบ ว่ามีการปรับปรุงและพัฒนางานให้เกิดผลที่ชัดเจนดีขึ้น มีการพัฒนาตนเองให้ก้าวทันเทคโนโลยีวิทยาการ สมัยใหม่พร้อมปรับตัวให้ทันกับยุคโลกาภิวัตน์ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อหน่วยงาน

คำสำคัญ: สมรรถนะ ไทยแลนด์ 4.0 กำลังพลในกองบิน

ABSTRACT

This research aimed to study: (1) level of SMART competency in the operation of Personnel in Air Division 5, Royal Thai Air Force (2) application of THAILAND 4.0 in the operation, influence on SMART performance in the operation of the personnel in Air Division 5, Royal Thai Air Force. The job of the personnel in the 5th Air Force's Royal Air Force. Quantitative research consisted of 130 military personnel working in the Air Force 5 Wing Air Force using stratified random sampling, using questionnaires as a research tool. Data were treated and analyzed by using descriptive and Inferential Statistics methods, which were percentage, mean, standard deviation and Multiple Regression Analysis. The qualitative research, use in depth interviews from key informants, including supervisors working in Air Division 5 from the Air Force Division. Direct units, Wing 5, Technical Division, Wing 5 and Operations Wing 5, a total of 4 persons.

Findings:

1. SMART competency level in the performance of personnel in the Air Force Division 5 in the Air Force as a whole and in each area There is a high level of performance. In the following order In terms of thinking, working as a team, focusing on achievement Moral side In maintaining accuracy and liability And the sacrifice

2. Application of Thailand 4.0 in the operation Technology Integration Influence the development of SMART capability of the Air Force in the 5th Air Force with a statistic significance of 0.001 in creativity. Influence the SMART performance development of the personnel in the Air Force Division 5 in the Royal Thai Air Force with statistical significance of 0.01, and innovation has a significant influence on the development of the SMART capability of the Air Force in Division 5, Royal Air Force with statistical significance at 0.05

3. Guidelines for developing SMART competencies in the performance of personnel in the Air Force 5 Squadron found that (1) SMART competencies in personnel performance There is a promotion and support for the personnel of the Air Force 5 Air Force to create sacrifice consciousness and cultivate morality. The work plan and indicators of the work performed to achieve the goals are clearly defined. (2) The application of THAILAND 4.0 in the work shows that there is improvement and development of work to achieve a clearer result. Develop

themselves to keep pace with modern technology, speakers, and adapt themselves to keep up with the globalization era. In order to maximize the benefits of the agency.

Keywords: Performance, THAILAND 4.0, Air Force Wing

Article history:

Received 4 August 2020

Revised 19 December 2020

Accepted 24 December 2020

SIMILARITY INDEX = 0.90 %.

1. บทนำ

ประเทศไทยเริ่มมีการนำแนวความคิดสมรรถนะ มาใช้ในองค์กรที่เป็นเครือข่ายบริษัทข้ามชาติ ก่อนที่จะแพร่หลายเข้าไปสู่บริษัทเอกชนชั้นนำของประเทศ เนื่องจากภาคเอกชนที่ได้นำแนวความคิดสมรรถนะไปใช้ ทำให้เกิดผลสำเร็จอย่างเห็นได้ชัดเจน มีผลให้เกิดการตื่นตัวในวงราชการ และได้มีการนำแนวคิดนี้ไปทดลองใช้ ในหน่วยราชการ โดยสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน ได้นำแนวความคิดนี้มาใช้ในการพัฒนา ข้าราชการพลเรือน ในระยะแรกได้ทดลองใช้ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยยึดหลักสมรรถนะ (Competency Based Human Resource Development) ในระบบการสรรหาผู้บริหารระดับสูง (Senior Executive System-SES) ใช้ในการปรับปรุงระบบจำแนกตำแหน่งและค่าตอบแทนในภาครัฐ โดยยึดหลัก สมรรถนะและกำหนดสมรรถนะต้นแบบของข้าราชการ เพื่อพัฒนาสมรรถนะของข้าราชการและประสิทธิผล ของหน่วยงานภาครัฐ (สำนักงาน คณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2547: ก) รวมถึงในส่วนของการที่ภาครัฐได้มีการนำเอาสมรรถนะมาใช้ เนื่องจากทหารเป็นวิชาชีพที่มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อความมั่นคงของประเทศ โดยมีสาระสำคัญ คือ การรักษาไว้ซึ่งความมั่นคงและอธิปไตยของรัฐ หากกำลังพลมีขีดความสามารถหรือสมรรถนะ ตรงตามวัตถุประสงค์ ย่อมส่งผลให้กองทัพมีความแข็งแกร่ง กองทัพอากาศเป็นหน่วยงานภาครัฐหน่วยงานหนึ่ง ที่ได้นำแนวคิดและรูปแบบการบริหารต่างๆ มาปรับใช้ในการบริหารงานองค์กร เช่น Balance Scorecard, Key Performance Indicators รวมถึงได้นำแนวคิดเรื่องสมรรถนะหลัก (Core Competency) มาใช้เป็น เครื่องมือในการบริหารงานบุคคล โดยได้กำหนดสมรรถนะให้กำลังพลยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติร่วมกับ สมรรถนะหลัก ในชื่อของสมรรถนะ SMART ซึ่งยึดหลักที่ประกอบด้วย S (Sacrifice) คือ ความเสียสละ M (Moral) คือ มีคุณธรรม A (Accountability) คือ ความรับผิดชอบ R (Result oriented) คือ มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ และ T (Teamwork) คือ การทำงานเป็นทีม เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพของกำลังพล ซึ่งเป็นสิ่งที่ทหาร จำเป็นต้องมีเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และเพื่อให้สำเร็จไปตาม วัตถุประสงค์ รวมถึงเป้าหมายขององค์กรหรือกองทัพ (กรมกำลังพลทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย, 2559: 6-10)

กองบิน 5 เป็นหน่วยงานของกองทัพอากาศ ตั้งอยู่ที่อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ มีหน้าที่เตรียมการและปฏิบัติการใช้กำลังทางอากาศในการป้องกันประเทศ ซึ่งกองบิน 5 ได้ ให้ความสำคัญกับการพัฒนากำลังพล ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยหลักในการปฏิบัติการกิจมาโดยตลอด แต่อย่างไรก็ ตามแนวคิดเรื่องสมรรถนะ SMART ยังไม่ได้ถูกนำมาดำเนินการให้เกิดเป็นรูปธรรม เนื่องจากผลการประเมิน การปฏิบัติงานของกำลังพลที่ปฏิบัติงานในกองบิน 5 พบว่าบางส่วนขาดความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงาน ตามภาระหน้าที่ของตนเอง ซึ่งจากผลดังกล่าวอาจส่งผลต่อสมรรถนะ SMART โดยรวมของกำลังพลในกองบิน 5 ในยุค 4.0

จากเหตุผลทั้งหมดข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ ในยุค 4.0 เพื่อนำไปเป็นพื้นฐานข้อมูลให้หน่วยงานนำผลการศึกษาที่ได้รับมาปรับใช้ในการพัฒนา ปรับปรุงสมรรถนะหลักของข้าราชการทหารในด้านต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหาร เพื่อพัฒนาพฤติกรรมให้ข้าราชการทหารปฏิบัติงานได้อย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบสมรรถนะข้าราชการทหาร ในกองทัพอากาศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ
2. เพื่อศึกษาการประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงานมีอทธิพลสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะ SMART

กรมกำลังพลทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย (2559: 6-10) ได้กล่าวว่า สมรรถนะหลัก (Core Competency) ของกองบัญชาการกองทัพไทย โดยใช้คำย่อว่า SMART ซึ่งประกอบด้วย

1) เสียสละ (Sacrifice) หมายถึงทุ่มเททำงานให้บรรลุผลสำเร็จอย่างเต็มกำลังความสามารถ พร้อมและเต็มใจที่จะสละประโยชน์ส่วนตนเพื่อประโยชน์ส่วนรวม โดยไม่ย่อท้อต่อความยากลำบากไม่ว่าภารกิจนั้นจะเป็นสิ่งที่ยากเสี่ยงอันตราย หรือไม่มีผลประโยชน์ตอบแทน

2) มีคุณธรรม (Moral) หมายถึงปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ตรงไปตรงมา ซื่อตรงต่อหน้าที่ มีสัจจะรักษาคำพูด ไว้วางใจได้ ประพฤติปฏิบัติตนอยู่ในกรอบของกฎ ระเบียบ แบบธรรมเนียม และจรรยาบรรณของการเป็นทหารอาชีพ มุ่งมั่นรักษาผลประโยชน์ของทางราชการ จงรักภักดีต่อชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ รวมทั้งกล้ายืนหยัดในสิ่งที่ถูกต้อง

3) ดำรงความถูกต้องพร้อมรับผิดชอบ (Accountability) หมายถึง มุ่งมั่นรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ราชการให้มีความถูกต้องตามระเบียบแบบแผนและหลักการด้วยความโปร่งใส โดยคำนึงถึงประโยชน์ของทางราชการ และพร้อมรับผิดชอบต่อผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำ และการตัดสินใจของตนเองทั้งทางบวกและทางลบ พร้อมและยินดีให้ตรวจสอบการกระทำหรือผลงานของตนเอง

4) มุ่งมั่นในผลสัมฤทธิ์ (Result oriented) หมายถึง เข้าใจถึงเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ของงาน พร้อมทุ่มเทปฏิบัติราชการให้เกิดผลสำเร็จอย่างดีที่สุด โดยพยายามพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความสามารถเพื่อสร้างสรรค์ พัฒนากระบวนการทำงานให้ผลงานบรรลุผลสำเร็จยิ่งกว่าเป้าหมายหรือมาตรฐานที่กำหนด

5) ร่วมคิดทำงานเป็นทีม (Teamwork) หมายถึง ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น โดยปฏิบัติตนได้สอดคล้องตามบทบาทหน้าที่ของการเป็นสมาชิกที่ดีของทีม ยอมรับฟังความคิดเห็นหรือคำวิจารณ์ และวิธีการทำงานที่หลากหลาย สามารถประสานการทำงานระหว่างสมาชิกในทีมได้เป็นอย่างดี พร้อมมีส่วนร่วมในทีมอย่างเต็มความสามารถเพื่อให้ผลงานของทีมบรรลุเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีจากนักวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในเชิงของเนื้อหาสาระเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนา ผู้วิจัยได้กำหนดสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ ตาม

แนวคิดของ กรมกำลังพลทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย (2559: 6-10) ในการวิจัยแนวทางการพัฒนาสมรรถนะ SMART ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ ในยุค 4.0 ประกอบด้วย (1) ความเสียสละ (2) มีคุณธรรม (3) ดำรงความถูกต้องพร้อมรับผิดชอบ (4) มุ่งมั่นในผลสัมฤทธิ์ และ (5) ร่วมคิดทำงานเป็นทีม

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม

Rogers (1971: 100 อ้างถึงใน พรศรี ลีลาพัฒน์วงศ์, 2562: 133) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางสังคมส่วนใหญ่เกิดจากการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมจากภายนอกเข้ามามากกว่า เกิดจากการประดิษฐ์คิดค้นภายในสังคมและนวัตกรรมที่ถ่ายทอดกันนั้นอาจเป็นความคิด (Idea) ซึ่งรับมาในรูปของสัญลักษณ์ (Symbolic Adoption) ถ่ายทอดได้ยาก หรืออาจเป็นวัตถุ (Object) ที่รับมาในรูปการกระทำ (Action Adoption) ซึ่งจะเห็นได้ง่ายกว่า โดยนวัตกรรมที่จะยอมรับกันได้ง่ายต้องมีลักษณะ 5 ประการ ได้แก่ (1) มีประโยชน์มากกว่าของเดิม (Relative Advantage) (2) สอดคล้องกับวัฒนธรรมของสังคมที่รับ (Compatibility) (3) ไม่ยุ่งยากสลับซับซ้อนมาก (Less Complexity) (4) สามารถแบ่งทดลองรับมาปฏิบัติเป็นครั้งคราวได้ (Divisibility) (5) สามารถมองเห็นเข้าใจง่าย (Visibility)

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีจากนักวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในเชิงของเนื้อหาสาระเกี่ยวกับนโยบาย ไทยแลนด์ 4.0 ผู้วิจัยได้กำหนดการประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน ตามแนวคิดของ Rogers (1971: 100 อ้างถึงใน พรศรี ลีลาพัฒน์วงศ์, 2562: 133) ในการวิจัยแนวทางการพัฒนาสมรรถนะ SMART ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ ในยุค 4.0 คือ นวัตกรรม

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเทคโนโลยี

Heinich, Molenda and Russell (1993: 449) กล่าวว่า ลักษณะของเทคโนโลยี สามารถจำแนกออกเป็น 3 ลักษณะ คือ (1) เทคโนโลยีในลักษณะของกระบวนการ (Process) เป็นการใช้อย่างเป็นระบบของวิธีการทางวิทยาศาสตร์หรือความรู้ต่าง ๆ ที่ได้รับรวบรวมไว้เพื่อนำไปสู่ผลในทางปฏิบัติ โดยเชื่อว่าเป็นกระบวนการ ที่เชื่อถือได้และนำไปสู่การแก้ปัญหาต่าง ๆ (2) เทคโนโลยีในลักษณะของผลผลิต (Product) หมายถึง วัสดุและอุปกรณ์ที่เป็นผลมาจากการใช้กระบวนการทางเทคโนโลยี และ (3) เทคโนโลยีในลักษณะผสมของกระบวนการ และผลผลิต (Process and Product) เช่น ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งมีการทำงานเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเครื่องกับโปรแกรม

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีจากนักวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในเชิงของเนื้อหาสาระเกี่ยวกับนโยบาย ไทยแลนด์ 4.0 ผู้วิจัยได้กำหนดการประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน ตามแนวคิดของ Heinich, Molenda and Russell (1993: 449) ในการวิจัยแนวทางการพัฒนาสมรรถนะ SMART ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ ในยุค 4.0 คือ เทคโนโลยี

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์

Jellen and Urban (1986 : 141 อ้างถึงใน ชลธิชา ชิวปรีชา, 2554: 19) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ สามารถสรุปได้ดังนี้ (1) ความคิดริเริ่ม (Originality) เป็นความคิดแปลกใหม่แตกต่างไปจากเดิม ไม่ซ้ำกับบุคคลอื่นอาจจะเป็นการนำความรู้มาดัดแปลงและประยุกต์ให้เกิดสิ่งใหม่ขึ้น (2) ความคิดคล่อง (Fluency) หมายถึง ปริมาณความคิดไม่ซ้ำกัน ในเรื่องเดียวกัน (3) ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) หมายถึง แบบหรือประเภทของความคิด (4) ความคิดละเอียดลออ (Elaboration) หมายถึง ความคิดในรายละเอียดนั้นเป็นตอน สามารถอธิบายให้เห็นภาพชัดเจนหรือเป็นแผนงานที่สมบูรณ์ขึ้น จัดเป็นรายละเอียดที่นำมาตกแต่งขยายความคิด

ริเริ่มให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น (5) ความไวต่อปัญหา (Sensitivity to Problem) หมายถึง การรับรู้เร็วและง่าย มองการณ์ไกล มีความสามารถในการคิดหลากหลายแง่มุม มีความสามารถในการแก้ปัญหาใช้ความคิดได้อย่างคล่องแคล่ว มีความยืดหยุ่น พร้อมทั้งจะเปลี่ยนแปลงวิธีเก่ามาสู่แนวใหม่ หรือวิธีการใหม่ ช่างสงสัยและมีนิสัยหาคำตอบ (6) ความสามารถในการให้นิยามใหม่ (Redefinition) หมายถึง การมีความคิดริเริ่ม ชอบคิดชอบทำสิ่งที่ซับซ้อน และสามารถใช้อ้อยคำภาษาที่แปลกใหม่ (7) ความซึมซาบ (Penetration) หมายถึง ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ด้วยตนเอง ทำให้เกิดความพึงพอใจในผลงานและมีความสุข เกิดความภูมิใจในความสามารถของตนเอง มั่นใจในตนเอง (8) ความสามารถในการทำนาย (Prediction) หมายถึง ความสามารถในการใช้สมมติในการพิเคราะห์อย่างถี่ถ้วน (9) การมีอารมณ์ขัน (Humor) หมายถึง มีจินตนาการ ความรู้สึกที่มองสิ่งแวดล้อมในแง่มุมที่ตลกขบขัน แปลกใหม่ และซ้ำซ้อน ชอบคิดไปเรื่อย ๆ (10) ความมุ่งมั่น (Conative or Volitional Doman) หมายถึง ความสามารถในการแสดงออกที่ได้มาจากความกระหาย การมีพลังในการคิด และการคิดได้รวดเร็วแข่งขัน

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีจากนักวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในเชิงของเนื้อหาสาระเกี่ยวกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ผู้วิจัยได้กำหนดการประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน ตามแนวคิดของ Jellen and Urban (1986 : 141 อ้างถึงใน ชลธิชา ชิวปรีชา, 2554: 19) ในการวิจัยแนวทางการพัฒนาสมรรถนะ SMART ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ ในยุค 4.0 คือ ความคิดสร้างสรรค์

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการบูรณาการ

สุราตรี อัครบรรกุล (2554: 1) กล่าวว่า การบริหารงานแบบบูรณาการ หรือการบริหารแบบมีส่วนร่วม (ร่วมคิดร่วมทำร่วมพัฒนาองค์กร) หรือจะเรียกว่า เป็นการบริหารงานแบบสมัยใหม่ หรือการบริหารแบบมีส่วนร่วม มีลักษณะที่สำคัญ คือ 1) ภาวะผู้นำ (Leadership) คือ ความสามารถในการเผชิญกับภาวะการเปลี่ยนแปลงได้ โดยมีผู้นำเป็นผู้สร้างวิสัยทัศน์ให้เป็น ตัวกำกับ ทิศทาง ขององค์การในอนาคต จากนั้นจึงจัดวางคนพร้อมทั้งสื่อความหมายให้เข้าใจ วิสัยทัศน์และ สร้างแรงจูงใจแก่คนเหล่านั้น ให้สามารถเอาชนะอุปสรรคเพื่อไปสู่วิสัยทัศน์ 2) วัฒนธรรมองค์การ (Organization Culture) แนวทางที่ได้ยึดถือปฏิบัติกันในองค์การ ซึ่งวัฒนธรรมองค์การจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของสมาชิกในองค์การ หรือหมายถึงโครงสร้างเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive framework) 3) การมีส่วนร่วม (Participative Management) 4) ความเป็นผู้นำ (Leadership) คือ ผู้นำมีภาระหน้าที่ และความรับผิดชอบโดยตรงที่จะต้องวางแผน สั่งการ ดูแลและควบคุมให้บุคลากรขององค์การปฏิบัติงานต่างๆ ให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ 5) ระบบเครือข่าย (Networking) คือ การสร้างเครือข่ายในการทำงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร 6) มีส่วนร่วม (Participating) ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการกระบวนการกำหนดนโยบายหรือการวางแผน การตัดสินใจการดำเนินงาน และการประเมินผลการดำเนินงาน โดยองค์กรจะเป็นผู้ดำเนินการเพื่อเสริมอำนาจประชาชนให้เข้มแข็ง และองค์กรจะมีการจัดระบบการบริหารงาน ขั้นตอน/วิธีการทำงาน วัฒนธรรมการทำงาน และโครงสร้างการบริหารราชการ ที่เอื้อต่อการเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีจากนักวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในเชิงของเนื้อหาสาระเกี่ยวกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ผู้วิจัยได้กำหนดการประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน ตามแนวคิดของ สุราตรี อัครบรรกุล (2554: 1) ในการวิจัยแนวทางการพัฒนาสมรรถนะ SMART ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ ในยุค 4.0 คือ การบูรณาการ

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภัทรกันย์ สุขพอดิ (2556: 80-96) วิจัยเรื่องการพัฒนาสมรรถนะหลักของกำลังพลสังกัดกรมกำลังพลทหารบกกองทัพบกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบ สมรรถนะหลักตามความเป็นจริงกับสมรรถนะที่จำเป็นตามมาตรฐานของกำลังพลสังกัดกรมกำลังพลทหารบก พบว่า สมรรถนะหลักตามความเป็นจริง ด้านทักษะในการสื่อสาร คือ การคิดอย่างมีวิสัยทัศน์คิดในเชิงบูรณาการ มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะที่จำเป็นตามมาตรฐานของกำลังพลสังกัดกรมกำลังพลทหารบก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มุจลินทร์ ผลกล้า (2558: 4-9) วิจัยเรื่อง KmFL Model เพื่อการพัฒนาสมรรถนะการจัดการความรู้และสมรรถนะนวัตกรรมของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของสมรรถนะการจัดการความรู้กับสมรรถนะทางนวัตกรรม พบว่า สมรรถนะการจัดการความรู้กับสมรรถนะทางนวัตกรรม พบว่า สมรรถนะการจัดการความรู้ระดับบุคลากรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับสมรรถนะทางนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม กระบวนการ และนวัตกรรมบริการในระดับต่ำ และสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

รวิชัย ผลสะอาด (2559: 74-78) วิจัยเรื่อง สมรรถนะกำลังพลสำรองกองร้อยที่ 1 กองพันทหารราบที่ 2 รักษาพระองค์ ค่ายพรหมโยธิน อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี : กรณีศึกษาเปรียบเทียบระบบการเกณฑ์ทหารและการรับราชการทหารโดยสมัครใจ ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะหลักของทหารมีความสอดคล้องกับหลักแนวคิด SMART ดังนี้ สาเหตุที่ทำให้เกิดความแตกต่างของสมรรถนะของทหารทั้งสองกลุ่มเกิดจากหลายปัจจัย เช่น ความเครียดจากการไม่สามารถปรับตัวจากการใช้ชีวิตประจำวันแบบพลเรือนสู่การเปลี่ยนสถานภาพเป็นทหาร ซึ่งส่งผลต่อการปรับตัว ทักษะ และการดำเนินชีวิต เนื่องจากต้องปรับตัวให้เข้ากับระเบียบวินัยและกฎเกณฑ์ข้อบังคับของทหารซึ่งแตกต่างจากการใช้ชีวิตขณะเป็นพลเรือน บางรายไม่ยอมรับความจริงว่าตนเองต้องมาเป็นทหารเกณฑ์ หรือไม่อยากแยกจากครอบครัวหรือลาออกจากงานที่ทำสาเหตุต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้ทหารที่มาจากระบบการเกณฑ์มีสมรรถนะหลักที่จำเป็น สำหรับกำลังพลทหารอยู่ในระดับต่ำกว่าทหารที่อาสาสมัครเข้ามาเป็นทหารโดยการสมัครใจ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าระบบการคัดเลือกทหารกองประจำการมีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อระดับสมรรถนะหลัก (Core Competency) ที่สำคัญของการเป็นทหาร ดังนั้นจึงควรมีการหาแนวทางเพื่อพัฒนาระบบการจัดการกำลังพล เพื่อเป้าหมายนำไปสู่การพัฒนาสมรรถนะของกำลังพลให้มีประสิทธิภาพและมีลักษณะตามที่กองทัพต้องการต่อไป

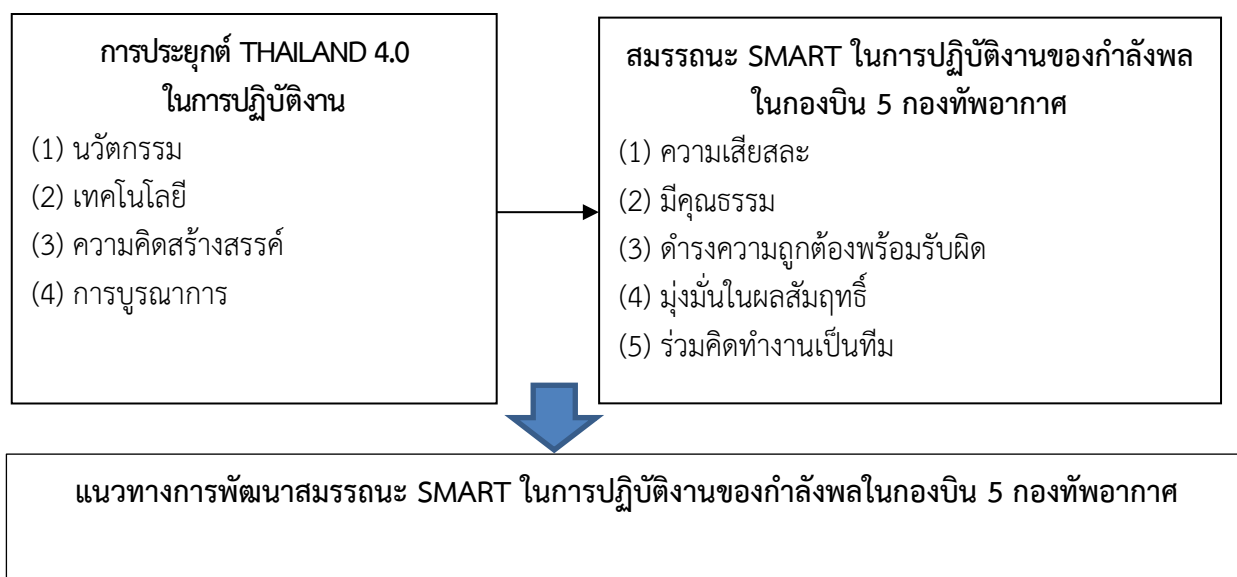
ภาณุมาศ เวหาด (2559: 77-78) วิจัยเรื่อง สมรรถนะหลักกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานด้านงานข่าวของข้าราชการทหาร สังกัด กอง 6 ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะหลักของข้าราชการ สังกัด กอง 6 ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย พบว่า สมรรถนะหลักของข้าราชการทหาร สังกัด กอง 6 ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการมุ่งมั่นในผลสัมฤทธิ์ของงาน รองลงมา คือ ด้านความมีคุณธรรม ด้านการดำรงความถูกต้อง มีความรับผิดชอบ ด้านการทำงานเป็นทีม และด้านความเสียสละ ตามลำดับ

ดิสพงศ์ จันทน์นิล (2561: 224-227) วิจัยเรื่องการพัฒนาสมรรถนะการปฏิบัติงานของข้าราชการทหาร สังกัดกองพันทหารราบที่ 2 กรมทหารราบที่ 1 กองพลนาวิกโยธิน หน่วยบัญชาการนาวิกโยธิน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยในการปฏิบัติงานในด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงเหตุ – ผลกับการพัฒนาสมรรถนะการปฏิบัติงานของข้าราชการทหาร สังกัดกองพันทหารราบที่ 2 กรมทหารราบที่ 1 กองพลนาวิกโยธิน หน่วยบัญชาการนาวิกโยธิน อย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.001 ด้านงานที่ได้รับมอบหมายเป็นงานที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุผล กับการพัฒนาสมรรถนะการปฏิบัติงานของข้าราชการทหาร สังกัดกองพันทหารราบที่ 2 กรมทหารราบที่ 1 กองพลนาวิกโยธิน หน่วยบัญชาการนาวิกโยธิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ ได้แก่ การประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน ได้แก่ (1) นวัตกรรม ประยุกต์มาจากทฤษฎีของ (Roger, 1971 : 65) (2) เทคโนโลยี ประยุกต์มาจากทฤษฎีของ (Heinich, Molenda and Russell, 1993: 449) (3) ความคิดสร้างสรรค์ ประยุกต์มาจากทฤษฎีของ (Jellen and Urban, 1986 : 141) และ (4) การบูรณาการ ประยุกต์มาจากแนวคิดของ สุราตรี อัครบรรกุล (2554: 1) และสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ ประกอบด้วย (1) S (Sacrifice) คือ ความเสียสละ (2) M (Moral) คือ มีคุณธรรม (3) A (Accountability) คือ ดำรงความถูกต้องพร้อมรับผิดชอบ (4) R (Result oriented) คือ มุ่งมั่นในผลสัมฤทธิ์ และ (5) T (Teamwork) คือ ร่วมคิดทำงานเป็นทีม ประยุกต์มาจากแนวคิดของ กรมกำลังพลทหาร กองบัญชาการกองทัพอากาศ (2559: 6-10)

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method Research) โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey Research) มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ข้าราชการทหารที่ปฏิบัติงานในกองบิน 5 กองทัพอากาศ รวมทั้งสิ้นจำนวน 130 คน

โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของข้าราชการทหารที่ปฏิบัติงานในกองบิน 5 กองทัพอากาศ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนรายละเอียดของกลุ่มตัวอย่าง

ลำดับ	หน่วยงาน	ประเภทชั้นยศ		
		สัญญาบัตร	ประทวน	กลุ่มตัวอย่าง
1	กองบังคับการกองบิน	10	8	18
2	หน่วยขึ้นตรงกองบิน 5	5	22	27
3	กองเทคนิคกองบิน 5	4	17	21
4	ส่วนปฏิบัติการกองบิน 5	16	48	64
รวม		35	95	130

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อ (Index of Item Objective Congruence : IOC) จากการคำนวณหาค่า IOC ครั้งนี้ ได้เท่ากับ 1.00 และนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try-Out) กับบุคคลที่มีลักษณะเช่นเดียวกันกับประชากรและไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย ได้แก่ ข้าราชการทหารที่ปฏิบัติงานในกองบิน 5 กองทัพอากาศ จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการคำนวณหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาในภาพรวมของการประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.906 และค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาในภาพรวมของสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.902

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน และสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และวิเคราะห์การประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน ที่มีอิทธิพลกับสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multi Linear Regression Analysis) และทดสอบความเป็นอิสระกันของความคลาดเคลื่อน คือ Durbin-Watson ซึ่งมีค่าเท่ากับ $1.5 \leq \text{Durbin-Watson} \leq 2.5$

ผู้ให้ข้อมูลหลัก ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้บังคับบัญชาที่ปฏิบัติงานในกองบิน 5 จาก กองบังคับการกองบิน หน่วยขึ้นตรงกองบิน 5 กองเทคนิคกองบิน 5 และ ส่วนปฏิบัติการกองบิน 5 รวมทั้งสิ้น 4 คน

4. ผลการวิจัย

1. ระดับสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ ในภาพรวมและรายด้าน มีสมรรถนะอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านร่วมคิดทำงานเป็นทีม ด้าน มุ่งมั่นในผลสัมฤทธิ์ด้านมีคุณธรรม ด้านดำรงความถูกต้องพร้อมรับผิดชอบ และด้านความเสียสละ

2. การประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน ด้านเทคโนโลยี ด้านการบูรณาการ มีอิทธิพลกับการพัฒนาสมรรถนะ SMART ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านความคิดสร้างสรรค์ มีอิทธิพลกับการพัฒนาสมรรถนะ SMART ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ด้านนวัตกรรม มีอิทธิพลกับการพัฒนาสมรรถนะ SMART ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. แนวทางการพัฒนาสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ พบว่า (1) สมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพล มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้กำลังพลใน กองบิน 5 กองทัพอากาศสร้างจิตสำนึกการเสียสละปลูกจิตสำนึกความมีคุณธรรม มีการวางแผนงานและกำหนดตัวชี้วัดของงานที่ปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายได้อย่างชัดเจน (2) การประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน พบ ว่ามีการปรับปรุงและพัฒนางานให้เกิดผลที่ชัดเจนดีขึ้น มีการพัฒนาตนเองให้ก้าวทันเทคโนโลยีวิทยาการสมัยใหม่พร้อมปรับตัวให้ทันกับยุคโลกาภิวัตน์ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อหน่วยงาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 : การประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน มีอิทธิพลกับสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของการประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน กับสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ

	B	S.E.	Beta	t	Sig.
(ค่าคงที่)	0.187	0.209		0.895	0.372
1. นวัตกรรม	0.114	0.049	0.132	2.312*	0.022
2. เทคโนโลยี	0.415	0.048	0.525	8.584***	0.000
3. ความคิดสร้างสรรค์	0.166	0.062	0.154	2.652**	0.009
4. การบูรณาการ	0.252	0.055	0.247	4.551***	0.000

หมายเหตุ * $P \leq 0.05$ $R = 0.850$
 ** $P \leq 0.01$ $R^2 = 0.723$
 *** $P \leq 0.001$ R^2 ปรับ = 0.714
 $F = 81.644$
 ระดับนัยสำคัญ = 0.000
 Durbin-Watson = 1.663

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาสมรรถนะ SMART ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ จากการทดสอบความเป็นอิสระกันของความคลาดเคลื่อน (Durbin-Watson) ในครั้งนี้มีค่าเท่ากับ 1.663 คือ ตัวแปรอิสระประกอบด้วย (1) นวัตกรรม (2) เทคโนโลยี (3) ความคิดสร้างสรรค์ (4) การบูรณาการ มีความสัมพันธ์เชิงอิสระในตัวเอง

โดยมีค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (r) อยู่ในระดับสูง 0.850 และพิจารณาจากการปรับมาตรฐานของตัวแปร (Standardized Variables) ร้อยละ 71.40-72.30 ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ และค่า สปส. Beta เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านเทคโนโลยี ($\beta_{\text{เทคโนโลยี}} = 0.525$, Sig. = 0.000) ด้านการบูรณาการ ($\beta_{\text{บูรณาการ}} = 0.247$, Sig. = 0.000) ด้านความคิดสร้างสรรค์ ($\beta_{\text{ความคิดสร้างสรรค์}} = 0.154$, Sig. = 0.009) และด้านนวัตกรรม ($\beta_{\text{นวัตกรรม}} = 0.132$, Sig. = 0.022) กล่าวคือ การพัฒนาสมรรถนะ SMART ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี ด้านการบูรณาการ ด้านความคิดสร้างสรรค์ และด้านนวัตกรรม

จากตาราง 1 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4$$

$$= 0.114 (\text{นวัตกรรม}) + 0.415 (\text{เทคโนโลยี}) + 0.166 (\text{ความคิดสร้างสรรค์}) + 0.252 (\text{การบูรณาการ})$$

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า การประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน ด้านเทคโนโลยี ด้านการบูรณาการ มีอิทธิพลกับการพัฒนาสมรรถนะ SMART ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านความคิดสร้างสรรค์ มีอิทธิพลกับการพัฒนาสมรรถนะ SMART ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ด้านนวัตกรรม มีอิทธิพลกับการพัฒนาสมรรถนะ SMART ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอภิปรายเป็นรายด้าน ดังนี้

1. นวัตกรรม พบว่า การประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน ด้านนวัตกรรม มีอิทธิพลกับการพัฒนาสมรรถนะ SMART ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่า กำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศมีการประยุกต์ THAILAND 4.0 ด้านนวัตกรรม ในการปฏิบัติงาน ทำให้กำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ เกิดการพัฒนาสมรรถนะ SMART ในหน่วยงานจนทำให้ผลการปฏิบัติงานที่ออกมาประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ มุจลินทร์ ผลกล้า (2558: 4-9) วิจัยเรื่อง KmFl Model เพื่อการพัฒนาสมรรถนะการจัดการความรู้และสมรรถนะนวัตกรรมของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของสมรรถนะการจัดการความรู้กับสมรรถนะทางนวัตกรรม พบว่า สมรรถนะการจัดการความรู้กับสมรรถนะทางนวัตกรรม พบว่า สมรรถนะการจัดการความรู้ระดับบุคลากรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับสมรรถนะทางนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม กระบวนการ และนวัตกรรมบริการในระดับต่ำ และสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

2. เทคโนโลยี พบว่า การประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน ด้านเทคโนโลยี มีอิทธิพลกับการพัฒนาสมรรถนะ SMART ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แสดงให้เห็นว่า กำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศมีการประยุกต์ THAILAND 4.0 ด้านเทคโนโลยี ในการปฏิบัติงาน ทำให้กำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ เกิดการพัฒนาสมรรถนะ SMART ในหน่วยงานจนทำให้ผลการปฏิบัติงานที่ออกมาประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดิสพงศ์ จันทรนิล (2561: 224-227) วิจัยเรื่องการพัฒนาสมรรถนะการปฏิบัติงานของข้าราชการทหาร สังกัดกองพันทหารราบที่ 2 กรมทหารราบที่ 1 กองพลนาวิกโยธิน หน่วยบัญชาการนาวิกโยธิน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยในการปฏิบัติงานในด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงเหตุ – ผลกับการพัฒนาสมรรถนะการปฏิบัติงานของข้าราชการทหาร สังกัดกองพันทหารราบที่ 2 กรมทหารราบที่ 1 กองพลนาวิกโยธิน หน่วยบัญชาการนาวิกโยธิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

3. ความคิดสร้างสรรค์ พบว่า การประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน ด้านความคิดสร้างสรรค์ มีอิทธิพลกับการพัฒนาสมรรถนะ SMART ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่า กำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศมีการประยุกต์ THAILAND 4.0 ด้านความคิดสร้างสรรค์ ในการปฏิบัติงาน ทำให้กำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ เกิดการพัฒนาสมรรถนะ SMART ในหน่วยงานจนทำให้ผลการปฏิบัติงานที่ออกมาประสบผลสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดิสพงศ์ จันทรนิล (2561: 224-227) วิจัยเรื่องการพัฒนาสมรรถนะการปฏิบัติงานของข้าราชการทหาร สังกัดกองพันทหารราบที่ 2 กรมทหารราบที่ 1 กองพลนาวิกโยธิน หน่วยบัญชาการนาวิกโยธิน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยในการปฏิบัติงาน ด้านงานที่ได้รับมอบหมายเป็นงานที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผล กับการพัฒนาสมรรถนะการปฏิบัติงานของข้าราชการทหาร สังกัดกองพันทหารราบที่ 2 กรมทหารราบที่ 1 กองพลนาวิกโยธิน หน่วยบัญชาการนาวิกโยธิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. การบูรณาการ พบว่า การประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน ด้านการบูรณาการ มีอิทธิพลกับการพัฒนาสมรรถนะ SMART ของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แสดงให้เห็นว่า กำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศมีการประยุกต์ THAILAND 4.0 ด้านการบูรณาการ ในการปฏิบัติงาน ทำให้กำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ เกิดการพัฒนาสมรรถนะ SMART ในหน่วยงานจนทำให้ผลการปฏิบัติงานที่ออกมาประสบผลสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรกันย์ สุขพอดิ (2556: 80-96) วิจัยเรื่องการพัฒนาสมรรถนะหลักของกำลังพลสังกัดกรมกำลังพลทหารบกกองทัพบกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบ สมรรถนะหลักตามความเป็นจริงกับสมรรถนะที่จำเป็นตามมาตรฐานของกำลังพล สังกัดกรมกำลังพลทหารบก พบว่า สมรรถนะหลักตามความเป็นจริง ด้านทักษะในการสื่อสาร คือ การคิดอย่างมีวิสัยทัศน์คิดในเชิงบูรณาการ มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะที่จำเป็นตามมาตรฐานของกำลังพลสังกัดกรมกำลังพลทหารบก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แนวทางการพัฒนาสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ พบว่า (1) สมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพล มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้กำลังพลใน กองบิน 5 กองทัพอากาศสร้างจิตสำนึกการเสียสละปลูกจิตสำนึกความมีคุณธรรม มีการวางแผนงานและกำหนดตัวชี้วัดของงานที่ปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายได้อย่างชัดเจน (2) การประยุกต์ THAILAND 4.0 ในการปฏิบัติงาน พบ ว่ามีการปรับปรุงและพัฒนางานให้เกิดผลที่ชัดเจนดีขึ้น มีการพัฒนาตนเองให้ก้าวทันเทคโนโลยีวิทยาการสมัยใหม่พร้อมปรับตัวให้ทันกับยุคโลกาภิวัตน์ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อหน่วยงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธวัชชัย ผลสะอาด (2559: 74-78) วิจัยเรื่อง สมรรถนะกำลังพลสำรองกองร้อยที่ 1 กองพันทหารราบที่ 2 รักษาพระองค์ ค่ายพรหมโยธิน อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี : กรณีศึกษาเปรียบเทียบระบบการเกณฑ์ทหารและการรับราชการทหารโดยสมัครใจ ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะหลักของทหารมีความสอดคล้องกับหลักแนวคิด SMART ดังนี้ สาเหตุที่ทำให้เกิดความแตกต่างของสมรรถนะของทหารทั้งสองกลุ่ม เกิดจากหลายปัจจัย เช่น ความเครียดจากการไม่สามารถปรับตัวจากการใช้ชีวิตประจำวันแบบพลเรือนสู่การเปลี่ยนสถานภาพเป็นทหาร ซึ่งส่งผลต่อการปรับตัว ทัศนคติ และการดำเนินชีวิต เนื่องจากต้องปรับตัวให้เข้ากับระเบียบวินัยและกฎเกณฑ์ข้อบังคับของทหารซึ่งแตกต่างจากการใช้ชีวิตขณะเป็นพลเรือน บางรายไม่ยอมรับความจริงว่าตนเองต้องมาเป็นทหารเกณฑ์ หรือไม่อยากแยกจากครอบครัวหรือลาออกจากงานที่ทำ สาเหตุต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้ทหารที่มาจากระบบการเกณฑ์มีสมรรถนะหลักที่จำเป็น สำหรับกำลังพลทหารอยู่ในระดับต่ำกว่าทหารที่อาสาสมัครเข้ามาเป็นทหารโดยการสมัครใจ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าระบบการคัดเลือกทหารกองประจำการมีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อระดับสมรรถนะหลัก (Core Competency) ที่สำคัญของการเป็นทหาร ดังนั้น จึงควรมีการหาแนวทางเพื่อพัฒนาระบบการจัดการกำลังพล เพื่อเป้าหมายนำไปสู่การพัฒนาสมรรถนะของกำลังพลให้มีประสิทธิภาพและมีลักษณะตามที่กองทัพต้องการต่อไป

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ควรมีการสนับสนุนให้มีประชาสัมพันธ์ และทำความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ
2. ควรมีการส่งเสริม ทักษะ และการให้ความรู้ในการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมแก่กำลังพล เพื่อให้เกิดความทันสมัย เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพการณ์ของประเทศในปัจจุบัน

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการพัฒนาสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ โดยใช้ปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา เป็นตัวแปรในการการวิจัย เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมหลาย ๆ ด้าน
2. เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ศึกษาผลลัพธ์ของการพัฒนาสมรรถนะ SMART ในการปฏิบัติงานของกำลังพลในกองบิน 5 กองทัพอากาศ ดังนั้นการศึกษารายการต่อไป ผู้วิจัยสามารถศึกษาจากกำลังพลในกองทัพอากาศในพื้นที่ที่ต่างกัน เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนาเชิงบูรณาการร่วมกันในทุกพื้นที่ที่ทำการศึกษาวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- กรมกำลังพลทหาร กองบัญชาการกองทัพอากาศ. (2559). ระเบียบ บก.ทท. ว่าด้วยการประเมินผลการปฏิบัติราชการ กำลังพลของ บก.ทท.พ.ศ. 2559. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 14 เมษายน 2563 จาก <https://j1.rtarf.mi.th>.
- ชลธิชา ชิวปรีชา. (2554). ความคิดสร้างสรรค์ของเด็กปฐมวัยที่ทำกิจกรรมศิลปะด้วยใบตอง. ปรินญา นิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดิสพงศ์ จันทน์นิล. (2561). การพัฒนาสมรรถนะการปฏิบัติงานของข้าราชการทหาร สังกัดกองพันทหารราบที่ 2 กรมทหารราบที่ 1 กองพลนาวิกโยธิน หน่วยบัญชาการนาวิกโยธิน. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- ธวัชชัย ผลสะอาด. (2559). กำลังพลสำรองกองร้อยที่ 1 กองพันทหารราบที่ 2 รักษาพระองค์ ค่ายพรหมโยธิน อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี : กรณีศึกษาเปรียบเทียบระบบการเกณฑ์ทหารและการรับราชการทหารโดยสมัครใจ. การค้นคว้าอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรศรี สีสภาพนวงศ์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี : กรณีศึกษายานยนต์ไฟฟ้าประเภทยานยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน (รย.1). วารสารวิจัยและพัฒนา มจร, 42 (2), 129-144.
- ภัทรกันย์ สุขพอดิ. (2556). การพัฒนาสมรรถนะหลักของกำลังพลสังกัดกรมกำลังพลทหารบกกองทัพบก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558. ภาคนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภาณุมาศ เวหาด. (2559). สมรรถนะหลักกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานด้านงานข่าวของข้าราชการทหาร สังกัด กอง 6 ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพอากาศ. สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก.

- มูจลินทร์ ผลกล้า. (2558). KmFl Model เพื่อการพัฒนาสมรรถนะการจัดการความรู้และสมรรถนะนวัตกรรมของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏ. วารสารวิทยบริการมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 26(3), 1-16.
- สุราตรี อัครบรรกุล. (2554). การบริหารงานแบบบูรณาการ หรือ การบริหารแบบมีส่วนร่วม. กรุงเทพฯ: สำนักบริหารยุทธศาสตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2547). การปรับใช้สมรรถนะในการบริหารทรัพยากรมนุษย์. เอกสารประกอบการสัมมนา เรื่องสมรรถนะของข้าราชการ. กรุงเทพฯ: สำนักงานข้าราชการพลเรือน.
- Heinich R., Molenda M. and Russell, James D. (1993). **Instructional Media and the New Technologies of Instruction.** (4th ed.). New York: Macmillan Publishing Company.

แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Guidelines for Improving Public Sector Management Quality Award (PMQA) of
Hua Hin Police Station Prachuap Khiri Khan Province

ณัฐดนัย ฉิมพาลี*
(Natdanai Chimpalee)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (2) วัฒนธรรมองค์กร ส่งผลต่อคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (3) แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ข้าราชการตำรวจชั้นประทวนและสัญญาบัตรที่ปฏิบัติงานในสถานีตำรวจภูธรหัวหิน จำนวน 203 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยพหุคูณ สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ผู้บังคับบัญชาที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานจราจร งานสืบสวน งานสอบสวน งานอำนวยการ งานป้องกันปราบปราม ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน หน่วยงานละ 1 คน รวมทั้งสิ้น 5 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม มีการพัฒนาคุณภาพอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีการพัฒนาคุณภาพอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการประเมิน ด้านการมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล ด้านการวัด การวิเคราะห์และการจัดการความรู้ ด้านการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ ด้านที่มีการพัฒนาคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการนำองค์กร ด้านการจัดการกระบวนการ และด้านการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. วัฒนธรรมองค์กร ด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร และด้านความรู้ ส่งผลต่อคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านความชัดเจนของโครงสร้างองค์กร ส่งผลต่อคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สมการมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 82.80 สมการการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ คือ

$$\hat{Y} = 0.111 (x_1) + 0.434 (x_2) + 0.291 (x_3) + 0.231 (x_4)$$

*วิทยานิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐประศาสนศาสตร์และสังคมศึกษา มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด 76120. ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พลโท ดร.สุชาติ อดุลย์บุตร

Thesis Master of Public Administration Program Thesis Faculty of Public Administration and Social Studies
Stamford International University 76120

Corresponding author: prnn.natdanai22@gmail.com

3. แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า สถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีการกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจ โดยมีการตรวจประเมินการกำกับดูแลตนเอง และมีการกระจายอำนาจการตัดสินใจให้บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม มีการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ในการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และยังต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติในระยะยาว นึกถึงผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก มีการรวบรวมและจัดการข้อมูลและสารสนเทศเพื่อให้บุคลากรนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน มีการส่งเสริมให้บุคลากรปฏิบัติหน้าที่พัฒนาศักยภาพตนเองทางด้านทักษะ และความเชี่ยวชาญต่าง ๆ ตามตำแหน่งหน้าที่ ๆ มีการปรับปรุงกระบวนการในการบริหารงานในส่วนของการให้บริการประชาชน และมีการนำกระบวนการทุกขั้นตอนในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ มาตรวจประเมินผลการดำเนินการ

คำสำคัญ: การพัฒนา คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ สถานีตำรวจภูธรหัวหิน

ABSTRACT

This research aimed to study: (1) Study the level of improving public sector management quality award (PMQA) of Hua Hin Police Station Prachuap Khiri Khan Province (2) Study the factors that affect public sector management quality award (PMQA) influence the public sector management quality award (PMQA) of Hua Hin Police Station. Prachuap Khiri Khan Province (3) Study the guidelines for improving the public sector management quality award (PMQA) of Hua Hin Provincial Police Station Prachuap Khiri Khan Province sample group used in the quantitative research consisted of 203 police officers and commissioned officers working at Hua Hin Provincial Police Station, using stratified random sampling. The questionnaire was used as a research tool. Data were treated and analyzed by using descriptive and Inferential Statistics methods, which were percentage, mean, standard deviation and Multiple Regression Analysis. The qualitative research, use in-depth interviews from key informants, including supervisors working in traffic agencies, investigations, investigations, administrative and suppression operations. Of Hua Hin Police Station, each unit is 1 person, for a total of 5 people.

Findings:

1. The level of Public public sector management quality award (PMQA) of Hua Hin Provincial Police Station Prachuap Khiri Khan Province, in general, the quality development is at a high level. When considering each aspect, it is found that the aspects that have quality development at a high level in the following order Assessment Human resource focus, measurement, analysis and knowledge management Strategic planning The aspects that had quality development at a medium level were the organization leadership. Process management and in giving importance to service recipients and interested parties

2. Factors that affect the public sector management quality award (PMQA) quality development of corporate culture Personnel participation and knowledge Influence on the

development of public sector management quality award (PMQA) of Hua Hin Police Station. Prachuap Khiri Khan Province with a statistical significance of 0.001 in terms of the clarity of the organizational structure influence on the development of public sector management quality award (PMQA) of Hua Hin Police Station. Prachuap Khiri Khan Province With statistical significance at the level of 0.01

3. Guidelines for the Development of Public Management Quality (PMQA) of the Hua Hin Police Station Prachuap Khiri Khan Province found that the Hua Hin Police Station Prachuap Khiri Khan Province The vision and mission are set. With self-supervision assessment And decentralization of decision-making power for personnel to work properly There is a strategic planning in action that is consistent with the current situation. And must also comply with the long-term national strategy Mainly think of the interests of the people Data and information are collected and managed for personnel to use in their operations. There is a promotion of personnel to perform their duties to develop their own potential in terms of skills. And expertise in various positions and duties, there is an improvement in administrative processes in the service of people. And there are processes in every step in the performance of the staff Come to check the performance results.

Keywords: Development, Public sector management quality award, Hua Hin Police Station

Article history:

Received 4 August 2020

Revised 19 December 2020

Accepted 24 December 2020

SIMILARITY INDEX = 3.41 %

1. บทนำ

สถานีตำรวจภูธรหัวหินได้รับการยกฐานะจากที่พักสายตรวจตำบลหัวหินเป็นสถานีตำรวจกิ่งอำเภอหัวหินขึ้นกับอำเภอปราณบุรี ในปี พ.ศ.2475 ต่อมาในปี พ.ศ.2492 ก็ได้รับการยกฐานะเป็น อำเภอหัวหิน เป็นต้นมา แต่เดิมสถานีตำรวจภูธรหัวหินเป็นอาคารไม้ชั้นเดียวชั้นล่างโปร่งต่อมาในปี พ.ศ.2500 ได้สร้างเป็นอาคารสองชั้นซึ่งชั้นล่างได้กั้นเป็นห้องงานต่างๆและในปี พ.ศ.2547 ก็ได้สร้างอาคารหลังใหม่ขึ้นเป็นอาคารตึกสามชั้น โดยมีชั้นล่างเป็นชั้นบริการประชาชนไว้ ณ จุดเดียว (ONE STOP SERVICE) เพื่อให้เกิดความรวดเร็วแก่ประชาชนผู้มาติดต่อราชการปัจจุบันสถานีตำรวจภูธรหัวหินตั้งอยู่เลขที่ 18 ถนนดำเนินเกษม ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตั้งอยู่ตรงข้ามที่ทำการไปรษณีย์ อำเภอหัวหิน เป็นอาคารตึกหลังใหม่สามชั้นซึ่งสร้างมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 ส่วนพันธกิจการทำงานของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน ได้แก่ (1) ถวายความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกด้านการจราจรพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระบรมราชินีนาถ และพระบรมวงศานุวงศ์ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยสมพระเกียรติ (2) รักษาความมั่นคงและความสงบเรียบร้อยในสังคมตามนโยบายรัฐบาล (3) สร้างความปลอดภัยให้แก่ประชาชน นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (4) แก้ปัญหาการจราจรในเขตอำเภอหัวหินให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย (5) เฝ้าระวังแก้ไขปัญหาอาชญากรรมในทุกด้าน ซึ่งสถานีตำรวจภูธรหัวหินเป็นหนึ่งในหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการนำเกณฑ์คุณภาพ

คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐมาประยุกต์ในหน่วยงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานของบุคลากรในหน่วยงานมีประสิทธิภาพตามเป้าหมายขององค์กร (สถานีดารวจอุตรหัวหิน, 2562)

จากการที่รัฐบาลได้มุ่งพัฒนาระบบราชการเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐปรับปรุงการทำงาน ยุกระดับการบริหารจัดการ และมีการประเมินผลการปฏิบัติราชการ ตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (Good Governance) โดยนำแนวคิดและเครื่องมือการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management) เข้ามาในภาคราชการให้สอดคล้องกับบริบทของการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ภายใต้การประยุกต์ใช้จากหลักการบริหารของภาคธุรกิจ เช่น การบริหารเชิงยุทธศาสตร์ การลดขั้นตอนการทำงาน การประเมินความพึงพอใจ คำรับรองการปฏิบัติราชการ การบริหารความเสี่ยง การพัฒนาระบบสารสนเทศ เป็นต้น เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างยั่งยืน สามารถยกระดับมาตรฐานการทำงานรองรับการพัฒนาองค์กรเป็นกรอบการประเมินตนเอง และสามารถติดตามการจัดการของภาครัฐได้อย่างต่อเนื่อง คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบให้นำเกณฑ์คุณภาพคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐมาเป็น เครื่องมือในการพัฒนาระบบราชการ เริ่มดำเนินการตามระบบคำรับรองการปฏิบัติราชการในปี พ.ศ. 2549 โดยประยุกต์ใช้จากระบบคุณภาพการบริหารภาครัฐและเอกชนของต่างประเทศ เกี่ยวกับการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศผ่านระบบการประเมินให้รางวัลคุณภาพที่เรียกว่า รางวัลคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (Public Sector Management Award : PMQA) ที่มอบให้แก่หน่วยงานที่สามารถพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการองค์กรไปสู่องค์กรที่เป็นเลิศเทียบเท่ามาตรฐานสากล ทั้งนี้ องค์กรที่มีการบริหารจัดการที่เป็นเลิศจะมีภาพลักษณ์ที่ดี ได้รับความนิยมนิยมชมชอบจากผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เนื่องจากสามารถส่งมอบคุณค่าที่ดีขึ้นทั้งผลผลิตและบริการ (เยาวเรศว์ นุตเดชาพันธ์, 2558: 1) ซึ่งสถานีดารวจอุตรหัวหิน ได้มีการนำหลัก PMQA มาใช้ในการบริหารองค์กร เพื่อพัฒนาการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร

สำหรับการดำเนินการขับเคลื่อน PMQA ของหน่วยงานราชการต่างๆที่ผ่านมาประสบปัญหาที่สำคัญ ดังนี้ (1) ผู้บริหารระดับสูงขาดเวลาและไม่สามารถลงมามีส่วนร่วมในการนำ PMQA ไปสู่การปฏิบัติ (2) ผู้บริหารสูงสุดยังไม่ได้ให้ความสนใจและสนับสนุนเรื่องการนำ PMQA มาใช้อย่างจริงจัง (3) บุคลากรมีความรู้สึกว่าการนำ PMQA เป็นภาระงานที่เพิ่มขึ้น นอกเหนือจากงานประจำและเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก ซับซ้อน ยากต่อการปฏิบัติ (4) บุคลากรแต่ละคนจะให้ความสำคัญต่องานในส่วนที่ตนเองรับผิดชอบเท่านั้น แต่ขาดการมองภาพรวมหรือความเชื่อมโยงทั้งหมด (5) บุคคล มีภาระงานที่มาก ยุ่งยาก (6) บุคลากรส่วนใหญ่ไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วม จึงไม่เข้าใจกระบวนการ ทำให้เกิดแรงต่อต้านจากวัฒนธรรมแบบเดิม ๆ และ (7) การสื่อสารความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ PMQA ภายในองค์กรน้อย (มะยม โพธิ์สุวรรณ, 2556: 5-6)

จากปัญหาดังกล่าวที่ได้แสดงมาสอดคล้องกับปัญหา ของสถานีดารวจอุตรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ซึ่งสมควรมีการปรับปรุงรูปแบบแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีดารวจอุตรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อให้บุคลากรในองค์กรได้ตระหนักถึงภาระหน้าที่ ๆ ต้องปฏิบัติ ในการบำบัดทุกข์ บำรุงสุข ให้ประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อน ปราศจากปัญหาต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยจึงได้มีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีดารวจอุตรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีดำรงจตุรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมองค์กร มีผลต่อคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ ของสถานีดำรงจตุรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีดำรงจตุรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA)

สำนักคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2552: 12) กล่าวถึง เกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐประกอบด้วย 7 หมวด คือ หมวด 1 การนำองค์กร เป็นการตรวจประเมินว่าผู้บริหารของส่วนราชการดำเนินการอย่างไรในเรื่องวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม เป้าประสงค์ และความคาดหวังในผลการดำเนินการ รวมถึงการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้เสียทั้งหลาย การกระจายอำนาจการตัดสินใจ การสร้างนวัตกรรม และการเรียนรู้ในส่วนราชการ รวมทั้งตรวจประเมินว่าส่วนราชการมีการกำกับดูแลตนเองที่ดี และดำเนินการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสาธารณะและชุมชนอย่างไร หมวด 2 การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ เป็นการตรวจประเมินวิธีการกำหนดเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการของส่วนราชการ รวมทั้งการถ่ายทอดเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ หมวด 3 การมุ่งเน้นผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสีย เป็นการตรวจประเมินว่าส่วนราชการกำหนดความต้องการ ความคาดหวังและความนิยมชมชอบของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสียอย่างไร รวมถึงส่วนราชการมีการดำเนินการอย่างไรในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสีย การกำหนดปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสียมีความพึงพอใจและนำไปสู่การกล่าวถึงในทางที่ดี หมวด 4 การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ เป็นการตรวจประเมินส่วนราชการเลือก รวบรวม วิเคราะห์ จัดการและปรับปรุงข้อมูลสารสนเทศ และจัดการความรู้อย่างไร หมวด 5 การมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล เป็นการตรวจประเมินว่าระบบงานบุคคล และระบบการเรียนรู้ของบุคลากรและการสร้างแรงจูงใจ ช่วยให้บุคลากรพัฒนาตนเองและใช้ศักยภาพอย่างเต็มที่เพื่อให้มุ่งไปในแนวทางเดียวกันกับเป้าประสงค์และแผนปฏิบัติการโดยรวมของส่วนราชการอย่างไร รวมทั้งตรวจประเมินความใส่ใจ การสร้างและรักษาสภาพแวดล้อมในการทำงาน สร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร ซึ่งจะนำไปสู่ผลการดำเนินการ ที่เป็นเลิศ และความเจริญก้าวหน้าของบุคลากรและส่วนราชการ หมวด 6 การจัดการกระบวนการ เป็นการตรวจประเมินแง่มุมที่สำคัญทั้งหมดของการจัดการกระบวนการให้บริการ และกระบวนการอื่นที่สำคัญที่ช่วยสร้างคุณค่าแก่ผู้รับบริการ ผู้มีส่วนได้เสีย และส่วนราชการ ตลอดจนกระบวนการสนับสนุนที่สำคัญต่าง ๆ หมวดนี้ครอบคลุมกระบวนการที่สำคัญและหน่วยงานทั้งหมด และ หมวด 7 ผลลัพธ์การดำเนินการ เป็นการตรวจประเมินผลการดำเนินการและแนวโน้มของส่วนราชการในมิติต่าง ๆ ได้แก่ มิติด้านประสิทธิผลตามพันธกิจ มิติด้านคุณภาพการให้บริการ มิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติราชการ และมิติด้านการพัฒนาองค์กร นอกจากนี้ ยังตรวจประเมินผลการดำเนินการของส่วนราชการ โดยเปรียบเทียบกับส่วนราชการหรือองค์กรอื่นที่มีภารกิจคล้ายคลึงกัน ในหมวดผลลัพธ์การดำเนินการนี้ ให้แสดงผลในรูปแบบที่เข้าใจง่าย เห็นภาพชัดเจน ในรูปแบบกราฟหรือตารางในการนำเสนอข้อมูล ให้ส่วนราชการพิจารณาเลือกตัวชี้วัดที่สำคัญ ๆ มาแสดงและให้ศึกษาและนำข้อมูลจากคำรับรองการปฏิบัติราชการมาประกอบด้วย

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีจากนักวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในเชิงของเนื้อหาสาระเกี่ยวกับคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ผู้วิจัยได้กำหนดการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตามแนวคิดของ สำนักคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2552: 12) ประกอบด้วย (1) การนำองค์กร (2) การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ (3) การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (4) การวัด การวิเคราะห์และการจัดการความรู้ (5) การมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล (6) การจัดการกระบวนการ และ (7) การประเมิน

2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับโครงสร้างองค์กร

Waterman, Peter and Phillips (1980 อ้างถึงใน แสงเดือน วงศ์ขลิท, 2559: 33-34) ได้กล่าวถึง Structure (โครงสร้างองค์กร) หมายถึง ลักษณะโครงสร้างขององค์กรที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ รวมถึงขนาดการควบคุม การรวมอำนาจ และการกระจายอำนาจของผู้บริหาร การแบ่งโครงสร้างงานตามหน้าที่ ตามผลิตภัณฑ์ ตามลูกค้า ตามภูมิภาคได้อย่างเหมาะสม โครงสร้างองค์กรมีความยืดหยุ่นมากน้อยเพียงไร ถ้าไม่ยืดหยุ่นหรือมีความยืดหยุ่นน้อย โอกาสความสำเร็จก็น้อย

2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร

Cooke and Lafferty (1989 อ้างถึงใน วรรัตน์ เทพะที, 2558: 70) ได้กล่าวถึง วัฒนธรรมลักษณะสร้างสรรค์ (The Constructive Culture) เป็นองค์กรที่มีลักษณะของการให้ความสำคัญกับค่านิยมในการทำงาน โดยมุ่งส่งเสริมให้สมาชิกในองค์กรมีปฏิสัมพันธ์และสนับสนุนช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำงานมีลักษณะที่ส่งผลให้สมาชิกภายในองค์กรประสบความสำเร็จในการทำงาน และมุ่งที่ความพึงพอใจของบุคคลเกี่ยวกับความต้องการความสำเร็จในการทำงาน และมุ่งที่ความพึงพอใจของบุคคลเกี่ยวกับความต้องการความสำเร็จ

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

Cohen and Uphoff (1977: 6 อ้างถึงใน โชติกา สัมสา, 2559: 89) ได้เสนอขั้นตอนการมีส่วนร่วมไว้ 4 ขั้นตอน คือ (1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) เป็นการมีส่วนร่วมที่เป็นการแสดงออกด้านความคิดเกี่ยวกับการจัดระบบ หรือกำหนดระบบของโครงการ เป็นการประเมินปัญหาหรือทางเลือกที่จะสามารถเป็นไปได้ที่จะนำไปปฏิบัติเพื่อการพัฒนาโดยการประเมินสภาพที่เป็นอยู่และสาเหตุของปัญหา (2) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) เป็นการดำเนินงานตามโครงการและแผนงานและเป็นการก่อให้เกิดความรู้สึกร่วมในการเป็นเจ้าของกิจกรรมและผลงานที่ปรากฏ (3) การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ (Benefits) และ (4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation)

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้

Bloom (1971: 271 อ้างถึงใน กนกพร บุญเรือง, 2560: 58) ได้ให้ความหมายของความรู้ว่า เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการระลึกถึงสิ่งเฉพาะเรื่องหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป ระลึกได้วิธีการ กระบวนการ หรือสถานการณ์ต่าง โดยเน้นความจำ ความรู้ ว่าความรู้เป็นสิ่งที่เกี่ยวกับการระลึกถึงสิ่งเฉพาะเรื่องหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป ระลึกถึงเฉพาะวิธี และกระบวนการต่าง ๆ หรือระลึกถึงแบบกระบวนการโครงสร้าง วัตถุประสงค์ในด้านความรู้ นั้น เน้นในเรื่องกระบวนการทางจิตวิทยาความจำเป็นกระบวนการเชื่อมโยงเกี่ยวกับการจัดระเบียบใหม่ และได้แบ่งความรู้ (cognitive domain) เป็น 6 ระดับ จากชั้นที่ง่ายไปหาชั้นที่ยาก ดังนี้คือ (1) ความรู้ความจำ (knowledge)

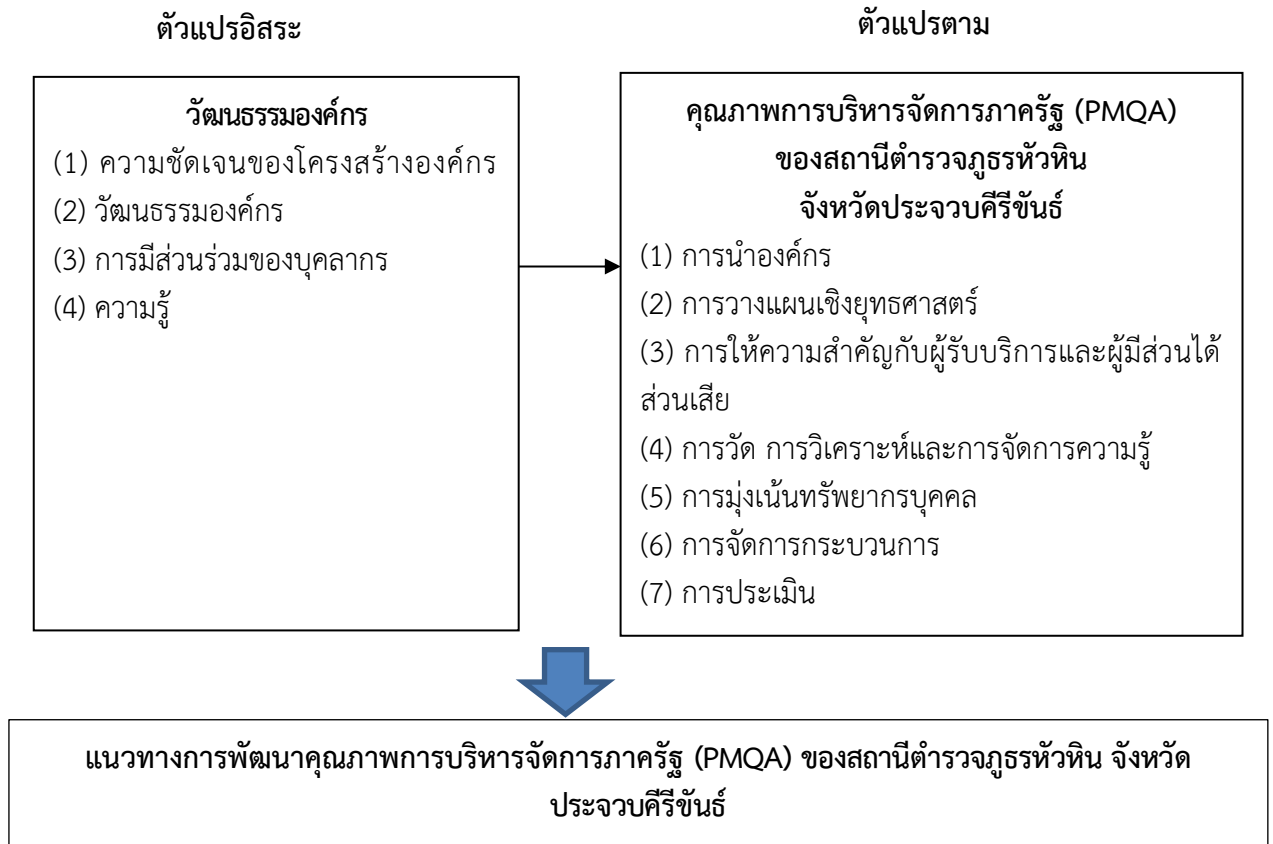
(2) ความเข้าใจ (comprehension) (3) การนำไปใช้ (application) (4) การวิเคราะห์ (analysis) (5) การสังเคราะห์ (synthesis) และ (6) การประเมินค่า (evaluation)

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เยาวเรศ นุตเดชาพันธ์ (2558: 98) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์กร ตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข เป็นการวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานราชการที่ปฏิบัติงานที่อยู่ในกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข จำนวน 135 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ลักษณะส่วนบุคคล และ ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์กร ได้แก่ 1) ความชัดเจนของยุทธศาสตร์ (Strategy) 2) ความชัดเจนของโครงสร้างองค์กร (Structure) 3) ความพร้อมของระบบงาน (System) 4) ภาวะผู้นำ (Style) 5) การมีส่วนร่วมของบุคลากร (Staff) 6) ทักษะของบุคลากร (Skill) 7) ค่านิยมร่วมและวัฒนธรรมองค์กร (Shared Value) ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสำเร็จในการพัฒนาองค์กร ตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์กร ได้แก่ 1) ความชัดเจนของยุทธศาสตร์ (Strategy) 2) ความชัดเจนของโครงสร้างองค์กร (Structure) 3) ความพร้อมของระบบงาน (System) 4) ภาวะผู้นำ (Style) 5) การมีส่วนร่วมของบุคลากร (Staff) 6) ทักษะของบุคลากร (Skill) 7) ค่านิยมร่วมและวัฒนธรรมองค์กร (Shared Value) อยู่ในระดับมาก และพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์กร ได้แก่ ความชัดเจนของโครงสร้างองค์กร (Structure) ความพร้อมของระบบงาน (System) การมีส่วนร่วมของบุคลากร (Staff) ค่านิยมร่วมและวัฒนธรรมองค์กร (Shared Value) มีความสัมพันธ์เชิงเหตุผลกับเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

โชติกา สัมสา (2559: 89) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) หมวด 5 การมุ่งเน้นการสอนของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จำนวน 305 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ลักษณะส่วนบุคคล 1) การมีส่วนร่วม 2) ความรู้ 3) ทักษะ 4) สภาพแวดล้อม 5) ความผูกพัน ตัวแปรตาม ได้แก่ ด้านการมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) หมวด 5 การมุ่งเน้นการสอนของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ทั้งภาพรวมและรายด้านมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ส่วน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของบุคลากร ด้าน 1) การมีส่วนร่วม 2) ความรู้ 3) ทักษะ 4) สภาพแวดล้อม 5) ความผูกพันมีความสัมพันธ์กับ คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) หมวด 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผลการเปรียบเทียบตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า บุคลากรที่มีประสบการณ์ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) แตกต่างกันทุกด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Methods Research) โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey Research) มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ นายตำรวจชั้นประทวนและสัญญาบัตรที่ปฏิบัติงานในสถานีตำรวจภูธรหัวหิน รวมทั้งสิ้นจำนวน 203 คน และผู้ให้ข้อมูลหลัก ที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) ได้แก่ ผู้บังคับบัญชาที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานจราจร งานสืบสวน งานสอบสวน งานอำนวยการ งานป้องกันปราบปราม ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน หน่วยงานละ 1 คน รวมทั้งสิ้น 5 คน

กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ Green (1991: 499-510) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 130 คน โดยใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของนายตำรวจชั้นประทวนและสัญญาบัตรที่ปฏิบัติงานในสถานีตำรวจภูธรหัวหิน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนรายละเอียดของกลุ่มตัวอย่าง

ลำดับ	หน่วยงาน	ประเภทชั้นยศ		
		สัญญาบัตร	ประทวน	กลุ่มตัวอย่าง
1	งานจราจร	5	16	21
2	งานสืบสวน	4	7	11
3	งานสอบสวน	16	6	22
4	งานอำนวยความสะดวก	6	3	9
5	งานป้องกันปราบปราม	16	51	67
รวม		47	83	130

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อ (Index of Item Objective Congruence : IOC) จากการคำนวณหาค่า IOC ครั้งนี้ ได้เท่ากับ 1.00

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร และการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และวิเคราะห์วัฒนธรรมองค์กร ที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multi Linear Regression Analysis) และทดสอบความเป็นอิสระกันของความคลาดเคลื่อน คือ Durbin-Watson ซึ่งมีค่าเท่ากับ $1.5 \leq \text{Durbin-Watson} \leq 2.5$

การวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ผู้บังคับบัญชาที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานจราจร งานสืบสวน งานสอบสวน งานอำนวยความสะดวก งานป้องกันปราบปราม ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน หน่วยงานละ 1 คน รวมทั้งสิ้น 5 คน

4. ผลการวิจัย

1. ระดับคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการประเมิน ด้านการมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล ด้านการวัด การวิเคราะห์และการจัดการความรู้ ด้านการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ ด้านที่มีการพัฒนาคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการนำองค์กร ด้านการจัดการกระบวนการ และด้านการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. วัฒนธรรมองค์กร ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร และด้านความรู้ ส่งผลต่อคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านความชัดเจนของโครงสร้างองค์กร ส่งผลต่อคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า สถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีการกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจ โดยมีการตรวจประเมินการกำกับดูแลตนเอง และมีการกระจายอำนาจการตัดสินใจให้บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม มีการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ในการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และยังคงสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติในระยะยาว นึกถึงผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก มีการรวบรวมและจัดการข้อมูลและสารสนเทศเพื่อให้บุคลากรนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน มีการส่งเสริมให้บุคลากรปฏิบัติหน้าที่พัฒนาศักยภาพตนเองทางด้านทักษะ และความเชี่ยวชาญต่าง ๆ ตามตำแหน่งหน้าที่ ๆ มีการปรับปรุงกระบวนการในการบริหารงานในส่วนของการให้บริการประชาชน และมีการนำกระบวนการทุกขั้นตอนในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ มาตรวจประเมินผลการดำเนินการ

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของวัฒนธรรมองค์กร กับคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

	B	S.E.	Beta	t	Sig.
(ค่าคงที่)	-0.256	0.167		-1.532	0.128
1. ความชัดเจนของโครงสร้างองค์กร	0.111	0.041	0.127	2.713**	0.008
2. วัฒนธรรมองค์กร	0.434	0.039	0.527	10.983***	0.000
3. การมีส่วนร่วมของบุคลากร	0.291	0.051	0.264	5.757***	0.000
4. ความรู้	0.231	0.047	0.215	4.923***	0.000

หมายเหตุ * $P \leq 0.05$ $R = 0.910$
 ** $P \leq 0.01$ $R^2 = 0.828$
 *** $P \leq 0.001$ R^2 ปรับ = 0.823
 $F = 150.444$
 ระดับนัยสำคัญ = 0.000
 Durbin-Watson = 1.563

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า วัฒนธรรมองค์กร มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (R) อยู่ในระดับสูงมาก 0.910 และพิจารณาจากการปรับมาตรฐานของตัวแปร (Standardized Variables) ร้อยละ 82.30-82.80 ซึ่งการทดสอบความเป็นอิสระกันของความคลาดเคลื่อน (Durbin-Watson) ในครั้งนี้มีค่าเท่ากับ 1.563 คือ (1) ความชัดเจนของโครงสร้างองค์กร (2) วัฒนธรรมองค์กร (3) การมีส่วนร่วมของบุคลากร และ (4) ความรู้ มีความสัมพันธ์เชิงอิสระในตัวเอง ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ และค่า สปส. Beta เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านวัฒนธรรมองค์กร ($\beta_{วัฒนธรรม} = 0.527$, Sig. = 0.000) ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร ($\beta_{การมีส่วนร่วม} = 0.264$, Sig. = 0.000) ด้านความรู้ ($\beta_{ความรู้} = 0.215$, Sig. = 0.000) และด้านความชัดเจนของโครงสร้างองค์กร ($\beta_{ความชัดเจน} = 0.127$, Sig. = 0.008) กล่าวคือ คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร ด้านความรู้ และด้านความชัดเจนของโครงสร้างองค์กร

จากตารางที่ 2 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4$$

= 0.111 (ความชัดเจนของโครงสร้างองค์กร) + 0.434 (วัฒนธรรมองค์กร) + 0.291 (การมีส่วนร่วมของบุคลากร) + 0.231 (ความรู้)

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า วัฒนธรรมองค์กร ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร และด้านความรู้ ส่งผลต่อคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีดำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านความชัดเจนของโครงสร้างองค์กร ส่งผลต่อคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีดำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอภิปรายเป็นรายด้าน ดังนี้

1. ความชัดเจนของโครงสร้างองค์กร พบว่า วัฒนธรรมองค์กร ด้านความชัดเจนของโครงสร้างองค์กร ส่งผลต่อคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีดำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่า ความชัดเจนของโครงสร้างองค์กร เป็นวัฒนธรรมองค์กร ของสถานีดำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีประสิทธิภาพ และประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ เยาวเรศวร์ นุตเดชานันท์ (2558: 98) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์กร ตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์กร ได้แก่ ความชัดเจนของโครงสร้างองค์กร (Structure) มีความสัมพันธ์เชิงเหตุผลกับเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. วัฒนธรรมองค์กร พบว่า วัฒนธรรมองค์กร ด้านวัฒนธรรมองค์กร ส่งผลต่อคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีดำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แสดงให้เห็นว่า วัฒนธรรมองค์กร เป็นวัฒนธรรมองค์กร ของสถานีดำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีประสิทธิภาพ และประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ เยาวเรศวร์ นุตเดชานันท์ (2558: 98) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์กร ตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์กร ได้แก่ ความค่านิยมร่วมและวัฒนธรรมองค์กร (Shared Value) มีความสัมพันธ์เชิงเหตุผลกับเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. การมีส่วนร่วมของบุคลากร พบว่า วัฒนธรรมองค์กร ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร ส่งผลต่อคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีดำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แสดงให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของบุคลากร เป็นวัฒนธรรมองค์กร ของสถานีดำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีประสิทธิภาพ และประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ เยาวเรศวร์ นุตเดชานันท์ (2558: 98) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์กร ตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์กร ได้แก่ การมีส่วนร่วมของบุคลากร (Staff) มีความสัมพันธ์เชิงเหตุผลกับเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. ความรู้ พบว่า วัฒนธรรมองค์กร ด้านความรู้ ส่งผลต่อคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีดารวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แสดงให้เห็นว่า ความรู้ เป็นวัฒนธรรมองค์กร ของสถานีดารวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีประสิทธิภาพ และประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ โชติกา สัมสา (2559: 89) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) หมวด 5 การมุ่งเน้นการสอนของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของบุคลากร ด้าน ความรู้ มีความสัมพันธ์กับ คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) หมวด 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณระดับคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีดารวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการประเมิน ด้านการมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล ด้านการวัด การวิเคราะห์และการจัดการความรู้ ด้านการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ ด้านที่มีการพัฒนาคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการนำองค์กร ด้านการจัดการกระบวนการ และด้านการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผลการวิจัยเชิงคุณภาพแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีดารวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า สถานีดารวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีการกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจ โดยมีการตรวจประเมินการกำกับดูแลตนเอง และมีการกระจายอำนาจการตัดสินใจให้บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม มีการการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ในการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และยังคงสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติในระยะยาว นึกถึงผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก มีการรวบรวมและจัดการข้อมูลและสารสนเทศเพื่อให้บุคลากรนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน มีการส่งเสริมให้บุคลากรปฏิบัติหน้าที่พัฒนาศักยภาพตนเองทางด้านทักษะ และความเชี่ยวชาญต่าง ๆ ตามตำแหน่งหน้าที่ ๆ มีการปรับปรุงกระบวนการในการบริหารงานในส่วนของการให้บริการประชาชน และมีการนำกระบวนการทุกขั้นตอนในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ มาตรวจประเมินผลการดำเนินการ ซึ่งมีความสอดคล้องและไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้สามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีดารวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้มีประสิทธิภาพตามเป้าหมายขององค์กรได้อย่างประสบผลสำเร็จ

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ควรมีการติดตามประเมินผลการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีดารวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างต่อเนื่อง เพื่อนำผลการประเมินมาบูรณาการร่วมกับการบริหารงานในองค์กร
2. ควรมีการส่งเสริม และสนับสนุนให้เจ้าหน้าที่ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับหลักการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) เพื่อให้บุคลากรในหน่วยงานมีความรู้ ความเข้าใจแล้วสามารถนำหลักคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) มาพัฒนาการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. การศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีดารวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อให้ความทันสมัยมากยิ่งขึ้น เช่น นโยบาย Thailand 4.0 ในการบริหารองค์กร ได้แก่ นวัตกรรม เทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และ การสนับสนุนจากภาครัฐ และ การบูรณาการ เป็นต้น

2. การศึกษาการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีดำรวจในบริเวณใกล้เคียงกัน แล้วนำผลการวิจัยที่ได้มาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ของสถานีดำรวจภูธรหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

เอกสารอ้างอิง

- กนกพร บุญเรือง. (2560). การบริหารจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- โชติกา สัมส้า. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) เฉพาะหมวด 5 การมุ่งเน้นบุคลากร ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูล.
- มะยม โพธิสุวรรณ. (2556). การพัฒนาคุณภาพการบริหารสำนักงาน ก.ค.ศ.ตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA). รายงานหลักสูตรพัฒนานักบริหารระดับสูงกระทรวงศึกษาธิการ (นบส.ศธ.) รุ่นที่ 3 สถาบันพัฒนาครู คณาจารย์และบุคลากรทางการศึกษา สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ประจำปี 2556.
- เยาวเรศ นุตเดชาพันธ์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์กร ตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. กรุงเทพฯ: กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข.
- วรรัตน์ เทพมะที. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์การแบบสร้างสรรค์กับการทำงานเป็นทีม ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานีเขต 2. วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 5(2), 64-74.
- สถานีดำรวจภูธรหัวหิน. (2562). สถานีดำรวจภูธรหัวหิน. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2562 จาก <http://huahin.police7.go.th/>.
- แสงเดือน วงศ์ขวลิต. (2559). ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิทยาลัยนาฏศิลป์เชียงใหม่สู่ความเป็นเลิศ. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาผู้นำทางการศึกษาและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สำนักคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2552). PMQA การพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ. กรุงเทพฯ: บริษัท วิชั่น พรินท์ แอนด์ มีเดีย จำกัด.
- Green, S. B. (1991). How Many Subjects Does It Take to Do a Regression Analysis? *Multivariate Behavioral Research*, 26(3), 499-510.

องค์ประกอบที่มีผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย

Elements Affecting the Development of Effectiveness Direct Selling Network Business in Thailand

โชคชัย หะรินพลสิทธิ์*

(Chokchai Harinpolsith)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) องค์ประกอบด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์การ บรรยากาศองค์การ และความผูกพันต่อองค์การที่มีผลต่อ การพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย (2) ค่าน้ำหนักปัจจัยของ การพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย (3) แนวทางสำหรับผู้บริหารในการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ นักธุรกิจเครือข่ายขายตรงระดับผู้บริหาร ที่มงานขึ้นไปทำงานอยู่ในบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย จำนวน 20 คน โดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง การวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจาก นักธุรกิจเครือข่ายขายตรงที่ยังไม่มีตำแหน่งผู้บริหาร (ลูกทีม) ที่ทำงานอยู่ในบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย จำนวน 380 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

ผลการวิจัย พบว่า (1) องค์ประกอบด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์การ บรรยากาศองค์การ และความผูกพันต่อองค์การ ทุกปัจจัยมีผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.63 0.50 0.59 และ 1.00 ตามลำดับ (2) ค่าน้ำหนักปัจจัยของ การพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย ประกอบไปด้วย ด้านการเงิน ($\text{Lamda} = 0.48$) ด้านลูกค้า ($\text{Lamda} = 0.64$) ด้านกระบวนการภายใน ($\text{Lamda} = 0.53$) และด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth : $\text{Lamda} = 0.61$) (3) แนวทางสำหรับผู้บริหารในการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย ต้องเน้นการปรับปรุงในเรื่องการให้ข้อมูลสินค้า ทั้งกับเครือข่ายเองและตัวลูกค้าผู้บริโภคที่ใช้สินค้าโดยตรงรวมถึง การแนะนำการใช้ ดิจิทัลเทคโนโลยี และสื่อโซเชียลมีเดีย มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการให้มากขึ้น

คำสำคัญ: การพัฒนา ประสิทธิภาพ ธุรกิจเครือข่ายขายตรง

*ดุษฎีนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.10170. ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ ดร.ลาวัลย์ ต้นสกุลรุ่งเรือง

Doctorate of Business Administration Program Bangkok Thonburi University.10170

Corresponding author: Chokchai6692@gmail.com

ABSTRACT

The goal of this study was to learn more about: (1) The elements of transformational leadership, corporate culture, corporate climate, and organizational commitment that influence the growth of direct selling network enterprises in Thailand. (2) The importance of increasing the effectiveness of network direct selling firms in Thailand. (3) Directions for executives to improve Thailand's direct selling network enterprises' effectiveness. Twenty executives with businesses in the direct sales network were among the primary informants used in the qualitative investigation. The executives work for direct selling network organizations in Thailand at the team level and higher. Purposive sample of 380 persons from the industry was used in the quantitative research to gather data from direct sales network businesses and employees (team members) that work for companies that run direct sales networks in Thailand.

The research's findings revealed that (1) Corporate culture, corporate climate, and dedication to the organization are all changing. The aforementioned elements have an impact on the growth and effectiveness of direct selling network firms in Thailand. The results of the direct influence values were 0.63, 0.50, 0.59, and 1.00. (2) The importance of finance (Lamda = 0.48) ; Customer: (Lamda = 0.64) ; Internal Process (Lamda = 0.53); learning and growth (Lamda = 0.61); and increasing the effectiveness of direct selling network firms in Thailand. (3) Improving product information is a key component of executive guidelines for increasing the effectiveness of Thailand's direct selling network company. Customers that utilize the product directly as well as users of the network itself are all included. To assist improve management efficiency in the field of direct selling firms in Thailand, improving product information should also involve the use of digital technology and social media.

Keywords: Development, Effectiveness, Direct Selling Network Business

Article history:

Received 10 October 2021

Revised 1 February 2022

Accepted 4 February 2022

SIMILARITY INDEX = 2.51 %

1. บทนำ

ธุรกิจเครือข่ายขายตรงเป็นรูปแบบการตลาดรูปแบบใหม่ที่ก้าวเข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตในโลกยุคปัจจุบันและที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภค สามารถได้เป็นเจ้าของธุรกิจที่สร้างรายได้จำนวนมากโดยไม่ต้องมีความเสี่ยงและไม่ต้องลงทุนเงิน จำนวนมากเหมือนกับการทำธุรกิจทั่ว ๆ ไป เริ่มต้นจากการใช้ผลิตภัณฑ์และเมื่อใช้ดีเกิดความประทับใจในตัวผลิตภัณฑ์ที่ใช้จึงแนะนำบอกต่อให้คนที่รู้จักธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทยเติบโตอย่างรวดเร็ว และจากข้อมูลของสมาคมการขายตรงไทย (Thai Direct Selling Association : TDSA) ซึ่งเป็นสมาชิกของสมาพันธ์การขายตรงโลก (WFDSA) ได้รวบรวมสถิติการเติบโตของธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ถึง ปีพ.ศ.2562 พบว่า มูลค่าตลาดรวมสุทธิของธุรกิจเครือข่ายขายตรงไทย ในปี 2557 มีมูลค่า 67,200 ล้านบาท ในปี 2558 มีมูลค่า 69,300 ล้านบาท ในปี 2559 มีมูลค่า 70,000 ล้านบาท ในปี 2560 มีมูลค่าสูงถึง 71,000 ล้านบาท ในปี 2561 มีมูลค่า 69,800 ล้านบาท ซึ่งลดลง และในปี 2562 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 70,100 ล้านบาท จากข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงการเติบโตของธุรกิจเครือข่ายขายตรงที่มีแนวโน้มที่จะเติบโตมากขึ้น แม้ว่าจะมีมูลค่าลดลงเล็กน้อยในปี 2563 ทั้งนี้ เนื่องจากภาพรวมของตลาดมีความเติบโตน้อยกว่าปัจจัยเศรษฐกิจ และภาวะโรคระบาดที่ยังไม่มีแนวโน้มถึงการสิ้นสุด

อย่างไรก็ตามปัจจุบันธุรกิจเครือข่ายขายตรงยังพบปัญหาที่สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิผลการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในประเด็นต่างๆ (พิชชาภา ทองดียิ่ง.2561: 3) เช่น 1. ปัญหาด้านบุคลากร เนื่องจากนักธุรกิจเครือข่ายขายตรงบางคนไม่มีทักษะในการขายที่ดีพอ ทำให้ภาพพจน์ของธุรกิจนั้นไม่ดี ขาดความเชื่อถือและศรัทธาในธุรกิจเครือข่ายขายตรง ไม่มีความอดทน ไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมธุรกิจเดียวกัน ขาดทักษะการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ 2. ปัญหาเกิดจากการบริหารเครือข่ายนักธุรกิจเครือข่ายขายตรงยังขาดประสบการณ์ในการสร้างเครือข่ายและการบริหารเครือข่ายไม่เข้าใจแผนการตลาดดีเท่าที่ควร ยังขาดแรงบันดาลใจที่จะทำให้เกิดพลังแห่งความฝันหรือความหวังและที่สำคัญ ส่วนมากขาดจริยธรรมในการขายทำอย่างไรก็ได้เพื่อให้ได้ยอดขายมากที่สุด โดยไม่คำนึงว่าจะเป็นภาระเดือดร้อนเปรียบผู้บริโภค หรือนักธุรกิจเครือข่ายขายตรงด้วยกันจึงทำให้ไม่สามารถที่จะก้าวไปถึงเป้าหมายที่วางไว้ 3. ปัญหาเกิดจากความไม่เข้าใจระบบหรือรูปแบบการบริหารจัดการ นักธุรกิจเครือข่ายขายตรงที่ล้มเหลวส่วนใหญ่มักไม่รู้ว่ตนเองกำลังอยู่ในธุรกิจอะไรหรือรู้แต่ไม่ศึกษาว่าธุรกิจนั้นกำลังถูกคุกคามจากอะไร คู่แข่งมีการปรับตัวอย่างไร ผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมหรือไม่ จึงมักจะทำธุรกิจในรูปแบบเดิมอยู่ตลอดเวลา บางคนมีแนวคิดทางธุรกิจที่ชัดเจน แต่เวลานำแนวคิดไปปฏิบัติกลับทำงานแบบไม่เป็นระบบ 4. ปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิผลการบริหารจัดการ ธุรกิจเครือข่ายขายตรงหลายบริษัทไม่มีการคาดการณ์สภาพการแข่งขันได้อย่างเหมาะสม เพราะการแข่งขันในธุรกิจมีอยู่ตลอดเวลาผู้ประกอบการที่ไม่เรียนรู้สภาพที่แท้จริงของตลาดหรือประมาณการระดับการแข่งขันต่ำกว่าความเป็นจริงมีโอกาสล้มเหลวได้มาก และ 5. ปัญหาเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร เนื่องจากนักธุรกิจเครือข่ายขายตรงบางรายมักไม่เต็มใจที่จะเสียสละหรือมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อการไม่สนใจต่อเป้าหมายขององค์กรพูดถึงบริษัทในทางที่ไม่สร้างสรรค์ไม่ยอมรับนโยบายและการบริหารของบริษัท

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ซึ่งผู้วิจัยเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจเครือข่ายขายตรงจึงเห็นความสำคัญของปัญหา และสนใจที่จะศึกษาองค์ประกอบในการสร้างภาวะผู้นำ วัฒนธรรมย่อยองค์การ การสร้างความผูกพัน และการสร้างบรรยากาศการทำงานในองค์กร ที่เป็นองค์ประกอบเกี่ยวข้องกับประสิทธิผลการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรง ดังนั้นจึงศึกษาเรื่อง องค์ประกอบที่มีผลต่อการพัฒนาประสิทธิผลการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย เพื่อจะได้แนวทางในการพัฒนาประสิทธิผลการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงใน

ประเทศไทย และเพื่อให้องค์กรต่าง ๆ สามารถนำผลการศึกษาในครั้งนี้มาเป็นแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันเชิงธุรกิจให้ประสบความสำเร็จต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์การ บรรยากาศองค์การ และความผูกพันต่อองค์การที่มีผลต่อ การพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาคำแนะนำนักปฎิบัติของ การพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย
3. เพื่อค้นหาแนวทางสำหรับผู้บริหารในการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง

ความหมายของภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงหมายถึง ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ในการดำเนินการอย่างชัดเจน ตระหนักถึงความต้องการของผู้ตาม พยายามกระตุ้นให้ผู้ตามใช้สติปัญญาและสร้างแรงจูงใจให้ผู้ตามเกิดความปรารถนาหรือเกิดแรงบันดาลใจที่จะทำงานเพื่อให้กลุ่มหรือองค์การบรรลุความสำเร็จ (Burns, (1978) Yukl; (1998) ; Organ and Beteman, (1991)

ในส่วนของการศึกษาถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะนิสัยของผู้นำ (Trait Theory) ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้นำ (Leadership behaviors approach) ทฤษฎีผู้นำตามสถานการณ์ (Situational approach to leadership) เป็นต้น ศึกษาแนวคิดของ Yukl (1998: 8 - 11) ได้สรุปแนวทางการศึกษาเกี่ยวกับผู้นำออกเป็น 4 แนวทาง คือ (1) แนวการศึกษา ลักษณะนิสัยผู้นำ (Trait approach) ของ Kirkpatrick and Locke, (1996) เป็นแนวทางการศึกษาพัฒนา มาจากทฤษฎีบุคคลผู้ยิ่งใหญ่ (Great Man Theories) ในสมัยกรีกและโรมันโบราณ ซึ่งทำการศึกษาลักษณะของผู้นำ โดยมีความเชื่อว่าความเป็นผู้นำเป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด ไม่สามารถจะเรียนรู้หรือเสริมสร้างได้ และ Stogdill, (1974) ศึกษาพบว่า ผู้นำที่จะประสบความสำเร็จดังนี้ มีความรับผิดชอบความ มุ่งมั่นในการทำงานให้สำเร็จลุล่วง มีความกระตือรือร้น มีความคิดสร้างสรรค์ กล้าที่จะเสี่ยง ยอมรับการ ตัดสินใจและการกระทำต่างๆ ที่เกิดขึ้นพร้อมที่จะเผชิญปัญหาและสามารถแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมของผู้ตาม เป็นต้น (2) แนวการศึกษาพฤติกรรมของผู้นำ (Behavior approach) ซึ่งการศึกษา พฤติกรรมของผู้นำในระยะเริ่มแรกนั้น มีทฤษฎี XY ของแมคเกรเกอร์ (McGregor, 1960) ส่วนงานวิจัยของ Fleishman and Harris, (1962) จากมหาวิทยาลัยโอไฮโอสเตต ซึ่งสามารถที่จะสรุปพฤติกรรมของผู้นำ ออกเป็น ประเด็นสำคัญได้ 2 ลักษณะ คือ 1) พฤติกรรมของผู้นำที่เน้นงาน และ 2) พฤติกรรมของผู้นำที่เน้นคน (3) แนวการศึกษาอำนาจของผู้นำ (Power influence approach) ซึ่งตามแนวคิดของ French and Raven, (1968) ได้แบ่งประเภทอำนาจที่สำคัญออกเป็น 5 ประเภท คือ 1) อำนาจการให้รางวัล (Reward Power) 2) อำนาจแห่งการให้โทษ (Coercive power) 3) อำนาจโดยตำแหน่ง (Legitimate power) 4) อำนาจความ เชี่ยวชาญ (Expert power) และ 5) อำนาจการอ้างอิง (Referent power) และแนวทางสุดท้ายคือ (4) แนว การศึกษาผู้นำตามสถานการณ์ (Situational Approach) ซึ่งนักวิชาการที่ได้ศึกษาทฤษฎีผู้นำตามสถานการณ์ เช่น ทฤษฎีผู้นำตามสถานการณ์ของ Fiedler (1967) ทฤษฎีผู้นำตามสถานการณ์ของ Hersey and

Blanchard (1982) ทฤษฎีผู้นำแบบวิถีเป้าหมาย (The Path - goal Theory) ของ House, (1971) และ ทฤษฎีการตัดสินใจของ Vroom and Yetton, (1973)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์การ

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์การ ตามแนวคิดของ Moorhead and Griffin, (1995: 440) Gordon, (1999 : 342) สุนทร วงศ์ไวยวรรณ (2540 : 4 - 6) พร ภิศเกศ (2546: 27) ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ (2551) และวิรัช สงวนวงศ์วาน (2547:20) ซึ่งสรุปได้ว่า วัฒนธรรมองค์การ หมายถึง ค่านิยม ความเชื่อที่มีร่วมกันอย่างเป็นระบบที่เกิดขึ้นในองค์การ และใช้เป็นแนวทางในการกำหนด พฤติกรรมของคนในองค์การนั้น วัฒนธรรมองค์การ จึงเป็นเสมือน “บุคลิกภาพ” หรือ “จิตวิญญาณ” ของ องค์การ

ส่วนรูปแบบของวัฒนธรรมองค์การ Denison, (1990: 4-16) ได้แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ คือ 1) วัฒนธรรมองค์การแบบการมีส่วนร่วม(Involvement Culture) 2) วัฒนธรรมองค์การแบบเน้นความเป็น เอกภาพ (Consistency Culture) 3) วัฒนธรรมองค์การแบบเน้นการปรับตัว (Adaptability Culture) และ 4) วัฒนธรรมองค์การแบบเน้นพันธกิจ (Mission Culture) ส่วน Cameron and Quinn, (1999: 32 - 40) ได้แบ่งเป็น 4 ประเภท คือ 1) วัฒนธรรมองค์การแบบเน้นโครงสร้างและกฎระเบียบ (Hierarchy Culture) 2) วัฒนธรรมองค์การแบบเน้นการตลาด (Market Culture) 3) วัฒนธรรมองค์การแบบเน้นการมีส่วนร่วม (Clan culture) และ 4) วัฒนธรรมองค์การแบบเน้นการปรับตัว (Adhocracy culture) ในขณะที่ Daft, (2008: 434 – 437) ได้เสนอแนวคิดในการแบ่งวัฒนธรรมองค์การออกเป็น 4 ประเภท คือ 1) วัฒนธรรมองค์การแบบ เน้นการปรับตัว (Adaptability Culture) 2) วัฒนธรรมองค์การแบบเน้นความสำเร็จ (Achievement Culture) 3) วัฒนธรรมองค์การแบบเน้นการมีส่วนร่วม (Clan Culture) และ 4) วัฒนธรรมองค์การแบบเน้น โครงสร้างและกฎระเบียบ (Bureaucratic Culture) และ Slocum and Hellriegel, (2011: 491- 495) ได้ ศึกษาวัฒนธรรมองค์การจากบริษัทชั้นนำของโลกหลายแห่ง และได้เสนอรูปแบบวัฒนธรรมองค์การ 4 ด้าน ได้แก่ (1) วัฒนธรรมองค์การเน้นโครงสร้างและกฎระเบียบ (Bureaucratic Culture) (2) วัฒนธรรมองค์การ เน้นการมีส่วนร่วม (Clan Culture) (3) วัฒนธรรมองค์การเน้นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Culture) และ (4) วัฒนธรรมองค์การเน้นการตลาด (Market Culture)

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับบรรยากาศองค์การ

Litwin and Stringer, (1968) ให้ความหมายของคำว่าบรรยากาศองค์การ หมายถึง การรับรู้ของแต่ละบุคคลเกี่ยวกับองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมในองค์การทั้งทางตรงและทางอ้อมตามความคาดหวังและ แรงจูงใจของแต่ละบุคคลบรรยากาศองค์การเป็นส่วนสำคัญของการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมที่สามารถใช้เหตุผลทางวิทยาศาสตร์อธิบายได้และบรรยากาศในรูปขององค์ประกอบต่าง ๆ ซึ่ง มีอิทธิพลต่อบุคลากรในองค์การและประสิทธิภาพขององค์การ

ในการนี้ Litwin and Stringer, (1968) ได้เสนอองค์ประกอบของ บรรยากาศไว้ 8 มิติ คือ 1. โครงสร้าง (Structure) 2. ความท้าทายและความรับผิดชอบงาน (Challenge and Responsibility) 3. ความอบอุ่นและการสนับสนุน (Warmth and Support) 4. การให้รางวัลและการลงโทษ การเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย (Reward and Punishment Approval and Dis approval) 5. ความขัดแย้ง (Conflict) 6. มาตรฐานการปฏิบัติงานและความคาดหวัง (Performance Standard and Expectations) 7. ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในองค์การ (Organizational identity) และ 8. การเสี่ยงและการรับผิดชอบต่อความ

เสี่ยง (Performance Standards Risk and Risk) และได้เสนอรูปแบบของบรรยากาศองค์การ 4 แบบ เช่นกัน ซึ่งได้แก่ 1. บรรยากาศแบบการใช้อำนาจ (Authoritarian Climate) เป็นการรวมอำนาจการตัดสินใจไว้ที่ผู้บริหาร 2. บรรยากาศแบบเน้นความเป็นกันเอง (Affiliative Climate) ผู้ปฏิบัติงานมีความใกล้ชิดสนิทสนม และมีความสัมพันธ์และทัศนคติที่ดีต่อกัน มีความพึงพอใจในงานสูง 3. บรรยากาศที่มุ่งความสำเร็จของงาน (Achievement Oriented Climate) ถือเอาเป้าหมายขององค์การเป็นหลักสำคัญ และ 4. บรรยากาศที่ให้ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงาน (Employee-Centers Climate) มีลักษณะสำคัญ คือ มีการติดต่อสื่อสารแบบเปิดเผย ให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และมีการกระจายอำนาจการตัดสินใจ

ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยจึงสรุปความหมายของบรรยากาศองค์การได้ว่า บรรยากาศองค์การ หมายถึง พฤติกรรมอันเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและบุคลากรในองค์การซึ่งส่งผลต่อความรู้สึกของบุคลากรโดยรวม ที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงาน ขวัญกำลังใจ ความพึงพอใจของบุคลากรในองค์การนั้นๆ อันจะส่งผลต่อการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีของบรรยากาศองค์การตามแนวคิดของ Hoy et al. (2004) มาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งประกอบด้วย (1) บรรยากาศแบบเปิด (Open Climate) (2) บรรยากาศแบบให้ความร่วมมือ (Engaged Climate) (3) บรรยากาศแบบไม่ให้ความร่วมมือ (Disengaged Climate) และ (4) บรรยากาศแบบปิด (Closed Climate)

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์การ

Sheldon. (1971: 47) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การ ผลการศึกษาพบว่า อายุ ตำแหน่งงาน ปัจจัยด้านประสบการณ์ของผู้ปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์การ นอกจากนี้ Allen and Meyer, (1990: 52) ได้ศึกษาถึงความผูกพันต่อองค์การประกอบด้วย 3 ด้าน คือ

1 ด้านความผูกพันด้านจิตใจ เป็นแบบวัดซึ่งประกอบด้วยคำถาม 8 ข้อ เป็นแบบประมาณค่า 7 ระดับ มีข้อคำถามทั้งที่เป็นทางบวก และที่เป็นข้อคำถามทางลบ มีค่าความเชื่อมั่น 0.87 โดยในด้านความผูกพันต่อองค์การด้านจิตใจนี้ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ ด้านที่ 1 ความรู้สึกเป็นเจ้าขององค์การ ด้านที่ 2 ความรู้สึกผูกพันกับองค์การ ด้านที่ 3 ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ ด้านที่ 4 ความภาคภูมิใจในการใช้เวลาที่เหลืออยู่เพื่ออุทิศให้กับองค์การ

2 ความผูกพันต่อองค์การด้านการคงอยู่ในงาน เป็นการประเมินความผูกพันด้านการคงอยู่ในงาน เป็นแบบสอบถามจำนวน 8 ข้อ แบบประมาณค่า 7 ระดับ มีข้อคำถามทั้งทางบวกและทางลบ มีค่าความเชื่อมั่นที่ 0.75 ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ด้านคือ ด้านที่ 1 ความต้องการที่จะคงอยู่ในงานต่อไป ทั้งนี้อาจเนื่องจากภาระด้านการเงินหรือการต้องการตอบแทนบางอย่างให้กับองค์การ ด้านที่ 2 ความรู้สึกไม่มั่นคงหากมีการเปลี่ยนแปลงที่ทำงานใหม่ ด้านที่ 3 ความรู้สึกกลัวว่าจะสูญเสียบางอย่างไปหลังจากได้ทุ่มเทแรงกายแรงใจและกำลังสติปัญญาให้กับองค์การไว้

3 ความผูกพันต่อองค์การด้านบรรทัดฐาน เป็นความผูกพันที่เกิดขึ้นเนื่องจากความไม่แน่ใจถึงเลในการลาออก กล่าวคือผู้ร่วมงานและผู้บังคับบัญชาจะผิดหวังและเป็นความรู้สึกว่าที่ต้องอยู่ในองค์การเนื่องจากเป็นพันธะและหน้าที่ต่อองค์การต่องานในความรับผิดชอบ เป็นแบบ สอบถามจำนวน 8 ข้อเป็นการประมาณค่าคะแนน 7 ระดับ ข้อคำถามทั้งหมดมีทั้งทางบวกและลบ มีค่าความเชื่อมั่น 0.79

โดยสรุปแล้ว ผู้วิจัยสรุปความผูกพันต่อองค์การว่าหมายถึง ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรมที่บุคลากรแสดงออกในลักษณะที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์การ ทำให้เกิดการยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ เต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามในการทำงานเพื่อความสำเร็จขององค์การ มีความจงรักภักดีต่อองค์การและต้องการทำงานอยู่ต่อไป ผู้วิจัยได้นำตัวแปรและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาของ Allen and Meyer,

(1990) มาใช้ในการศึกษาค้นคว้า ซึ่งประกอบ ด้วย 3 องค์ประกอบ คือ (1) ความผูกพันต่อองค์การด้านจิตใจ (Affective Commitment) (2) ความผูกพันต่อองค์การด้านการคงอยู่ในองค์การ (Continuance Commitment) และ (3) ความผูกพันต่อองค์การด้านบรรทัดฐาน (Normative Commitment)

5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผลของธุรกิจ

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2549 : 111-114) เห็นว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง องค์ประกอบ ตัวชี้วัด 10 ประการขององค์การ ประกอบด้วย (1) วิสัยทัศน์ (Vision) (2) นโยบาย (Policy) (3) องค์การเรียนรู้ (Learning Organization) (4) ภาวะผู้นำ (Leadership) (5) การจัดการ (Management) (6) การมีส่วนร่วมของพนักงาน (People Participation) (7) ความตระหนักถึงธรรมชาติ (Nature Environmental) (8) การตระหนักถึงสังคม (Social Awareness) (9)บรรยากาศการทำงาน (Work Climate) และ(10) สันติภาพในองค์การ (Peaceful Organization) นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการที่ได้ให้คำนิยาม ประสิทธิภาพคล้ายคลึงกัน คือ กล่าวว่า ประสิทธิภาพ คือ ความสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายให้ บรรลุวัตถุประสงค์ได้ซึ่งถือว่าเป็น ประสิทธิภาพของกลุ่ม เช่น Fiedler (1967) Schein (1973) และ Steers (1977) เป็นต้น ส่วน Lawless (1979) ได้มีความเห็นว่าประสิทธิภาพ คือ ความสามารถในการดำเนินการให้เกิดผล ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมี ตัวบ่งชี้ความมีประสิทธิภาพขององค์การ 5 อย่าง คือ ความสามารถในการ ผลิต ขวัญและกำลังใจ การปฏิบัติตามแบบอย่าง การปรับตัว และความเป็นปึกแผ่นขององค์การ

ผลการศึกษาของแก้วตา ผู้พัฒนพงศ์ นิคม เจริญจินดา และวิมล เวศสุนทรเทพ (2560) ที่พบว่า ภาวะผู้นำมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการบริหารงานตามหลักการประเมินแห่งคุณภาพ นอกจากนี้ ภาวะผู้นำมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานโดยส่งผ่าน นโยบายองค์การ

งานของ Asiedu, Sarfoand Adjei (2014 : 288) แสดงให้เห็นว่าความผูกพันต่อองค์การเมื่อร่วมกับ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์การเป็นเครื่องมือที่มีอิทธิพลที่สามารถช่วยปรับปรุง ประสิทธิภาพการทำงาน ของพนักงาน

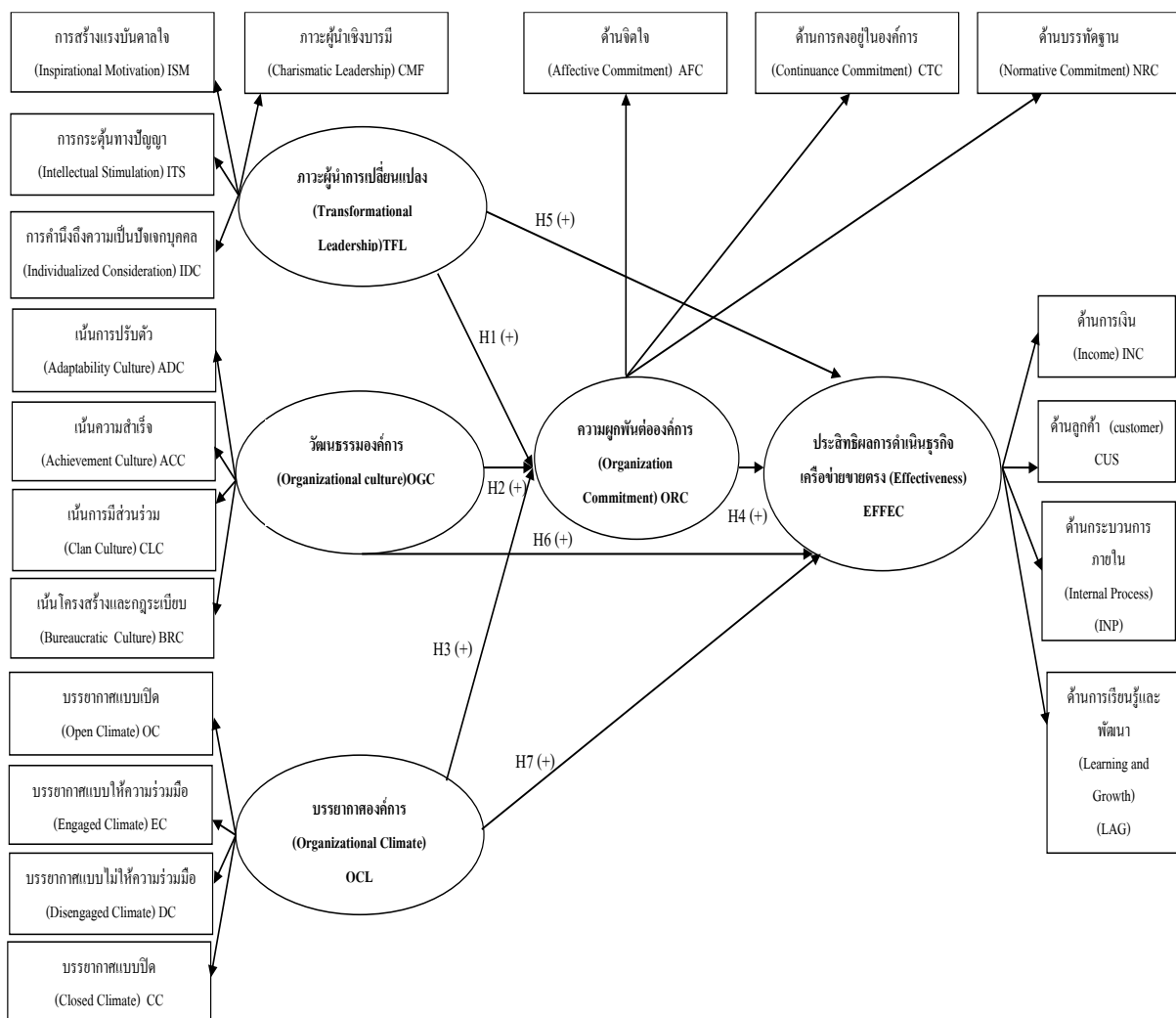
นวลปรางค์ ภาคสาร และจันทนา แสนสุข (2559) ศึกษาพบว่า บรรยากาศ องค์การ ประกอบด้วย โครงสร้างองค์การและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพ ในการทำงาน ส่วนงานของ พุทธพร สัมภาวะผล, พงษ์เทพ จันทสุวรรณ (2559), พินิจดา คากรฤชา, ภณิดา สุนทรไชยและนิศาตร์ตัน โชติเชย (2560) เห็นว่า วัฒนธรรมองค์การที่มีผลต่อประสิทธิภาพของบุคลากร และผลลัพธ์ทางธุรกิจด้านต่าง ๆ ทั้ง ทางด้านโครงสร้าง ขวัญกำลังใจและผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานนั้นส่งผลที่ดีต่อทั้งองค์การและ พนักงานช่วยนำไปใช้ ในการพัฒนาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การปรับปรุงการทำงาน โดย Reddin (1970) กล่าวว่า ประสิทธิภาพ พิจารณาได้ 3 ระดับ คือระดับองค์การ (Corporate) ระดับหน่วยงาน (Departmental) และระดับ บุคคล (Managerial)

สำหรับแนวคิดในการวัดประสิทธิผลนั้น Steers (1977 : 8) ได้เสนอว่า สามารถทำได้ดีที่สุดด้วยการ พิจารณาแนวความคิด 3 ประการ คือ 1.การบรรลุเป้าหมาย (Goal Optimization) 2. แนวความคิดด้านระบบ การวิเคราะห์เป้าหมายซึ่งหมายความว่าเป้าหมายไม่ได้อยู่นิ่งกับที่เปลี่ยนแปลงได้ตามเวลา และ 3.การเน้นเรื่อง พฤติกรรม หรือบทบาทของบุคคลในองค์การที่มีต่อความสำเร็จขององค์การในระยะยาว ส่วน Campbell (1977, : 75-89) ได้สร้างปัจจัยชี้วัดประสิทธิภาพขององค์การ โดยมีการรวบรวมตัวแปรเพื่อชี้วัดประสิทธิภาพขององค์การ จำนวน 30 ตัวชี้วัด เช่น ประสิทธิภาพโดยภาพรวม ผลิตผล ผลกำไร คุณภาพของการบริการหรือสินค้า การ เติบโต การขาดงาน การลาออก เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีตัวชี้วัดที่สำคัญ (Key Performance Indicators -KPIs) ของ Kaplan and Norton, (1996) เสนอให้พิจารณาเป็นมุมมองๆไป ประกอบด้วย (1) มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) คือ การลดลงของต้นทุน (Cost Reduction) และการที่รายได้เพิ่มขึ้น (Revenue Growth) หรือ ผลผลิตเพิ่มขึ้น (Productivity Improvement) (2) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) ซึ่งพิจารณาได้จากส่วนแบ่งตลาด การรักษาลูกค้าเก่า การเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่ เป็นต้น (3) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) คือ องค์กรจะต้องมีกระบวนการที่ดีในการสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรและพนักงานในองค์กรและลูกค้า เพื่อจะสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรมากขึ้น และ (4) มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) เป็นมุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนาองค์กร ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้ข้อประกอบของ Kaplan and Norton (1996) ดังกล่าวนี้เป็นเกณฑ์สำหรับการวัดประสิทธิผลในการดำเนินงานด้วยเทคนิคการวัดผล Balance Scorecard (BSC) โดยทำการวัดผลใน 4 ด้านดังที่กล่าวมา

กรอบแนวคิดในการท้าววิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยกำหนดให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษานี้คือ นักธุรกิจเครือข่ายขายตรงระดับผู้บริหารที่ทำงานขึ้นไปทำงานอยู่ในบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย จำนวน 20 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อค้นหาแนวทางสำหรับผู้บริหารในการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย

การวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ นักธุรกิจเครือข่ายขายตรงที่ยังไม่มีตำแหน่งผู้บริหาร (ลูกทีม) ที่ทำงานอยู่ในบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทยซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้เกณฑ์จำนวนตัวแปรที่ศึกษาของ Hair, Black, Babin and Anderson (2010 : 100-102) คือ อัตราส่วน 1: 20 ระหว่างจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปรสังเกตได้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 19 ตัวแปร ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณคือ นักธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทยจำนวน 380 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย การวิเคราะห์เส้นทาง การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ด้วยสมการเชิงโครงสร้าง

4. ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนมากเป็นหญิง มีอายุ 41-50 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีมีอาชีพประจำรับจ้างเอกชน มีตำแหน่งเป็นนักธุรกิจเครือข่ายขายตรง (ลูกทีม) มีระยะเวลาเข้าร่วมธุรกิจเครือข่ายขายตรง 3-5 ปี มีรายได้จากอาชีพประจำ 20,001-30,000 บาทและมีรายได้จากธุรกิจเครือข่ายขายตรง 15,001-20,000 บาท

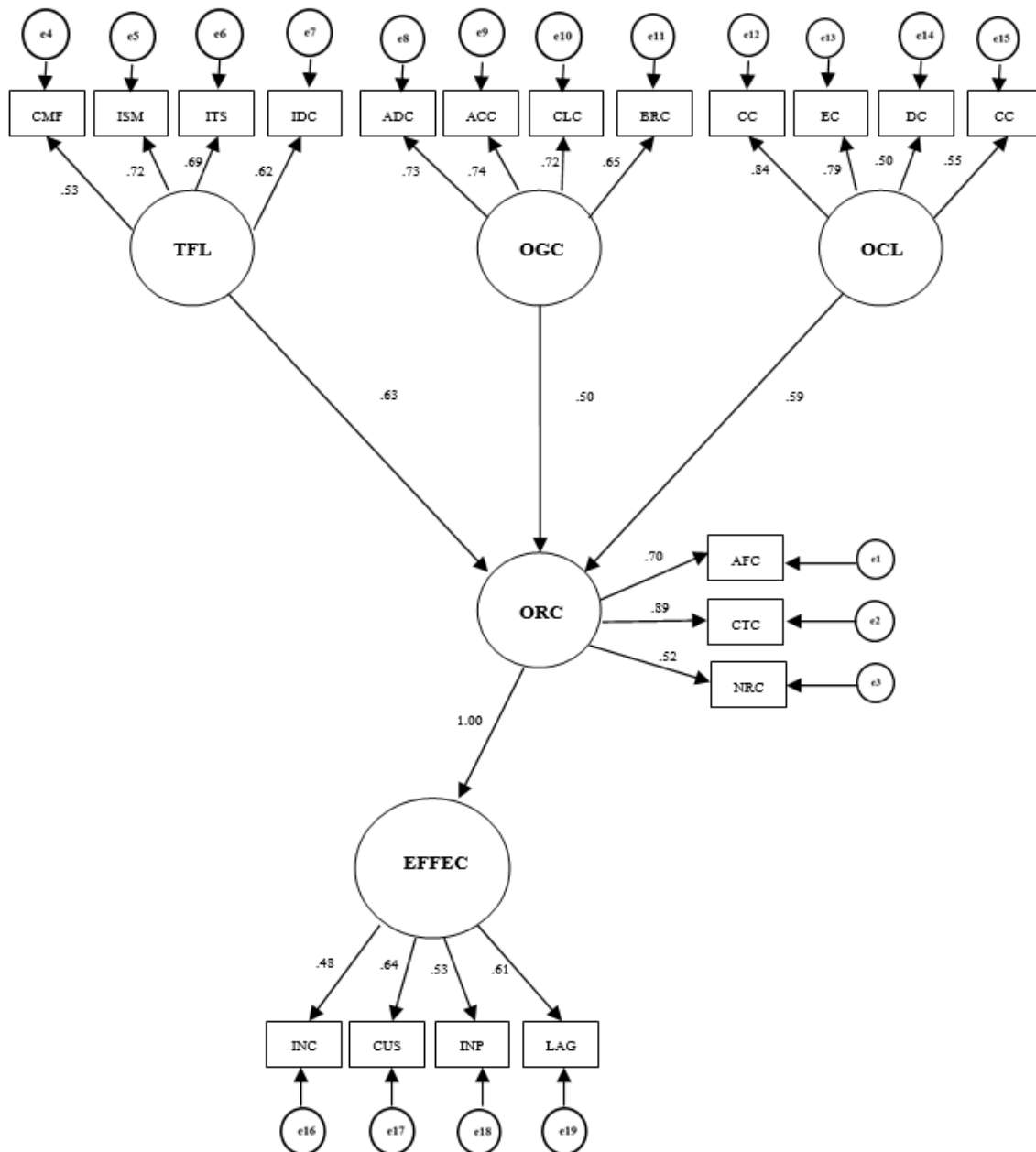
2. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านภาวะนำแบบการสร้างแรงบันดาลใจ รองลงมาคือ ด้านภาวะผู้นำแบบการกระตุ้นทางปัญญา ด้านภาวะผู้นำแบบการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และลำดับสุดท้าย คือ ด้านภาวะผู้นำเชิงบริหารมีตามลำดับ

3. วัฒนธรรมองค์การโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านวัฒนธรรมองค์การแบบเน้นความสำเร็จ รองลงมา คือ ด้านวัฒนธรรมองค์การแบบเน้นการมีส่วนร่วม ด้านวัฒนธรรมองค์การแบบเน้นการปรับตัว และลำดับสุดท้าย คือ ด้านวัฒนธรรมองค์การแบบเน้นโครงสร้างและกฎระเบียบ ตามลำดับ

4. บรรยากาศองค์การโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านบรรยากาศแบบเปิด รองลงมา คือ ด้านบรรยากาศแบบให้ความร่วมมือ ด้านบรรยากาศแบบปิด และลำดับสุดท้าย คือ ด้านบรรยากาศแบบไม่ให้ความร่วมมือ ตามลำดับ

5. ความผูกพันต่อองค์การโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความผูกพันต่อองค์การด้านจิตใจ รองลงมา คือ ความผูกพันต่อองค์การด้านการคงอยู่ในองค์การ และลำดับสุดท้าย คือ ความผูกพันต่อองค์การด้านบรรทัดฐาน ตามลำดับ

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์โมเดลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่มีผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย ได้ตัวแบบดังนี้



แผนภาพที่ 2 องค์ประกอบด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กร บรรยากาศองค์กร และความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อ การพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจเครือข่ายชายตรงในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กร บรรยากาศองค์กร และความผูกพันต่อองค์กร ทุกปัจจัยมีผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจเครือข่ายชายตรงในประเทศไทย โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.63 0.50 0.59 และ 1.00 ตามลำดับ

สำหรับ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าค่าน้ำหนักปัจจัยของ การพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจเครือข่ายชายตรงในประเทศไทย ประกอบไปด้วย ด้านการเงิน (Lamda = 0.48) ด้านลูกค้า (Lamda = 0.64) ด้านกระบวนการภายใน (Lamda = 0.53) และด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Lamda = 0.61)

ผลการสัมภาษณ์เจาะลึกเพื่อทำการวิเคราะห์ถึง ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย ผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยต่างเห็นตรงกันว่า ธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตทั้งในส่วนยอดขายและจำนวนลูกค้า ทั้งนี้ในช่วงปัญหาโควิด 19 ที่ธุรกิจอื่น ๆ จะประสบปัญหา แต่ธุรกิจเครือข่ายขายตรงจะสวนกระแสกับเศรษฐกิจปกติ เพราะถ้าเศรษฐกิจปกติไม่ดี การทำขายตรงได้ประโยชน์มากกว่า ทำให้คนสนใจหันมาทำขายตรงทำมากขึ้นเพื่อเพิ่มช่องทางหารายได้ให้ตนเองหรือครอบครัว นอกจากนี้ ปัจจัยของความพึงพอใจของลูกค้าที่สำคัญที่สุดเลยก็คือสินค้าที่จะต้องมีคุณภาพเป็นสำคัญเพราะฉะนั้นความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าของจะพิจารณาได้จากการที่ ผลตอบรับการคอมเม้นต่าง ๆ ที่เป็น feedback กลับมาจากลูกค้า ดังนั้นแนวทางสำหรับผู้บริหารในการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย ต้องเน้นการปรับปรุงในเรื่องการให้ข้อมูลสินค้า ทั้งกับเครือข่ายเองและตัวลูกค้าผู้บริโภคที่ใช้สินค้าโดยตรงรวมถึง การแนะนำการใช้ ดิจิทัลเทคโนโลยี และสื่อโซเชียลมีเดีย มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการให้มากขึ้น

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลทางตรงต่อความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเป็นไปตามสมมติฐาน ทั้งนี้ เนื่องจากผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะมีหน้าที่เป็นผู้ดูแลผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นรายบุคคล เมื่อผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดการพัฒนาตามความต้องการของตน ก็จะทำให้เกิดความผูกพันกับองค์กร ผู้นำการเปลี่ยนแปลงช่วยส่งเสริมการพัฒนาและการบำรุงรักษาความสัมพันธ์ที่มีคุณภาพสูงโดยการพิจารณาเป็นรายบุคคลแก่ผู้ติดตาม ดังนั้นความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะทำให้เกิดความสัมพันธ์ทางบวกซึ่งก่อให้เกิดความตั้งใจที่จะคงอยู่กับองค์กรของพนักงาน ซึ่งจะเห็นได้ว่าการตั้งใจที่จะคงอยู่หรือลาออกจากองค์กร ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นส่วนที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนั้น หากพนักงานได้รับผลกระทบในด้านลบจะทำให้ตัดสินใจที่จะลาออกจากองค์กร (Bakker and Schaufeli, 2008) หากได้รับผลกระทบในด้านบวกจะทำให้พนักงานตัดสินใจที่จะคงอยู่ในองค์กรนั้นต่อไป นอกจากนี้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสามารถสร้างให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กรโดยเฉพาะลักษณะของผู้นำการเปลี่ยนแปลงซึ่งจะเน้นการมีส่วนร่วมของพนักงาน อีกทั้งมีลักษณะที่สร้างให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความเชื่อมั่นและเชื่อว่าสามารถนำไปสู่เป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและทำให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กรซึ่งเป็นปัจจัยที่จะช่วยในการตัดสินใจที่จะอยู่กับองค์กรมากยิ่งขึ้น (Meyer et al., 2002) ดังนั้นความสัมพันธ์เชิงลบหรือเชิงบวกกับความตั้งใจของพนักงานที่จะลาออกหรือคงอยู่ เป็นเหตุผลที่มาจากความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงและความตั้งใจที่จะลาออกหรือคงอยู่กับองค์กร (Pienaar and Bester, 2008) ความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงและการเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงานจะมีอิทธิพลต่อความผูกพันของผู้ใต้บังคับบัญชามากขึ้นซึ่งจะทำให้พนักงานมีความตั้งใจที่จะคงอยู่กับองค์กรมากขึ้นและหากความผูกพันของผู้ใต้บังคับบัญชาน้อยลงจะทำให้มีความตั้งใจที่จะลาออกจากองค์กรมากขึ้น การกำหนดแนวทางปฏิบัติงานตามเป้าหมายที่ชัดเจนจะสามารถจูงใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชาสามารถทำงานได้อย่างเต็มศักยภาพและความมุ่งมั่นในการทำงานทำงานผลลัพธ์ที่ได้จะทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความเชื่อมั่นและเชื่อใจในตัวผู้นำและก่อให้เกิดความผูกพันในการทำงานของพนักงานและสร้างแรงจูงใจในการคงอยู่กับองค์กรของพนักงานตามมา

สรุปได้ว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลทางตรงต่อความผูกพันต่อองค์กร รูปแบบการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีความผูกพันด้านพฤติกรรมได้รับผลกระทบทางตรง อีกทั้งภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางบวกทำให้เกิดความตั้งใจที่จะคงอยู่ของพนักงาน การตั้งใจที่จะคงอยู่หรือลาออกจากองค์กร ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นส่วนที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนั้น หากพนักงานได้รับผลกระทบในด้านลบจะทำให้ตัดสินใจ

ที่จะลาออกจากองค์กร หากได้รับผลกระทบในด้านบวกจะทำให้พนักงานตัดสินใจที่จะคงอยู่ในองค์กรนั้นต่อไป รวมถึงความผูกพันของพนักงานที่มีแนวโน้มที่จะมีความผูกพันมากขึ้นกับองค์กรจะทำให้พนักงานตัดสินใจที่จะคงอยู่กับองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรคาดการณ์ทั้งความผูกพันของงานและองค์กร บทบาทของผู้นำการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวข้องกับการสนับสนุนส่วนบุคคลเป็นหลัก ความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงและความตั้งใจที่จะอยู่กับองค์กรสามารถนำเสนอการคาดการณ์ว่าการสร้างความผูกพันของพนักงานน่าจะเป็นตัวแปรกลางในความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและความตั้งใจที่จะอยู่ ตามแนวคิดของ Mester, et al., (2003); Pienaar and Bester (2008) ซึ่งระบุไว้ว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสามารถสร้างให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กรโดยเฉพาะลักษณะของผู้นำการเปลี่ยนซึ่งจะเน้นการมีส่วนร่วมของพนักงาน อีกทั้งมีลักษณะที่สร้างให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความเชื่อมั่นและเชื่อใจว่าสามารถนำไปสู่เป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและทำให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กรซึ่งเป็นปัจจัยที่จะช่วยในการตัดสินใจที่จะอยู่กับองค์กรมากยิ่งขึ้น

2. วัฒนธรรมองค์การส่งผลทางตรงต่อความผูกพันต่อองค์การ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเป็นไปตามสมมติฐาน ดังที่ Cooke and Lafferty (1989) กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมองค์การส่งผลให้องค์การประสบความสำเร็จโดยองค์การที่มีภาพรวมในลักษณะการทำงานที่มีค่านิยม มีการตั้งเป้าหมายการทำงานร่วมกันอย่างมีเหตุผล มีหลักการ ทำให้พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะทำงานที่มีความท้าทายความสามารถตลอดเวลาพนักงานมีอิสระตามความนึกคิดและความคาดหวังเป้าหมายของงานอยู่ที่คุณภาพมากกว่าปริมาณความสำเร็จของงานมาพร้อมกับความก้าวหน้าของทุกคน นอกจากนี้ ยังเป็นไปตามที่ วิกานันท์ ภวพันธ์ สุวรรณ นาควิบูลย์วงศ์ (2558) เห็นว่า วัฒนธรรมองค์การเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจของพนักงานโดยรวมเป็นความเชื่อของเอกลักษณ์ขององค์การ ทำให้พนักงานมีความผูกพันร่วมและกระตุ้นให้เกิดการยอมรับในองค์การว่าสิ่งใดสำคัญและสิ่งใดไม่สำคัญรวมถึงความรับผิดชอบที่มีต่อสังคม ในทางตรงข้าม ถ้าบุคลากรในองค์การไม่สามารถรับรู้และเข้าใจ หรือไม่สามารถประพฤติปฏิบัติตนและปรับตัวให้เข้ากับรูปแบบวัฒนธรรมองค์การที่มีอยู่ในหน่วยงานของตนได้ เขาก็จะเกิดความรู้สึกคับข้องใจ หรือความขัดแย้งทางความคิดเป็นสาเหตุทำให้เกิดการต่อต้านการทำงานในองค์การของตนเอง ส่งผลให้ความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์การต่ำและจะเกิดความคิดตั้งใจลาออกจากงานรวมถึงการลาออกจากงานจริงในที่สุด ผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า นอกจากการพิจารณาในเรื่องของการสร้างความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์การแล้ว ผู้บริหารควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องวัฒนธรรมองค์การซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจทำงานหรือความตั้งใจลาออกจากงานได้เช่นกัน

3. บรรยากาศองค์การ ส่งผลทางตรงต่อความผูกพันต่อองค์การ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเป็นไปตามสมมติฐาน ทั้งนี้เนื่องจากบรรยากาศองค์การประกอบด้วย บรรยากาศแบบเปิด บรรยากาศแบบให้ความร่วมมือ บรรยากาศแบบไม่ให้ความร่วมมือและบรรยากาศแบบปิด ดังนั้นนักธุรกิจอิสระที่ได้ทำงานจึงต้องรับรู้ถึงรูปแบบของบรรยากาศองค์การที่ตนสังกัดอยู่ และยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งจะแสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมของแต่ละบุคคล สิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อสภาพจิตใจของนักธุรกิจอิสระที่ทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์การ สอดคล้องกับงานของ Poppens (2001) ซึ่งได้พบว่าพนักงานที่รับรู้บรรยากาศองค์การ หรือเห็นด้วยกับวัฒนธรรมนั้น ๆ จะมีระดับความผูกพันต่อองค์การสูงกว่าผู้ที่เห็นว่าบรรยากาศในองค์กรนั้นไม่สอดคล้องกับตน โดยผลการวิจัยของ ญัฐพฤทธิ์ ศรีภักดี (2552) พบว่า บรรยากาศองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า เมื่อพนักงานมีระดับคะแนนบรรยากาศองค์การอยู่ก็จะมีระดับคะแนนความผูกพันต่อองค์การสูงตามไปด้วย ซึ่งเป็นไปตามแนวคิด

ของ Litwin and Stringer (1968) ซึ่งกล่าวไว้ว่า ระบบองค์การนั้นจะเน้นถึงปัจจัยที่ผู้บริหารเกี่ยวข้องอยู่ ทำให้เกิดองค์ประกอบของสิ่งแวดล้อมในการทำงานของสมาชิกในองค์การ และจะสะท้อนให้เห็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นของสมาชิกในองค์การ ซึ่งส่งผลกระทบต่อองค์การในด้านต่าง ๆ เช่น ผลผลิต ความพึงพอใจในงาน การคงอยู่ในงาน เป็นต้น และ Brown and Leigh (1996) กล่าวว่า บรรยากาศองค์การมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การ พนักงานที่รับรู้บรรยากาศองค์การในระดับสูงก็จะมี ความผูกพันต่อองค์การในระดับสูงไปด้วยเช่นกัน

4. ความผูกพันต่อองค์การส่งผลทางตรงต่อประสิทธิผลการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งความผูกพันต่อองค์การเป็นกระบวนการที่นำไปสู่เป้าหมายขององค์การ ซึ่งบุคคลภายในองค์การร่วมมือกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และผลักดันให้บุคคลเต็มใจที่จะอุทิศตัวเอง เพื่อการสร้างสรรค์ให้องค์การอยู่ในสถานะที่ดีขึ้น มีความเต็มใจที่จะใช้พลังความสามารถอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงานให้กับองค์การ (Hall et al., 1970; Sheldon, 1971; Mowday, Steers and Porter, 1982) จึงส่งผล .odki เพิ่มประสิทธิผลการทำงานระดับบุคคล ทำให้กลุ่มมีความสามัคคีและมีประสิทธิผลในการทำงานภายในกลุ่มสูงกว่ากลุ่มที่สมาชิกมีระดับความผูกพันต่อองค์การต่ำ และช่วยให้องค์การเกิดประสิทธิผลในที่สุด (Mowday Porter and Steers (1982 : 35-38) Asiedu Sarfo and Adjei (2014: 288) สอดคล้องกับ Luthans (2004, p. 125) ที่กล่าวว่าคนที่พนักงานมีความผูกพันต่อองค์การจะมีผลในทางที่ดีต่อองค์การ เช่น อัตราการลาออกของพนักงานต่ำ การมาทำงานสายลดลง อัตราการขาดงานลดลง ผลการปฏิบัติงานดีขึ้นนอกจากนี้ยังพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของนักวิจัยหลายท่านที่กล่าวว่าความผูกพันต่อองค์การเมื่อร่วมกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การส่งผลให้ประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการที่สามารถยกระดับของความผูกพันต่อองค์การให้มีประสิทธิผลขึ้นได้ คือ การที่องค์การสร้างผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างองค์การและพนักงานขึ้น (Greenberg and Baron ,2000) ส่วนงานวิจัยในประเทศการสร้าง ความผูกพันต่อองค์การทำให้ประสิทธิผลของงานเพิ่มขึ้น (ภัทรลภา ลัมกิตติคุณสิน, 2556)

5. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลทางตรงต่อประสิทธิผลการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเป็นไปตามสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุมนธกานัญญ์ วุฒิ พงศ์วราร (2558) ทำการศึกษาอิทธิพลปัจจัยแห่งความสำเร็จของนักธุรกิจเครือข่ายและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ความสำเร็จของนักธุรกิจเกิดจากปัจจัยแห่งความสำเร็จโดยอาศัย มีการเรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์จากผู้นำหรือผู้ที่ประสบความสำเร็จ มีการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเองจากสื่อในชีวิตประจำวันเพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถ ดังนั้นผู้นำจึงมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจและสอดคล้องกับงานวิจัยของ แก้วตา ผู้พัฒนาพงศ์ นิคม เจริญจินดา และวิมล เวศสุนทรเทพ (2560) ที่ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำกับประสิทธิผลในการบริหารงานตามหลักการประเมินแห่งดุลยภาพ ผลการวิจัยพบว่าภาวะผู้นำมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการบริหารงานตามหลักการประเมินแห่งดุลยภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ Taylor, Cornelius and Colvin (2014) ที่ได้ศึกษาเรื่อง Visionary leadership and its relationship to organizational effectiveness ผลการศึกษาพบว่าผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ที่มีทักษะในการเป็นผู้นำสูงช่วยให้่องค์กรมีประสิทธิผลมากที่สุดในองค์กร ซึ่งเมื่อดูจากสถิติพรรณานั้น ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ได้กล่าวมาโดยเฉพาะความรู้ ความสามารถของผู้นำในธุรกิจเครือข่ายขายตรงนี้เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดเนื่องจากคนที่จะประสบความสำเร็จขึ้นไปเป็นหัวหน้า (แม่ทีม) ได้นั้นจะต้องพัฒนาตนเอง ค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเองจากสื่อในชีวิตประจำวันเพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถ กระตุ้นให้ทางปัญญาโดยกระตุ้นให้เกิดการอภิปรายของกลุ่มและเขียนข้อเสนอแนะต่าง ๆ ขึ้นในที่ทำงาน นอกจากนี้ ผู้นำจะเน้นการสร้างแรงบันดาลใจโดยกำหนดเป้าหมายที่ท้าทาย และสรรหาวิธีการ

ปรับปรุงการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการตั้งความคาดหวังต่อผู้ร่วมงาน ด้วยการแสดงความมั่นใจว่าผู้ร่วมงานจะสามารถปฏิบัติงานที่มีมาตรฐานสูงได้สำเร็จ ซึ่งทั้งภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงนี้ ส่งผลทางตรงต่อส่งผลทางตรงต่อประสิทธิผลการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย ส่วนภาวะผู้นำเชิงบารมี (Charismatic Leadership) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่รวมลักษณะของผู้นำ (Trait Leadership) ที่ผู้นำจะสามารถมีอิทธิพลเหนือพนักงานเนื่องจากมีคุณลักษณะพิเศษเฉพาะและพฤติกรรมของผู้นำ (Behavior Leadership) ที่จะช่วยทำให้เกิดคุณลักษณะพิเศษเหล่านี้คุณสมบัติพิเศษเหล่านี้ ได้แก่ การมีวิสัยทัศน์ที่แรงกล้า มีทักษะทางวาทศิลป์ในการสื่อสารมีวิสัยทัศน์ ความเชื่อมั่นและความเฉลียวฉลาดของผู้นำ (Webber, 1947) นอกจากนั้นสอดคล้องกับผลวิจัยเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดเห็นด้วยที่ว่า การมีแม่พิมพ์ที่มีภาวะผู้นำ ที่มีความสามารถ มีความเป็นประชาธิปไตย และบารมีจะส่งผลให้ผู้ตามปฏิบัติตามไปในทิศทางที่ผู้นำกำหนด

6. วัฒนธรรมองค์การส่งผลทางตรงต่อประสิทธิผลการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hellriegel et al. (2001 : 528-529) ที่กล่าวว่าในการที่จะปรับปรุงผลการปฏิบัติงานและสร้างเสริม ความสามารถให้แก่พนักงานนั้น วัฒนธรรมองค์การและผลการปฏิบัติงานหรือประสิทธิผลมีความสัมพันธ์กันโดยตรง ด้วยเหตุนี้จึงมีความพยายามในการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมเพื่อเป็นการสร้างองค์การที่มีประสิทธิผลให้มากขึ้น Begin (2007, p. 12) ที่ได้กล่าวไว้ว่า อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์การนั้นส่งผลต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจด้านต่างๆ เช่น ทำให้ผลการปฏิบัติงานของพนักงานอยู่ในระดับที่สูงขึ้น และผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ พินิจดา คากรฤชา ภาณีตา สุนทรไชย และนิศารัตน์ โชติเชย (2560) ศึกษาเรื่องวัฒนธรรมองค์การที่มีผลต่อประสิทธิผลการทำงานของบุคลากร สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติประจำจังหวัด ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่าวัฒนธรรมองค์การมีผลต่อประสิทธิผลของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติประจำจังหวัด ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพุทธพร สัมภาวะผล และ พงษ์เทพ จันทสุวรรณ (2559) ที่ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมองค์การและแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิผลโรงเรียน ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในเขตภาคเหนือของประเทศไทย ที่พบว่า วัฒนธรรมองค์การ มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลโรงเรียนในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และงานวิจัยของ ภณทิลา นุ่มสังข์ (2556) ที่ได้ศึกษาวัฒนธรรมองค์การและทัศนคติและบรรยากาศในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการกรณีศึกษาพนักงานระดับปฏิบัติการพนักงานบริษัทในพื้นที่ย่านถนนเพลินจิต และถนนสุขุมวิท ผลการศึกษาพบว่าพนักงานระดับปฏิบัติการพนักงานบริษัทในพื้นที่ย่านถนนเพลินจิต และถนนสุขุมวิท ให้มีความสำคัญกับด้านวัฒนธรรมในการทำงาน คือ การรู้วิธีการทำงานใหม่ ๆ มีอิทธิพลสูงสุด

7. บรรยากาศองค์การส่งผลทางตรงต่อประสิทธิผลการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของสถานที่ทำงานมีผลต่อความรู้สึกของผู้ทำงานเป็นอย่างยิ่ง คือ มีผลต่อความพึงพอใจในงานและผลการปฏิบัติงาน (สมหมาย ศรีทรัพย์, 2546: 34-35) บรรยากาศองค์การจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จและความก้าวหน้าขององค์การ ในด้านต่างๆ โดยเฉพาะผลกระทบที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน (Yildiz, and Özcan, 2014) นอกจากนี้ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภณทิลา นุ่มสังข์ (2556) ที่ได้ศึกษาวัฒนธรรมองค์การและทัศนคติและบรรยากาศในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ กรณีศึกษาพนักงานระดับปฏิบัติการพนักงานบริษัทในพื้นที่ย่านถนนเพลินจิต และถนนสุขุมวิท ผลการศึกษาพบว่าพนักงานระดับปฏิบัติการพนักงานบริษัทในพื้นที่ย่านถนนเพลินจิต และถนนสุขุมวิท ให้มีความสำคัญบรรยากาศในการปฏิบัติงาน คือ ความพอใจกับ

บรรยากาศ มีอิทธิพลสูงสุด ต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน นวลปรางค์ ภาคสาร และจันทนา แสนสุข (2559) ที่ศึกษาเรื่องอิทธิพลของบรรยากาศองค์กรและความยุติธรรมขององค์กรที่มีต่อประสิทธิผลในการทำงานของบุคลากรสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่กล่าวว่าบรรยากาศองค์กร ประกอบด้วย โครงสร้างองค์กรและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการทำงาน

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ควรสร้างความผูกพันโดยการมอบหมายภาระหน้าที่ให้เหมาะสมต่อระดับความรู้ความสามารถและความถนัดของแต่ละบุคคล เพื่อให้เกิดความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ
2. ควรมีการจัดประชุม อบรมหรือแบ่งปันประสบการณ์ช่วยให้ลูกทีมอยู่เป็นประจำ เพื่อให้เกิดการพัฒนาความรู้และทักษะในการขายอยู่เสมอ และเป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีให้แก่ทีมงานด้วย
3. ควรจัดให้มีการทำงานร่วมกันเป็นทีม มีการสร้างสัมพันธ์ภาพและการติดต่อสื่อสารกันระหว่างบุคลากรที่มีระดับอายุแตกต่างกัน เพื่อให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการทำงาน ส่งเสริมให้ผู้ที่มีประสบการณ์ขายที่มากกว่า ถ่ายทอดประสบการณ์ความรู้ความสามารถที่ตนเองมีอยู่ให้แก่ผู้ที่มีประสบการณ์น้อยกว่า อันเป็นการก่อให้เกิดองค์การแห่งการเรียนรู้ได้อีกทางหนึ่ง
4. ในบางโอกาสควรมีการทำทนายหรือมอบหมายเป้าหมายที่ต่างออกไปให้แก่ลูกทีมได้ปฏิบัติ เพื่อเป็นการพัฒนาทักษะ ไหวพริบในการปฏิบัติงาน และเพื่อให้ลูกทีมเกิดการเรียนรู้และยอมรับที่จะปฏิบัติงาน แม้ว่าจะไม่ใช่งานลักษณะงานที่ถนัดก็ตาม
5. ควรจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมความรักความผูกพันต่อองค์การ เช่น การแข่งขันระหว่างทีมงานหรือการกำหนดรางวัลสำหรับทีมงานที่ช่วยกันทำยอดขายได้ตามเป้าหมายซึ่งจะส่งผลให้บุคลากรเกิดความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาตนเองและร่วมมือร่วมใจในการทำงานอันจะทำให้เกิดความผูกพันในทีมงานของตนและองค์การและเต็มใจที่จะคงอยู่กับองค์การต่อไป
6. ในด้านการสร้างความผูกพันต่อองค์การซึ่งมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผลการดำเนินธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทยนั้น ควรสร้างความมั่นคงในการทำงานและสนับสนุนการทำงานในทุกๆ ด้านเพื่อให้แต่ละทีมมีความรู้สึกรักและผูกพันต่อธุรกิจเครือข่ายขายตรง
7. การสร้างบรรยากาศองค์การ ควรจัดโครงสร้างและระบบการจัดการขององค์การที่เอื้อต่อการทำงานของผู้อำนวยการอิสระขายตรง ไม่ว่าจะเป็นด้านกายภาพ ด้านบรรยากาศในการทำงาน เช่น การทำงานเป็นทีม การสร้างความสามัคคี และการปฏิบัติของผู้บังคับบัญชาในที่นี้ คือ หัวหน้า(แม่ทีม) นั้นควรมีบรรยากาศในการทำงานที่เป็นมิตรในการทำงานร่วมกัน
8. ภาวะผู้นำของผู้บริหารหรือหัวหน้า (แม่ทีม) เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ลูกทีมทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้บริหารหรือหัวหน้า (แม่ทีม) ควรมีความเข้าใจในงานและช่วยส่งเสริมให้การสนับสนุนในการทำงานแก่ลูกทีม นอกจากนั้นการพัฒนาภาวะผู้นำในด้านความรู้ความสามารถ ความเป็นประชาธิปไตยของผู้ผู้นำ การมุ่งความสำเร็จของงาน และความเป็นผู้นำบาหมินั้นเป็นสิ่งจำเป็นต่อธุรกิจนี้ที่จะทำให้ทีมงานแต่ละทีมประสบความสำเร็จ
9. วัฒนธรรมองค์การ ควรสร้างวัฒนธรรมองค์การแบบความเป็นพี่เป็นน้องในการทำงาน ในลักษณะวัฒนธรรมกลุ่มย่อย จะช่วยให้เกิดการดำเนินงานที่ดีต่อกันเหมาะกับวัฒนธรรมไทยที่ช่วยเหลือกันแบบครอบครัว และเข้ากับบริบทของธุรกิจเครือข่ายขายตรงที่มีลักษณะเป็นกลุ่มๆ ตามจำนวนแม่ทีมและลูกทีม ซึ่งในแต่ละกลุ่มนั้นก็จะมีลักษณะในการทำงานที่อาจแตกต่างกันไป ทางองค์การใหญ่นั้นเป็นเพียงผู้กำหนดนโยบายและอำนวยความสะดวกในการทำงาน

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ตัวแบบนี้สามารถอธิบายธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทยได้ในระดับหนึ่ง แต่ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการองค์การ เช่น ตัวแปรการมีส่วนร่วมในการทำงาน การบริหารจัดการขององค์การ การพัฒนาตนเอง ธรรมชาติของผู้บริหาร ขวัญและกำลังใจ เป็นต้น ซึ่งผู้สนใจสามารถนำไปต่อยอดสร้างเป็นแบบที่สมบูรณ์ในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลของธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย
2. จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพนั้นพบว่ามีปัจจัยอื่นๆ ที่พบและส่งผลกระทบต่อประสิทธิผล เช่น ปัจจัยการส่งเสริมจากภาครัฐ และภาพลักษณ์องค์การ ซึ่งอยู่นอกขอบเขตที่ผู้วิจัยทำการศึกษาในครั้งนี้ โดยที่ผู้สนใจสามารถนำปัจจัยเหล่านี้ไปใช้ในการศึกษาในครั้งต่อไป
3. ผู้ที่สนใจอาจสร้างโมเดลในลักษณะสมการโครงสร้างเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ในลักษณะที่มีตัวแปรคั่นกลางอื่นๆ เข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อให้ได้คำตอบในเชิงทฤษฎีใหม่ๆ

เอกสารอ้างอิง

- แก้วตา ผู้พัฒนพงศ์ นิคม เจียรจินดา และ วิมล เวศสุนทรเทพ. (2560). ภาวะผู้นำกับประสิทธิผลในการบริหารงานตามหลักการประเมินแห่งดุลยภาพ. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 18 (1), 106-119.
- ณัฐพฤติ ศรีภักดี. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่าง ภาวะผู้นำของหัวหน้างาน ความรู้ในงานที่ทำและบรรยากาศองค์การ ต่อความผูกพันองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภัทรลภา ลิ้มกิตติสุภสิน. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพการบริการพยาบาล. สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ภัณฑิลา นุ่มสังข์. (2556). วัฒนธรรมองค์กรและทัศนคติและบรรยากาศในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ กรณีศึกษาพนักงานระดับปฏิบัติการพนักงานบริษัทใน พื้นที่ย่านถนนเพลินจิต และถนนสุขุมวิท. สารนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นวลปรางค์ ภาคสาร และจันทนา แสนสุข. (2559). อิทธิพลของบรรยากาศองค์การและความยุติธรรมขององค์กรที่มีต่อประสิทธิผลในการทำงานของบุคลากรสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 13 (1) , 43.65.
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2551). *ทฤษฎีองค์การสมัยใหม่* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: รัตนไตร.
- พร ภิเศก. (2546). วัฒนธรรมองค์การและปัจจัยบางประการที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลโรงเรียน. ปริญญานิพนธ์การศึกษาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พุทธพร สัมภาวะผล และ พงษ์เทพ จันทสุวรรณ. (2559). วัฒนธรรมองค์การและแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลโรงเรียน ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. 4 (2) , 1-15.
- พิชชาภา ทองดียิ่ง. (2561). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของธุรกิจเครือข่ายขายตรงในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. สาขาการจัดการทั่วไป. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม..

- พินิจดา คากรฤาชา ภณิตา สุนทรไชย, และนิศารัตน์ โชติไชย. (2560). วัฒนธรรมองค์การที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติประจำจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 6 (4), 214-224.
- วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2547). **การจัดการและพฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ : เพียร์สันเอดดูเคชั่นอินโดไชน่า.
- วิภาณันท์ ภวพันธ์ และ สุวรรณ นาควิบูลย์วงศ์.(2558). การพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน ฝ่ายช่าง บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน).วารสารเกษตรศาสตร์ (สังคม).36, 498 - 509
- สมหมาย ศรีทรัพย์. (2546). **การรับรู้บรรยากาศองค์การกับการพัฒนาบุคลากรของสำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุนทร วงศ์ไวยสุวรรณ. (2540). **วัฒนธรรมองค์การ แนวคิด งานวิจัย และประสบการณ์**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โพเพอร์
- สมณธกาญจน์ วุฒิพงศ์วราร. (2558). **การศึกษาอิทธิพลปัจจัยแห่งความสำเร็จของนักธุรกิจเครือข่ายและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค**.วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2549). **ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม** (พิมพ์ครั้งที่ 6).กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Asiedu, M., Sarfo, J.O., & Adjei, D. (2014). Commitment and Organizational Citizenship Behavior: Tool to Improve Employee Performance; An Internal Marketing Approach, *European Scientific Journal*, 10(4) , 288-305.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance, And normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1) , 1-18.
- Burns, J. M. (1978). **Leadership**. New York: Harper and Row.
- Bakker, A. B. & Schaufeli, W. B. (2008). Positive organizational behavior: engaged employees in flourishing organizations. *Journal of Organizational Behavior*. 29 (2) , 147-154.
- Brown, S. P., and Leigh, T. W. (1996). A new look at psychological climate and its relationship to job involvement, effort, and performance. *Journal of Applied Psychology*, 81(4) ,358.
- Campbell, J. P. & Beaty, E (1977). **On the nature of organizational effectiveness**. New Perspectives on Organizational Effectiveness. Edited by Goodman, Paul S. and Penning, Johannes M. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Cameron, K. S. and Quinn, R. E. (1999). **Diagnosing and Changing Organizational Culture**. Reading, MA: Addison-Wesley
- Cooke, R. A., & Lafferty, J.C. (1989). **Organization culture inventory**. Plymouth MI: Human Synergistics.
- Denison, D. R. (1990). **Corporate Culture and Organizational Effectiveness**. New York: Wiley.

- Daft, R. L. (2008). **The Leadership Experience**. (4 th ed.) Mason, O.H.:Thomson/South-Western.
- Fleishman, E.A., & Harris, E.F. (1962). Patterns of Leadership Behavior Related to Employee Grievances and Turnover. **Personnel Psychology**. **15** (2) , 43–56
- French, J., & Raven, B. H. (1968). **The bases of social power**. New York: Harper & Row.
- Fiedler, F. E.(1967) . **A Theory of Leadership Effectiveness**. New York: McGraw – Hill.
- Greenberg, J., & Baron, R. A. (2000). **Behavior in Organizations**. Retrieved October 1, 2021, form: <http://www.alibris.com/search/books/qwork/7684670/used/Behavior%20in%20Organizations>
- Gordon, J. R. (1999). **Organizational Behavior: A Diagnostic Approach**. (6th ed.). Upper SaddleRiver, NJ: Prentice Hall.
- Hall, et al. (1970). **Theory of Personality**. New York: John Willey & Son.
- Hair J.F., Black, W.C., Babin,. B.J. and Anderson, R.E. (2010). **Multivariate data analysis**. (7th ed.). Upper Saddle River, NZ Prentice-Hall.
- House, R. J. (1971). A path goal theory of effectiveness. **Administrative Science. Quarterly**. **1** (3) , 321-339.
- Hersey, P. and Blanchard, K. H. (1982). **Management of organizational behavior: Utilizing human resources**. New York: Prentice -Hall
- Hoy, W.K. and Ferguson, J (2004). **A Theoretical Frame work and Exploration of Organizational Effectiveness in School**. Educational Administration Quarterly, Singapore: McGraw – Hill, Inc.
- Hellriegel, M. A. , J. W. Sloc and R. W. Woodman. (2001). **Organizational Behavior**. (9th ed.). New York: Prentice-Hall, Inc.
- Kirkpatrick, S. A., & Locke, E. A. (1996). Direct and indirect effects of three core charismatic leadership components on performance and attitudes. **Journal of applied psychology**, **81**(1), 36.
- Kaplan, R.S., & Norton, D.P. (1996). Linking the balanced scorecard to strategy. **California Management Review**, **39** (1), 1-13.
- Litwin, G.H., and Stringer, R.A. (1968). **Motivation and Organizational Climate**. Boston: Division of Research Harvard Business
- Lawless, D.J. (1979). **Organizational Behavior**. (2nd ed.). New Jersey: Prentice-Hall,Inc.
- Luthans, F. (2004). **Organizational Behavior**. (10th ed.). New York: McGRAW-Hill Irwin
- McGregor, D. (1960). Theory X and theory Y. **Organization theory**, **358** (374), 5.
- Meyer, J. P. et al. (2002). Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization: A Meta- analysis of Antecedents, Correlates, and Consequences. **Journal of Vocational Behavior**, **61**(1) ,20-52.

- Mester, D. I., Ronin, Y. I., Hu, Y., Peng, J., Nevo, E., & Korol, A. B. (2003). Efficient multipoint mapping: making use of dominant repulsion-phase markers. **Theoretical and Applied Genetics**, 107(6), 1102-1112.
- Moorhead, Gregory, & Griffin, Ricky W. (1995). **Organizational behavior: Managing people and organization** (4th ed). Boston: Houghton Mifflin.
- Mowday, R. T., Porter, L. W. & Steers, R. W. (1982). **Employee - Organizational Linkage: The psychology of Commitment Absenteeism and Turnover**. New York: Academic Press.
- Organ, D. W., & Bateman, T. S. (1991). **Organizational Behavior** (4th ed.). Homewood: Irwin.
- Pienaar, C. & Bester, C. L. (2008). The retention of academics in the early career phase: Empirical research. **SA Journal of Human Resource Management**, 6(2) ,32-41.
- Poppens, B. B. (2001). **Perceived and Preferred Organizational Culture Types and Organizational Commitment at Midwestern Private, Nonprofit Colleges**. Retrieved January 15, 2021, from <http://www.lib.umi.com/dissertations/fullcit/9991659>
- Reddin, W. J. (1970). **Managerial effectiveness**. New York: McGraw-Hill.
- Sheldon, M. (1971). An empirical analysis of organizational identification. **Academy of Management Journal**, 14, 143-150.
- Slocum, J. W. and Hellriegel, D. (2011). **Principles of Organizational Behavior**. (13 th ed.). Mason, OH: South-Western Cengage Learning
- Stogdill, R. M. (1974). **Handbook of Leadership: A Survey of Theory and Research**. New York; The Free Press.
- Steers, R. M. (1977). **Motivation and Work Behavior**. New York: McGraw-Hill.
- Schein, E.H., (1973) **Organizational Psychology**. 2 Nd ed. Englewood Cliffs, NJ. Prentice – Hall.
- Taylor, M.C., Cornelius, J.C. & Colvin, K. (2014). Visionary leadership and its relationship to organizational effectiveness. **Leadership & Organization Development Journal**, 35 ,566-583, <https://doi.org/10.1108/LODJ-10-2012-0130>.
- Vroom, V. & Phillip W. Y. (1973). **Leadership and decision – making**. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press
- Weber, M.. (1947). **The Theory of Social and Economic Organization**. (Handerson & ParsonTrans) Handerson and Tallcott Parson, (4th ed). New York: The free Press.
- Yildiz, M. L & Özcan, E. D. (2014). Organizational Climate as a moderator of the Relationship between Transformational Leadership and Creativity. **International Journal of Business and Management**, 2(1) , 76-87.
- Yukl, G.A. (1998). **Leadership in Organization**. (4th ed.). Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall

ภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะด้านเทคโนโลยี
สารสนเทศทางการศึกษาของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
กาญจนบุรี เขต 1

Technology Leadership of School Administrators Affecting Competency
in Education Information Technology for Teachers in Schools under
Kanchanaburi Primary Educational Service Area Office 1

ชนิดาภา กลีบทอง*
(Chanidapa Kleebthong)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับของภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารในสถานศึกษา 2) ศึกษาระดับสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู และ 3) วิเคราะห์ภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1 กลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1 จำนวน 291 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นตามสัดส่วนกระจายตามอำเภอ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความตรงด้านเนื้อหาเท่ากับ 0.67-1.00 ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามด้านภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารของสถานศึกษา เท่ากับ 0.94 และด้านสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู เท่ากับ 0.98 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า

1. ภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารของสถานศึกษา อยู่ในระดับมากทั้งภาพรวมและรายด้าน ประกอบด้วย เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์ การเรียนรู้และการสอนงาน ผลผลิตและฝึกทักษะทางอาชีพ การสนับสนุน การจัดการ และการดำเนินการ สภาพสังคม กฎหมายและจริยธรรม และการวัดผลและการประเมินผล ตามลำดับ

2. สมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู อยู่ในระดับมากทั้งภาพรวมและรายด้าน ประกอบด้วย การปฏิบัติงานโดยใช้สารสนเทศพื้นฐาน การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการเรียนการสอน การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการพัฒนาตนเองและวิชาชีพ และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศถูกต้องตามกฎหมาย จริยธรรม จรรยาบรรณและความปลอดภัย ตามลำดับ

*วิทยานิพนธ์หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

73000 ภายใต้การควบคุมของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภาพรณียะ ยอดสิน และรองศาสตราจารย์ ดร.พิษณุภา ยืนยาว

Thesis Master of Education in Educational Administration Faculty of Education Nakhon Pathom Rajabhat University 73000

Corresponding author: june.pk9@gmail.com

3. ภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารของสถานศึกษา ได้แก่ สภาพสังคม กฎหมายและจริยธรรม (X_6) การสนับสนุน การจัดการ และการดำเนินการ (X_4) การเรียนรู้และการสอนงาน (X_2) และการวัดผลและการประเมินผล (X_5) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู โดยสามารถร่วมกันทำนายได้ร้อยละ 82.70 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ คือ $\hat{Y}_{tot} = 0.15 + 0.36 (X_6) + 0.23 (X_4) + 0.21 (X_2) + 0.16 (X_5)$

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำทางเทคโนโลยี สมรรถนะด้านเทคโนโลยี สารสนเทศทางการศึกษา

ABSTRACT

This research aimed to: 1) study the level of school administrators' technology leadership; 2) study the level of the competency in education information technology for teachers; and 3) analyze the school administrators' technology leadership affecting the competency in education information technology of teachers. The sample was 291 government teachers in schools under Kanchanaburi Primary Educational Service Area Office 1, derived by proportional stratified random sampling as distributed by district. The research instrument was a questionnaire constructed by the researcher with the content validity between 0.67-1.00. The internal consistency reliability coefficients were 0.94 for technology leadership of school administrators and 0.98 for the competency in education information technology for teacher. Data were analyzed with percentage, mean, standard deviation, and stepwise multiple regression. The findings of this research were as follows:

1. Overall and in specific aspects, the school administrators' technology leadership was at a high level. These aspects were leadership and vision; learning and teaching; productivity and professional practice; social, legal, and ethical issues; and assessment and evaluation, respectively.

2. Overall and in specific aspects, the teachers' competency in education information technology was at a high level. These aspects were the basic use of information technology tools, the use of information technology in teaching and learning, the use of information technology to develop personal professional, and the use of information technology correct in social, ethical and human safety, respectively.

3. The school administrators' technology leadership in the aspects of social, legal, and ethical issues (X_6), productivity and professional practice (X_4), learning and teaching (X_2), and assessment and evaluation (X_5) together predicted the teachers' competency in education information technology at the percentage of 70 with statistical significance level of .01. The regression equation was $\hat{Y}_{tot} = 0.15 + 0.36 (X_6) + 0.23 (X_4) + 0.21 (X_2) + 0.16 (X_5)$.

Keywords: technology leadership, the teachers' competency, education information technology

Article history:

Received 5 January 2021

Revised 27 January 2021

Accepted 29 January 2021

SIMILARITY INDEX = 6.85 %

1. บทนำ

ในศตวรรษที่ 21 เป็นยุคแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งต้องยอมรับว่าเราจะต้องมีการพัฒนาและปรับตัวตามกระแสความเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกในปัจจุบันและอนาคต โดยเป็นไปในลักษณะที่มีการสื่อสารอย่างรวดเร็ว มีการแข่งขันสูงทั้งในด้านการศึกษา อาชีพ เศรษฐกิจ ดังนั้นการเตรียมคนรุ่นใหม่ให้มีทักษะที่จำเป็นเพื่อให้ดำรงชีวิตในสังคมยุคดิจิทัล มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะเรียนรู้ ในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและการจัดการศึกษาจึงสำคัญมากขึ้น ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับเรื่องของการศึกษา โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้นับสนุนในระบบการศึกษา ดังจะเห็นได้จากรัฐได้มีการกำหนดให้มีและพัฒนานโยบายที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษาโดยลำดับ อันประกอบด้วย พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2545 หมวดที่ 9 เทคโนโลยีสารสนเทศการศึกษาซึ่งในมาตรา 65 ได้กำหนดไว้ว่าให้มีการพัฒนาบุคลากรทางด้านผู้ผลิตและผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษาให้มีความรู้ความสามารถและทักษะในการผลิต รวมทั้งใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสม มีคุณภาพและประสิทธิภาพ และมาตรา 66 กำหนดว่าผู้เรียนมีสิทธิได้รับการพัฒนาขีดความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการศึกษาเพื่อการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2545: 37) ซึ่งสอดคล้องกับกรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ระยะ พ.ศ. 2554-2563 ของประเทศไทย หรือ ICT2020 ในยุทธศาสตร์ที่ 6 มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาและประยุกต์ ICT เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2554: 52) การพัฒนาบุคคลให้สามารถเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง สิ่งที่จะช่วยพัฒนาให้บุคคลมีศักยภาพสูงสุด คือ การศึกษาที่มีคุณภาพ กระทรวงศึกษาธิการซึ่งมีหน้าที่หลักด้านการจัดการศึกษาของประเทศ ได้ให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในการจัดการศึกษาเพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และพัฒนาเป็นองค์ความรู้ในระดับที่สูงขึ้นและสอดคล้องกับนโยบายระดับชาติดังที่กล่าวข้างต้น ได้กำหนด นโยบายและมาตรฐานการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ โดยมีสาระสำคัญ คือ จัดให้ผู้สอน บุคลากรทางการศึกษาและผู้เรียนได้รับการพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และกำหนดมาตรฐานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษา ดังนั้นในแต่ละองค์การผู้นำจึงควรเป็นผู้ที่มีภาวะผู้นำมีความสนใจ มีวิสัยทัศน์และนโยบายที่ตอบสนองแผนต่าง ๆ ของชาติ แล้วให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาภายใต้ยุคดิจิทัลในศตวรรษที่ 21

ดังนั้นผู้นำยุคใหม่จำเป็นจะต้องนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้พัฒนาทรัพยากรบุคคลให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ International Society for Technology and Education (ISTE) (2009: 8-9) ได้พัฒนารอบแนวคิดของภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีขึ้นมาประกอบด้วย 6 ด้าน ดังนี้ 1) ภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์ (leadership and vision) 2) การเรียนรู้และการสอนงาน (learning and teaching) 3) ผลผลิตและฝึกทักษะทางอาชีพ (productivity and professional practice) 4) การสนับสนุนการจัดการ และการดำเนินการ (support, management and operations) 5) การวัดผลและการ

ประเมินผล (assessment and evaluation) และ 6) สภาพสังคม กฎหมายและจริยธรรม (social legal and ethical issues) ดังนั้นภาวะผู้นำทางเทคโนโลยี จึงเป็นทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้บริหารสถานศึกษา ซึ่งมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา รวมถึงการส่งเสริมให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการพัฒนานวัตกรรมที่ใช้เทคโนโลยีและเผยแพร่วิสัยทัศน์อย่างกว้างขวาง และมีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการเรียนการสอน และการบริหารงาน การบริหารสถานศึกษาในยุคศตวรรษที่ 21 ผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องใช้ความสามารถในการเข้าใจบริบทที่เปลี่ยนแปลงนี้อย่างลึกซึ้ง และบูรณาการเทคโนโลยีมาใช้ในห้องเรียนและโรงเรียนให้เหมาะสม โดยการนำเทคโนโลยีมาสู่โรงเรียน ต้องอาศัยภาวะผู้นำทางเทคโนโลยี (technology leadership) ที่ต้องสร้างการยอมรับเทคโนโลยี นวัตกรรม และการเปลี่ยนแปลงให้ครูและบุคลากรในโรงเรียน ให้เห็นความสำคัญ ยอมรับ และนำไปบูรณาการกับความรู้ในศาสตร์การสอน ความรู้ในเนื้อหาวิชา เพื่อสนับสนุนการจัดการเรียนรู้ของครู ให้มีความเป็นครูมืออาชีพ ดังที่ กนกวรรณ โพธิ์ทอง (2558: 257) ได้สรุปว่าครูจึงจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถในทักษะด้านนี้ ด้วยเหตุผลดังกล่าวครูจึงต้องมีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อช่วยในการทำงาน พัฒนาค้นคว้า และวางแผนจัดการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การพัฒนาครูให้มีสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับภักดีลา ธนบุรณินพิพัทธ์ (2563) ได้สรุปว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสำคัญต่อการจัดการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปฏิรูปการศึกษาที่เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญทั้งในด้านการปฏิรูปการบริหารจัดการที่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพ การปฏิรูปการเรียนรู้ที่ต้องจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาปัญญา โดยครูในยุคนี้ควรมีสมรรถนะด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐาน สามารถใช้คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สารสนเทศพื้นฐานในการปฏิบัติงาน จัดเก็บ สืบค้น รวบรวมข้อมูลต่าง และสามารถต่อคอมพิวเตอร์เข้ากับอุปกรณ์ที่เป็น เช่น เครื่องพิมพ์ หน่วยเก็บข้อมูลสำรองได้ มีสมรรถนะด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนการสอน สามารถบูรณาการเทคโนโลยีสื่อสารสารสนเทศกับกิจกรรมในชั้นเรียนเพื่อสร้างบรรยากาศทางการเรียนที่สนับสนุนการคิดวิเคราะห์และการคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียนเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้สูงสุด มีสมรรถนะด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างถูกต้องตามกฎหมาย มีความรู้เกี่ยวกับการใช้ข้อมูลสารสนเทศอย่างมีจริยธรรม ไม่ละเมิดผลงานของผู้อื่น และมีสมรรถนะด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาวิชาชีพและการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างต่อเนื่อง สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างสรรค์ผลงานของตนเอง และสามารถใช้การติดต่อสื่อสารทำงานร่วมกับผู้อื่น เช่น เพื่อนร่วมงาน ผู้ปกครองและชุมชน เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียน นอกจากนี้ในสถานการณ์ปัจจุบันการระบาดของเชื้อไวรัส “COVID-19” ส่งผลต่อระบบการศึกษาเป็นอย่างมาก การเรียนออนไลน์จึงเป็นเรื่องที่ครูและผู้เรียนต้องมีการปรับตัวเป็นอย่างมาก การใช้เทคโนโลยีจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ ปรากฏการณ์หนึ่งที่เห็นได้ชัดเจนท่ามกลางสถานการณ์ “COVID-19” คือ เทคโนโลยีถูกนำมาใช้กับการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ บวกกับนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการที่มีการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

จากสภาพความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1 ซึ่งผลการวิจัยจะนำไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์และเป็นแนวทาง ในการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหาร ให้สามารถบริหารงานด้านต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลสูงสุด โดยเฉพาะด้านการบริหารงานบุคคลให้บรรลุจุดมุ่งหมาย และประสบความสำเร็จในการสร้างสมรรถนะที่สำคัญต่อข้าราชการครูอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1
2. เพื่อศึกษาระดับสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1
3. เพื่อวิเคราะห์ภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งจะแบ่งสาระของการทบทวนวรรณกรรมได้ดังนี้

2.1 แนวคิดที่เกี่ยวกับภาวะผู้นำทางเทคโนโลยี

สุนันทา สมใจ (2560: 360) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ภาวะผู้นำทางเทคโนโลยี เป็นทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้บริหารสถานศึกษา ซึ่งมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของ สถานศึกษา รวมถึงการส่งเสริมให้ผู้ส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการพัฒนานวัตกรรมใช้เทคโนโลยีและ เผยแพร่วิสัยทัศน์อย่างกว้างขวาง และมีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการเรียนการสอน มีความรู้ในการใช้ เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการยกระดับการเรียนการสอนให้ เป็นไปตามมาตรฐานหลักสูตร เพื่อนำไปสู่ผลสัมฤทธิ์ของนักเรียน

Kozloski (2006 อ้างถึงใน อิทธิฤทธิ์ กลิ่นเดช, 2560: 26) ได้กำหนดคุณลักษณะของภาวะผู้นำทางเทคโนโลยี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การเรียนรู้และการสอน 2) การผลิตภาพ และการปฏิบัติทางวิชาชีพ 3) การวัดผลและการประเมินผล และ 4) ด้านสังคม กฎหมาย และประเด็นทางจริยธรรม

Redish & Chan (2006 อ้างถึงใน ภาคภูมิ งอกงาม, 2558: 29) ได้ชี้ให้เห็นว่า ภาวะผู้นำทางเทคโนโลยี ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบดังต่อไปนี้ คือ 1) ภาวะผู้นำ 2) การเรียนรู้ และการสอน 3) ผลิตภาพ และการปฏิบัติทางวิชาชีพ 4) การสนับสนุน การธำรงรักษา การดำเนินการ และงบประมาณ 5) การวัดผลและการประเมินผล 6) สังคม กฎหมาย และประเด็นทางจริยธรรม

Taylor, Dunbar-Hall & Rowley (2012: 1362) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ภาวะผู้นำทางเทคโนโลยี เป็นความสามารถของผู้นำในการบริหารจัดการโดยใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่แต่ต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อสังคมและการจัดการศึกษาโดยใช้เทคโนโลยีอย่างระมัดระวัง

ดังนั้นภาวะผู้นำทางเทคโนโลยี คือ พฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่แสดงออกถึงการมีวิสัยทัศน์ทางเทคโนโลยี และมีกระบวนการบริหารที่ต้องปรับบทบาท พฤติกรรมการนำและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมขององค์กรให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลง มีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการเรียนการสอน โดยจะต้องส่งเสริมให้ครูนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับใช้และบูรณาการ การเรียนการสอนในรายวิชาต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการพัฒนานักเรียนทุกคน ส่งเสริมให้ครูมีการพัฒนาวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง สม่่าเสมอและมีการใช้เทคโนโลยีอย่างระมัดระวัง

2.2 แนวคิดที่เกี่ยวกับสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู

สุริยา หมาดทึง (2557: 61) ได้กล่าวไว้ว่า สมรรถนะด้าน ICT หมายถึง การมีความชำนาญทั้งด้านความรู้ ทักษะและเจตคติ ในการเข้าถึงข้อมูล การจัดการข้อมูล การบูรณาการข้อมูล การประเมินข้อมูล การสร้างสรรค์ข้อมูล และการนำข้อมูลไปสื่อสารของผู้บริหารโรงเรียน โดยแบ่งสมรรถนะด้าน ICT ของผู้บริหาร

โรงเรียนออกเป็น 2 ด้าน คือ สมรรถนะด้าน ICT ขั้นพื้นฐาน กับสมรรถนะด้าน ICT เพื่อการบริหารจัดการโรงเรียน

อุบลรัตน์ หริณวรรณ (2557: 147) ได้กล่าวไว้ว่า สมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู ประกอบด้วยสมรรถนะ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการปฏิบัติงานโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐาน 2) ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศถูกต้องตามกฎหมาย จริยธรรม จรรยาบรรณและปลอดภัย 3) ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการเรียนการสอน และ 4) ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศพัฒนาตนเองและวิชาชีพ

จารุภา สังขารมย์ (2560: 24) ได้กล่าวไว้ว่า สมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หมายถึง คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการศึกษา ผลมาจากความรู้ความสามารถและลักษณะอื่น ๆ ที่ส่งผลให้ทุกคนสามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้เพื่อสร้างผลงานได้โดดเด่นกว่าคนอื่น ๆ ในองค์กร โดยสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความรู้พื้นฐานด้านเทคโนโลยี 2) การใช้เทคโนโลยีเพื่อการติดต่อสื่อสาร 3) การเข้าถึงและการประเมินสารสนเทศ 4) การจัดการสารสนเทศ 5) การผลิตและสร้างสรรค์สารสนเทศ 6) จรรยาบรรณในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร 7) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อประสิทธิผลของงาน และ 8) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะในการปฏิบัติงาน

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

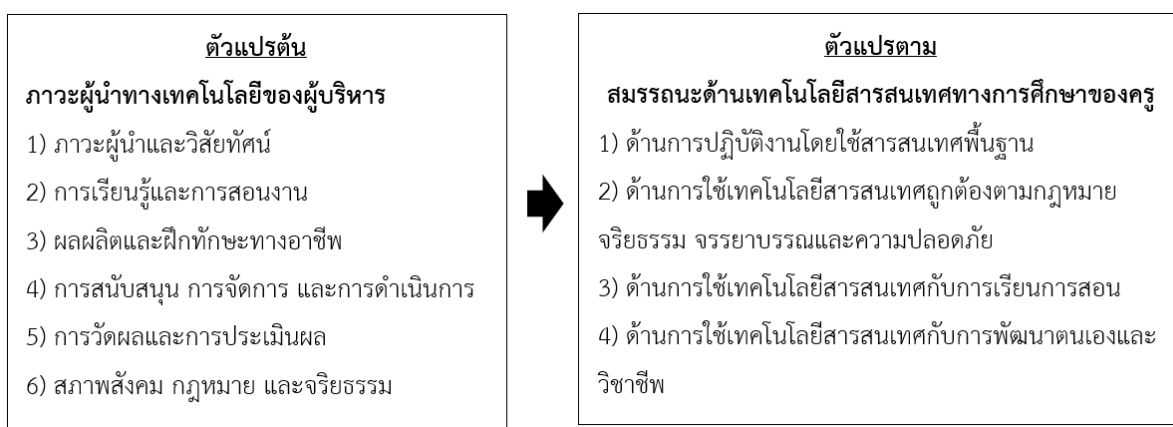
เยาวเรศ นุตเดชาพันธ์ (2558: 98) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์กรตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข เป็นการวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานราชการที่ปฏิบัติหน้าที่อยู่ในกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข จำนวน 135 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ลักษณะส่วนบุคคล และ ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์กร ได้แก่ 1) ความชัดเจนของยุทธศาสตร์ (Strategy) 2) ความชัดเจนของโครงสร้างองค์กร (Structure) 3) ความพร้อมของระบบงาน (System) 4) ภาวะผู้นำ (Style) 5) การมีส่วนร่วมของบุคลากร (Staff) 6) ทักษะของบุคลากร (Skill) 7) ค่านิยมร่วมและวัฒนธรรมองค์กร (Shared Value) ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสำเร็จในการพัฒนาองค์กร ตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์กร ได้แก่ 1) ความชัดเจนของยุทธศาสตร์ (Strategy) 2) ความชัดเจนของโครงสร้างองค์กร (Structure) 3) ความพร้อมของระบบงาน (System) 4) ภาวะผู้นำ (Style) 5) การมีส่วนร่วมของบุคลากร (Staff) 6) ทักษะของบุคลากร (Skill) 7) ค่านิยมร่วมและวัฒนธรรมองค์กร (Shared Value) อยู่ในระดับมาก และพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์กร ได้แก่ ความชัดเจนของโครงสร้างองค์กร (Structure) ความพร้อมของระบบงาน (System) การมีส่วนร่วมของบุคลากร (Staff) ค่านิยมร่วมและวัฒนธรรมองค์กร (Shared Value) มีความสัมพันธ์เชิงเหตุผลกับเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

โชติกา สัมสา (2559: 89) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) หมวด 5 การมุ่งเน้นการสอนของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูล

สงคราม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จำนวน 305 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ลักษณะส่วนบุคคล 1) การมีส่วนร่วม 2) ความรู้ 3) ทักษะ 4) สภาพแวดล้อม 5) ความผูกพัน ตัวแปรตาม ได้แก่ ด้านการมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) หมวด 5 การมุ่งเน้นการสอนของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ทั้งภาพรวมและรายด้านมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ส่วน ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของบุคลากร ด้าน 1) การมีส่วนร่วม 2) ความรู้ 3) ทักษะ 4) สภาพแวดล้อม 5) ความผูกพันมีความสัมพันธ์กับ คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) หมวด 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผลการเปรียบเทียบตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า บุคลากรที่มีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) แตกต่างกันทุกด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

จากการศึกษาเอกสาร ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้วิเคราะห์คุณลักษณะของภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารสถานศึกษา ผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีของ International Society for Technology and Education (ISTE) (2009: 8-9) โดยผู้วิจัยได้นำตัวแปรมาใช้เป็นตัวแปรต้น ประกอบด้วย 1) ภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์ 2) การเรียนรู้และการสอนงาน 3) ผลผลิตและฝึกทักษะทางอาชีพ 4) การสนับสนุน การจัดการ และการดำเนินการ 5) การวัดผลและการประเมินผล และ 6) สภาพสังคม กฎหมายและจริยธรรม สำหรับ ทฤษฎีสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู ของอุบลรัตน์ หนีวรรณ (2557: 147) ซึ่งได้สังเคราะห์มาจากการวิจัยของ UNESCO, Teacher Technology Competency Committee, Commission on Information and Communications Technology (CICT) และ International Society for technology in Education (ISTE) เพื่อนำมาใช้เป็นตัวแปรตาม ประกอบด้วย 1) ด้านการปฏิบัติงานโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐาน 2) ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศถูกต้องตามกฎหมาย จริยธรรม จรรยาบรรณและความปลอดภัย 3) ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการเรียนการสอน และ 4) ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศพัฒนาตนเองและวิชาชีพ สรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังแสดงในแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูผู้สอนในสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1 ในปีการศึกษา 2563 จำนวน 1,308 คน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูผู้สอนในสถานศึกษาของรัฐ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1 ในปีการศึกษา 2563 จำนวน 297 คน โดยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970 อ้างถึงใน จิตติรัตน์ แสงเลิศอูทัย, 2559: 124) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (stratified random sampling) กระจายตามที่ตั้งของอำเภอ ได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์กลับคืนมาจำนวน 291 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 97.98

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มโรงเรียน	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
	ครูผู้สอน	ครูผู้สอน
1. อำเภอเมืองกาญจนบุรี	521	118
2. อำเภอด่านมะขามเตี้ย	388	88
3. อำเภอศรีสวัสดิ์	193	44
4. อำเภอศรีสวัสดิ์	206	47
รวม	1,308	297

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง มี 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 สอบถามระดับของภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารสถานศึกษาจำแนกตามตัวแปรตามองค์ประกอบ 6 องค์ประกอบ ตอนที่ 3 สอบถามระดับของสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครูจำแนกตามตัวแปรตามองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ

3.3 การใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผล โดยใช้วิธีในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ การวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามใช้ค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) การวิเคราะห์ระดับภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารสถานศึกษา โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารสถานศึกษา และสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู ใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Pearson และการวิเคราะห์ภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1 โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

การวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ผู้บังคับบัญชาที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานจรรยา งานสืบสวน งานสอบสวน งานอำนวยการ งานป้องกันปราบปราม ของสถานีตำรวจภูธรหัวหิน หน่วยงานละ 1 คน รวมทั้งสิ้น 5 คน

4. ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเพศหญิง (ร้อยละ 79.40) มีระดับการศึกษาสูงสุดส่วนมากระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 66.30) ส่วนมากเป็นข้าราชการครูไม่มีวิทยฐานะ จำนวน 143 คน (ร้อยละ 49.10) และมีประสบการณ์การทำงานในสถานศึกษาน้อยกว่า 5 ปี (ร้อยละ 32.00)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับของภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1

ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์อยู่ในลำดับสูงสุด รองลงมา ได้แก่ การเรียนรู้และการสอนงาน ผลผลิตและฝึกทักษะทางอาชีพ การสนับสนุน การจัดการ และการดำเนินการ สภาพสังคม กฎหมายและจริยธรรม และการวัดผลและการประเมินผล ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1

ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยการปฏิบัติงานโดยใช้สารสนเทศพื้นฐาน อยู่ในลำดับสูงสุด รองลงมา ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการเรียนการสอน การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการพัฒนาตนเองและวิชาชีพ และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศถูกต้องตามกฎหมาย จริยธรรม จรรยาบรรณและความปลอดภัย ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำทางเทคโนโลยี และสมรรถนะด้านเทคโนโลยี สารสนเทศทางการศึกษาของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1

	ภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์ (X_1)	การเรียนรู้และการสอนงาน (X_2)	ผลผลิตและฝึกทักษะทางอาชีพ (X_3)	การสนับสนุน การจัดการ และการดำเนินการ (X_4)	การวัดผลและการประเมินผล (X_5)	สภาพสังคม กฎหมายและจริยธรรม (X_6)
ภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์ (X_1)	1.00					
การเรียนรู้และการสอนงาน (X_2)	0.54**	1.00				
ผลผลิตและฝึกทักษะทางอาชีพ (X_3)	0.51**	0.70**	1.00			
การสนับสนุน การจัดการ และการดำเนินการ (X_4)	0.42**	0.53**	0.61**	1.00		
การวัดผลและการประเมินผล (X_5)	0.45**	0.48**	0.47**	0.67**	1.00	
สภาพสังคม กฎหมายและจริยธรรม (X_6)	0.40**	0.50**	0.47**	0.65**	0.73**	1.00

ผลการวิจัยพบว่า การทดสอบความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตาม (Multicollinearity) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำทางเทคโนโลยี ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ถึงระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง 0.40-0.73 โดยไม่มีคู่ใดมีค่า ความสัมพันธ์สูงกว่า 0.90 แสดงว่าตัวแปรต้นไม่มีความสัมพันธ์กันเอง และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ของภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู พบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางถึงระดับค่อนข้างสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง 0.51 - 0.83

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนภาวะผู้นำทางเทคโนโลยี และสมรรถนะด้านเทคโนโลยี สารสนเทศทางการศึกษาของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
Regression	4	48.03	12.01	340.75**	.00
Residual	286	10.08	0.04		
Total	290	58.11			

ตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกเข้าสมการ	b	Beta	SEb	t	Sig
ค่าคงที่	0.15	0.12	1.28	.20	
สภาพสังคม กฎหมายและจริยธรรม (X ₆)	0.36	0.44	0.03	11.34**	.00
การสนับสนุน การจัดการ และการ ดำเนินการ (X ₄)	0.23	0.26	0.03	7.03**	.00
การเรียนรู้และการสอนงาน (X ₂)	0.21	0.21	0.03	6.91**	.00
การวัดผลและการประเมินผล (X ₅)	0.16	0.17	0.04	4.43**	.00

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

$R = 0.909^d$ $R^2 = 0.827$ $SEE = 0.188$

ผลการวิจัยพบว่า สภาพสังคม กฎหมายและจริยธรรม (X₆) การสนับสนุน การจัดการ และการ ดำเนินการ (X₄) การเรียนรู้และการสอนงาน (X₂) และการวัดผลและการประเมินผล (X₅) เป็นตัวแปรที่ได้รับการ เลือกลงเข้าสมการถดถอย และสามารถอธิบายความผันแปรของสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทาง การศึกษาของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1 ได้ อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าประสิทธิภาพในการทำนาย (R^2) เท่ากับ 0.827 ซึ่งแสดงว่า สภาพสังคม กฎหมาย และจริยธรรม การสนับสนุน การจัดการ และการดำเนินการ การเรียนรู้และการสอนงาน และการวัดผลและ การประเมินผล ส่งผลต่อสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู และสามารถทำนาย สมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู ได้ร้อยละ 82.70 โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์ ได้ ดังนี้

$$\hat{Y}_{\text{tot}} = 0.15 + 0.36 (X_6) + 0.23 (X_4) + 0.21 (X_2) + 0.16 (X_5)$$

และสมการวิเคราะห์การถดถอยในรูปของคะแนนมาตรฐาน คือ

$$\hat{Z}_{\text{tot}} = 0.44 (Z_6) + 0.26 (Z_4) + 0.21 (Z_2) + 0.17 (Z_5)$$

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

1. ภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1 โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารสถานศึกษามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาได้แก่ การเรียนรู้และการสอนงาน ผลผลิตและฝึกทักษะทางอาชีพ การสนับสนุน การจัดการ และการดำเนินการ สภาพสังคม กฎหมายและจริยธรรม และการวัดผลและการประเมินผล ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัทตรา สังขวร (2560: 114) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะผู้นำเชิงเทคโนโลยีกับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2 พบว่า ระดับคุณลักษณะผู้นำเชิงเทคโนโลยีของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2 โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ คุณลักษณะผู้นำ ด้านการเรียนรู้และการสอน คุณลักษณะผู้นำด้านผลิตภัณท์ภาพและความชำนาญเชิงวิชาชีพ คุณลักษณะผู้นำ ด้านการวัดผลและประเมินผล คุณลักษณะผู้นำด้านความเป็นผู้นำและวิสัยทัศน์ คุณลักษณะผู้นำด้านการ สนับสนุน การจัดการ และการปฏิบัติ และคุณลักษณะผู้นำด้านสังคม กฎหมาย และจริยธรรม ตามลำดับ

2. สมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1 โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยการปฏิบัติงาน โดยใช้สารสนเทศพื้นฐานมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาได้แก่ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการเรียนการสอน การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการพัฒนาตนเองและวิชาชีพ และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศถูกต้องตาม กฎหมาย จริยธรรม จรรยาบรรณและความปลอดภัย ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ งานวิจัยของ อุบลรัตน์ หริณวรรณ (2557: 147) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง สมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของ ครู พบว่า สมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู ประกอบด้วยสมรรถนะ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการปฏิบัติงานโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐาน 2) ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศถูกต้องตาม กฎหมาย จริยธรรม จรรยาบรรณและความปลอดภัย 3) ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการเรียนการสอน และ 4) ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศพัฒนาตนเองและวิชาชีพ

3. ภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะด้านเทคโนโลยี สารสนเทศทางการศึกษาของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1 เรียง ตามลำดับอิทธิพลจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) สภาพสังคม กฎหมายและจริยธรรม 2) การสนับสนุน การ จัดการ และ การดำเนินการ 3) การเรียนรู้และการสอนงาน และ 4) การวัดผลและการประเมินผล เป็นปัจจัย ที่ส่งผลต่อสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 งานวิจัยนี้พบว่า ภาวะผู้นำทางเทคโนโลยี ได้แก่ สภาพสังคม กฎหมายและจริยธรรม การสนับสนุน การจัดการ และการดำเนินการ การเรียนรู้และการ สอนงาน และการวัดผลและการประเมินผล สามารถทำนายสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา ของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1 ได้ร้อยละ 82.70 สอดคล้องกับ งานวิจัยของนิศาชล บำรุงภักดี (2563: 171) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำทางเทคโนโลยี สารสนเทศของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลโรงเรียน ในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัด สกลนคร พบว่า ภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีสารสนเทศ กับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลโรงเรียน พบว่า มี

ความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ .710 ส่วนภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีสารสนเทศทั้ง 5 ปัจจัย และประสิทธิภาพโรงเรียนทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสกลนครที่ควรได้รับการพัฒนาในส่วนของภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้บริหาร มี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านวิสัยทัศน์ทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านสมรรถนะทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในด้านการจัดการเรียนการสอน ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ผู้บริหารสถานศึกษาต้องสามารถจัดการให้เกิดความเข้ากันได้หรือผสมกลมกลืนระหว่างเทคโนโลยีสารสนเทศและนโยบาย ตลอดจนการกระจายงบประมาณและทรัพยากรต่าง ๆ ในการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของสถานศึกษา เพื่อพัฒนาสถานศึกษาให้มีคุณภาพ และประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ร่วมกัน ส่งผลให้ครูมีสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เป็นแบบอย่างของการเรียนรู้และสร้างทักษะด้านเทคโนโลยี และการจัดบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ สร้างความมั่นใจในการบูรณาการเทคโนโลยีเข้าไปในหลักสูตร กลยุทธ์การสอน และในบริบทของการเรียนรู้ รวมทั้งความเสมอภาคในการเข้าถึงทรัพยากรทางเทคโนโลยี และโอกาสในการเรียนรู้ของนักเรียนทุกกลุ่ม

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. รัฐบาลโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนในเรื่อง กฎหมายเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างถูกต้องตามกฎหมาย จริยธรรม จรรยาบรรณและความปลอดภัยในสถานศึกษา ซึ่งการใช้เทคโนโลยีของของผู้บริหารสถานศึกษา โดยการคำนึงถึงความถูกต้อง กฎหมาย จริยธรรม จรรยาบรรณ และความปลอดภัย ถือเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง โดยผู้บริหารสถานศึกษาควรเป็นแบบอย่างในการใช้เทคโนโลยีอย่างถูกต้อง ซึ่งหน่วยงานต้นสังกัดหรือเขตพื้นที่การศึกษาควรมีการจัดอบรมสัมมนาเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีของผู้บริหารสถานศึกษา อีกทั้งยังควรจัดอบรมเกี่ยวกับกฎหมายการใช้เทคโนโลยี และปลูกฝังให้บุคลากรในสถานศึกษาใช้เทคโนโลยีอย่างถูกต้องเพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพของสถานศึกษาต่อไป
2. ผู้บริหารสถานศึกษากำหนดนโยบายเพื่อสนับสนุนในเรื่อง การนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการวัด และประเมินผล ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถพัฒนาระบบการประเมินการบริหารจัดการและการปฏิบัติงานโดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บรวบรวม วิเคราะห์ แปรผลการวิเคราะห์ และเชื่อมโยงสู่การสร้างข้อสรุป รวมถึงมีการกำกับติดตาม ประเมินผลการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนการสอนของครู เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และการพัฒนาคุณภาพของสถานศึกษาต่อไป
3. ผู้บริหารสถานศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมกันกำหนดนโยบายและจัดโครงการเพื่อสนับสนุนส่งเสริม สภาพสังคม กฎหมายและจริยธรรม การสนับสนุน การจัดการ และการดำเนินการ การเรียนรู้และการสอนงาน และการวัดผลและการประเมินผล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งผลต่อสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครูอันนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพของสถานศึกษาต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาคุณลักษณะภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีในการบริหารสถานศึกษา เพื่อใช้ในการกำหนดนโยบายในการพัฒนาภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน
2. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน
3. ควรศึกษาแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศในการพัฒนาสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครู สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ โพธิ์ทอง. (2558). ผลของภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของผู้บริหารโรงเรียนและบรรยากาศโรงเรียน โดยมีการรู้เทคโนโลยีและการบูรณาการเทคโนโลยีในการสอนของครูเป็นสื่อกลางต่อประสิทธิผลครู ในโรงเรียนดีศรีตำบล ระดับมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.
- วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 10 (3), 255-269.
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2554). กรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร ระยะ พ.ศ. 2554-2563. กรุงเทพฯ: กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- จารุภา สังขารมย์. (2560). การพัฒนาสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของผู้ปฏิบัติหน้าที่ ประชาสัมพันธ์ระดับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา. ปทุมธานี: สำนักเทคโนโลยีเพื่อ การเรียนการสอน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.
- จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย. (2559). วิธีวิทยาการวิจัยทางการศึกษา. นครปฐม: คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- โชติกา สัมสา. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการ ภาครัฐ (PMQA) เฉพาะหมวด 5 การมุ่งเน้นบุคลากร ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- นิสาชล บำรุงภักดี. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้บริหาร สถานศึกษากับประสิทธิผลโรงเรียน ในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- ภัณฑิลา ธนบุรณินิพัทธ์. (2563). การพัฒนาแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำหรับครูไทยในศตวรรษที่ 21. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2563, จาก <https://researchcafe.org/communications-technologycompetencies-for-thai-teachers-in-the-21st-century>
- ภาคภูมิ งอกงาม. (2558). การศึกษาคุณลักษณะภาวะผู้นำเชิงอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริหาร ระดับกลาง โรงเรียนในฝัน จังหวัดอ่างทอง. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- เยาวเรศว์ นุตเดชานันท์. (2558). รายงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์กรตาม
เกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. กรุงเทพฯ:
กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2545). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่
แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545. กรุงเทพฯ: พรินทวาทกราฟฟิค.
- สุนันทา สมใจ. (2560). การบริหารสถานศึกษาด้วยภาวะผู้นำทางเทคโนโลยี. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎี
บัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุภัทรา สังขวร. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะผู้นำเชิงเทคโนโลยีกับการบริหารงานวิชาการ
ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 2.
วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุริยา หมดทั้ง. (2557). สมรรถนะสำคัญด้าน ICT ของผู้บริหารโรงเรียนในศตวรรษที่ 21. วิทยานิพนธ์
ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- อิทธิฤทธิ์ กลิ่นเดช. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงเทคโนโลยีกับการบริหารงาน
วิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและ การ ศึกษ
ตามอัธยาศัยจังหวัดสระบุรี. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อุบลรัตน์ หริณวรรณ. (2557). สมรรถนะด้านเทคโนโลยีทางการศึกษาของครู. วารสารวิชาการ
ศึกษาศาสตร์, 15 (2), 147-155.
- International Society for Technology in Education (ISTE). (2009). **National
educational technology standards for administrators.** Washington, DC:
International Society for Technology in Education (ISTE).
- Taylor, J., Dunbar-Hall, P. & Rowley, J. (2012). The e-portfolio continuum: Discovering
variables for e-portfolio adoption within music education. **Australasian Journal of
Educational Technology**, 28 (8), 1362-1381.

**ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี**
**The Relationship between the Management Process and Efficiency
of the Community Business in Muang District Kanchanaburi Province**

สรรรค์ชัย กิตยานันท์¹, สุทธิพนธ์ ศรีบุญนาท², สุภัตตรา กันพร้อม³, และมานิต คำเล็ก⁴
(Sanchai Kitiyanan, Suthipot SriBoonnak, Supattra Kanprom and Manit Khamlek)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ระดับปัจจัยในการกระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน จำแนกตามเพศ ตำแหน่ง ประสบการณ์ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ สมาชิกในกลุ่มธุรกิจชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 299 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งเป็นชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่ากำหนดคำตอบเป็น 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.91 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยใช้วิธีการทดสอบรายคู่ของเชฟเฟและวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ผลการวิจัย พบว่า

1. กระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า กระบวนการจัดการธุรกิจชุมชน ในภาพรวม มีการบริหารงานอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการจัดองค์การ ด้านการนำ ด้านการควบคุม และด้านการวางแผน และประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในภาพรวม มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการตลาด ด้านการเงิน และด้านการผลิต

2. การเปรียบเทียบกระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ ตำแหน่ง ประสบการณ์ พบว่า 1) ด้านกระบวนการจัดการ สมาชิกในกลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีระดับการศึกษาและประสบการณ์การทำงานที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนสมาชิกในกลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีเพศ อายุ และตำแหน่งงานต่างกัน มีความเห็นต่อกระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ไม่แตกต่างกัน และ 2) ด้านประสิทธิภาพ สมาชิกในกลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ในกลุ่มต่างกัน มีความเห็นต่อประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ไม่แตกต่างกัน

^{*1-4} อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี 71190

Lecturer in Master of Business Administration Program Management Faculty of Management Kanchanaburi Rajabhat University 71190

Corresponding author: Sanchai1969@yahoo.co.th

3. ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านภาพรวม พบว่า ในภาพรวมไม่มีค่าความสัมพันธ์กัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการผลิตมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางที่ระดับ .05 ระดับความสัมพันธ์ทุกด้านมีความสัมพันธ์ในระดับน้อยที่สุด

คำสำคัญ : ความสัมพันธ์ กระบวนการจัดการ ประสิทธิภาพ

ABSTRACT

This research aims to: 1. Study Management Process and Efficiency factor level of the Community Business in Muang District Kanchanaburi Province 2. To compare Management Process and Efficiency of the Community Business in Muang District Kanchanaburi Province by gender, age, education level, job title and experience. 3. To study the relationship between the Management Process and Efficiency of the Community Business in Muang District Kanchanaburi Province. The samples used in this research were 299 community members in the district Kanchanaburi Province area, using purposive sampling method. The instrument used for this study was a questionnaire with a reliability of 0.91. Data were analyzed using percentage, mean, standard deviation and testing the value of One-way, analysis of variance comparison pairings using the Scheffe's test formula, Pearson's Simple Correlation Coefficient Analysis.

The findings:

1. Management Process and Efficiency in Muang District Kanchanaburi Province. Management Process was high level. The average order of descending order is as follows, control, leading, organization and planning. As for the efficiency of the business, the overall efficiency of the community was high level. The average order of descending order is as follows, Marketing, finance and production.

2. To compare Management Process and Efficiency of the Community Business in Muang District Kanchanaburi Province. 1) Management process Community business group members with educational levels and experience. There were statistically different opinions on the management process of the community business at the .05 level. As for members with different gender, age and job title have opinions on the management process of the community business not different. 2) Efficiency members with different gender, age, educational level, job title, and experience. Have opinions on the efficiency of the business community not different

3. To study the relationship between the Management Process and Efficiency of the Community Business in Muang District Kanchanaburi Province. At the .05 level, it was found that the aspect of production was significantly correlated at .05 level.

Keywords: Relationship, Management Process, Efficiency

Article history:

Received 9 January 2021

Revised 14 March 2021

Accepted 17 March 2021

SIMILARITY INDEX = 2.89 %

1. บทนำ

ประเทศไทยได้เริ่มมีการใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 เป็นต้นมา จนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (2560-2564) ฉบับปัจจุบัน เป็นการนำเอาระบบคิดที่ได้รับอิทธิพลจากแนวคิดและอารยธรรมตะวันตกมาใช้พัฒนาประเทศ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในตำราซึ่งไม่เหมาะสมกับวัฒนธรรมไทย และวิถีชีวิตไทย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560: 1-28) ส่งผลให้วิถีการผลิตของชุมชนมีหน้าที่เป็นเพียงกลไกรับใช้ระบบเศรษฐกิจกระแสหลักโดยมีเป้าหมายการพัฒนาประเทศที่เน้นการผลิตเพื่อการค้าและเพื่อการส่งออก เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น และอาศัยแรงงานชนบทเป็นหลัก ทำให้การพัฒนาไม่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ จนกระทั่งทรัพยากรในท้องถิ่นเริ่มเสื่อมโทรมและแทบจะหมดไป แรงจูงใจให้ผู้คนทำมาหากินอยู่ในท้องถิ่นก็ลดน้อยลง เพราะไม่อาจจะพึ่งพาอาศัยธรรมชาติ หรือไม่อาจผลิตเพื่อให้มีรายได้เพียงพอจนเจือจรรอบครัวได้อีกต่อไป (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2550: 20) ซึ่งแนวทางการพัฒนาดังกล่าวจะเห็นได้ในรูป “โครงการ” ต่างๆ มากมาย ชุมชนหมู่บ้านที่เดิมเคยมีสภาพความเป็นอยู่แบบง่าย ๆ มีความใกล้ชิดและพึ่งพาธรรมชาติสูง ความสัมพันธ์ในครอบครัวและชุมชนที่มีอยู่อย่างเหนียวแน่น เศรษฐกิจของครอบครัวและชุมชนเป็นเศรษฐกิจแบบพอเพียง (self-sufficient economy) ปัจจุบันได้กลายเป็นชุมชนที่มีสภาพการดำเนินชีวิตคล้ายเมือง อิทธิพลของสื่อและการบริโภคแบบลอกเลียนแบบแพร่กระจายเข้าไปในชนบท เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองกลายเป็นเศรษฐกิจเพื่อการค้า สิ่งสำคัญที่เกิดขึ้นพร้อมกับกระแสการเปลี่ยนแปลงอีกประการหนึ่งก็คือ การดึงทรัพยากรธรรมชาติจากชนบทเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ของชุมชนเมืองมีมากขึ้น คนในชนบทมีความคิดที่จะพึ่งพาสังคมเมืองมากขึ้น ขณะเดียวกันสำนึกและความรู้สึกที่เป็นอิสระและต้องพึ่งพาตัวเองมีน้อยลง การพัฒนาใหม่ที่ต้องอยู่บนข้อเท็จจริง บนสังคมของพื้นที่และมาจากสัมมาปัญญาของคนหมู่บ้าน รวมทั้งจะต้องตระหนักถึงความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันและกันทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีสมดุล

ธุรกิจชุมชนเป็นหน่วยงานที่ดำเนินงานในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์หรือเรียกว่า โอท็อป (OTOP) เป็นโครงการกระตุ้นธุรกิจประกอบการท้องถิ่น มีเป้าหมายจะสนับสนุนผลิตภัณฑ์ลักษณะเฉพาะที่ผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่นแต่ละตำบล โครงการโอท็อปกระตุ้นให้ชุมชนหมู่บ้านพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและการตลาด เลือกผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นมาหนึ่งชิ้นจากแต่ละตำบลมาประทับตราว่า "ผลิตภัณฑ์โอท็อป" และจัดหาเวทีในประเทศและระหว่างประเทศเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าเหล่านี้ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2555) การพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจชุมชนเหล่านี้ ซึ่งถือเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จึงได้รับการสนับสนุนให้ตราเป็นพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มีเจตนาที่จะพัฒนารูปแบบวิสาหกิจชุมชนและธุรกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง การดำเนินกระบวนการในการจัดการธุรกิจชุมชนเพื่อให้มีประสิทธิภาพที่ดี โดยการพัฒนาให้มีการจัดตั้งกลุ่มองค์กรธุรกิจชุมชน เพื่อเป็นกลไกก่อให้เกิดการรวมกลุ่มร่วมทุน เกื้อกูลซึ่งกันและกันอาศัยปัจจัยคนละเล็กละน้อยของแต่ละคนมารวมกันซึ่งเป็นข้อจำกัดใน การทำธุรกิจเพียงคนเดียวมาประกอบการธุรกิจชุมชน เมื่อองค์กรธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จ ก็จะเป็นองค์กรที่จะช่วยแก้ไข ปัญหาด้านเศรษฐกิจของชาวชนบทที่ยากจนและขาดโอกาสซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ

จากปัญหาและความจำเป็นดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมเป็นทางเลือกในการพัฒนาของกลุ่มให้สามารถดำเนินงานบรรลุเป้าประสงค์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการกระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ ตำแหน่ง ประสบการณ์ในการดำรงตำแหน่งในกลุ่ม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งจะแบ่งสาระของการทบทวนวรรณกรรมได้ดังนี้

2.1. ความหมายของการบริหารจัดการ

ภารดี อนันต์นาวิ (2551: 309-310) กล่าวว่า การบริหารจัดการ หมายถึง การจัดระบบการบริหารงานในองค์กรให้เหมาะสมกับสภาพขององค์กร ด้านการกำหนดแผนงานการบริหารองค์กรการแจ่งงานในองค์กร การเตรียมงานทั้งในระยะสั้นระยะยาว การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี

นพพงษ์ บุญจิตราดุล (2551: 13) กล่าวว่า การบริหารจัดการ หมายถึง การกระทำ ต่าง ๆ ที่มีผู้กระทำให้ตั้งแต่สองคนขึ้นไป ร่วมมือกันทำเพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยใช้กระบวนการทำอย่างมีระเบียบ จัดการทรัพยากร และเทคนิคต่าง ๆ ที่เหมาะสม

หน้าที่การบริหารจัดการ

นภาพร ชันนาค (2553: 22) กล่าวว่า กระบวนการการบริหารจัดการ เป็นการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ อย่างมีขั้นตอนและเหมาะสมกับหน่วยงานหรือองค์กร ซึ่งผู้ศึกษาจะนำกระบวนการบริหารที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาอันได้แก่ หลักการบริหารของกุลลิคและเออร์วิค (Gulick & Urwick) คือ หลัก POSDCORB

เนตรพัฒนา ยาวีราช (2560: 3) กล่าวว่า หน้าที่ของการบริหารจัดการ ว่าประกอบด้วย

1. การวางแผน 2. การจัดองค์กร 3. การนำ และ 4. การควบคุม

สรุปได้ว่า การบริหารจัดการงานต่างๆ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันนี้ ล้วนต้องอาศัยหลักกระบวนการบริหาร เพื่ออำนวยความสะดวกการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ อย่างมีขั้นตอนและเหมาะสมกับหน่วยงานหรือองค์กร กระบวนการบริหารบางตำราเรียกว่า หน้าที่ของการจัดการ จากแนวคิดในการศึกษากระบวนการบริหาร จึงเป็นหลักที่สำคัญในการศึกษาถึงตัวแปรต้นของการวิจัยใน ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

หน้าที่การวางแผน

วรรณ สุภาพุฒ (2553: 14) กล่าวว่า การวางแผน หมายถึง กระบวนการตัดสินใจในปัจจุบันอย่างมีระบบ และมีขั้นตอนวางแผนแบบมีทิศทาง แต่ก็มีคามยืดหยุ่นในการปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ และเป็นการวางแผนทั้งในเชิงรุกและเชิงรับไปในตัว ที่จะมมีผลกระทบต่องค์กรในอนาคต

สามารถ แพนวิสุทธิ์ (2557: 18) กล่าวว่า การวางแผน หมายถึง การดำเนินงานหรือการดำเนินการ ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ และการดำเนินการที่มีความเป็นองค์กร สามารถบริหารเงินทุน บริหารกลุ่มที่สามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกในด้านต่างๆ และมีความยั่งยืนในการดำเนินงาน

สรุปได้ว่า การวางแผน หมายถึง กระบวนการปฏิบัติงานอย่างเป็นทางการ อันประกอบด้วย ทำแผน กำหนดเป้าหมาย การรวบรวมข้อมูลสถานการณ์ การวิเคราะห์ปัญหา ความต้องการ การจัดลำดับความสำคัญของปัญหา การมีส่วนร่วมในแผน การประเมินผล ติดตามผล และการนำเอาผลการประเมินมาทบทวน

หน้าที่การจัดองค์กร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ สมชาย หิรัญกิตติคม และชวลิต ประภาวนนท์ (2552: 21) กล่าวว่า การจัดองค์กร หมายถึง กระบวนการที่กำหนด กฎระเบียบแบบแผนในการปฏิบัติงานขององค์กร การทำงานร่วมกัน

กรณ์ พลอดมณี เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์ และสุพร เสี้ยนสลาย (2556) กล่าวว่า การจัดองค์กร หมายถึง การกำหนดโครงสร้างหน้าที่เป็นทางการ ทั้งในแนวดิ่งและแนวนอนโดยแสดงให้เห็นถึงแบบแผนความสัมพันธ์ของงาน หน่วยงานบุคคล อำนาจหน้าที่ สายการบังคับบัญชา การติดต่อสื่อสาร การประสานงาน ตลอดจนปัจจัยอื่นๆ ที่มีอยู่

สรุปได้ว่า การจัดองค์กร หมายถึง การกำหนดโครงสร้างหน้าที่เป็นทางการได้จาก โครงสร้างองค์กร การพัฒนาโครงสร้าง การบริหารงาน อำนาจหน้าที่ การรับมอบหมายงาน การมีส่วนร่วมในโครงสร้าง การเห็นความสำคัญโครงสร้าง ทรัพยากรด้านบุคคล การสั่งการ การผลิต การตลาด เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์

หน้าที่การชี้นำ

เรืองยศ แวดล้อม (2556: 7) กล่าวว่า การชี้นำ หมายถึง ความพยายามของผู้นำที่จะให้มีอิทธิพลต่อผู้อื่น เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

ธีรวิภา บวชชัยภูมิ (2559) กล่าวว่า การชี้นำ หมายถึง การที่ผู้บริหารพยายามการรวบรวมกำลังและความพยายามของผู้ใต้บังคับบัญชา ให้ทุกฝ่ายมุ่งปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายด้วยวิธีการจูงใจ มีส่วนร่วมในการบริหาร มีการมอบหมายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ

สรุปได้ว่า การชี้นำ หมายถึง การปฏิบัติงานตามวัตถุประสงค์ด้วยวิธีการจูงใจ การมีส่วนร่วมในการบริหาร มอบหมายอำนาจหน้าที่ แนะนำงาน เลือกใช้แนวทางวินิจฉัย ความเหมาะสมสภาพการณ์ ติดต่อสื่อสารงานสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ การสั่งการ การตัดสินใจ ภาวะผู้นำ เป้าหมายหลัก วัฒนธรรมในการทำงาน

หน้าที่การควบคุม

ละอองศรี เหนียงแจ่ม (2551) กล่าวว่า การควบคุม หมายถึง การตรวจสอบดูว่าทุกสิ่งทุกอย่างดำเนินสอดคล้องไปตามแผน คำสั่ง หลักการที่จัดทำไว้หรือไม่ วัตถุประสงค์ของการควบคุมก็เพื่อการค้นหาจุดอ่อนและข้อบกพร่อง เพื่อทำการแก้ไขและป้องกันมิให้ผลงานคลาดเคลื่อนจากวัตถุประสงค์ หน้าที่ด้านการควบคุมนั้นเกี่ยวข้องกับทุก ๆ สิ่งไม่ว่าจะเป็นสิ่งของ คนหรือการกระทำ

ศศิธรา โชหิตชาติ (2551) กล่าวว่า การควบคุม หมายถึง การกำหนดเป้าหมายที่ต้องการจะบรรลุถึง และมีการประเมินผลการปฏิบัติงาน และปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ผลการปฏิบัติงานนั้นเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

สรุปได้ว่า การควบคุม หมายถึง การที่กลุ่มธุรกิจชุมชนมีการตรวจสอบดูแลผลการปฏิบัติงานให้เกิดความมั่นใจในการดำเนินงานอย่างมีระเบียบ ตามหน้าที่ ตามเกณฑ์ที่กำหนด ส่วนร่วมในการบริหาร ตามหน้าที่ การดำเนินงานร่วมกับสมาชิก การกำหนดขั้นตอน ปรับเปลี่ยนการดำเนินงานตามสถานการณ์

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพขององค์กร

ฐนันท์ พานิชโยทัย (2551: 31) กล่าวว่า ประสิทธิภาพขององค์กร หมายถึง การทำงานที่ประหยัดได้ผลงานที่รวดเร็วมีคุณภาพในการใช้ทรัพยากรทั้งในด้านการผลิต การเงิน คน อุปกรณ์และการตลาด

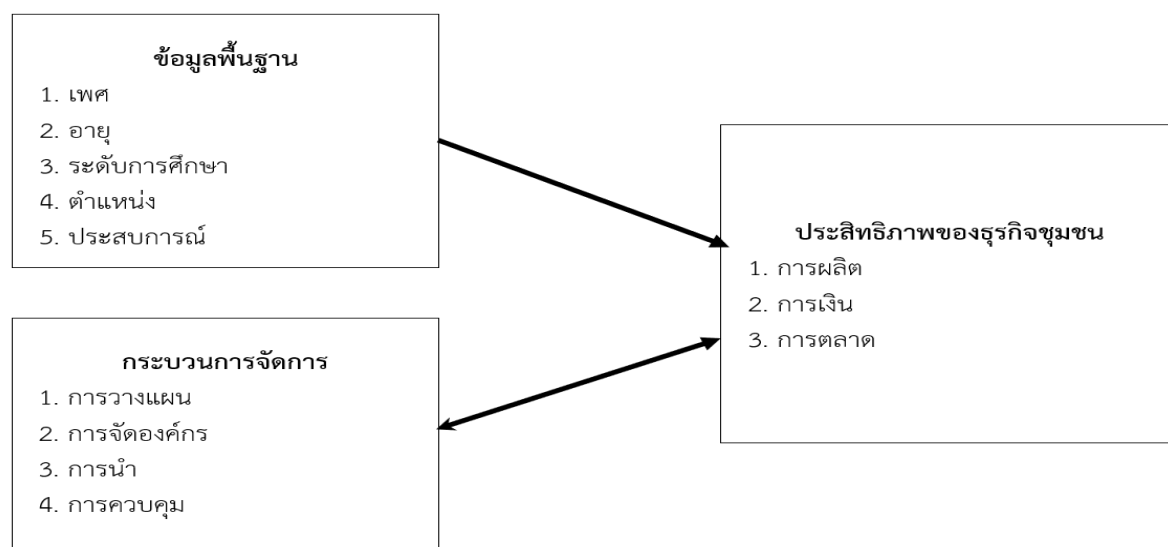
ประเวศน์ มหารัตน์กุล (2556: 113 – 114) กล่าวว่า ประสิทธิภาพขององค์กร หมายถึง เป็นเรื่องการใช้คนน้อยกว่างาน แต่สามารถทำงานให้สำเร็จไม่ว่าจะเป็นการบรรลุความสำเร็จในรูปแบบของภารกิจ นโยบาย เป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ ก็แล้วแต่ผลงานที่สำเร็จได้ใช้คนและทุนพอดีกับงาน

กฤษฎ์ อุทัยรัตน์ (2555: 350) กล่าวว่า ประสิทธิภาพขององค์กร หมายถึง ผลสัมฤทธิ์ที่บรรลุแล้วโดยการเทียบกับทรัพยากรที่ใช้ไป

สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพองค์กร หมายถึง ความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าเพื่อการบรรลุเป้าหมาย ประสิทธิภาพจึงมักถูกวัดในรูปแบบของต้นทุนหรือจำนวนทรัพยากรที่ใช้ไปเมื่อเทียบกับผลงานหรือผลผลิตที่ได้ การเงินที่จะต้องลงทุน อุปกรณ์ที่จะต้องใช่ และการตลาดที่จะทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ

กรอบแนวคิดในการท้าวิจัย

ผู้วิจัยได้นำหน้าที่กระบวนการจัดการของเนตร์พัฒนา ยาวีราช (2560: 5) ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์กร การนำ และการควบคุมเพื่อนำมาเป็นตัวแปรอิสระในการวัดประสิทธิภาพการดำเนินการของธุรกิจชุมชนตามกรอบแนวคิดในการท้าวิจัย ดังแสดงในแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการท้าวิจัย

3. วิธีดำเนินการท้าวิจัย

3.1 ประชากร ตัวอย่าง การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ สมาชิกในกลุ่มธุรกิจชุมชนในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งมีสมาชิกในกลุ่มธุรกิจชุมชนในพื้นที่สมาชิกจำนวน 1,180 คน (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดกาญจนบุรี กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2561) กลุ่มตัวอย่าง สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการ

วิจัยครั้งนี้ จำนวน 299 คนซึ่งได้มาจากการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมดจากสูตรของ ยามาเน่ โดยวิธีสุ่มตัวอย่างง่าย (simple random sampling) (สุวรีย์ ศิริโกศาภิรมย์, 2553: 34) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling)

3.2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaires) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้ศึกษารวบรวมแนวคิดและทฤษฎีต่างๆจากเอกสาร ตำรา และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาประยุกต์ใช้ และกำหนดลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (close-ended response question) ตามประเด็นในรอบแนวคิดที่ศึกษาและข้อสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกของกลุ่มธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ผู้ศึกษาเป็นผู้สร้างแบบสอบถามและทำการทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา รวมทั้งทดสอบความเชื่อถือได้ก่อนนำไปใช้จริง การทดสอบความเชื่อมั่นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับสมาชิกของกลุ่มธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่กำหนดไว้ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะและคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 30 ตัวอย่าง พบว่าได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค เท่ากับ 0.91

3.3 การใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.1 สถิติพรรณนา วิเคราะห์ด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.3.2 สถิติสรุปอ้างอิง วิเคราะห์ด้วย การวิเคราะห์ที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

4. ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.52 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 45.48 อายุ 50-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.80 อายุสูงกว่า 59 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.42 อายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.06 อายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.71 และอายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.01 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. คิดเป็นร้อยละ 39.46 มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 31.10 อนุปริญญา / ปวส. คิดเป็นร้อยละ 21.40 ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 7.36 สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 0.68 เป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 38.12 กรรมการ คิดเป็นร้อยละ 28.10 เลขานุการ / เหนรัญญิก คิดเป็นร้อยละ 17.40 ประธานกรรมการ / รองประธาน คิดเป็นร้อยละ 11.37 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.01 และประสบการณ์อยู่ในกลุ่มเป็นประสบการณ์ 1 – 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.80 ประสบการณ์ต่ำกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.42 ประสบการณ์ 7 – 9 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.08 และ ประสบการณ์ 4 – 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.70

ตอนที่ 2 ระดับกระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

2.1 กระบวนการจัดการธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการจัดองค์การ ($\bar{X} = 4.32$) ด้านการนำ ($\bar{X} = 4.31$) ด้านการควบคุม ($\bar{X} = 4.28$) และด้านการวางแผน ($\bar{X} = 4.13$)

2.2 ประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการตลาด ($\bar{X} = 4.25$) ด้านการเงิน ($\bar{X} = 4.24$) และด้านการผลิต ($\bar{X} = 4.18$)

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบกระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบกระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

การเปรียบเทียบกระบวนการจัดการของ ธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด กาญจนบุรี	การ วางแผน	ด้านการ จัด องค์การ	ด้านการ นำ	ด้านการ ควบคุม	ภาพรวม
เพศ	.247	.098	.066	.063	.058
อายุ	.480	.614	.719	.756	.862
ระดับการศึกษา	.147	.002*	.005*	.023	.005*
ตำแหน่งงาน	.220	.121	.391	.396	.254
ประสบการณ์	.005*	.002*	.073	.003*	.005*

3.1 การเปรียบเทียบกระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ทำงานในกลุ่ม

3.1.1 การเปรียบเทียบกระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ พบว่า เพศต่างกัน มีความเห็นต่อกระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ไม่แตกต่างกัน

3.1.2 การเปรียบเทียบกระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่างกัน มีความเห็นต่อกระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน

3.1.3 การเปรียบเทียบกระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่างกัน มีความเห็นต่อกระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.1.4 การเปรียบเทียบกระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า ตำแหน่งงานต่างกัน มีความเห็นต่อกระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน

3.1.5 การเปรียบเทียบกระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามประสบการณ์ในกลุ่มต่างกัน พบว่า ประสบการณ์ในกลุ่มต่างกัน มีความเห็นต่อกระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 2 การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง ฯ	ด้านการผลิต	ด้านการเงิน	ด้านการตลาด	ภาพรวม
เพศ	.609	.372	.834	.832
อายุ	.145	.104	.474	.135
ระดับการศึกษา	.137	.004*	.132	.066
ตำแหน่งงาน	.946	.931	.613	.913
ประสบการณ์	.484	.005*	.594	.211

3.2 การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

3.2.1 การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ พบว่า เพศต่างกัน มีความเห็นต่อประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน

3.2.2 การเปรียบเทียบกระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่างกัน มีความเห็นต่อประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน

3.2.3 การเปรียบเทียบกระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่างกัน มีความเห็นต่อประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน

3.2.4 การเปรียบเทียบกระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า ตำแหน่งงานต่างกัน มีความเห็นต่อประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน

3.2.5 การเปรียบเทียบกระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามประสบการณ์ในกลุ่ม พบว่า ประสบการณ์การทำงานในกลุ่มต่างกัน มีความเห็นต่อประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านภาพรวม

ประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน	ด้านการวางแผน		ด้านการจัดองค์กร		ด้านการนำ		ด้านการควบคุม	
	ค่าความสัมพันธ์	t-test	ค่าความสัมพันธ์	t-test	ค่าความสัมพันธ์	t-test	ค่าความสัมพันธ์	t-test
1. ด้านการผลิต	.181	.001*	.170	.002*	-.148	.008*	-.027	.625
2. ด้านการเงิน	.119	.034*	.096	.086	.095	.090	.018	.748
3. ด้านการตลาด	-.125	.025*	-.109	.052	.095	.088	.005	.922
ภาพรวม	.165	.003*	.146	.009*	.131	.019*	.006	.911

จากตารางที่ 3 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านการวางแผน พบว่า มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการผลิตมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางที่ระดับ .05 ด้านการจัดองค์การ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการผลิตมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางที่ระดับ .05 ด้านการนำองค์การและด้านการควบคุม พบว่า พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

การศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยอภิปรายผลได้ ดังนี้

กระบวนการจัดการและประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในระดับมาก

กระบวนการจัดการธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการจัดองค์การ ด้านการนำ ด้านการควบคุม และด้านการวางแผน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อุษา เหล่าตัน ประโยชน์ ส่งกลิ่น และ วินัยผลเจริญ (2560) ได้ศึกษาการจัดการธุรกิจชุมชนในเขตอำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกธุรกิจชุมชนในเขตอำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชน โดยรวมและรายด้านทุกด้าน อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการจัดองค์การ รองลงมา ได้แก่ ด้านการควบคุม ด้านการวางแผนและด้านการนำ

ประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการตลาด ด้านการเงิน หรือ เงินทุน และด้านการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณรงค์ชัย นวลจันทร์ และ สุธาสินี ศิริโกศาภิรมย์. (2552) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับ ค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย

การเปรียบเทียบกระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

กระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นันทน์ภัส พงศ์โกคินสถิต และ บุญทิศา ไ้วศิริมณี. (2552) ได้ศึกษา การบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้จากการรวมกลุ่มประกอบอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่งในกลุ่ม ระยะเวลาที่เข้าเป็นสมาชิก และประเภทของธุรกิจชุมชน ไม่แตกต่างกัน

กระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอายุ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นันทน์ภัส พงศ์โกคินสถิต และ บุญทิศา ไ้วศิริมณี. (2552) ได้ศึกษา การบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

กระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พนาพร สมฤทธิ์ (2554) ได้ศึกษา การพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดของสินค้า OTOP เค้กกล้วย จังหวัดลำพูน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันส่งผลให้มีปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อต่างกัน

กระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามตำแหน่งงาน ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เพียงใจ น้อยดี (2553) ได้ศึกษา การดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนพื้นฐาน และธุรกิจชุมชนก้าวหน้า มีระดับการปฏิบัติในกระบวนการดำเนินงานของสมาชิกธุรกิจชุมชนโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ความสำเร็จของสมาชิกธุรกิจชุมชน ด้านความจำเป็นพื้นฐาน และด้านคุณภาพชีวิต จำแนกตามตำแหน่งและประเภทของธุรกิจชุมชนและธุรกิจชุมชนก้าวหน้า โดยรวมและรายหมวด ไม่แตกต่างกัน

กระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามประสบการณ์การทำงานในกลุ่ม ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นันทน์ภัส พงศ์โกคินสถิต และ บุญทิศา ไ้วศิริมณี.(2552) ได้ศึกษา การบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้จากการรวมกลุ่มประกอบอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่งในกลุ่ม ระยะเวลาที่เข้าเป็นสมาชิก และประเภทของธุรกิจชุมชน ไม่แตกต่างกัน

การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

ประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณรงค์ชัย นวลจันทร์ และ สุธาสินี ศิริโคคาภิรมย์. (2552) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ผลการวิจัยพบว่า ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี เมื่อจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อายุ คณะที่ศึกษา และสถานที่อยู่ปัจจุบัน พบว่า มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน

ประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอายุ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เสถียรณภัส ศรีวะระมย์ (2559) ได้ศึกษา ความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินการส่งเสริมธุรกิจชุมชน ของสำนักงานเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผลการเปรียบเทียบสมาชิกธุรกิจชุมชนสำนักงานเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่เข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม และสถานภาพภายในกลุ่มต่างกันมีความคิดเห็นต่อการดำเนินการส่งเสริมธุรกิจชุมชนไม่แตกต่างกันเมื่อเปรียบเทียบรายด้านพบว่าด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

ประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เสถียรณภัส ศรีวะระมย์ (2559) ได้ศึกษา ความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินการส่งเสริมธุรกิจชุมชน ของสำนักงานเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผลการเปรียบเทียบสมาชิกธุรกิจชุมชนสำนักงานเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่เข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม และสถานภาพภายในกลุ่มต่างกันมีความคิดเห็นต่อการดำเนินการส่งเสริมธุรกิจชุมชนไม่แตกต่างกันเมื่อเปรียบเทียบรายด้านพบว่าด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

ประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามตำแหน่งงาน ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เสถียรณภัส ศรีวะระมย์ (2559) ได้ศึกษา ความคิดเห็น

ของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินการส่งเสริมธุรกิจชุมชน ของสำนักงานเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผลการเปรียบเทียบสมาชิกธุรกิจชุมชนสำนักงานเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่เข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม และสถานภาพภายในกลุ่มต่าง ๆ มีความคิดเห็นต่อการดำเนินการส่งเสริมธุรกิจชุมชนไม่แตกต่างกันเมื่อเปรียบเทียบรายด้านพบว่าด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

ประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งในกลุ่ม ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เสถียรณภัส ศรีวรรณย์ (2559) ได้ศึกษา ความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินการส่งเสริมธุรกิจชุมชน ของสำนักงานเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผลการเปรียบเทียบสมาชิกธุรกิจชุมชนสำนักงานเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่เข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม และสถานภาพภายในกลุ่มต่าง ๆ มีความคิดเห็นต่อการดำเนินการส่งเสริมธุรกิจชุมชนไม่แตกต่างกันเมื่อเปรียบเทียบรายด้านพบว่าด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

กระบวนการจัดการของธุรกิจชุมชน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ด้านภาพรวมพบว่า ในภาพรวมไม่มีค่าความสัมพันธ์กัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการผลิตมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ระดับความสัมพันธ์ทุกด้านมีความสัมพันธ์ในระดับน้อยที่สุด ซึ่งกับสอดคล้องกับผลการวิจัยของเพ็ญใจ น้อยดี (2553) ได้ศึกษา การดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในอำเภอปรางค์บุรี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัย พบว่า กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนกับความสำเร็จของสมาชิกธุรกิจชุมชนด้านความจำเป็นพื้นฐานและด้านคุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. กระบวนการจัดการธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ด้านการวางแผนมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยพบว่า การประเมินผลการปฏิบัติงานของกลุ่มมีน้อย ดังนั้น กลุ่มธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ควรมีการวางแผนการประเมินผลการปฏิบัติงานของกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ โดยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาที่ชัดเจน เพื่อความเที่ยงตรงและโปร่งใสในการประเมินผล
2. ประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ด้านการเงินค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยพบว่า ดังนั้น กลุ่มธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ควรมีการสำรวจแหล่งเงินทุน ซึ่งอาจจะหาแหล่งสนับสนุนจากภาครัฐในการดำเนินการลงทุนในเบื้องต้น

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษา กระบวนการจัดการที่มีผลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี เป็นรายด้าน
2. ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพโดยอาศัยหลักการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจชุมชน เพื่อกำหนดกลยุทธ์วางแผนด้านต่างๆ เช่น การพัฒนาด้านการผลิตให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2555). **หลักการพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพฯ : กระทรวงมหาดไทย.
- กฤษฎ์ อุทัยรัตน์. (2555). **รายงานสัมพัทธ์แบบสร้างสรรค์และยั่งยืน**. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2563 จาก: http://hbs.hu.ac.th/old/activity/event/550219_G_HR/index.html
- กรณ์ พลอดมณี เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์ และสุพร เสียนสลาย.(2556).ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดฝึกอบรมด้านช่างให้กับบุคลากร ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของกรมทางหลวงชนบท : กรณีศึกษาพื้นที่ สำนักงานทางหลวงชนบทที่ 1.วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ .7 (2).1-15.
- ณรงชัย นวลจันทร์ และ สุชาสินี ศิริโกคาภิรมย์. (2552). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี .**ลพบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- ธีรวัรา บวชชัยภูมิ. (2559). **กระบวนการการบรรจุภัณฑ์สินค้าสำหรับการขนส่งสินค้าทางเรือด้วยตู้คอนเทนเนอร์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.สาขาการจัดการโลจิสติกส์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธวัช นันทโยธย. (2551). **พัฒนาการระบบส่งเสริมการเกษตรของประเทศไทย**. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการเกษตร.
- นภาพร ชันธนา. (2553). **กระบวนการการบริหาร**. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.
- นพพงษ์ บุญจิตราดล. (2551). **นิตยภับริหาร**. เชียงใหม่ : ออเรนจ์ กรุ๊ป ดีไซน์.
- นันทน์ภัส พงศ์โกคินสถิต และ บุญทิวา ไฉ่วศิริมณี.(2552). **การบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง**.กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- เนตร์พัฒนา ยาวีราช. (2560). **Modern Management การจัดการสมัยใหม่**. กรุงเทพฯ: ทริบเพิล กรุ๊ป.
- ประเวศน์ มหารัตน์กุล. (2556). **การจัดการและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์**. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.
- พนาพร สมฤทธิ์. (2554).**การพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดของสินค้า OTOP เด็กลำไย จังหวัดลำพูน**. ปัญหาพิเศษ.ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.สาขาบริหารธุรกิจ.มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- เพ็ญใจ น้อยดี. (2553). **การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- ภาณี อนันต์นาวิ. (2551). **หลักการ แนวคิด ทฤษฎี การบริหารการศึกษา**. ชลบุรี: มนตรี.
- เรืองยศ แวดล้อม. (2556). **การบริหารการศึกษา**. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 19 สิงหาคม 2563 จาก: <http://lek56.edublogs.org>
- ละอองศรี เหนียงแจ่ม. (2551). **หลักการจัดการ**. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2563 จาก: <http://203.158.184.2/eLearning/Management /unit1401.htm>
- วรรณ สุภาพุฒ. (2553). **การศึกษาปัญหาการวางแผนกลยุทธ์สถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาตราด**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- ศศิธรดา โชติชาติ. (2551). **การควบคุมพฤติกรรมของบุคคลในองค์กร**. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 29 สิงหาคม 2563 จาก: <http://www.dpu.ac.th/business/upload/tutorial/>.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติคม และชวลิต ประภาวนนท์. (2552). การบริหารสำนักงานแบบใหม่. กรุงเทพฯ: อีระพิมพ์ และไซเทค.
- สามารถ แทนวิสุทธิ์. (2557). การเปรียบเทียบกระบวนการบริหารและผลการดำเนินงาน ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตอำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560 – 2564. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดกาญจนบุรี กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2561). สมาชิกในกลุ่มธุรกิจชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี.ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2563 จาก <https://kanchanaburi.cdd.go.th/>
- สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2550). ยุทธศาสตร์วิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- เสถียรณภัส ศรีธรรมย์. (2559).ความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินการส่งเสริมธุรกิจชุมชน ของสำนักงานเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร .วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. 2 (1),208-225.
- สุรีย ศิริโกคาภิรมย์. (2553). วิทยาการวิจัย. ลพบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- อุษา เหล่าตัน ประโยชน์ ส่งกลิ่น และ วินัยผลเจริญ. (2560).การจัดการวิสาหกิจชุมชนในเขตอำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 9 (1), 24-37.

การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้าที่ส่งผลกระทบต่อ ผลการดำเนินงาน กรณีศึกษา ผู้ประกอบการ
ธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ในนิคมอุตสาหกรรม อมตะซิตี้

A study of supplier relationship management efficiency for Big bike industry
at Amata City Rayong

ศุภรดา วุฒิเจริญกิจ*
(Suparada Wuttijaroenkit)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า ที่มีต่อผลการดำเนินงาน กรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ในนิคมอุตสาหกรรม อมตะซิตี้ จ.ระยอง โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ในนิคมอุตสาหกรรม อมตะซิตี้ จ.ระยอง จำนวน 50 ราย ซึ่งทางผู้ศึกษาได้ทำการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยทำการส่งแบบสอบถามให้ผู้ส่งมอบปัจจัยการผลิตรายละ 5 แบบสอบถาม รวมเป็น 250 ชุด ซึ่งทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า ที่ส่งผลกระทบต่อ ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านกระบวนการภายใน ได้แก่ ปัจจัยการตอบสนองความต้องการ (Beta = 0.323) ปัจจัยด้านการสื่อสาร (Beta = 0.245) และ ปัจจัยด้านความร่วมมือ (Beta = 0.199) ในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ยังพบอีกว่า การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า ส่งผลกระทบต่อ ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านลูกค้า ได้แก่ ปัจจัยด้านการสื่อสาร (Beta = 0.270) ปัจจัยการตอบสนองความต้องการ (Beta = 0.211) และปัจจัยด้านความร่วมมือ (Beta = 0.179) ในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า ส่งผลกระทบต่อ ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านการเงิน ได้แก่ ปัจจัยด้านการสื่อสาร (Beta = 0.257) ปัจจัยด้านความร่วมมือ (Beta = 0.208) และปัจจัยการตอบสนองความต้องการ (Beta = 0.182) ในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า ส่งผลกระทบต่อ ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ได้แก่ ปัจจัยด้านการสื่อสาร (Beta = 0.331) และปัจจัยการตอบสนองความต้องการ (Beta = 0.220) ในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า ผลการดำเนินงาน ผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์

*หลักสูตรการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม สถาบันวิชาการวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.20230. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ภายใต้การควบคุมของ ดร.เจษฎา วงศ์แสนสุขเจริญ และ ดร.พงศ์ศักดิ์ บานชื่น

Master of Business Administration (Industrial Administration and Development) Academy of Management Sciences Kasetsart University 20230

Corresponding author: Suparada_K @gmail.com

ABSTRACT

This research is a quantitative research. (Quantitative Research) by using survey research (Survey Research Method) with the objective To study relationship management with trading partners On the results of operations, a case study of the entrepreneurs of the Big bike motorcycle business in Amata City Industrial Estate, Rayong Province, the sample group in this study is 50 entrepreneurs of Big bike motorcycle business in Amata City Industrial Estate, Rayong Province. By using Purposive Sampling, 5 questionnaires were sent to each supplier of inputs for a total of 250 sets. The hypothesis was tested using statistics. Multiple Regression Analysis

The results of the study showed that Managing relationships with trading partners that affect performance The internal processes of Big bike motorcycle entrepreneurs were demand response factor (Beta = 0.323), communication factor (Beta = 0.245) and cooperation factor (Beta = 0.199) at a statistically significant level of 0.05. It was found that the management of relationships with trading partners affected the performance. The customer side was the communication factor (Beta = 0.270), the demand response factor (Beta = 0.211) and the cooperation factor (Beta = 0.179) at the statistical significance level 0.05. Relationships with trading partners affect results of operations the financial aspects of the Big bike motorcycle entrepreneurs were communication factor (Beta = 0.257), cooperation factor (Beta = 0.208) and demand response factor (Beta = 0.182) at the statistical significance level 0.05. Relationships with trading partners affect results of operations the learning and development factors of Big bike motorcycle entrepreneurs were communication factor (Beta = 0.331) and demand response factor (Beta = 0.220) at a statistically significant level of 0.05.

Keywords: supplier relationship management, efficiency, Big bike motorcycle industry

Article history:

Received 20 January 2021

Revised 9 May 2021

Accepted 11 May 2021

SIMILARITY INDEX = 6.84 %

1. บทนำ

การศึกษากระบวนการบริหารจัดการซัพพลายเชนทั้งในอุตสาหกรรมการผลิต และอุตสาหกรรมบริการ เริ่มต้นในช่วงปี 1990 ที่อุตสาหกรรมต่างๆ มีการแข่งขันกันสูง ทำให้ธุรกิจต้องเผชิญกับการแข่งขันด้านต้นทุน และจำเป็นต้องมีการปรับปรุงการบริหารงานเพื่อลดค่าใช้จ่าย โดยไม่ส่งผลกระทบต่อลูกค้า ดังนั้นจึงเกิดการพัฒนาระบบการบริหารจัดการระบบโซ่อุปทาน หรือซัพพลายเชน (Supply Chain Management) เพื่อบริหารจัดการกำลังการผลิต หรือการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยที่การบริหารจัดการกระบวนการซัพพลายเชนที่มี ประสิทธิภาพ จะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นของลูกค้าต่อองค์กร เพิ่มความยืดหยุ่นในการบริหารงาน และนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้ (ชนิดา พงษ์พานารัตน์, 2554) โดยเป็นการกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจที่สอดคล้องกัน ให้ความสำคัญกับการบูรณาการทางการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ซึ่งการจัดการโซ่อุปทานที่ดีจะส่งผลให้สมาชิกภายในโซ่อุปทานได้รับประโยชน์ โซ่อุปทานที่เป็นเอกภาพจะเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันตลอดเป็นผลให้โซ่อุปทานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ด้วยต้นทุนที่แข่งขันได้ และในการดำเนินงานของโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีการอาศัยการจัดการภายในที่มีประสิทธิผล ในแต่ละโซ่อุปทานจึงจะใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อดำเนินกิจกรรมต่างๆ ภายในองค์กร การจัดการโลจิสติกส์ภายในองค์กร จึงมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ

ปัจจุบันสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันทางธุรกิจได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคซึ่งมีความซับซ้อนมากขึ้น ทั้งนี้โลจิสติกส์ได้เริ่มมีความสำคัญมากขึ้น เนื่องจากการจัดการโลจิสติกส์ที่ดีไม่เพียงแต่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ยังสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันโดยการลดต้นทุน สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการอีกด้วย ดังนั้นการที่ธุรกิจจะอยู่รอดและมีอำนาจในการแข่งขันกับตลาดได้จึงจำเป็นต้องปรับปรุงระบบการผลิตและลดค่าใช้จ่ายที่เกิดในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ที่ไม่มีคุณภาพซึ่งก่อให้เกิดต้นทุนที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มเนื่องจากการผลิตของเสีย เพื่อการอยู่รอดและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

จากความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และสภาพการณ์อุตสาหกรรมยานยนต์ในปัจจุบัน ส่งผลต่อการประกอบการของผู้ขายรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ เป็นอย่างมาก จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัย การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้าที่ส่งผลต่อ ผลการดำเนินงาน กรณีศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ในนิคมอุตสาหกรรม อมตะซิตี้ จ.ระยอง เพื่อประโยชน์ในการนำไปเป็นข้อมูลวางแผนและพัฒนาในเชิงนโยบายกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้าที่มีต่อ ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ในนิคมอุตสาหกรรม อมตะซิตี้ จ.ระยอง

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบปัจจัยการผลิต (Supplier Relationship Management: SRM)

การบริหารความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบปัจจัยการผลิต เป็นหนึ่งในกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ให้แนวทางในการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบปัจจัยการผลิต และร่วมพัฒนาไปด้วยกัน สำหรับผู้ค้าที่มีความสำคัญมากกับองค์กรซึ่งมีจำนวนไม่มากมาย ลักษณะความร่วมมือเป็นการบริหารงานภายใต้สัญญาสินค้าและบริการที่เป็นการปรับปรุง พัฒนาสินค้าและบริการ ลดความไม่แน่นอนของความต้องการและส่งเสริมการแบ่งปันข้อมูล การบริหารความสัมพันธ์กับผู้ค้าเป็นการพัฒนาความสัมพันธ์ในเชิงหุ้นส่วนซึ่งปัจจัยที่สำคัญในการส่งเสริมให้การจัดหาเชิงกลยุทธ์ประสบความสำเร็จโดยช่วยให้องค์กรสามารถลดต้นทุน พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด และสร้างมูลค่าเพิ่มโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความร่วมมือทั้งสองฝ่ายในระยะยาวและประสบความสำเร็จร่วมกัน (Lambert , Garcia-Dastugue, & Croxton 2005) ซึ่งการทำงานร่วมกันในระยะยาวในฐานะหุ้นส่วนรวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูล เทคโนโลยี ตลอดจนการพัฒนาหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่ายในส่วนของผู้ธุรกิจและผู้ค้า (บุญทวี จันทรลักษณ์ และชลินธร ธาณิรัตน์, 2558)

จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าปัจจัยการดำเนินงานที่มีผลต่อการสร้างความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทาน ประกอบด้วย 5 ปัจจัย (Fierro and Redondo, 2008) ประกอบด้วย

- 1) ความร่วมมือ (Cooperation) คือการประสานความร่วมมือในการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ (Anderson and Narus, 1990; Cannon and Perrault, 1999) ในการกำหนดเป้าหมายที่สามารถใช้ร่วมกับกลยุทธ์ของสมาชิกในห่วงโซ่อุปทานต่อการทำงาน เช่น การร่วมกันแก้ไขปัญหา การวางแผนการดำเนินงานร่วมกัน การส่งเสริมและร่วมทุนกันในการพัฒนาโครงการและความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูล การผลิต ทำให้ผู้จัดหาวัตถุดิบตอบสนองต่อความต้องการของผู้ผลิต ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการ จัดส่งวัตถุดิบและความสามารถวางแผนกำลังการผลิตได้ดีมากขึ้น (Petersen., 2005)

- 2) ความไว้วางใจ (Trust) คือปัจจัยที่ช่วยให้ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในห่วงโซ่อุปทาน โดยความสัมพันธ์จะแนบแน่นมากขึ้นเท่าใดขึ้นอยู่กับระดับความไว้วางใจที่มีต่อกัน (Ganesan, 1994; Siguaw, 1998) ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจในเรื่องของการบริหารความสัมพันธ์แบบองค์รวมจากภายในสู่ภายนอก และจากภายนอกสู่ภายใน ตั้งแต่พนักงานภายในสู่ลูกค้าและผู้จัดหาวัตถุดิบ ทำให้เกิดความร่วมมือในการสร้างคุณค่าใหม่สู่ลูกค้าอย่างต่อเนื่องรวมทั้งร่วมมือลดต้นทุนกับลูกค้าช่วยสร้างความเชี่ยวชาญใหม่ให้ธุรกิจจนเกิดมูลค่าแปลกใหม่สู่ลูกค้าคนสุดท้าย (Heffernan, 2004)

- 3) การสื่อสาร (Communication) คือการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่สำคัญระหว่างกันอยู่เสมอ โดยผ่านช่องทางการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร ส่งผลให้ลดความล่าช้าในการดำเนินงานทำให้การตัดสินใจและตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วทันเวลา (Anderson and Narus, 1990) การสื่อสารเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จของการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร (Mohr et al., 1996) ทำให้ การแลกเปลี่ยนข้อมูลที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานการตัดสินใจต่าง ๆ สามารถทำได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น การสื่อสารที่ดีจะช่วยลดปัญหาการประสานงานระหว่างกันซึ่งทำให้เกิดความล่าช้าในการดำเนินงานจึงส่งผลให้องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วขึ้น นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Cannon and Homburg, 2001; Rao et al., 2006)

- 4) การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Adaptation to expectation) คือความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วถูกต้องทันเวลาโดยสามารถปรับเปลี่ยนแผนการทำงานเพื่อรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคตได้ตลอดเวลา (Cambra and Polo,

2007) องค์กรต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยที่สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าที่หลากหลายโดยเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ราคาต่ำ ได้ในเวลาอันสั้นองค์กรนั้นย่อมได้เปรียบการแข่งขันเหนือคู่แข่งเนื่องจากมีความสามารถในการบริหารการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน ขององค์กรในห่วงโซ่อุปทานร่วมกันได้อย่างสอดคล้องเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของลูกค้าและสภาพแวดล้อมของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งในปัจจุบันและอนาคต (Parsons, 2002)

5) ความสัมพันธ์ระยะยาว (Long term orientation) คือการสร้างให้สมาชิกในห่วงโซ่อุปทานตั้งใจทุ่มเทและพยายามที่จะรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกันให้ยาวนานโดยมีการทำงานร่วมกันอยู่เสมอและมีความซื่อสัตย์ต่อกัน อย่างมั่นคงตลอดไป (Cambra and Polo, 2007) ความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างสมาชิกในห่วงโซ่อุปทานจะช่วยสนับสนุนให้องค์กรมีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นโดยที่ต้นทุนขององค์กรลดน้อยลง (Ganesen, 1994)

กล่าวโดยสรุปคือปัจจัยการสื่อสาร ปัจจัยความไว้วางใจ ปัจจัยความร่วมมือปัจจัยการตอบสนองความต้องการและปัจจัยความสัมพันธ์ระยะยาว มีความสำคัญต่อการสร้างความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบและผู้ซื้อ โดยความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบจะส่งผลต่อการดำเนินงานของผู้ซื้อ ซึ่งการหาแหล่งวัตถุดิบและชิ้นส่วนที่มีต้นทุนต่ำจะช่วยให้องค์กรธุรกิจสามารถลดต้นทุนการผลิตและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้ดีขึ้น จึงเป็นที่มาของการนำปัจจัยดังกล่าวมาเป็นตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า (Supplier Relationship Management: SRM)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวัดผลการดำเนินงาน

Balanced Scorecard เป็นดัชนีวัดผลสำเร็จของการดำเนินงาน วิธีนี้พัฒนาขึ้นโดย Kaplan and Norton แห่ง Harvard Business School เครื่องมือนี้ได้รับการออกแบบขึ้นมาในปี ค.ศ. 1996 เพื่อพัฒนาปรับปรุงระบบการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ และต่อมาได้รับการนำไปใช้ในองค์กรทั้งที่นั่นกำไรและไม่หวังผลกำไรอย่างแพร่หลาย

Kaplan and Norton (1996) ได้กล่าวถึงแนวคิด Balanced Scorecard ไว้ว่า ในปัจจุบันการประเมินผลองค์กรไม่สามารถใช้แต่ตัวชี้วัดทางการเงินแต่เพียงอย่างเดียว ผู้บริหารต้องพิจารณา มุมมองอื่น ๆ ด้วยจะเห็นได้ว่า Balanced Scorecard ประกอบด้วยมุมมอง (Perspectives) 4 มุมมอง ได้แก่

1. มุมมองทางการเงิน (Financial Perspective)
2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective)
3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective)
4. มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective)

Balanced Scorecard นั้นสามารถเป็นเครื่องมือในการแปลงวิสัยทัศน์แผนกลยุทธ์ของ องค์กรไปสู่การนำไปปฏิบัติ เป็นเครื่องมือในการปรับปรุง พัฒนากลไกภายในองค์กรให้ครอบคลุมและมีความสมดุลทั้ง 4 มุมมองคือมุมมองทางการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา รวมถึงเป็นเครื่องมือในการติดตามผลการดำเนินงานที่มี แผนปฏิบัติการเป้าหมายความสำเร็จ กำหนดไว้อย่างชัดเจน และเป็นเครื่องมือในการประเมินผล และวัดระดับความสามารถขององค์กรหรือหน่วยงาน อีกทั้งมีการเปรียบเทียบ (Benchmarking) กับคู่แข่งทางธุรกิจได้อีกด้วย

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิริณา แก้วสุน และไกรชิต สุตะเมือง (2559) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีต่อผลการดำเนินการด้านการจัดซื้อจัดหาผักและผลไม้สดในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้เกี่ยวกับปัจจัยการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการด้านการจัดซื้อจัดหาผักและผลไม้สดในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยคำนึงถึงการจัดการความเสี่ยงและเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันในโซ่อุปทานอาหารสด ที่มีโอกาสเกิดจากความไม่แน่นอนโดยเฉพาะในผลผลิต ทางเกษตร ทั้งปัจจัยจากการขนส่ง ขั้นตอนการบรรจุ ฤดูกาล สภาพอากาศและคุณลักษณะเฉพาะของผัก และผลไม้สด ที่มีอายุสั้น เสียหายง่าย จึงมีการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับมาทั้งหมด 172 ตัวอย่างจากทั้งหมด 317 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นตัวแทนร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่จำหน่ายอาหารสด จากฝ่ายจัดซื้อและ ฝ่ายปฏิบัติการหรือสาขาที่มีพื้นที่อยู่ใน กรุงเทพมหานคร แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ไปสัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญ เพื่อยืนยันผลการวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่มีผลสำคัญทางสถิติจำนวน 6 ปัจจัยของการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบ ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ นโยบายของผู้ซื้อ ขั้นตอนการสั่งซื้อ ความขัดแย้งระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการด้านการจัดซื้อจัดหา

นพปฎล สุวรรณทรัพย์ และมณฑล ศาสนนันท์ (2557) ศึกษาเรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดซื้อด้วยการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จำหน่าย กรณีศึกษา อุตสาหกรรมซ่อมบำรุงอากาศยานในประเทศไทย ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยใช้เทคนิคแบบเดลฟาย กับผู้เชี่ยวชาญทางด้านการจัดซื้อ จากองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการซ่อมบำรุงอากาศยาน จำนวน 10 องค์กร องค์กรละ 2 ท่าน จากการศึกษา พบว่า การจัดการความสัมพันธ์กับผู้จำหน่ายในอุตสาหกรรมซ่อมบำรุงอากาศยาน มี 2 รูปแบบหลัก ได้แก่ การจัดการความสัมพันธ์แบบผิวเผิน และการจัดการความสัมพันธ์แบบร่วมมือ โดยการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จำหน่ายแบบผิวเผินจะเหมาะสมกับสินค้าที่มีความสำคัญต่ออากาศยานน้อย มีจำหน่ายทั่วไป เป็นสินค้าที่ใช้แล้ว หหมดไป (Consumable Parts) ความสัมพันธ์ดังกล่าวจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดซื้อในเรื่องของต้นทุนราคาสินค้าเป็นหลัก ในขณะที่การจัดการความสัมพันธ์แบบร่วมมือจะเหมาะสมกับสินค้าที่มีความสำคัญต่ออากาศยานสูง (First Priority Parts) มีมูลค่าสูง และส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ซ่อมบำรุงได้ (Repairable Parts) โดย ความสัมพันธ์ในรูปแบบดังกล่าวช่วยเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดซื้อในเรื่องของต้นทุนการขนส่งสินค้า และต้นทุน ในการสั่งซื้อเพิ่มประสิทธิภาพในเรื่องการตอบสนองการสั่งซื้อประสิทธิภาพทางการขนส่งและเพิ่มประสิทธิภาพในด้านคุณภาพของสินค้าและผู้จำหน่าย

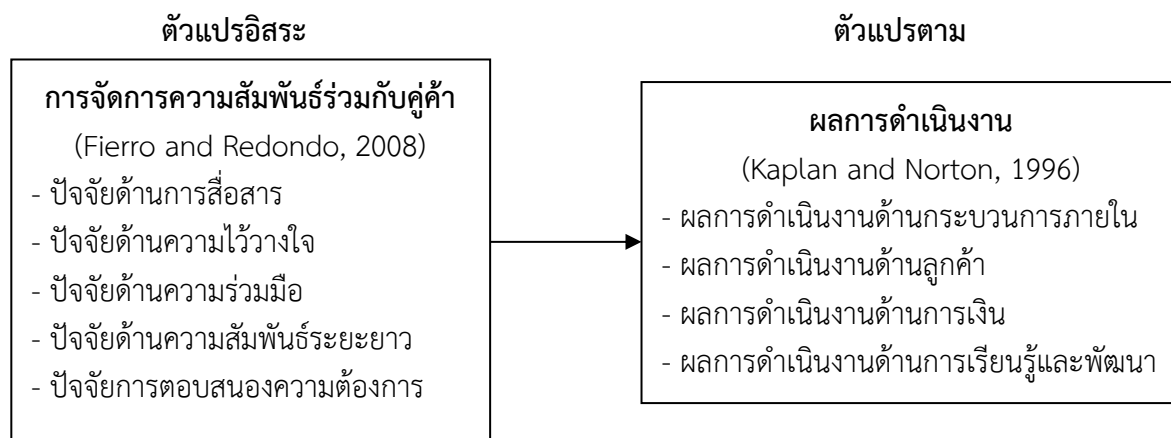
สุรสา บุญทา (2554) ศึกษาเรื่อง การประเมินประสิทธิภาพสายโซ่อุปทานอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ และผู้ประกอบยานยนต์ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน โดยส่วนที่ 1 เพื่อให้ทราบข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 เพื่อประเมินผลการดำเนินงานมุมมองด้านลูกค้า และส่วนที่ 3 เพื่อให้ทราบความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สำหรับงบการเงินนั้น นำมาประเมินผลมุมมองด้านการเงิน ในมุมมองด้านการเงิน ผลประกอบการของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์และผู้ประกอบยานยนต์อยู่ในเกณฑ์ดี และมีแนวโน้มที่ดีขึ้นเรื่อยๆ มุมมองด้านลูกค้าพบว่า ผู้ประกอบยานยนต์มีความพึงพอใจมากในการดำเนินงานของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งบรรลุลระดับความสำคัญที่ผู้ประกอบยานยนต์กำหนดไว้ สำหรับมุมมองด้านกระบวนการภายในผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มองว่าผลการดำเนินงานของตนอยู่ในระดับดี และสุดท้าย มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ประเมินผลการดำเนินงานของตนเองว่าอยู่ในระดับดีเช่นเดียวกัน

ศรายุทธ ตรียศิลาพันธ์ (2554) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบกับผู้ซื้อในอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดนครราชสีมา ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลความ คิดเห็นของ

ผู้บริหารหรือผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อของโรงงานอาหารจำนวน 67 คน ข้อมูลที่ได้นำมา วิเคราะห์โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอน ผลการศึกษาพบว่า การตระหนักความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบ และผู้ซื้อในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทานในภาพรวมและประสิทธิผลการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทานในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ การตระหนักด้านการเชื่อมโยงในห่วงโซ่อุปทานที่สูงขึ้นจะส่งผลต่อการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบและผู้ซื้อให้เพิ่มสูงขึ้น การเพิ่มขึ้นของการดำเนินงานด้านความร่วมมือและการดำเนินงานด้านการสื่อสารจะส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบและผู้ซื้อให้เพิ่มสูงขึ้น

กรอบแนวคิดในการท้าววิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดและทฤษฎี ปัจจัยการสร้างความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทาน การศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาผู้ศึกษาพบว่าปัจจัยการสร้างความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทาน ประกอบไปด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ความร่วมมือ (Cooperation) ความไว้วางใจ (Trust) การสื่อสาร (Communication) การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Adaptation to Expectation) และความสัมพันธ์ระยะยาว (Long Term Orientation) (Fierro and Redondo, 2008) และวิธีประเมินผลการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทาน คือ วิธีการวัดผลด้วย Balance Scorecard (BSC) (Kaplan and Norton, 1996) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียด ดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษากิจการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ในนิคมอุตสาหกรรม อมตะซิตี้ จ.ระยอง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดในการเก็บข้อมูล โดยมุ่งศึกษากับ ประชากร คือ ผู้ส่งมอบปัจจัยการผลิตให้กับสถานประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ในนิคมอุตสาหกรรม อมตะซิตี้ จ.ระยอง จำนวน 57 ราย โดยมีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การเปิดตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970 อ้างใน อธิวิทย์ เอกะกุล, 2543) ได้ตัวอย่างเป็นผู้ส่งมอบปัจจัยการผลิตให้กับสถานประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ในนิคมอุตสาหกรรม อมตะซิตี้ จ.ระยอง จำนวน 50 ราย ซึ่งทางผู้ศึกษาได้ทำการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกส่งมอบปัจจัยการผลิต

ผลิตที่มีฐานการผลิตอยู่ในประเทศไทย และทำการส่งแบบสอบถามให้ผู้ส่งมอบปัจจัยการผลิตรายละเอียด 5 แบบสอบถาม รวมเป็น 250 ชุด โดยใช้การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Independent Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานและใช้สถิติ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อใช้พยากรณ์

4. ผลการวิจัย

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ตำแหน่ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำงานในตำแหน่งพนักงานขาย ตามลำดับ ลักษณะการประกอบกิจการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ลักษณะการประกอบกิจการเป็นตัวแทนกระจายสินค้าและจำหน่าย ศูนย์จดทะเบียนบริษัท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีทุนจดทะเบียนบริษัทอยู่ในระดับ 5 -10 ล้านบาท ระยะเวลาดำเนินการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระยะเวลาดำเนินการอยู่ในระดับ 5 - 10 ปี ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านการจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ในนิคมอุตสาหกรรม อมตะซิตี้ จ.ระยอง โดยรวม ซึ่งหมายถึงระดับความคิดเห็นของพนักงาน อยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก และเมื่อพิจารณาแยกตามรายด้านพบว่า ลำดับที่หนึ่ง คือ ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ซึ่งระดับความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก ลำดับถัดไป คือ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระยะยาว ซึ่งระดับความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก ลำดับถัดไป คือ ปัจจัยการตอบสนองความต้องการ ซึ่งระดับความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์สำคัญปานกลาง ลำดับถัดไป คือ ปัจจัยด้านความร่วมมือ ซึ่งระดับความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์สำคัญปานกลาง และลำดับสุดท้าย คือปัจจัยด้านการสื่อสาร ซึ่งระดับความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์สำคัญปานกลาง ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จ.ระยอง โดยรวม ซึ่งหมายถึงระดับความคิดเห็นของพนักงาน อยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก และเมื่อพิจารณาแยกตามรายด้านพบว่า ลำดับที่หนึ่ง คือ ผลการดำเนินงานด้านการเงิน ซึ่งระดับความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก ลำดับถัดไป คือ ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า ซึ่งระดับความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก ลำดับถัดไป คือ ผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และพัฒนา ซึ่งระดับความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์สำคัญมาก และลำดับสุดท้าย คือ ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน ซึ่งระดับความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์สำคัญมากตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 : การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า ส่งผลต่อ ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ในนิคมอุตสาหกรรม อมตะซิตี้ จ.ระยอง

ตารางที่ 1 ผลของการวิเคราะห์การถดถอยพหุ ของการจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้าที่ส่งผลต่อ ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านกระบวนการภายใน

ตัวแปร	b	SE _b	β	t	sig	Tolerance	VIF
การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า							
(Constant)	.804	.153		5.272	.000*	.242	4.133
ปัจจัยด้านการสื่อสาร	.332	.083	.323	4.026	.000*	.320	3.129
ปัจจัยด้านความไว้วางใจ	.099	.051	.134	1.923	.056	.322	3.107
ปัจจัยด้านความร่วมมือ	.188	.066	.199	2.857	.005*	.211	4.739
ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระยะยาว	-.010	.082	-.010	-.118	.906	.457	2.188
ปัจจัยการตอบสนองความต้องการ	.240	.057	.245	4.192	.000*	.242	4.133

SE_{est} = ±.46; Durbin-Watson = 1.978 หมายถึง: * หมายถึงนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

R = 0.788; R² = 0.621; F = 79.809; DF = 5; sig = 0.000

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุพบว่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.788 หมายถึงปัจจัยการจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านกระบวนการภายใน ร้อยละ 78.80 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R Square) เท่ากับ 0.621 หมายความว่า ปัจจัยการจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามร้อยละ 62.10 ซึ่งเป็นในทิศทางเดียวกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 อีกร้อยละ 37.90 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้ศึกษา และยังพบว่าตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว สามารถทำนาย ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านกระบวนการภายใน โดยใช้สถิติ Multiple Regression Analysis พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า ส่งผลต่อ ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านกระบวนการภายใน ในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ อุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จ.ระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 79.809$, $df = 5$, ค่า Sig. = 0.000)

การวิเคราะห์ขนาดของอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านกระบวนการภายใน จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยการตอบสนองความต้องการ (Beta = 0.323) ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านกระบวนการภายใน มากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการสื่อสาร (Beta = 0.245) และลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านความร่วมมือ (Beta = 0.199) มีผลต่อผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านกระบวนการภายใน โดยมีตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกทั้งสิ้น 3 ตัวแปร ดังนั้น จึงสามารถอธิบายผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านกระบวนการภายใน ในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ อุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จ.ระยอง ได้ว่า ผลการดำเนินงานในโซ่อุปทานของของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน ที่เพิ่มขึ้น เป็นผลมาจาก ปัจจัยด้านการสื่อสาร ปัจจัยด้านความร่วมมือ และปัจจัยการตอบสนองความต้องการ ที่เพิ่มขึ้น

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 : การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้าส่งผลต่อ ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านลูกค้า ในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ อุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จ.ระยอง

ตารางที่ 2 ผลของการวิเคราะห์การถดถอยพหุ ของการจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในโซ่อุปทานของซัพพลายเออร์ ด้านผลการดำเนินงานด้านลูกค้า

ตัวแปร	b	SE _b	β	t	sig	Tolerance	VIF
การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า							
(Constant)	1.889	.177		10.686	.000		
ปัจจัยด้านการสื่อสาร	.246	.096	.270	2.577	.011	.242	4.133
ปัจจัยด้านความไว้วางใจ	-.007	.059	-.010	-.111	.912	.320	3.129
ปัจจัยด้านความร่วมมือ	.150	.076	.179	1.966	.050	.322	3.107
ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระยะยาว	.008	.095	.009	.082	.935	.211	4.739
ปัจจัยการตอบสนองความต้องการ	.183	.066	.211	2.770	.006	.457	2.188

SE_{est} = ±.46; Durbin-Watson = 2.005 หมายเหตุ: * หมายถึงนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

R = 0.529; R² = 0.350; F = 26.314; DF = 5; sig = 0.000

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 : การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้าส่งผลต่อ ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ด้านการเงิน ในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ อุตสาหกรรมอมตะชีวิต จ.ระยอง

ตารางที่ 3 ผลของการวิเคราะห์การถดถอยพหุ ของการจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในโซ่อุปทานของซัพพลายเออร์ ด้านผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน

ตัวแปร	b	SE _b	β	t	sig	Tolerance	VIF
การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า							
(Constant)	1.795	.170		10.578	.000*		
ปัจจัยด้านการสื่อสาร	.233	.092	.257	2.542	.012*	.242	4.133
ปัจจัยด้านความไว้วางใจ	.019	.057	.030	.336	.737	.320	3.129
ปัจจัยด้านความร่วมมือ	.173	.073	.208	2.366	.019*	.322	3.107
ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระยะยาว	.024	.091	.028	.258	.796	.211	4.739
ปัจจัยการตอบสนองความต้องการ	.157	.064	.182	2.470	.014*	.457	2.188
SE _{est} = $\pm$.51; Durbin-Watson = 1.724 หมายถึง: * หมายถึงนัยสำคัญที่ระดับ 0.05							
R = 0.628; R ² = 0.395; F = 31.803; DF = 5; sig = 0.000							

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุพบว่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.628 หมายถึงปัจจัยการจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า มีความสัมพันธ์กันกับผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ด้านการเงิน ร้อยละ 62.80 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R Square) เท่ากับ 0.395 หมายความว่า ปัจจัยการจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามร้อยละ 39.50 ซึ่งเป็นในทิศทางเดียวกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 อีกร้อยละ 60.50 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้ศึกษา และยังพบว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวสามารถทำนาย ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ด้านการเงิน โดยใช้สถิติ Multiple Regression Analysis พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H0 หมายความว่า การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า ส่งผลต่อ ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ด้านการเงิน ในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ อุตสาหกรรมอมตะชีวิต จ.ระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (F = 51.004, df = 5, ค่า Sig. = 0.000)

การวิเคราะห์ขนาดของอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ด้านการเงิน จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการสื่อสาร (Beta = 0.257) ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ด้านการเงิน มากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความร่วมมือ (Beta = 0.208) และลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยการตอบสนองความต้องการ (Beta = 0.182) มีผลต่อผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ด้านการเงิน โดยมีตัวแปรมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกทั้งสิ้น 3 ตัวแปร ดังนั้น จึงสามารถอธิบายผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ด้านการเงิน ในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ อุตสาหกรรมอมตะชีวิต จ.ระยอง ได้ว่า ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ด้านการเงิน ที่เพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระยะยาว ปัจจัยด้านความร่วมมือ และปัจจัยการตอบสนองความต้องการ ที่เพิ่มขึ้น

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 : การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้าส่งผลต่อ ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ อุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จ.ระยอง

ตารางที่ 4 ผลของการวิเคราะห์การถดถอยพหุ ของการจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในโซ่อุปทานของซัพพลายเออร์ ด้านผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา

ตัวแปร	b	SE _b	β	t	sig	Tolerance	VIF
การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า							
(Constant)	2.104	.159		13.226	.000*		
ปัจจัยด้านการสื่อสาร	.251	.086	.311	2.916	.004*	.242	4.133
ปัจจัยด้านความไว้วางใจ	.027	.054	.048	.513	.609	.320	3.129
ปัจจัยด้านความร่วมมือ	.040	.069	.054	.586	.558	.322	3.107
ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระยะยาว	.002	.086	.003	.027	.978	.211	4.739
ปัจจัยการตอบสนองความต้องการ	.169	.060	.220	2.842	.005*	.457	2.188
(Constant)	1.960	.142		13.816	0.000		

SE_{est} = $\pm$.48; Durbin-Watson = 1.832 หมายถึง: * หมายถึงนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

R = 0.573; R² = 0.329; F = 23.892; DF = 5; sig = 0.000

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุพบว่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.570 หมายถึงปัจจัยการจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า มีความสัมพันธ์กันกับผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ร้อยละ 57.00 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R Square) เท่ากับ 0.329 หมายความว่า ปัจจัยการจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามร้อยละ 31.40 ซึ่งเป็นในทิศทางเดียวกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 อีกร้อยละ 67.10 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้ศึกษา และยังพบว่าตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว สามารถทำนาย ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา โดยใช้สถิติ Multiple Regression Analysis พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H0 หมายความว่า การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า ส่งผลต่อ ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ อุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จ.ระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (F = 23.892, df = 5, ค่า Sig. = 0.000)

การวิเคราะห์ขนาดของอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการสื่อสาร (Beta = 0.331) ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา มากที่สุดและลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยการตอบสนองความต้องการ (Beta = 0.220) มีผลต่อผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา โดยมีตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกทั้งสิ้น 2 ตัวแปร ดังนั้น จึงสามารถอธิบายผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ อุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จ.ระยอง ได้ว่า ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บี๊กไบค์ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ที่เพิ่มขึ้น เป็นผลมาจาก ปัจจัยด้านการสื่อสาร และปัจจัยการตอบสนองความต้องการ ที่เพิ่มขึ้น

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้าส่งผลต่อ ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ด้านกระบวนการภายใน ในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ อุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จ.ระยอง

การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้าส่งผลต่อ ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ด้านกระบวนการภายใน โดยจากศึกษาพบว่า เมื่อมีการพูดคุย การวางแผนการผลิตร่วมกันระหว่าง ซัพพลายเออร์กับองค์กรพบว่าผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ด้านกระบวนการภายใน มีแนวโน้มที่ดีขึ้น โดยซัพพลายเออร์สามารถส่งมอบสินค้าได้ทันเวลา ในส่วนของการบริหารจัดการสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพดีขึ้น มีมาตรฐาน ของเสียที่ส่งถึงลูกค้าลดลง ทั้งนี้เนื่องจากซัพพลายเออร์กับองค์กรมีการแชร์ข้อมูลซึ่งกันและกันมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิรณา แก้วสุ่น และไกรจิต สุตะเมื่อง (2559) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีต่อผลการดำเนินการด้านการจัดซื้อจัดหาผักและผลไม้สดในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทย โดยผลการศึกษาพบว่า การศึกษาพบว่า ปัจจัยของการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการของซัพพลายเออร์

สมมติฐานที่ 2 การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้าส่งผลต่อ ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ด้านลูกค้า ในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ อุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จ.ระยอง การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้าส่งผลต่อ ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ด้านลูกค้า โดยจากศึกษาพบว่า เมื่อมีการพูดคุย การวางแผนการผลิตร่วมกันระหว่าง ซัพพลายเออร์กับองค์กรพบว่าผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ด้านลูกค้า มีแนวโน้มที่ดีขึ้น โดยองค์กรสามารถจัดส่งสินค้าได้ตรงตามที่ต้องการของลูกค้า ในการที่พบปัญหาองค์กรสามารถแจ้งต่อซัพพลายเออร์ ทำให้มีการติดตามแก้ไขปัญหาคืบหน้า ทำให้ความสามารถในการรักษาความสัมพันธ์ กับลูกค้าที่มีอยู่ให้ยืนยาวขึ้น อีกทั้งเมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ก็ทำให้องค์กรได้รับคำสั่งซื้อที่มากขึ้นไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรายุทธ ตรียสีลาพันธ์ (2554) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบกับผู้ซื้อในอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้า ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบและผู้ซื้อให้เพิ่มสูงขึ้น

สมมติฐานที่ 3 การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้าส่งผลต่อ ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ด้านการเงิน ในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ อุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จ.ระยอง การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้าส่งผลต่อ ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ด้านการเงิน โดยจากศึกษาพบว่า เมื่อมีการพูดคุย การวางแผนการผลิตร่วมกันระหว่าง ซัพพลายเออร์กับองค์กรพบว่าผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ ด้านการเงิน มีแนวโน้มที่ดีขึ้น โดยซัพพลายเออร์สามารถวางแผนการเงินสภาพคล่องของตนเองได้เป็นอย่างดี มีงบประมาณในการพัฒนาวัตถุดิบ และพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดีขึ้น ปัญหาทางด้านการวางบิล หรือปัญหาที่มาจากระยะเวลาการให้สินเชื่อหรือ Credit Term ขององค์กรต่อซัพพลายเออร์ลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิรณา แก้วสุ่น และไกรจิต สุตะเมื่อง (2559) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีต่อผลการดำเนินการด้านการจัดซื้อจัดหาผักและผลไม้สดในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทย โดยผลการศึกษาพบว่า การศึกษาพบว่า ปัจจัยของการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการของซัพพลายเออร์

สมมติฐานที่ 4 การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้าส่งผลต่อ ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บีบีไบค์ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ บีบีไบค์ อุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จ.ระยอง การจัดการความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้าส่งผลต่อ ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บีบีไบค์ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา โดยจากศึกษาพบว่า เมื่อมีการพูดคุย การวางแผนการผลิตร่วมกันระหว่าง ซัพพลายเออร์กับองค์กรพบว่าผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์ บีบีไบค์ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา มีแนวโน้มที่ดีขึ้น โดยพบว่า ซัพพลายเออร์มีการอบรมพนักงานให้มีความรู้ความสามารถ ทั้งทางด้านความรู้ในตัวสินค้าวัตถุดิบ เพื่อที่จะสามารถให้ข้อมูลและแนะนำวัตถุดิบให้กับลูกค้าองค์กรได้อย่างดี รวมถึงความรู้ในการใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการปฏิบัติงานเพื่ออำนวยความสะดวกต่อลูกค้าองค์กร การแชร์องค์ความรู้ซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นผลดีต่อทั้งสองฝ่ายไม่ว่าจะเป็นฝ่ายซัพพลายเออร์ หรือฝ่ายลูกค้าองค์กรสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิรณา แก้วสุ่น และไกรชิต สุตะเมือง (2559) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีต่อผลการดำเนินการด้านการจัดซื้อจัดหาผักและผลไม้สดในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทย โดยผลการศึกษาพบว่า การศึกษาพบว่า ปัจจัยของการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบ มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการของซัพพลายเออร์

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. องค์กรผู้ซื้อวัตถุดิบ กับซัพพลายเออร์ควรมีการหารือ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันตลอด โดยอาจจะมีการตั้งหน่วยงานหรือผู้ดูแลโดยตรง และมีมาตรฐานการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันอย่างชัดเจน เช่น การระบุหน้าต่างเวลาในการพูดคุยกันอย่างชัดเจนอาจจะเป็นเดือนละครั้งเป็นต้น ข้อมูลข่าวสารประเภทใดที่เหมาะสมต่อการแลกเปลี่ยนกัน หรือการปรึกษาหารือเรื่องความต้องการของแต่ละฝ่าย เพื่อเป็นโอกาสในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกัน และลดส่วนที่ทำให้เกิดการสิ้นเปลือง
2. องค์กรผู้ซื้อวัตถุดิบ กับซัพพลายเออร์ควรมีการระบุช่องทางการติดต่อ หรือช่องทางการแลกเปลี่ยนข้อมูล ที่ชัดเจน เช่นกรณีเร่งด่วนควรมี Emergency call มีการระบุผู้ที่รับผิดชอบที่ติดต่อได้อย่างชัดเจน
3. ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ในปัจจุบันระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมีสำคัญอย่างมากในการแข่งขันที่รุนแรง หากองค์กรผู้ซื้อวัตถุดิบ กับซัพพลายเออร์ สามารถตกลงกันในการร่วมลงทุนในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ก็จะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กรผู้ซื้อวัตถุดิบ และยังเป็น การเพิ่มความสัมพันธ์ในระยะยาวอีกด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลไม่ครอบคลุมปัจจัยที่ส่งผลการดำเนินงานของซัพพลายเออร์ ในทุกด้านได้ ในการวิจัยครั้งถัดไป ควรมีการเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพไปด้วย เพื่อที่จะให้ได้ข้อมูลที่มีความชัดเจนในมุมอื่น และเป็นข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น
2. ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่าตัวแปรที่สามารถอธิบายอิทธิพลของ การดำเนินงานของซัพพลายเออร์ ได้ไม่ทั้งหมด อาจจะมีตัวแปรด้านอื่นที่ส่งผลการดำเนินงานของซัพพลายเออร์เช่นกัน ดังนั้นงานวิจัยในเรื่องนี้ ควรจะได้รับการพัฒนาและคิดต่อยอดในด้านอื่นๆ เพื่อทดสอบต่อไปอีก
3. ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มุ่งศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ บีบีไบค์ นิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัด ระยอง เท่านั้น สำหรับในการวิจัยในครั้งต่อไปหรือ

สำหรับผู้สนใจ สามารถทำการศึกษาเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในอุตสาหกรรมอื่น หรือกลุ่มตัวอย่างที่มีสภาพแวดล้อมแตกต่างกันออกไปเพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยมาเทียบเคียง และนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์กว้างขวางต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ภิรดา แก้วสุน และไกรจิต สุตะเมือง. (2559). อิทธิพลของการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีต่อผลการดำเนินการด้านการจัดซื้อจัดหาผักและผลไม้สดในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทย. **วารสารวิชาการ RMUTT Global Business and Economics Review**, 11(2), 11-22.
- ชนิดา พงษ์พานารัตน์. (2554). การพัฒนาและทดสอบความตรงของตัวชี้วัดกระบวนการบริหารโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมบริการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธีรภูมิ เอกะกุล. (2543). **ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- นพพล สุวรรณทรัพย์ และมณฑล ศาสนนันท์. (2557). การเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดซื้อด้วยการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จำหน่าย กรณีศึกษา อุตสาหกรรมซ่อมบำรุงอากาศยานในประเทศไทย. **วารสารวิศวกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**, 9(1), 1-15.
- บุญทวี จันทร์กลับ และชลินทร์ ธานีรัตน์. (2558). การวิเคราะห์โซ่อุปทานของดอกมะลิ กรณีศึกษา ตำบลท่าเรือ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช. **วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)**, 8(1), 91-107.
- ศรายุทธ ตรีศิลานันท์. (2554). ความสัมพันธ์ห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบกับผู้ซื้อในอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สุรสา บุญทา. (2554). การประเมินประสิทธิภาพสายโซ่อุปทานอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการด้านโลจิสติกส์ (สหสาขาวิชา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Anderson, J. Narus, J. (1990). A model of distributor firm and manufacturer firm working Partnerships. **Journal of Marketing**, 54(1), 42-58.
- Cambra, J., Polo, Y. (2007). Assessment and reassessment of supply relationships: a case study in the Spanish wine industry. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research**, 13(2), 82-106.
- Cannon, J., Homburg, C. (2001). Buyer-supplier relationships and customer firm costs. **Journal of Marketing**, 65(1), 29-43.
- Cannon, J., Perrault, W. (1999). Buyer - seller relationships in business markets. **Journal of Marketing Research**, 36(4), 439-460.
- Fierro, J.C., Redondo, Y.P. (2008). Creating satisfaction in the demand-supply chain: the buyers perspective. **Supply Chain Management: An International Journal**, 13(3), 211 – 224.
- Ganesan, S. (1994). Determinants of long-term orientation in buyer-seller relationships. **Journal of Marketing**, 58(2), 1-18.

- Heffernan, T. (2004). Trust formation in cross-cultural business-to-business relationships. **Qualitative Market Research: An International Journal**, 7(2), 114 – 125.
- Kaplan, R. S. and D. P. Norton. 1996. Using the Balanced Scorecard as a Strategy Management System. **Harvard Business Review**, 74 (1): 75–85.
- Lambert, D.M. Garcia-Dastugue, S.J., & Croxton, K.L. (2005). An Evaluation of Process Oriented Supply Chain Management Frameworks, **Journal of Business Logistics**, 26(1), 25-51.
- Mohr, J., Fischer, R., Nevin, J. (1996). Collaborative Communication in Interfirm Relationships: Moderating Effects of Integration and Control. **Journal of Marketing**, 60(3), 103-115.
- Parsons, A. (2002). What determines buyer-seller relationship quality. An investigation from the buyer's perspective. **The Journal of Supply Chain Management**, 38(2), 4-12.
- Petersen, K., Handfield, R., Ragatz, G. (2005). Supplier integration into new product development: Coordinating product, process, and supply chain design. **Journal of Operations Management**, 23(3), 371 – 388.
- Rao, S.V.R. ; Raju, M.V.L.N. ; Panda, A.K. ; Reddy, M.R., 2006. Sunflower seed meal as a substitute for soybean meal in commercial broiler chicken diets. **Br. Poult. Sci.**, 47 (5): 592-598
- Siguaw, J., Simpson, P., Baker, T. (1998). Effects of supplier market orientation on distributor market orientation and the channel relationship: the distributor perspective. **Journal of Marketing**, 62(3), 99-111.

คุณลักษณะส่วนบุคคลและสมรรถภาพ: บทบาทการเป็นตัวแปรคั่นกลาง ของการรับรู้ความสามารถของตนเอง

Personal Characteristics and Performance: Mediating Role of Self Efficacy

กิตติศักดิ์ เจิมสิทธิประเสริฐ¹ และ โกวิท วงศ์สุรวัฒน์²
(Kittisak Jermsittiparsert and Kovit Wongsurawat)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้จัดทำขึ้นเพื่อตรวจสอบผลกระทบโดยตรงของคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ แรงจูงใจในการบรรลุเป้าหมาย การตั้งเป้าหมาย และประสบการณ์ ต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย นอกจากนี้ การศึกษานี้ยังได้ตรวจสอบผลกระทบโดยตรงของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในท้ายที่สุด การศึกษานี้ได้ตรวจสอบบทบาทการเป็นตัวแปรคั่นกลางของการรับรู้ความสามารถของตนเองในความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลและสมรรถภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรอบทฤษฎีที่ได้รับการพัฒนาในการศึกษาก่อนหน้าต่างๆ และทฤษฎีความต้องการประสบความสำเร็จเป็นรากฐานทางทฤษฎีสำหรับการศึกษานี้ ดังนั้น จึงยืนยันได้ว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการ การสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างกำลังสองถดถอยน้อยที่สุดบางส่วน ถูกนำมาใช้และเพื่อจุดประสงค์นั้น เราจึงใช้ Smart PLS 3.0 ผลที่ได้รับจากการวิเคราะห์สอดคล้องกับความต้องการทฤษฎีความต้องการประสบความสำเร็จ เป็นการบ่งชี้ว่าสมรรถนะระดับปัจเจกบุคคลได้รับอิทธิพลเชิงบวกจากแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เนื่องจากความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีอยู่ระหว่างสมรรถนะขององค์กรและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ในระดับปัจเจกบุคคล ทฤษฎีการตั้งเป้าหมายก็สนับสนุนความสัมพันธ์นี้เช่นกัน ทฤษฎีการตั้งเป้าหมายเป็นพื้นฐานทางทฤษฎีสำหรับการค้นพบเหล่านี้ เช่น ผลของการตั้งเป้าหมายที่มีต่อสมรรถภาพ

คำสำคัญ: คุณลักษณะส่วนบุคคล แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ การตั้งเป้าหมาย ประสบการณ์ การรับรู้ความสามารถของตนเอง

¹ ศาสตราจารย์สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต กรุงเทพมหานคร 10210 ประเทศไทย

Professor of Public Administration, College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University, Bangkok 10210, Thailand

² รองศาสตราจารย์สาขาวิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ กรุงเทพมหานคร 10240 ประเทศไทย

Associate Professor of Political Science and Public Administration, Faculty of Law, Assumption University, Bangkok 10240, Thailand

Corresponding author: kittisak.jer@dpu.ac.th

ABSTRACT

The study was planned to examine the direct impact of personal characteristics namely achievement motivating, goal settings, and experience on performance of SMEs in Thailand. In addition to that the study has also examined the direct impact of self-efficacy on the SME performance. Finally, the study has examined the mediating role of self-efficacy in the relationship between the personal characteristics and SME performance. The theoretical frameworks that were developed in various prior studies and the need for achievement theory offer theoretical foundation for this study, and thus confirm that achievement motivation is one of the essential elements for the entrepreneurs. Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) was employed and for that purpose we used the Smart PLS 3.0. The results obtained from the analysis were in line with the need for achievement theory. It indicates that individual level performance is positively influenced by achievement motivation due to the positive relationship that exists between organizational performance and achievement motivation. At individual level, the goal setting theory also supports this relationship. The goal setting theory provides a theoretical foundation for these findings i.e. effects of goals setting on performance.

Keywords: Personal Characteristics, Achievement Motivating, Goal Settings, Experience, Self-Efficacy

Article history:

Received 14 April 2021

Revised 11 May 2021

Accepted 12 May 2021

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. Introduction

Over the years, a number of researchers and policy makers have addressed the low performance issue in SMEs (Laguir & Besten, 2016; Muneer & Ahmad, 2017). In this regard, several studies have been conducted to discover the potential means to increase the SMEs performance. Correspondingly, a large number of scholars conducted studies in various disciplines to learn the potential options and find better avenues for achieving superior performance and gaining competitive advantage. Besides, other scholars also investigated the complex research models involving multiple and complex relationships, because understanding research models and complex relationships will likely assist in resolving the low performance issue to a greater extent. As a result, various studies have also examined the role of moderating and mediating variables and predicting variables on the performance of SMEs (Cabeza, Quezada, & Gutierrez, 2017; Namara, Murro, & Donohoe, 2017; Pandowo & Lumintang, 2018).

In spite of a huge body of literature, this issue has still remain unresolved, rather it is getting worse with continuously increasing global competition in all areas (Munyawarara & Govender, 2019). Furthermore, the widespread electronic business and e-commerce approaches have taken this competition to a global level, which resulted in rivalry between the SMEs all around the world, especially in developing countries. In addition, SMEs in developing countries have been facing various constraints which has made this issue even worse. Thus, this situation has been drawing significant interest among researchers in developing economies.

In comparison to developed economies, the performance of SMEs in developing countries is still at lower levels (Laguir & Besten, 2016; Muneer & Ahmad, 2017; Munyawarara & Govender, 2019). Correspondingly, the lower SMEs performance is a key issue in several developing economies, it is due to the fact that SME sector is expected to significantly contribute in stimulating the performance of their respective economies. This issue has been further proliferated with the emergence of numerous constraints and globalized competition among (Munyawarara & Govender, 2019).

These studies also revealed that a positive linear relationship exists between individual performance and achievement motivation (Mihai, Burlea, & Mihai, 2017; Olannye & Onianwa, 2017; Rogo, Shariff, & Hafeez, 2017; Schlosser, 2015). However, studies that have examined achievement motivation as a predicting variable for organizational level performance found mixed findings (Saikal, 2015). Furthermore, achievement motivation also acts as one of the critical factors for the Small and Medium Sized Enterprises (SMEs), particularly in case of developing economies. This is due to the fact that SMEs are most likely to face turbulent market situations, therefore, a higher achievement motivation is needed by the individuals to efficiently deal with these hurdles that have the potential to obstruct performance (Bignotti & Roux, 2016; Pandowo & Lumintang, 2018). Even so, there is dearth of available research regarding achievement motivation's role in the performance of SMEs and this area has not received enough attention, particularly in case of developing economies (Bignotti & Roux, 2016; Cabeza et al., 2017; Miao, Qian, & Ma, 2017; Saikal, 2015).

Several prior researches and social cognitive theory support the relationship between individual level performance and the mastery experience (Boniface, 2016; Chanphet, 2015). Mastery experience covers the experiences of successes and failures that are gained by observing others and by deducing judgments (Boniface, 2016). A number of prior researches have successfully established a strong association among individual performance and mastery experience, however, this variable has not been tested previously as a performance predictor.

2. Literature Review

The idea of Achievement Motivation was first proposed with a motive to get things done rapidly. This idea by Murray has revolutionized the need for achievement theory and

gave rise to a new concept i.e. achievement motivation (Mihai et al., 2017). According to this theory, people who are possessed with achievement motivation are likely to exhibit certain behaviors, for instance, instrumental and energetic activity, being well-aware of the consequences of their decisions, risk taking, anticipation of potential future possibilities and taking responsibility. These behavioral roles were further refined by Mihai et al. (2017) as: establishing goals, taking responsibility to solve problems, looking for performance feedback, and taking risks.

Need for achievement theory posits that a linear relationship exists between performance and achievement motivation. The theory further suggests that this characteristic is essential for the entrepreneurs than any other. It also claims higher achievement motivation among individuals to take part in those tasks which require more efforts and skills (Mihai et al., 2017).

On the other hand, the goal setting theory classifies performance and human actions into three different levels. The first level explains intention and goal; the second level provides the sources of goals, such as, personality, motives and values; while the roots of these personalities, motives and values are explained in the third level. Therefore, human actions are said to be influenced more by the higher levels through their immediate levels. Thus, the social cognitive theory, goal setting theory and the turnover intention theory are the immediate level theories which are relatively better in comparison to lower level theories to explain human actions (Voraphani & Chungviwatanant, 2019). According to social cognitive theory, achievement motivation acts as a predictor of performance (Boniface, 2016).

For the small-scale businesses, achievement motivation is one of the key factors to achieve superior performance. Mahto and McDowell (2018) found that male entrepreneurs who are self-managing their small-scale businesses are generally possessed with high achievement motivation. A study has been conducted by Olannye and Onianwa (2017) using the data of high-tech managers and owners. Findings of their study suggest that achievement motivation affects company's success. In another study (Johnson, 1989), significant positive relationship of achievement motivation was found with sales growth, overall organizational success, and return on sales, in case of small business. Among other variables, Herlinawati, Ahman, and Machmud (2019) found significant effects of need for achievement construct on business performance. This finding was also supported by Cabeza et al. (2017) study, in which they discovered that the performance of SMEs in Vietnam are significantly and positively affected by the achievement motivation construct.

Namara et al. (2017) observed a significant impact of need for achievement on the sales of Indian rural kiosk operators. The study argued that managers and entrepreneurs in countries with inadequate infrastructure, unfavorable government policies and limited capital are possessed with different achievement motivation as compared to countries with favorable policies, infrastructure and sufficient capital (Schlosser, 2015). The uncertainty about the

relationship between performance and achievement motivation was further elaborated by Saigal (2015) using different contexts. They argued that many need for achievement related studies were conducted mainly in context to the developed economies, however, there are very few studies which attempted to examine this relationship in context to the developing countries. Therefore, this relationship needs to be tested in developing countries context, as entrepreneurs face several challenges to promote their businesses. According to Miao et al. (2017), in less developed economies particularly the transitional economies, the SMEs are usually managed by their owners and are relatively smaller in size. Bignotti and Roux (2016) also emphasized the significance of need for achievement for the entrepreneurs who are operating in developing economies.

Extant literature concerning performance and achievement motivation indicates that there are two main streams of research on achievement motivation, in context to entrepreneurship. One stream provides the comparison of achievement motivation in non-entrepreneurs and entrepreneurs. Although, several prior studies reported that the entrepreneurs have the tendency to possess relatively higher achievement motivation as compared to other categories (Mihai et al., 2017). Based on the literature we have drawn the following hypothesis:

H1: Achievement motivation has significant impact on the performance

Goal is referred as something that is wanted to be attained (Voraphani & Chungviwatanant, 2019). Michelle (2016) defined goal setting as ‘establishing a competency standard for a particular task that needs to be achieved at a given time period’. The goal setting theory identifies the task, intention, its aim, objective and the deadline of the goal. The goal’s intention is defined as ‘the persistence of performing a certain task’. However, objective is ‘the conscious goal’ and refers to a motive of achieving that goal. Meanwhile, aim relates to an individual’s conscious desire, and the end shows ‘the final outcome obtained after the planned efforts’. As a rule, a standard is generally set for evaluating or measuring the things, and the time by which a task is supposed to be completed is referred as the deadline. Generally, a goal has two dimensions, i) the content, and ii) the intensity. The content refers to ‘the expected result’, while the intensity explains the factors, like the required effort to achieve a certain goal, the level of commitment an individual possesses towards a goal, the significance of goal, and the place of that goal which is assigned by the individual in his/her goal hierarchy (Voraphani & Chungviwatanant, 2019).

According to Keith, Unger, and Rauch (2016), when there is lack of skills and knowledge among people to effectively perform a certain task, then performance may decline. Their study was then re-analyzed and confirmed that performance declines when a specific goal requires to acquire certain knowledge. Furthermore, Shamsudeen, Keat, and Hassan (2016) discovered that performance is negatively affected by an individual’s personal goals, resulting in poor firm performance. In a study, author found that performance of a small-scale firm is

directly affected by the entrepreneurial goals of then owner or a manager. The literature on performance-goal setting interface shows important facts about this relationship. Correspondingly, various types of goals have been studied in different prior research, such as, personal goals, assigned goals, learning goals, and the participative goals. However, most of these studies that were based on goal setting theory have examined this relationship only at individual level. Moreover, many studies that were conducted in last few decades also supported this relationship between individual performance and goal setting and is regarded to be the most supported relationship among various scholars. In addition, a study was conducted by Michelle (2016), in which they summarized studies that were carried out during 1969-1980 and investigated the relationship between performance and goal setting. The study highlighted 25 studies which provide supporting evidence about the positive relationship between these two variables. Six of the experimental laboratory studies have failed to find any positive evidence of this relationship, while studies reported a partial support to this relationship. However, fifteen experimental researches confirmed that positive relationship exists between individual performance and goal setting, though in varied degrees.

The finding that performance increases with specific individual goals as compared to indefinite personal goals has been supported by 24 field studies. Moreover, the positive relationship between goal setting and individual performance has also been partially proved in 7 correlational studies, whereas, only two studies reported a negative relationship. Besides, controversial results were also found in few studies regarding performance-goal setting relationship (Keith et al., 2016; Shamsudeen et al., 2016). Collectively, majority of the laboratory and correlational studies reported only a partial relationship between the two variables (Michelle, 2016). Based on the literature we have drawn the following hypothesis:

H2: Goal setting has significant impact on the performance

Experience refers to ‘the active participation in events related to a certain activity’. Experience refers to obtaining conscious events by the individuals. It is also associated to the experiences of reacting, sensing, feeling, reflecting and interpreting. In entrepreneurship research, various views exist related to experience. According to Olaitan and Flowerday (2017), experience refers to ‘the acquired skills and knowledge’ and it creates practical wisdom and entrepreneurial expertise. On the other hand, Bosco, Chierici, and Mazzucchelli (2019) conceptualized it as ‘a collection of happenings that occur in the career of an entrepreneur’. Researcher defined experience as ‘the cluster of happenings during the process of establishing an entrepreneurial business. It is the direct participation and observation of entrepreneurs in the business events. Entrepreneurial experience was also interpreted by Okeyo, Gathungu, and Peter (2016) as an entrepreneur’s lived-through event. Okeyo et al. (2016) explained it as the total outcome arising from prior entrepreneurial activities.

A study based on the owner-managed SMEs in Lao revealed a positive relationship between entrepreneurs’ past experiences and firm performance. In another study, high

correlation was found among firm performance and experience level. Furthermore, Okeyo et al. (2016) also reported that positive relationship exists between prior entrepreneurial experience and entrepreneurial actions/intentions. A study attempted to analyze the relationship among firm information and prior entrepreneurial experience, and computer technology performance among owner-managers of small businesses, and discovered a positive relationship. Okeyo et al. (2016) study also suggests that an entrepreneur's experience positively affects the firm performance, however, instead of experience, individual expertise is found as a strong determinant of organizational performance. Another study Lagarda, Madrigal, and Flores (2016) investigated the role of managerial experience, past industry experience and level of education as the performance determinants in SMEs. The findings revealed that only education level positively influences performance, whereas, no evidence was found on the positive relationship of managerial experience and industry experience with performance. However, in Cooper, Woo, and Lagarda et al. (2016) study, performance and entrepreneurial experience were found to be positively related. The performance-managerial experience interface was also investigated in seven different areas and confirmed the existence of a positive relationship between the variables. In addition, Hanák (2018) also found that firm performance and managerial and entrepreneurial experience are positively related. Based on the literature we have drawn the following hypothesis:

H3: Experience has significant impact on the performance

According to Social Cognitive theory, self-efficacy is the judgment of individuals regarding their abilities to perform certain actions which are needed to achieve a desirable outcome. Thus, it is indicated as the perception of people about their abilities to execute a task. There are three dimensions of self-efficacy, namely, the magnitude, the generality and the strength (Boniface, 2016). Magnitude refers to 'the difficulty in attaining a certain task', while, strength shows the belief to achieve a desirable task performance. The belief of self-efficacy is generally strengthened by obtaining information from four different sources, i.e. i) social persuasion, ii) mastery experience, iii) emotional arousal, and iv) vicarious experience. The social cognitive theory suggests that self-efficacy acts as a mechanism to bring behavioral change. It is one of the key cognitive factors which may influence the individuals' everyday lives (Boniface, 2016). In Chanphet (2015) study, they concluded that stronger self-efficacy enables the individuals to better control their negative thinking. Another study concluded that self-efficacy is also found to affect the productivity of industrial employees (Rogo et al., 2017). Furthermore, author had attempted to test the impact of self-efficacy on the performance of students and found positive results. Rogo et al. (2017) performed a study to test the relationship between self-efficacy and entrepreneurial intention. Their study reported that positive relationship exists between entrepreneurial intention and self-efficacy.

The present study is based on entrepreneurial intention and students' perceptions. In view of Dawson, Henley, and Arabsheibani (2019), optimism increases through self-belief which

ultimately results in the reduction in individual performance. Furthermore, more confidence leads to less individual efforts toward the targeted tasks. In addition, Dawson et al. (2019) also found no improvement in individual performance. According to their findings, this situation occurred due to self-efficacy, as it offers less incentives as well as motivation among individuals to put in the required efforts for higher performance. Moreover, author also tested whether self-efficacy influence the individuals' decision-making and the results suggested that overconfidence arising from positive expectations lead to less efforts to achieve performance. The findings of their research further proved that for complex tasks, making self-efficacy judgments generally overestimate the personal ability of the individuals. A few studies also found negative relationship among self-efficacy and performance, reported that performance and self-efficacy are negatively correlated.

According to the social cognitive theory, self-efficacy and motivation are related to each other. Motivation is assumed to have a significant contribution to performance and self-efficacy. The self-efficacy mechanism develops intrinsic interest among individuals. Self-motivation is represented by different names, including achievement motivation, thus the higher the achievement motivation, the greater the self-satisfaction which thus leads to higher self-efficacy. Therefore, there is a need to understand the relationship between self-efficacy and achievement motivation which would help in assessing the way motivation influences the perceived self-efficacy (Boniface, 2016). A study indicated that the self-efficacy mechanism mediates the impact of internal standards on the motivation level. Furthermore, Chanphet (2015) found an indirect impact of self-efficacy on achievement motivation which in return influences performance. In a similar vein, Miao et al. (2017) studied the case of two Asian economies, and integrated the achievement motivation construct as a mediator and also included locus of control as the antecedents of self-efficacy.

Besides creating incentives and providing direction to perform actions, developing self-efficacy is a prominent feature toward goals achievement (Boniface, 2016). In this regard, self-efficacy is affected more with proximal sub-goals. Miao et al. (2017) conducted an experimental research using the data of undergraduate students as their sample. They assumed that personality factors significantly affect self-efficacy, which was proved from the results which indicated a positive impact of goal orientation on self-efficacy. In another study, a sample of students was taken to examine the relationship between team efficacy and goals. The study discovered positive relationship between goals and team efficacy. In Chanphet (2015) study, self-efficacy is found to be developed through performance goals. These findings were obtained by conducting qualitative survey from 15 employees. Miao et al. (2017) confirmed the role of self-efficacy as a mediating variable for the effects of goals of performance.

Social cognitive theory also posits that acquiring knowledge from direct experiences is referred as mastery experience, which strengthens self-efficacy among individuals. It further

explains the extent that mastery experience increases or decreases the individual self-efficacy. This impact depends on certain factors like, the amount of effort taken, the level of difficulty to complete the task and the external aid received. Thus, mastery experience is an important and a powerful source to achieve self-efficacy since it is gained through direct individual experience. However, the way results are interpreted and the past experiences assist in developing perceptions about certain individual capabilities (Boniface, 2016). Based on the literature we have drawn the following hypothesis:

H4: Self efficacy has significant impact on the performance

H6: Self efficacy mediates between the achievement motivation and performance

H5: Self efficacy mediates between the goal setting and performance

H7: Self efficacy mediates between the experience and performance

3. Research Methodology

In this research, both inferential and descriptive statistic tools and techniques were used to conduct the data analysis. For descriptive analysis, SPSS v.22.0 was applied whereas, for inferential statistical analysis, Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) was employed and for that purpose we used the Smart PLS 3.0. From the survey, 258 out of total 340 questionnaires were sent back, therefore, 75.88% was the response rate which was more than the minimum satisfactory level i.e. 30% as suggested by Hair, Hult, Ringle and Sarstedt (2016). PLS-SEM is the most commonly used method in different researches related to social sciences to conduct multivariate analysis. However, in recent years it has also been widely used in the education sector. For structural equation modeling, there are different methods for data analysis to evaluate the relationship among observed and latent variables. Thus, PLS-SEM brings clear understanding about certain features which cannot be openly examined otherwise, such as abilities, attitude perception, characteristics, and intentions associated to research based on education.

4. Research Results

Firstly, the outer model in the PLS analysis was calculated to estimate the indicator loadings for the particular constructs. Therefore, to measure the instruments' consistency and model constructs, the reliability test was performed. Afterwards, validity test was also conducted to analyze the particular instrument's ability to measure its respective construct (Hafeez, Basheer, & Rafique, 2018; Hair, Matthews, Matthews, & Sarstedt, 2017). The measurement model aims to assess the nature of relationship among observed and latent variables. Afterwards, construct validity was calculated by assessing the instruments' convergent validity, content validity, and the discriminant validity (Ramayah et al., 2018).

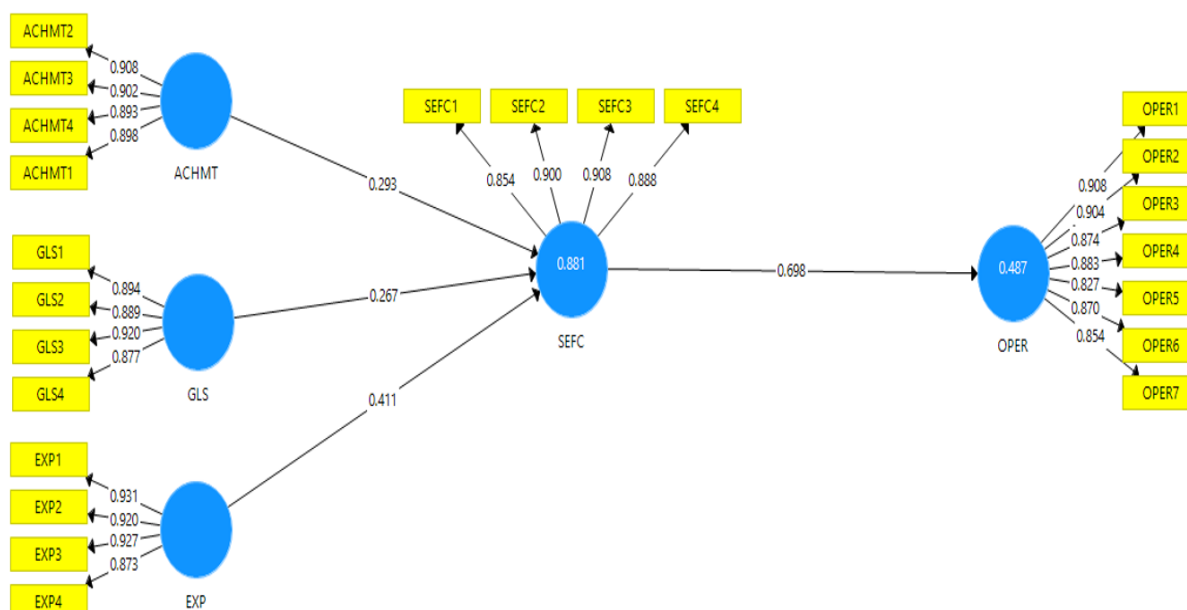


Figure 1: Measurement Model

For each individual construct, outer loadings were calculated to analyze the item reliability. If item loadings fall in the range of 0.40 - 0.70 (Basheer, Hameed, Rashid, & Nadim, 2019; Hair et al., 2017), it is deemed acceptable, but it is considered more suitable if item loadings are greater or equal to 0.70 (Hair et al., 2016; Henseler et al., 2016). In addition, if item loadings fall in between 0.81 to 1.00, it indicates very strong loading (Hair et al., 2017) and If items have loadings that fall in between 0.50 - 0.80 range, it indicates moderate loading (Basheer et al., 2019; Mikalef & Pateli, 2017). According to Mikalef and Pateli (2017), above 0.70 item loadings must be obtained for the mutual relation.

Table 1: Cross Loadings

	ACHMT	EXP	GLS	OPER	SEFC
ACHMT1	0.898	0.814	0.840	0.593	0.809
ACHMT2	0.908	0.755	0.818	0.633	0.792
ACHMT3	0.902	0.787	0.852	0.587	0.812
ACHMT4	0.893	0.738	0.816	0.603	0.803
EXP1	0.796	0.931	0.869	0.623	0.826
EXP2	0.791	0.920	0.845	0.576	0.833
EXP3	0.790	0.927	0.857	0.618	0.855
EXP4	0.762	0.873	0.796	0.618	0.807
GLS1	0.877	0.839	0.894	0.668	0.860
GLS2	0.835	0.803	0.889	0.597	0.792
GLS3	0.817	0.855	0.920	0.614	0.864
GLS4	0.777	0.803	0.877	0.527	0.761

Table 1: (Cont.)

	ACHMT	EXP	GLS	OPER	SEFC
OPER1	0.632	0.570	0.613	0.908	0.611
OPER2	0.608	0.612	0.609	0.904	0.618
OPER3	0.585	0.595	0.589	0.874	0.623
OPER4	0.618	0.624	0.621	0.883	0.629
OPER5	0.564	0.519	0.558	0.827	0.590
OPER6	0.563	0.600	0.592	0.870	0.602
OPER7	0.533	0.559	0.541	0.854	0.599
SEFC1	0.762	0.761	0.789	0.560	0.854
SEFC2	0.804	0.813	0.802	0.650	0.900
SEFC3	0.819	0.823	0.834	0.672	0.908
SEFC4	0.785	0.831	0.831	0.591	0.888

Convergent validity can be defined as the level at which two measures that are different are related to one another and are also linked theoretically after carrying out statistical analysis. Average variance extracted (AVE), factor loadings and composite reliability were also calculated in the study (Basheer, Hafeez, Hassan, & Haroon, 2018; Hair et al., 2017) to determine the convergent validity. Item loadings were calculated for each item and then factor loadings were determined, which were found to be greater than 0.50 which is consistent to Ong and Puteh (2017) recommended level. Next, the composite reliability was calculated which is defined as the extent to which items of a particular scale are reliable or internally consistent. For all the constructs the CR values were observed to be ranged from 0.872 to 0.968, which are acceptable as suggested by Ong and Puteh (2017).

Table 2: Reliability

	Cronbach's Alpha	rho_A	CR	(AVE)
ACHMT	0.922	0.922	0.945	0.810
EXP	0.933	0.934	0.952	0.834
GLS	0.917	0.920	0.942	0.801
OPER	0.949	0.949	0.958	0.765
SEFC	0.910	0.912	0.937	0.788

Average variance extracted or level of common variance between the indicators was calculated to assess the convergent validity. AVE values should be 0.50 or higher to achieve adequate convergent validity (Hair et al., 2016; Henseler et al., 2016; Singh & Prasad, 2018). For current research, 0.512 to 0.834 is the obtained range of AVE values, which shows that convergent validity has been adequately established in this study. Thus, table 2 shows the CR values for analyzing the second-order construct.

In contrast to convergent validity, the discriminant validity analyzes that whether a measure is different from other measures. Discriminant validity measure was used in this study to determine the validity of constructs involved in the MM. This was done by taking square root of AVE and compared it with the correlation between the latent constructs (Basheer et al., 2018). The AVE values should be 0.5 or higher, whereas AVE square root values need to be greater than correlation between the latent constructs.

Table 3: Validity

	ACHMT	EXP	GLS	OPER	SEFC
ACHMT	0.900				
EXP	0.860	0.899			
GLS	0.824	0.890	0.895		
OPER	0.671	0.667	0.674	0.875	
SEFC	0.894	0.610	0.617	0.698	0.888

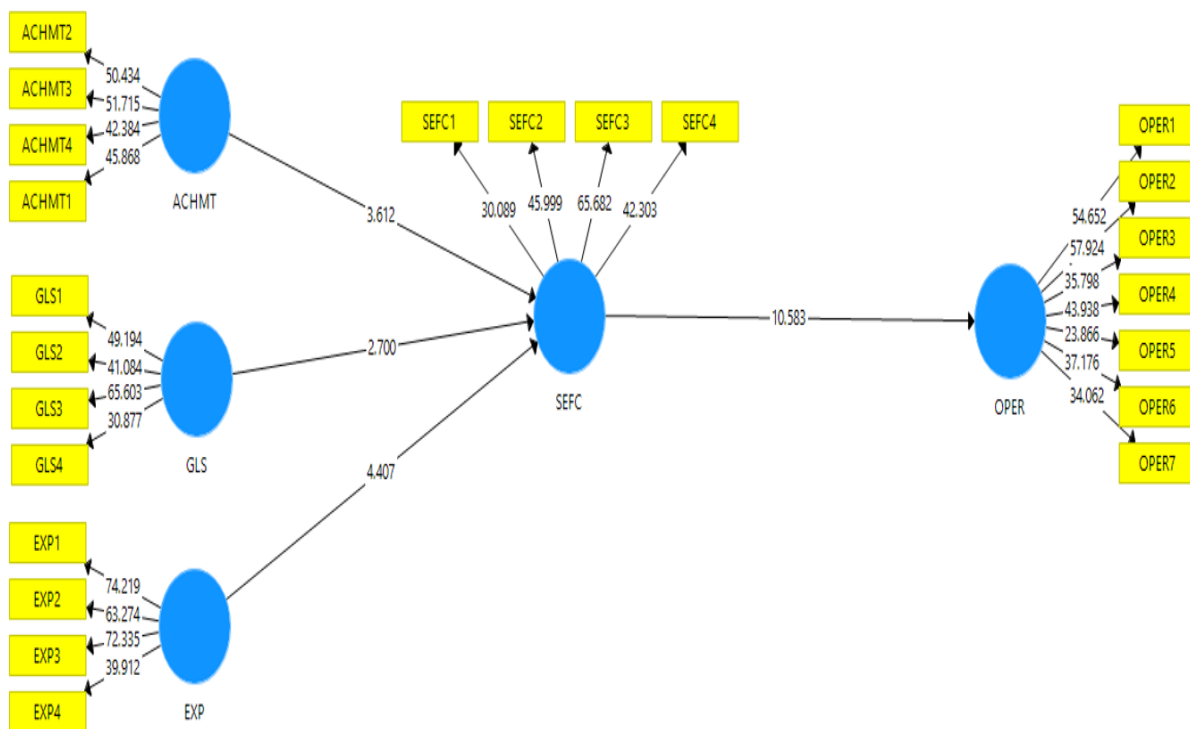


Figure 2: Structural Model

After the outer model estimation, we determined the inner model. Hypothesis testing, t-values, and path coefficients were evaluated in the inner model. In addition, bootstrapping method was also applied in which sample of 500 were used to evaluate the significance of path coefficients and to analyze the structural relationship that exists between the variables involved in current study (Ong & Puteh, 2017). Result of the bootstrapping procedure shows significant t and p statistics for the proposed hypotheses.

Table 4: Direct Relationships

	(O)	(M)	(STDEV)	(O/STDEV)	P Values
ACHMT -> OPER	0.205	0.205	0.061	3.380	0.000
ACHMT -> SEFC	0.293	0.292	0.081	3.612	0.000
EXP -> OPER	0.287	0.286	0.072	3.988	0.000
EXP -> SEFC	0.411	0.407	0.093	4.407	0.000
GLS -> OPER	0.187	0.191	0.071	2.613	0.004
GLS -> SEFC	0.267	0.273	0.099	2.700	0.003
SEFC -> OPER	0.698	0.701	0.066	10.583	0.000

Besides analyzing the significance of path coefficients and obtaining t and p statistics, other key measures can also prove to be helpful for structural model estimation for mediation.

Table 5: Mediation

	(O)	(M)	(STDEV)	(O/STDEV)	P Values
ACHMT -> SEFC -> OPER	0.205	0.205	0.061	3.380	0.000
EXP -> SEFC -> OPER	0.287	0.286	0.072	3.988	0.000
GLS -> SEFC -> OPER	0.187	0.191	0.071	2.613	0.004

R-square or coefficient of determination is the appropriate method to analyze the structural model (Hair et al., 2016). Therefore, the strength of the model is identified through R-square value for the endogenous constructs. The R-square illustrates the change that occurs in endogenous variables due to exogenous variables. According to Ramayah et al. (2018), if the value of R-square is 0.67, it means large variability in endogenous variables whereas if the values are 0.33 and 0.19, it represents medium and small variability, respectively.

Table 6: R Square

	R Square
OPER	0.487
SEFC	0.881

In order to measure the quality of the model, predictive relevance of the model was evaluated (Hair et al., 2016). Thus, to determine the current model's predictive quality, cross-validated redundancy measure (Q^2) was applied. Q^2 is also referred as the Stone-Geisser's criterion.

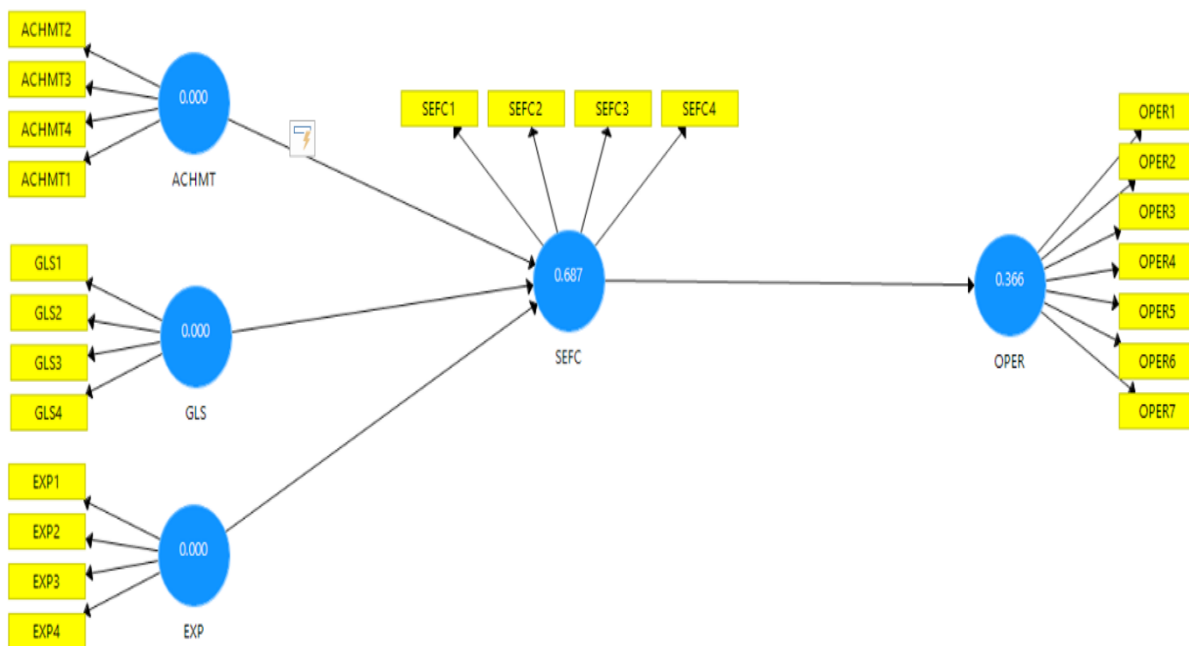


Figure 3: Blindfolding's

It is a method in which the samples are empirically reconstructed. According to this technique, if $Q^2 > 0$, it means model has predictive relevance or vice versa. Thus, a blindfolding method was applied using PLS software to compute the Q^2 value. Some of the cases were dropped from the analysis to estimate parameters (Hair et al., 2016; Henseler et al., 2016; Mikalef & Pateli, 2017).

Table 7: Q Square

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
OPER	1519.000	962.408	0.366
SEFC	868.000	271.840	0.687

5. Conclusion and Discussion

The objective of this research was to determine the nature of relationships between the performance determinants and how these factors influence performance. This study particularly emphasized the strategic orientation and cognitive factors and their effects on performance. Furthermore, the present study also observed the role of self-efficacy as a mediator between performance and cognitive factors.

The results obtained from the analysis were in line with the need for achievement theory. It indicates that individual level performance is positively influenced by achievement motivation due to the positive relationship that exists between organizational performance and achievement motivation (Mihai et al., 2017). The theoretical implications suggest that this strong relationship can be applied at firm level. Similar findings were obtained in other individual level studies (Schlosser, 2015).

Several prior studies (Herlinawati et al., 2019; Namara et al., 2017) have also reported inconsistent findings about the role of achievement motivation in predicting the SMEs performance. In addition, many prior organizational based studies support this positive relationship obtained in current research. These findings also clarified the uncertainty regarding the achievement motivation's effects on firm performance. However, those studies which have failed to find significant relationship between these two variables were mainly because these studies were conducted in context developed economies (Bignotti & Roux, 2016) or they used small sample size (Pandowo & Lumintang, 2018). Thus, achievement motivation is particularly important for the SMEs in developing economies, and has been supported by several prior studies (Bignotti & Roux, 2016; Miao et al., 2017).

At individual level, the goal setting theory also supports this relationship. The goal setting theory provides a theoretical foundation for these findings i.e. effects of goals setting on performance (individual level) (Voraphani & Chungviwatanant, 2019). Several prior studies as well as results obtained in this research support the idea that goal setting theory can be applicable at firm level. These findings are consistent with studies who reported positive association among individual level performance and goal setting.

Correspondingly, literature indicates three cognitive factors, i.e. goal setting, mastery experience and achievement motivation as the strong variables that can predict performance. A few prior studies also pointed out that in comparison to cognitive factors, other factors have been receiving more attention, therefore, the cognitive factors must also be observed while assessing performance and cannot be overlooked (Vu, Hoang, & Le, 2020). The argument i.e. 'while assessing firm level performance, we cannot ignore the role of cognitive factors' was also supported by the research findings. These findings clarified the ambiguity concerning the inconsistent findings about the relationship that is obtained in prior studies (Vu et al., 2020).

Reference

- Basheer, M., Hafeez, M., Hassan, S., & Haroon, U. (2018). Exploring the Role of TQM and Supply Chain Practices for Firm Supply Performance in the Presence of Organizational Learning Capabilities: A Case of Textile Firms in Pakistan. **Paradigms**, 12(2), 172-178.
- Basheer, M., Hameed, W., Rashid, A., & Nadim, M. (2019). Factors Affecting Employee Loyalty through Mediating role of Employee Engagement: Evidence from Proton Automotive Industry, Malaysia. **Journal of Managerial Sciences**, 13(3), 71-84.
- Bignotti, A., & Roux, I. (2016). Unravelling the conundrum of entrepreneurial intentions, entrepreneurship education, and entrepreneurial characteristics. **Acta Commercii**, 16(1), 1-10.

- Boniface, O. (2016). A safety culture development model for the SMEs in the building and construction industry. **Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences**, 7(3), 106-115.
- Bosco, B., Chierici, R., & Mazzucchelli, A. (2019). Fostering entrepreneurship: an innovative business model to link innovation and new venture creation. **Review of Managerial Science**, 13(3), 561-574.
- Cabeza, M., Quezada, S., & Gutierrez, O. (2017). Procedimiento para incrementar la gestión competitiva de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) comerciales ecuatorianas. **Dominio de las Ciencias**, 3(4), 364-383.
- Chanphet, P. (2015). **Employee engagement and job personal resources among nurses in Thailand: The mediating role of psychological conditions**. Thesis, Universiti Utara Malaysia.
- Dawson, C., Henley, A., & Arabsheibani, G. (2019). Curb your enthusiasm: Optimistic entrepreneurs earn less. **European Economic Review**, 111, 53-69.
- Hafeez, M., Basheer, M., & Rafique, M., Siddiqui, S. (2018). Exploring the Links between TQM Practices, Business Innovativeness and Firm Performance: An Emerging Market Perspective. **Pakistan Journal of Social Sciences**, 38(2), 485-500.
- Hair, Jr., J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). **A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)**. 2nd ed. California: Sage.
- Hair Jr., J., Matthews, L., Matthews, R., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. **International Journal of Multivariate Data Analysis**, 1(2), 107-123.
- Hanák, R. (2018). **Effect of experience on entrepreneurial performance: meta-analytical review**. Paper presented at the Leuphana Conference on Entrepreneurship.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. **Industrial Management & Data Systems**, 116(1), 2-20.
- Herlinawati, E., Ahman, E., & Machmud, A. (2019). The Effect of Entrepreneurial Orientation on SMEs Business Performance in Indonesia. **Journal of Entrepreneurship Education**, 22(5), 1-15.
- Johnson, R. A. (1989). **He: Understanding masculine psychology**. New York: Harper & Row.
- Keith, N., Unger, J., & Rauch, A. (2016). Informal learning and entrepreneurial success: A longitudinal study of deliberate practice among small business owners. **Applied Psychology**, 65(3), 515-540.
- Lagarda, A., Madrigal, D., & Flores, M. (2016). Factors associated with learning management in Mexican micro-entrepreneurs. **Estudios Gerenciales**, 32(141), 381-386.
- Laguir, I., & Besten, M. (2016). The influence of entrepreneur's personal characteristics on MSEs growth through innovation. **Applied Economics**, 48(44), 4183-4200.

- Mahto, R., & McDowell, W. (2018). Entrepreneurial motivation: a non-entrepreneur's journey to become an entrepreneur. **International Entrepreneurship and Management Journal**, 14(3), 513-526.
- Miao, C., Qian, S., & Ma, D. (2017). The relationship between entrepreneurial self-efficacy and firm performance: a meta-analysis of main and moderator effects. **Journal of Small Business Management**, 55(1), 87-107.
- Michelle, L. (2016). **Organizational factors on employees' job resources and job performance: A multilevel approach**. Thesis, University of Malaya.
- Mihai, L., Burlea, A., & Mihai, M. (2017). Comparison of the leadership styles practiced by Romanian and Dutch SME owners. **International Journal of Organizational Leadership**, 6, 4-16.
- Mikalef, P., & Pateli, A. (2017). Information technology-enabled dynamic capabilities and their indirect effect on competitive performance: Findings from PLS-SEM and fsQCA. **Journal of Business Research**, 70, 1-16.
- Muneer, S., & Ahmad, R. (2017). Impact of Financing on Small and Medium Enterprises (SMEs) Profitability with Moderating Role of Islamic Finance. **Information Management and Business Review**, 9(2), 25-32.
- Munyawarara, N., & Govender, K. (2019). Fostering biotechnology on the productivity and development of agricultural SMEs (Zimbabwe). **Journal of Sustainable Tourism and Entrepreneurship**, 1(1), 13-22.
- Namara, A., Murro, P., & Donohoe, S. (2017). Countries lending infrastructure and capital structure determination: The case of European SMEs. **Journal of Corporate Finance**, 43, 122-138.
- Okeyo, W., Gathungu, J., & Peter, K. (2016). Entrepreneurial orientation, business development services, Business environment, and performance: A critical literature review. **European Scientific Journal**, 12(28), 188-218.
- Olaitan, O., & Flowerday, S. (2017). Critical success factors in introducing performance measurement metrics for small and medium-sized enterprises (SMEs). **International Journal of Education Economics and Development**, 8(2-3), 144-161.
- Olannye, A., & Onianwa, H. (2017). An Assessment of the Impact of Cultural Dimensions on Entrepreneurial Marketing Performance in Selected Small Business Outfits in Delta State. **Journal of Social and Management Sciences**, 12(1), 46-59.
- Ong, M., & Puteh, F. (2017). Quantitative Data Analysis: Choosing Between SPSS, PLS, and AMOS in Social Science Research. **International Interdisciplinary Journal of Scientific Research**, 3(1), 14-25.
- Pandowo, M., & Lumintang, G. (2018). Individual Characteristics as Determinants in Developing Micro and Small Enterprises in Manado, Indonesia. **International Journal of Business Management & Economic Research**, 9(1), 1174-1181.

- Ramayah, T., Cheah, J., & Memon, M. (2018). **Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using SmartPLS 3.0 An Updated Guide and Practical Guide to Statistical Analysis**. New Jersey: Pearson.
- Rogo, H., Shariff, M., & Hafeez, M. (2017). Moderating Effect of Access to Finance on the Relationship between Total Quality Management, Market Orientation and SMEs Performance: A Proposed Framework. **International Review of Management and Marketing**, 7(1), 119-127.
- Saiqal, N. (2015). **Entrepreneurial Intentions of UAE Youth: A Work in Progress**. Paper presented at the ICSB World Conference, Washington.
- Schlosser, F. (2015). Identifying and differentiating key employees from owners and other employees in SMEs. **Journal of Small Business Management**, 53(1), 37-53.
- Shamsudeen, K., Keat, O., & Hassan, H. (2016). Access to Finance as Potential Moderator on the Relationship between Entrepreneurial Self-Efficacy and SMEs Performance in Nigeria: A Proposed Framework. **IOSR Journal of Business and Management**, 18(3), 131-136.
- Singh, I., & Prasad, T. (2018). Application of PLS-SEM in Modeling the Significance of Social Valuation in the Determination of Entrepreneurial Intention of Business Management Students. **IUP Journal of Entrepreneurship Development**, 15(3), 7-25.
- Voraphani, V., & Chungviwatanant, S. (2019). The Impact of OD Process Consulting on Goal Setting, Performance Feedback, Employee Motivation, Teamwork, and Job Performance: An Action Research of Small and Medium Enterprise (SME) Manufacturer. **ABAC ODI Journal Vision. Action. Outcome**, 6(1), 103-122.
- Vu, Q., Hoang, T., & Le, T. (2020). The effect of different factors on investment decision of enterprises in industrial parts. **Accounting**, 6(4), 589-596.

การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของลูกค้าในธุรกิจ
โรงพยาบาลภาคเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร

Path Analysis of the Relationship of Factors Influencing Customer
Engagement in the Private Hospital Business in Bangkok Area.

อัจฉรา อุ่นรัตน์*

(Atchara Unrat)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของลูกค้า วิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของลูกค้า และตรวจสอบความสอดคล้องของเส้นทางความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพัน

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเป็นวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ป่วยที่ใช้บริการโรงพยาบาลภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 600 คน โดยแบ่งตามระดับขนาดของจำนวนเตียงได้แก่ จำนวน 101-250 เตียง และจำนวนมากกว่า 250 เตียงขึ้นไป โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น และ การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามมาตราส่วน 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนาของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวแปร สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์เส้นทาง

ผลการวิจัยพบว่า ความไว้วางใจมีขนาดอิทธิพลมากที่สุด คือ 0.668 รองลงมาได้แก่ คุณค่าตราสินค้า คุณค่าสัมพันธภาพ และ คุณค่าความคุ้มค่า โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.558, 0.509 และ 0.323 ตามลำดับ ส่วนการวิเคราะห์เส้นทางพบว่า คุณค่าสัมพันธภาพมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณค่าความคุ้มค่า และคุณค่าตราสินค้าโดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.738 และ 0.529 และมีความสัมพันธ์ทางลบกับความไว้วางใจและความผูกพันของลูกค้าโดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ - 0.031 และ - 0.021 ส่วนคุณค่าความคุ้มค่ามีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณค่าตราสินค้าและความไว้วางใจโดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.173 และ 0.203 นอกจากนี้ คุณค่าความคุ้มค่า คุณค่าตราสินค้า และความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์กันทางบวกกับความผูกพัน โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.090, 0.128 และ 0.668 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

*นักศึกษา สาขาบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี 10170 ภายใต้การควบคุมของ ดร. กฤษฎาภรณ์ รุจิธำรงกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุรพร กำบุญ และรองศาสตราจารย์ ศิริพร สัจจามันท์
Doctor of Business Administration students Bangkok Thonburi University 10170

Corresponding author: atchara.urt@gmail.com

ที่ระดับ 0.01 จากสมการพยากรณ์ที่ดีที่สุดพบว่าตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุดพบว่า ตัวแปรพยากรณ์ของปัจจัยด้านคุณค่าความคุ้มค่า (X2) คุณค่าตราสินค้า (X3) และความไว้วางใจของลูกค้า (X4) สามารถพยากรณ์ความผูกพันของลูกค้า (Y) ได้ร้อยละ 68 นอกจากนี้จากการตรวจสอบความสอดคล้องของเส้นทางความสัมพันธ์ (Path analysis) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของลูกค้ากับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่าโมเดลความสัมพันธ์ตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

คำสำคัญ: คุณค่าสัมพันธภาพ คุณค่าความคุ้มค่า คุณค่าตราสินค้า ความไว้วางใจ และความผูกพันของลูกค้า

ABSTRACT

The objectives of this research were to study the level of factors influencing customer engagement, path analysis of the factors influencing customer engagement, and examining the consistent correlation of the factors that influence the engagement.

The sample groups were 600 patients using private hospitals where were divided by the size and number of beds into 2 groups: 101-250 beds and 250 beds or more in Bangkok area. The samples were chosen by stratified random sampling and simple random sampling, and a 5-level scale questionnaire was used. The statistics used for data analysis consisted of descriptive statistics of mean and standard deviation of each variable, Pearson's Product-moment Correlation Coefficient, and Path Analysis.

The results found that trust had the most influence sizes of 0.668, followed by Brand value, Relationship Value, and Value for Money with the influence sizes of 0.558, 0.509, and 0.323 respectively. Path analysis showed that relationship value had positively correlated with value for money. Brand value had influence sizes of 0.738 and 0.529 and negative correlation with customer trust and customer engagement with influence sizes of - 0.031 and - 0.021. Value for money had positively correlated with brand value and trust, with influence sizes of 0.173 and 0.203. In addition, value for money, brand value, and trust had positive correlation with attachment, the influence sizes were 0.090, 0.128, and 0.668, which had statistically significant at 0.01 level. The best forecasting variable equations were found that forecasting parameters of value factor (X2), brand value (X3), and customer trust (X4) could forecast customer engagement (Y) at 68%. Moreover, path analysis of the factors influencing customer engagement with the empirical data was further examined, and found that the hypothesis correlation model was consistent with the empirical data.

Keywords: Values, Relations, Value for money, Brand value, Customer trust, Engagement

Article history:

Received 16 April 2021

Revised 28 May 2021

Accepted 31 May 2021

SIMILARITY INDEX = 3.04 %

1. บทนำ

ภายใต้สถานการณ์ปัจจุบันยุคโลกาภิวัตน์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วซับซ้อน และการเกิดปัญหาภาวะการระบาดของโรค Corona virus disease (Covid-19) ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงกับการจัดระเบียบของโลกทั้งเศรษฐกิจ การเมือง สังคม เทคโนโลยี ตลอดจนคุณภาพชีวิตและสุขภาพของประชากรทั้งโลกอย่างรุนแรงและรวดเร็ว ในช่วงตั้งแต่ปลายปี 2562 เป็นต้นมาสถานการณ์โรคระบาดครั้งนี้ได้คร่าชีวิตผู้คนอย่างไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ความเจ็บปวดและทุกข์ทรมานจากการติดโรคนี้นับเป็นร้อยล้านคน (กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2564)

ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนเกิดขึ้นเพื่อสนองเจตนารมณ์และแบ่งเบาภาระของรัฐบาล ในการมาสนับสนุนโรงพยาบาลของภาครัฐในการตอบสนองการเยียวยาของโรคอุบัติใหม่ให้บรรเทาลง และรองรับความต้องการใช้บริการในสถานพยาบาลที่ดีมีคุณภาพ พร้อมกับความสะดวกสบายเพิ่มมากยิ่งขึ้น ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนภาพรวมแล้ว ทั้งธุรกิจหลักเกี่ยวข้องกับการให้บริการรักษาโรคทั่วไป และธุรกิจเสริม รวมทั้งธุรกิจเกี่ยวเนื่อง มีบทบาทสร้างรายได้อย่างมหาศาล โดยเฉพาะธุรกิจเสริม ได้แก่ ร้านอาหาร อุปกรณ์ทางการแพทย์ การบริการรักษาพยาบาลตามความซับซ้อนของโรค ส่วนธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เช่น สปา ธุรกิจการแพทย์ต่อเนื่อง ได้แก่ ทันตกรรม การแพทย์เฉพาะทาง เช่น โรคกระดูก การรักษาผู้มีบุตรยาก ศัลยกรรมความงาม บริการด้านสุขภาพ แพทย์ทางเลือก และบริการด้านการชะลอวัย (Anti-aging) และการผ่าตัดเปลี่ยนแปลงเพศ เป็นต้น (วิจัยกรุงศรี, 2563)

ภาครัฐได้กำหนดให้อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่ (New S-Curve) โดยปรับลดอัตราภาษี ดึงดูดนักลงทุนให้เข้ามาลงทุนเกี่ยวกับนวัตกรรมทางการแพทย์ การตั้งฐานวิจัยผลิตยา เป็นต้น ทำให้ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนกลับเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีความโดดเด่นในการขนานรับกับมาตรการส่งเสริมและเร่งรัดการลงทุนของรัฐบาลในลักษณะทวนกระแสอย่างไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ในปี 2563 มีนักลงทุนยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมการแพทย์ถึง 52 โครงการมูลค่าเงินลงทุนรวม 1.3 หมื่นล้านบาท เพื่อรองรับกับความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์เพิ่มขึ้น นอกจากนี้รัฐบาลได้ส่งเสริม “เขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อกิจการพิเศษทางการแพทย์ครบวงจรธรรมศาสตร์ พัทยา” เพื่อเป็นพื้นที่ลงทุนพัฒนาศูนย์นวัตกรรมด้านการแพทย์ครบวงจร ทำให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนด้านสุขภาพเพิ่มขึ้น ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น และไต้หวัน และที่สำคัญให้จัดตั้ง “ศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติด้านการแพทย์จีโนมิกส์ (Genomics)” ถือเป็นนวัตกรรมใหม่สำหรับการรักษาพยาบาล เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการแพทย์ โดยเน้นศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องการแสดงออกของยีนส์ ในการค้นหาความผิดปกติในหน่วยพันธุกรรมของแต่ละบุคคล ให้สามารถรู้ล่วงหน้าถึงความเสี่ยงของการเกิดโรค และปฏิบัติตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการใช้ยาได้อย่างสอดคล้องเหมาะสม (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2562)

“ปัญหาการแข่งขันทวีความรุนแรง” เกิดขึ้นในโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ เขตกรุงเทพมหานคร นักลงทุนต่างเล็งเห็นโอกาสในการขยายตัว เนื่องจากเป็นศูนย์กลางของความพร้อมทุกด้าน ในปี จากเส้นทางการสนับสนุนของภาครัฐที่ผ่านมา ช่วยเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ประกอบกับภาครัฐได้เร่ง

ตอบสนองด้วยนโยบายยุทธศาสตร์พัฒนาประเทศไทยให้เป็น “ศูนย์กลางสุขภาพของโลก” เพื่อให้ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนเติบโตมากยิ่งขึ้นไปอีก โดยปัจจุบันธุรกิจนี้มีมูลค่าสูงถึง 500,000 ล้านบาท ในจำนวนนี้มาจากโรงพยาบาลที่จดทะเบียนบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ มูลค่า 200,000 ล้านบาท อีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่ต้องมีการแข่งขันในระดับสากล และยังมีช่องว่างทางการตลาดในธุรกิจเสริมและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ซึ่งมีมูลค่ามหาศาลและมีความสำคัญสำหรับการแก้ปัญหาด้านสุขภาพโดยรวมที่มีความท้าทาย

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องและพร้อมสนับสนุนในการอำนวยความสะดวกต่อการลงทุนในธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ส่งผลทำให้มีกลุ่มนักลงทุนหลายรายมาลงทุนและเกิดการขยายจำนวนโรงพยาบาลมากขึ้นตามมา เพราะปัจจัยสนับสนุนหลายอย่างมีความเหมาะสม และเป็นแรงผลักดันให้นักลงทุนรายใหญ่ต่างก็ต้องการสร้างโอกาสของการเติบโตในธุรกิจโรงพยาบาลขนาดใหญ่แบบ Luxury เพื่อเติมเต็มช่องว่างทางการตลาดของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติและกลุ่มคนไทยที่มีระดับรายได้ปานกลางจนถึงสูง จึงทำให้เกิดปัญหาท้าทายการบริหารจัดการที่มีอยู่ และปัญหาต่อเนื่องตามมาหลายอย่างจากเดิม โดยเฉพาะการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงนั้นส่งผลให้เกิดการขาดแคลนแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ รวมทั้งแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ประกอบกับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติได้เกิดขึ้นจำนวนมาก ทำให้ชาวต่างชาติได้มุ่งเจาะกลุ่มตลาดในฐานะลูกค้าเดียวกันกับไทย

จากปัจจัยเสริมและสภาพปัญหาที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งปัจจัยสนับสนุนอื่น เป็นสาเหตุให้เกิดการเชื่อมโยงเชิงสร้างสรรค์อย่างท้าทายของการบริหารจัดการในการเปลี่ยนแปลงโรงพยาบาลในรูปแบบใหม่ได้แก่ “การออกแบบบริการ” ซึ่งเป็นกิจกรรมของการวางแผนและดำเนินการเปลี่ยนแปลงเพื่อปรับปรุงคุณภาพของการบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการ โดยใช้วิธีการแบบองค์รวมที่เน้นผู้ใช้บริการเป็นศูนย์กลาง และสร้างประสบการณ์ที่ดีจากขบวนการส่งมอบการดูแล (Caring) ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเพิ่มความไว้วางใจ ความภักดี และความผูกพันทางอารมณ์ ไปสู่ความผูกพันของลูกค้า ซึ่ง Hunt, Arnett and Madhavaram (2006) เรียกว่า “การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ” เป็นการตลาดที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการเน้นการสร้างกิจกรรมหรือโปรแกรมการตลาด ด้วยการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ให้เกิดประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า โดยเฉพาะเน้นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพไปสู่ความผูกพันของลูกค้า

“การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน” ถือเป็นการแก้ปัญหาและเป็นปัจจัยหลักในการพัฒนาและลดอุปสรรคของการแข่งขัน แต่ยังมีอุปสรรคหลายประการ เนื่องจากประเทศไทยยังมีจุดเปราะบางมากกว่าประเทศอื่นหลายด้าน โดยเฉพาะจากการวัดค่าดัชนีความได้เปรียบในการแข่งขันของการบริการทางการแพทย์ ทำให้ต้องหันมาให้ความสนใจกับปัจจัยที่ยังเปราะบางได้แก่ นวัตกรรมและเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์ รวมทั้งโอกาสในอนาคต ตลอดจนความยั่งยืน ที่ยังไม่ครอบคลุมมากพอกับจำนวนโรงพยาบาลที่มีอยู่ (วิจิตรกรศรี, 2563) ทำให้ประเทศไทยต้องหันมาให้ความสนใจ และค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับการผลิตและการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีมากขึ้น ตลอดจนสร้างตราสินค้าในการเน้นการรักษาเฉพาะทางและเฉพาะกลุ่มให้มากยิ่งขึ้น เพื่อขยายโอกาสทางการตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

“คุณค่าสัมพันธภาพ” (Relationship equity) เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญเพื่อสร้างและบริหารความสัมพันธ์กับ ในการขยายตลาดให้ครอบคลุมตลาดต่างประเทศให้เพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม โดยสะท้อนให้ลูกค้ารับรู้ “คุณค่าความคุ้มค่า” (Value equity) จากผลิตภัณฑ์ด้านนวัตกรรม ตามแนวคิดของ Shriedeh and Ghani (2016) คือการใช้เทคโนโลยีในการปรับปรุงคุณภาพให้มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าซึ่งเหนือกว่าคู่แข่ง เช่น ในธุรกิจท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชน นวัตกรรมคือความสามารถหลักทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

จากหลักการและเหตุผลทั้งหมด รวมทั้งสภาพปัญหาทั้งภายนอกและภายในประเทศที่เกิดขึ้น ล้วนเป็นปัญหาอาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ท่ามกลางกระแสกดดันนี้การสร้างควมไว้วางใจ (Trust) ด้วยความซื่อสัตย์ ความน่าเชื่อถือ ความรับผิดชอบ ความประณีตประนอม และความสามารถของโรงพยาบาลในการส่งมอบคุณค่าสัมพันธภาพ จากการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การสื่อสารโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การใช้โปรแกรมหรือกิจกรรมทางการตลาด ให้ลูกค้ารับรู้คุณค่าความคุ้มค่า คุณค่าตราสินค้า และความไว้วางใจ ซึ่งมีผลต่อความผูกพัน (Hatta, 2019) สอดคล้องกับการวิจัยที่ว่า “การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า” ได้แก่ โปรแกรมทางการตลาด เทคโนโลยี ฐานข้อมูลลูกค้า มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าที่มาใช้โรงพยาบาลเอกชนไทย ในเขตภาคตะวันออก (ปรียาวิติ ผลเอนก, 2558)

สรุปได้ว่า ปัญหาที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน จำเป็นต้องมีเส้นทางที่ต้องเร่งศึกษาแนวทางสร้างรายได้และสร้างโอกาสต่างๆ จากปัจจัยความสัมพันธ์ที่สนับสนุนอย่างมากมาย เพื่อให้ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนของประเทศไทย มีโอกาสพัฒนาเพื่อติดอันดับต้นๆของโลกได้สำเร็จ ขึ้นอยู่กับเส้นทางความสัมพันธ์จากหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งปัจจัยหลักส่วนหนึ่งมาจากการดำเนินการตลาดเชิงสัมพันธภาพ ที่เกิดจากคุณค่าสัมพันธภาพสะท้อนให้ลูกค้ารับรู้คุณค่าความคุ้มค่า และคุณค่าตราสินค้าที่ทำให้เกิดความไว้วางใจ จนนำไปสู่ความผูกพัน ที่แสดงถึงการซื้อซ้ำ ภักดี และบอกต่อ (Wu and Li, 2011; Ramli and Sjahrudin, 2015)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของลูกค้า
2. วิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของลูกค้า
3. ตรวจสอบความสอดคล้องของเส้นทางความสัมพันธ์ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของลูกค้า กับข้อมูลเชิงประจักษ์

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งแบ่งสาระของการทบทวนวรรณกรรม ได้ดังนี้

2.1 ภาพรวมธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน (Business overview of private hospitals) กับ การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ (Relationship marketing)

ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน เป็นธุรกิจบริการที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง นับจากอดีตที่ผ่านมาธุรกิจได้มีการเติบโตเรื่อยมา สืบเนื่องจากปริมาณการเจ็บป่วยและความต้องการในการใช้บริการโรงพยาบาลมีมากขึ้น โดยตลอด แต่จำนวนโรงพยาบาลกลับมีจำนวนไม่เพียงพอ ทำให้ผู้ประกอบการต่างหันมาสนใจประกอบธุรกิจนี้เพิ่มมากขึ้น การขยายตัวดังกล่าวส่งผลให้จำนวนโรงพยาบาลมีมากเกินไปกว่าความต้องการ ทำให้เกิดอุปทานล้นตลาดตามมา โดยในปี 2552 จำนวนโรงพยาบาลลดลงเห็นได้ชัดเจน และมีการทยอยปิดกิจการทั้งของโรงพยาบาลขนาดเล็กและสาขาของโรงพยาบาลขนาดใหญ่ จนกระทั่งปี 2555 จำนวนโรงพยาบาลเริ่มมีแนวโน้มมากขึ้น กระแสการลงทุนเริ่มกลับมาขยายตัวอีกครั้ง จนถึงในปี 2558 นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเที่ยวเมืองไทยกันมากขึ้น เนื่องจากโครงการ AEC ทำให้กระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นที่นิยมมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการขยายการลงทุนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (วิจัยกรุงศรี, 2563) จึงเป็นจุดเปลี่ยนที่เด่นชัดในทางที่ดีต่อธุรกิจนี้มากขึ้น และในช่วงตั้งแต่ปลายปี 2562 เป็นต้นมา ได้เกิดวิกฤติการณ์โรคระบาด Corona virus disease (Covid-19) เป็นแรงกดดันในการสร้างรายได้และกำไรอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ส่วนใหญ่พึ่งพารายได้จากคนไข้ต่างชาติในสัดส่วนที่สูง ทำให้ได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก ขณะเดียวกันโรงพยาบาลหลายแห่งที่พึ่งพารายได้จากคนไข้ชาวไทยกลุ่มประกันสังคมและข้าราชการได้รับผลกระทบน้อยกว่า (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2563)

จากการเปิดประชาคมอาเซียน ทำให้ชาวต่างชาติมาลงทุนในประเทศไทย ประกอบกับผู้เดินทางมาท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ความต้องการใช้โรงพยาบาลมีมากขึ้นตามลำดับ ประกอบกับยุทธศาสตร์สำคัญของภาครัฐในการส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical hub) ทำให้เกิดกระแสของการพัฒนาโรงพยาบาลเอกชนให้เป็นในระดับสากล

การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ องค์การควรให้ความสำคัญเพราะเป็นการสร้างเสริมสัมพันธ์ภาพระยะยาวกับลูกค้าตลอดไปเพื่อเพิ่มผลกำไร รวมทั้งการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าในแง่ความสัมพันธ์เชิงคุณภาพ Gupta and Sahu (2015) พบว่า การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า โดยมีมิติหรือองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ความไว้วางใจ ความสัมพันธ์ระยะยาว การมุ่งเน้นเทคโนโลยี คุณภาพการบริการ โปรแกรมความภักดี และภาพลักษณ์ตราสินค้า Shabbir, Kaufmann, Ahmad and Qureshi (2010) พบว่า การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพที่มุ่งเน้นการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าจากกิจกรรมการตลาดผ่านการตระหนักตราสินค้าและภาพลักษณ์ขององค์การมีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้า แนวคิดคุณค่าลูกค้าได้แก่ 1) คุณค่าสัมพันธ์ภาพ 2) คุณค่าความคุ้มค่า และ 3) คุณค่าตราสินค้า

2.2) คุณค่าสัมพันธภาพ (Relationship equity)

คุณค่าสัมพันธภาพ หมายถึง สิ่งที่ทำหน้าที่ประสานความสัมพันธ์ระหว่างโรงพยาบาลกับลูกค้าโดยการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยโปรแกรมหรือกิจกรรมทางการตลาดเน้นการสร้าง พัฒนา และรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และการทำให้ลูกค้ายึดติดกับตราสินค้า สามารถนำไปสู่ความสัมพันธ์ที่มีมูลค่าและความคุ้มค่าในระยะยาว

คุณค่าสัมพันธภาพเปรียบเสมือนกาวที่ทำให้ลูกค้ายึดติดกับตราสินค้าและสะท้อนให้ลูกค้ารับรู้คุณค่าจากผลิตภัณฑ์และบริการจากการจัดการความสัมพันธ์ โดยเฉพาะถ้าลูกค้าได้รับคุณค่าสัมพันธภาพสูง ลูกค้าก็รู้สึกเสมือนว่าได้รับการจัดการและการปฏิบัติเป็นอย่างดี ตลอดจนได้รับการดูแลพิเศษจากองค์กร ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจจนนำไปสู่การซื้อซ้ำ (Kazemi, A., Abadi, H.R.D., and Kabiry, N., 2013) คุณค่าสัมพันธภาพ ประกอบด้วย 1. การแก้ปัญหาความขัดแย้ง 2. การสื่อสาร 3. การดูแลให้ความสะดวกสบาย 4. พันธะสัญญา

2.3) คุณค่าความคุ้มค่า (Value equity)

คุณค่าความคุ้มค่า หมายถึง การรับรู้ความคุ้มค่าของลูกค้าจากการประเมินผลในการเข้ามาใช้บริการของโรงพยาบาล ทำให้เกิดการรับรู้ถึงประสิทธิภาพและการบริการเหนือกว่าที่อื่น ตลอดจนมีการปรับปรุงการบริการให้ตรงกับความต้องการ ทำให้ลูกค้าประทับใจจนเกิดความรู้สึกที่ดีแล้วแบ่งปันให้กับผู้อื่น

คุณค่าความคุ้มค่า เกิดจากการประเมินผลของลูกค้าในผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ส่งผลให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ถึงความคุ้มค่าในองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับผลของกิจกรรมการตลาด ซึ่ง Matti et al., (2012) พบว่าการรับรู้ความคุ้มค่า แบ่งเป็น 4 แบบ ได้แก่

1. การรับรู้ความคุ้มค่าขององค์ประกอบเชิงหน้าที่ (Functional value) หมายถึง ความคุ้มค่าที่ได้รับจากการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการ
2. การรับรู้ความคุ้มค่าของเงิน (Monetary value) หมายถึง ความคุ้มค่าของเงินกับราคาอย่างสมเหตุผล กล่าวคือ เป็นการรับรู้ความคุ้มค่าของเงินหรือราคาที่ต่ำเมื่อเทียบกับทางเลือก
3. การรับรู้ถึงความคุ้มค่าทางอารมณ์ (Emotional value) หมายถึง การที่ผลิตภัณฑ์ หรือบริการกระตุ้นความรู้สึกหรือก่อให้เกิดผลทางด้านความยินดี ความสุข ความสนุกสนาน สนุกสนาน ความงามที่เกิดจากการเชื่อมโยงกับประสบการณ์ก่อนหน้านี้
4. การรับรู้ถึงความคุ้มค่าทางสังคม (Social value) หมายถึง ความคุ้มค่าที่ได้มาจากการความสามารถของผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อเพิ่มแนวคิดทางสังคม คุณค่าทางสังคมจึงเชื่อมโยงผู้ใช้บริการกับกลุ่มทางสังคม รวมถึงด้านอื่นๆ

2.4) คุณค่าตราสินค้า (Brand equity)

คุณค่าตราสินค้า หมายถึง การสร้างการรับรู้ให้เข้าไปอยู่ในใจของลูกค้าเพื่อให้อยู่ในความทรงจำ เกิดเป็นพลังของตราสินค้าที่ทำให้เกิดผลกระทบที่แตกต่างกันในความรู้ที่มีต่อตราสินค้านั้น

Brakus, Schmitt and Zarantonello (2009) ได้สร้างแนวคิดของการสร้างตราสินค้าให้เข้าไปในประสบการณ์ของลูกค้า ที่มีอิทธิพลต่ออารมณ์ ทำให้เกิดการรับรู้ในใจของลูกค้า ประกอบด้วย

1. การสร้างตราสินค้าให้แตกต่าง เป็นวิธีการที่ทำให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ลักษณะเฉพาะของตราสินค้าที่แตกต่างไม่ซ้ำกับตราสินค้าอื่น สามารถจดจำเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำและแยกแยะระหว่างสินค้าที่มีตราสินค้าออกจากสินค้าอื่นที่ไม่มีตราสินค้า

2. การสร้างตราสินค้าโดยการให้ความรู้ที่เป็นตัวกำหนดว่าลูกค้าต้องมีความเข้าใจที่แท้จริงในตราสินค้า จำเป็นต้องอาศัยความเชื่อมโยงทางความคิดผ่านทางการเรียนรู้ นั่นก็คือ การสร้างการตระหนักของตราสินค้า และการสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า ที่มีความโดดเด่นและแตกต่าง รวมทั้งให้ติดในความทรงจำของผู้บริโภคให้ได้

3. การสร้างตราสินค้าโดยเฉพาะการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับตราสินค้าให้เกิดความเหมาะสมในแต่ละบุคคล และกลุ่มตลาดเป้าหมายอีกด้วย

4. การสร้างตราสินค้าโดยทำให้เกิดความรู้สึก และเกิดการรับรู้ในการจดจำตราสินค้าที่บ่งบอกถึงอารมณ์ในการตอบโต้ทำให้เกิดความรู้สึกดังนี้ ได้แก่

4.1 ความรู้สึกภาคภูมิใจทำให้ลูกค้ารู้สึกมีความสุขที่เกิดจากความสำเร็จในชีวิต เป็นมุมมองของลูกค้าที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ที่สะท้อนกับวิถีชีวิตของตนเอง (lifestyle) กับผลิตภัณฑ์

4.2 ความรู้สึกที่ต้องการได้รับการยอมรับจากสังคม เกิดจากการรู้สึกถึงการเข้าไปในชนชั้นทางสังคมหรือภาพลักษณ์ทางสังคมที่สูงขึ้น การพัฒนาตราสินค้าจึงเป็นความท้าทายในการสร้างตราสินค้าให้มีระดับสูงขึ้น

2.5) ความไว้วางใจ (Trust)

ความไว้วางใจ หมายถึง ความเต็มใจของผู้ป่วยต่อการไว้วางใจในพันธมิตรของการแลกเปลี่ยน ซึ่งเกิดจากการที่โรงพยาบาลมีชื่อเสียงตรงกับคาดหวังและให้บริการแบบมีอาชีพจากการปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบในความปลอดภัยและรับประกันความพึงพอใจ

นอกจากนี้แนวคิดความพึงพอใจในธุรกิจของโรงพยาบาล ยังเกิดจากคุณภาพโรงพยาบาลซึ่งเกิดจากคุณภาพบริการและคุณภาพโดยรวม เป็นองค์ประกอบหลักสำคัญในการทำให้เกิดความไว้วางใจ โดย Alrubaiee et al., (2011) โดยคุณภาพการบริการเกิดจาก

1. สิ่งที่ต้องได้ ได้แก่ พนักงานมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เครื่องมือหรืออุปกรณ์ทางการแพทย์ดึงดูดผู้ป่วยมาใช้บริการ ความสะอาดสบายทางกายภาพที่ให้กับคนไข้ ทำเลที่ตั้งสะดวกสบายต่อการเข้าถึง

2.ความเชื่อถือ ได้แก่ ให้บริการตามเวลาที่สัญญา มีพนักงานเพียงพอ ความสามารถของพนักงานในการสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดความไว้วางใจและความเชื่อมั่นในผู้ป่วย พนักงานเต็มใจรับฟังอย่างระมัดระวังและช่วยเหลือผู้ป่วย ความน่าเชื่อถือในการจัดการปัญหาของผู้ป่วย ความรวดเร็วและความสะดวกในขั้นตอนการของวิธีการลงทะเบียน เจ้าหน้าที่ตอบรับทันทีเมื่อถูกเรียก

3.การตอบสนอง ได้แก่ การให้บริการรวดเร็วสำหรับผู้ป่วยที่ไม่ได้นัดหมาย ผู้ป่วยได้รับข้อมูลเพียงพอเกี่ยวกับสุขภาพ พนักงานมีความเห็นอกเห็นใจและสร้างความมั่นใจ ราคาไม่แพง ความพร้อมในการให้บริการและเป็นไปอย่างรวดเร็ว การตอบสนองของพนักงานตรงกับความต้องการของผู้ป่วย พนักงานของโรงพยาบาลยินดีให้ความช่วยเหลือเสมอ พนักงานมีความเป็นมิตรและสุภาพกันเอง

4.ความมั่นใจ ได้แก่ การรักษาความลับของผู้ป่วย ความรู้สึกมั่นใจและไว้วางใจในแพทย์ที่รักษา และให้ความรู้สึกปลอดภัยในการมีปฏิสัมพันธ์หรือติดต่อกับพนักงาน

5.ความเอาใจใส่ ได้แก่ พนักงานยินดีให้ความช่วยเหลือเสมอ พนักงานให้ความสำคัญเป็นส่วนตัว พนักงานสุภาพอ่อนโยนอย่างสม่ำเสมอ และไม่ทำตัวยุ่งเหยิงกับการตอบสนองต่อการขอความช่วยเหลือ พนักงานให้ความสำคัญกับผู้ป่วยให้มากที่สุด พนักงานเข้าใจความต้องการเฉพาะของผู้ป่วย

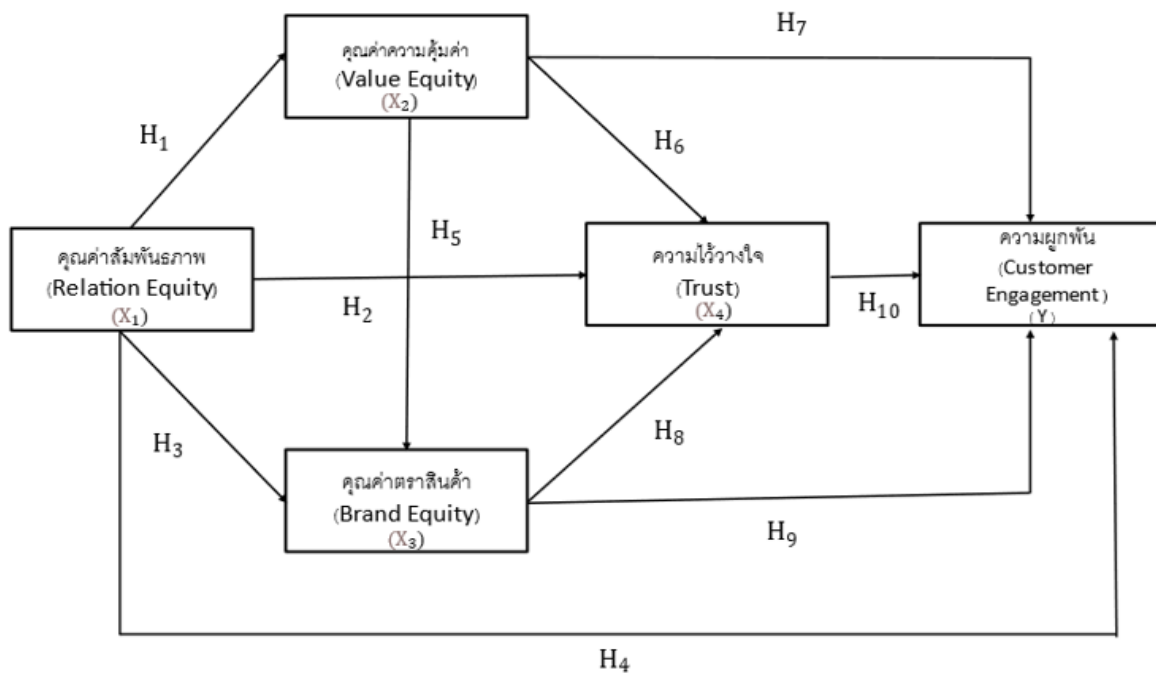
6.คุณภาพโดยรวม ได้แก่ ค่าใช้จ่ายราคาไม่แพง ความรู้สึกของความเป็นอยู่ที่ดีในโรงพยาบาล บริการพร้อม (ไม่ต้องรอนาน) บริการตามที่คาดหวังไว้ สถานที่เข้าถึงได้ง่าย ยอมรับในประสิทธิภาพของขั้นตอนการรักษา เจ้าหน้าที่และแพทย์มีความเป็นมิตรและสุภาพ ตลอดจนสภาพแวดล้อมที่ดีต่อสุขภาพ รวมทั้งสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย

2.6) ความผูกพันของลูกค้า (Customer engagement)

ความผูกพันของลูกค้า หมายถึง การพัฒนาให้ลูกค้าเกิดความภักดีมากขึ้นด้วยการเห็นจุดเด่นหรือความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์และบริการ จดจำตราสินค้าไว้อย่างดี และทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีอะไรที่เข้ามาแทนที่ตราสินค้านี้

แนวคิดความผูกพันโดยรวมส่วนใหญ่แล้วเป็นแนวคิดในมุมมองหลายมิติ แต่แนวคิดที่มีบทบาทสำคัญในการนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ คือ แนวคิดของ Naumann and Bowden (2015) ซึ่งมีบทบาทสำคัญแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของการสร้างความผูกพันของลูกค้า โดยพบว่า ความผูกพันของลูกค้าเป็นขบวนการทางจิตวิทยาที่ขับเคลื่อนความภักดีของลูกค้า ด้วยการสร้างและการพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วยโปรแกรมหรือกิจกรรมทางการตลาดขององค์กร ทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณค่าความคุ้มค่าของคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ แนวคิดนี้จึงมีความสำคัญกับการตลาดบริการ เนื่องจากเป็นการประยุกต์ในขั้นที่องค์กรสามารถเป็นที่ปรึกษาของลูกค้าในการให้ความรู้หรือแลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อสื่อสารตราสินค้าให้เข้าไปในจิตใจของลูกค้า ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์ที่ดีกับตราสินค้า

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย ใช้การวิจัยแบบผสมวิธี ประกอบด้วย การวิจัยในเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยในเชิงปริมาณ ประกอบด้วย กำหนดประเด็นปัญหาการวิจัย ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย กำหนดสมมุติฐาน การออกแบบการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล การสรุปผลและการเขียนรายงานการวิจัย และ การเผยแพร่ผลงานการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ คือ เน้นความเข้าใจอย่างเป็นองค์รวม จึงจำเป็นต้องมีความรู้ในส่วนย่อยของทุกส่วน นอกจากนี้ยังเน้นการออกแบบการวิจัยที่มีความยืดหยุ่น เป็นการเปิดกว้างสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้สามารถลงลึกให้มากที่สุด และที่สำคัญคือ การเข้าไปมีส่วนร่วมโดยตรงกับประชากรหรือปรากฏการณ์ที่ศึกษา ใช้ประโยชน์จากความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างเป็นกุญแจสู่ข้อมูลที่มีคุณภาพ (ชาย โพธิ์สี ตา, 2556)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้คือ คือ ผู้ป่วยที่มาใช้บริการในโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร การสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักความน่าจะเป็นที่มีความถูกต้องแม่นยำมากกว่า สามารถสรุปอ้างอิงไปสู่ประชากรเป้าหมายได้ และเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น และการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยในเชิงปริมาณ เป็นการใช้แบบสอบถามสำหรับผู้ป่วย ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม และ ข้อคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าสัมพันธภาพ การวิจัยเชิงคุณภาพ เน้นการสัมภาษณ์เจาะลึกอยู่ที่คำถามปลายเปิด สามารถเปลี่ยนแปลงได้ มีความยืดหยุ่น มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลการตรวจสอบคุณภาพ คือ การวัดความเที่ยงตรง จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม และวัตถุประสงค์

4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถนำเสนอได้ เป็น 3 ตอน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างด้วยสถิติเชิงพรรณนา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 อายุ 21-30 มีจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 สมรสแล้ว มีจำนวน 337 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 357 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 มีจำนวนสมาชิก ประมาณ 3-4 คน มีจำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 มีรายได้ส่วนตัวต่ำกว่า 20,000 บาท มีจำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 มีรายได้รวมทั้งครอบครัวต่ำกว่า 50,000 บาท จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวแปร ประกอบด้วย คุณค่าของความคุ้มค่า (value equity) คุณค่าของสัมพันธภาพ (relationship equity) คุณค่าตราสินค้า (brand equity) ความไว้วางใจ (trust) และความผูกพันของลูกค้า (customer engagement)

อิทธิพลของคุณค่าความคุ้มค่า ผลการวิเคราะห์ พบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.41$, $SD = 0.71$) เมื่อพิจารณารายข้อของตัวแปรอิทธิพลของคุณค่าความคุ้มค่า จำนวนทั้งหมด 7 ข้อ พบว่าการมาใช้บริการทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีเสมอ ($\bar{X} = 3.56$, $SD = 0.85$) เป็นลำดับที่ 1 และปรับปรุงการบริการให้เหมาะสมตรงกับความต้องการ ($\bar{X} = 3.51$, $SD = 0.86$) เป็นลำดับที่ 2 และน้อยที่สุดคือระดับของประสิทธิภาพและการบริการ ($\bar{X} = 3.04$, $SD = 1.04$)

อิทธิพลของคุณค่าสัมพันธภาพ ผลการวิเคราะห์ พบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.50$, $SD = 0.72$) เมื่อพิจารณารายข้อของตัวแปรอิทธิพลของคุณค่าสัมพันธภาพ จำนวนทั้งหมด 11 ข้อ พบว่าพนักงานมีทักษะและเทคนิคในการสื่อสารได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.64$, $SD = 0.82$) เป็นลำดับที่ 1 และพยาบาลและพนักงานมุ่งเน้นการดูแลอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.58$, $SD = 0.93$) เป็นลำดับที่ 2 และน้อยที่สุดคือรู้สึกมีอารมณ์ร่วมกับการใช้บริการของโรงพยาบาล ($\bar{X} = 3.31$, $SD = 0.90$)

อิทธิพลของคุณค่าตราสินค้า ผลการวิเคราะห์ พบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, $SD = 0.71$) เมื่อพิจารณารายข้อของตัวแปรอิทธิพลของคุณค่าตราสินค้า จำนวนทั้งหมด 7 ข้อ พบว่าชื่อเสียง (ตราสินค้า) สะท้อนวิถีการดำเนินชีวิตส่วนตัวของท่าน ($\bar{X} = 3.72$, $SD = 0.87$) เป็นลำดับที่ 1 และเมื่อใช้

บริการครั้งต่อไปจะเลือกซื้อของตราสินค้านี้ ($\bar{X} = 3.63$, $SD = 0.79$) เป็นลำดับที่ 2 และน้อยที่สุดคือจำ
เครื่องหมายและสัญลักษณ์ของโรงพยาบาลได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.34$, $SD = 0.98$) ผลการวิเคราะห์ พบว่า
อิทธิพลของความไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$, $SD = 0.79$) เมื่อพิจารณารายข้อ
ของตัวแปรอิทธิพลของความไว้วางใจ จำนวนทั้งหมด 9 ข้อ พบว่าให้ความสำคัญและจริงใจกับลูกค้า ($\bar{X} =$
 3.70 , $SD = 0.91$) เป็นลำดับที่ 1 และการรักษาและการให้บริการน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.69$, $SD = 0.88$) เป็น
ลำดับที่ 2 และน้อยที่สุดคือให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ ($\bar{X} = 3.39$, $SD = 1.08$)

อิทธิพลของความผูกพันของลูกค้า ผลการวิเคราะห์ พบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง
($\bar{X} = 3.48$, $SD = 0.75$) เมื่อพิจารณารายข้อของตัวแปรอิทธิพลของความผูกพันของลูกค้า จำนวนทั้งหมด
9 ข้อ พบว่าปัจจุบันท่านยังคงจะใช้บริการของโรงพยาบาลแห่งนี้ ($\bar{X} = 3.62$, $SD = 0.91$) เป็นลำดับที่ 1 และ
ท่านจะบอกชื่อของโรงพยาบาลแห่งนี้ให้กับเพื่อนและครอบครัว ($\bar{X} = 3.56$, $SD = 0.85$) เป็นลำดับที่ 2
และน้อยที่สุดคือท่านยังคงใช้บริการของโรงพยาบาลแห่งนี้แม้ว่าโรงพยาบาลอื่นเสนอการส่งเสริมการขายหรือ
ราคาที่สูงขึ้น ($\bar{X} = 3.21$, $SD = 1.03$)

**ตอนที่ 3 วิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของลูกค้าด้วยสถิติ
เชิงอ้างอิง การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis)**

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์แยกค่าอิทธิพลของตัวแปรที่ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้า

ตัวแปร	อิทธิพลทางตรง (Direct Effect)	อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)				อิทธิพลรวม (Total Effect)
		X ₂	X ₃	X ₄	รวม	
X ₁ : คุณค่าสัมพันธภาพ	-	0.238	0.271	-	0.509	0.509
X ₂ : คุณค่าความคุ้มค่า	0.090	-	0.097	0.136	0.233	0.323
X ₃ : คุณค่าตราสินค้า	0.128	-	-	0.430	0.430	0.558
X ₄ : ความไว้วางใจ	0.668	-	-	-	-	0.668

ตัวแปร X₁ (คุณค่าสัมพันธภาพ) ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรตามความผูกพันของลูกค้า แต่มี
อิทธิพลทางอ้อม โดยอิทธิพลทางอ้อมเป็นอิทธิพลผ่านตัวแปรคั่นกลาง X₂ (คุณค่าความคุ้มค่า) และ X₃ (คุณค่า
ตราสินค้า)

ตัวแปร X₂ (คุณค่าความคุ้มค่า) มีทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมต่อตัวแปรตามความผูกพัน
ของลูกค้า โดยอิทธิพลทางอ้อมเป็นอิทธิพลผ่านตัวแปรคั่นกลาง X₃ (คุณค่าตราสินค้า) และตัวแปร X₄ (ความ
ไว้วางใจ)

ตัวแปร X₃ (คุณค่าตราสินค้า) มีทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมต่อตัวแปรตามความผูกพัน
ของลูกค้า โดยอิทธิพลทางอ้อมเป็นอิทธิพลผ่านตัวแปรคั่นกลาง X₄ (ความไว้วางใจ)

ตัวแปร X₄ (ความไว้วางใจ) มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรตามความผูกพันของลูกค้า

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

ความไว้วางใจเกิดจากการสร้างคุณค่าสัมพันธภาพ คุณค่าความคุ้มค่า คุณค่าตราสินค้า นำไปสู่ความไว้วางใจแล้วส่งผลกระทบต่อความผูกพัน สอดคล้องกับการวิจัยเชิงปริมาณคือ คือ การสร้างความไว้วางใจ ต้องสร้างจากคุณค่าสัมพันธภาพไปยังคุณค่าความคุ้มค่าที่มีอิทธิพลทางตรง แต่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อคุณค่าตราสินค้า และคุณค่าตราสินค้านำไปสู่ความไว้วางใจ แล้วความไว้วางใจส่งผลกระทบต่อความผูกพันในระดับที่สูงขึ้น โดยมีค่าอิทธิพล เท่ากับ 0.738, 0.173, 0.634 และ 0.668 ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wu and Li. (2011) ที่ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่าง การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) คุณภาพความสัมพันธ์ (RQ) และมูลค่าตลอดช่วงชีวิตของลูกค้า (CLV) ตามความชอบของโรงแรมที่แตกต่างกัน หลังจากแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อตรวจสอบความแข็งแกร่งของความสัมพันธะระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) คุณภาพความสัมพันธ์ (RQ) และมูลค่าตลอดช่วงชีวิตของลูกค้า (CLV) จากมุมมองของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า (1) CRM มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ RQ และ RQ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ CLV (2) กลุ่มผู้บริโภคที่มีความชอบด้านโรงแรมต่างกันจะเปิดเผยผลกระทบบางส่วนต่อความสัมพันธะระหว่าง CRM, RQ และ CLV กล่าวอีกนัยหนึ่ง การตั้งค่าโรงแรมที่แตกต่างกันสร้างความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในความแข็งแกร่งของเส้นทางความสัมพันธ์บางส่วน ในขณะที่งานวิจัยของ Ramli and Sjahrudin (2015) ที่ศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ของผู้ป่วยในบริการด้านสุขภาพ ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ป่วยที่สูงนั้นไม่สามารถเพิ่มความภักดีของผู้ป่วยได้ ความพึงพอใจของผู้ป่วยที่สูงขึ้นมีส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจของผู้ป่วยสูง ความไว้วางใจสูงของผู้ป่วยมีผลอย่างมากต่อความภักดีของผู้ป่วยไปจนถึงบริการด้านสุขภาพ สุดท้ายผลการทดสอบทางอ้อมเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ป่วยสามารถเพิ่มผู้ป่วยได้ความภักดีหากได้รับการสนับสนุนจากความไว้วางใจของผู้ป่วยสูง

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. จากผลการวิจัยเชิงปริมาณสามารถนำมาสร้างแบบจำลองใหม่ในการทำให้ผู้ป่วยเกิดความผูกพัน คือคุณค่าสัมพันธภาพสะท้อนให้ผู้ป่วยรับรู้คุณค่าความคุ้มค่าสูงมาก แสดงว่าโรงพยาบาลควรให้ความสำคัญกับการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ป่วย ให้เกิดความไว้วางใจ จะทำให้ผู้ป่วยเกิดความผูกพันในเชิงทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ องค์การ และตราสินค้า ตลอดจนพฤติกรรมซ้ำๆ ภักดี และบอกต่อ
2. จากผลการวิจัยเชิงปริมาณนี้คุณค่าสัมพันธภาพไม่ได้มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ แสดงว่าการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าต้องสะท้อนให้ลูกค้าเกิดการรับรู้คุณค่าความคุ้มค่า โดยเฉพาะด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่แตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่ง ดังนั้นการสร้างคุณค่าความคุ้มค่า จึงควรเปลี่ยนจากผู้ใช้เป็นผู้ผลิตเทคโนโลยีในอนาคต เพื่อให้การรักษามีประสิทธิภาพสูงและคุ้มค่ากว่าคู่แข่งรายอื่น
3. จากผลการวิจัยเชิงปริมาณคุณค่าสัมพันธภาพไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรตามความผูกพันของลูกค้า ดังนั้นโรงพยาบาลควรลงทุนในการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ป่วยให้รับรู้คุณค่าตราสินค้ายกก่อน โดยเชื่อมโยงความต้องการทางอารมณ์ให้เข้ากับคุณลักษณะ และคุณประโยชน์ ของผลิตภัณฑ์และบริการ

รวมทั้งสร้างกิจกรรมทางการตลาดกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เกิดการรับรู้ตราสินค้าผ่านประสบการณ์ของตนเองที่มีคุณค่าต่อจิตใจ เพื่อสร้างศรัทธาให้เกิดแก่ผู้บริโภค

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาคุณค่าสัมพันธ์ภาพ คุณค่าความคุ้มค่า คุณค่าตราสินค้า ความพึงพอใจ กับการสนับสนุนของลูกค้า ด้วยวิธีการวิจัยในรูปแบบอื่น เช่น การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง เป็นต้น

2. ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง คุณค่าสัมพันธ์ภาพ คุณค่าความคุ้มค่า และคุณค่าตราสินค้ากับคุณค่าตลอดชีพของลูกค้า ในธุรกิจโรงพยาบาลหรือธุรกิจอื่น ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จของหน่วยงานหรือองค์กร

3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบแบบจำลองจากการวิจัยในครั้งนี้นี้กับแบบจำลองใหม่ของธุรกิจบริการด้านอื่น เช่น ธุรกิจออนไลน์ โรงแรม การท่องเที่ยว และ ธนาคาร เป็นต้น

4. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการควบรวมกิจการ การสร้างเครือข่ายแบบร่วมลงทุน การระดมทุนผ่านบริษัทลูกที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์โดยเข้าไปถือหุ้นในรูปของบริษัท Holding ในธุรกิจโรงพยาบาล

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2564). รายงานสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. ศูนย์ปฏิบัติการภาวะฉุกเฉิน. ฉบับที่ 390.
- ชาย โพธิ์สีดา (2556). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด. (มหาชน).
- วิจัยกรุงศรี (2563). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2563-65 ใน ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2563 จาก <http://index.php/news-and-announce-all/news-all/180-2019-06-07-09-28-51.html>. 1229-1235. 2562/T26/T26_201903.pdf
- ปรียวดี ผลอเนก. (2558). อิทธิพลของการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในเขตภาคตะวันออก. วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม, 14 (2). 695-702.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, (2563). โรงพยาบาลเอกชน ปี'64 ... แม้รายได้กลับมาฟื้นตัว แต่ยังเป็นปีที่ท้าทายและแข่งขันรุนแรงขึ้น, กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 3167.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2562). อว. สวทช. และหน่วยงานเครือข่าย จัดประชุมคิกออฟ 'แผนจีโนมิกส์ประเทศไทย' หรือแนวทางวิจัยและประยุกต์ใช้แพทย์จีโนมิกส์เพื่อคุณภาพชีวิตคนไทยที่ดี. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 7 มิถุนายน 2562 จาก <https://sccl.mhesi.go.th>

- Alrubaiee, L., and Alkaa'ida, F., (2011). The mediating effect of patient satisfaction in the patients' perceptions of healthcare quality – patient trust relationship. **International Journal of Marketing Studies**, 3 (1). 103-127.
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand experience: what is it? How is it measured? Does it affect loyalty? **Journal of marketing**, 73 (3). 52-68.
- Gupta, A., and Sahu, G.P. (2015). Exploring relationship marketing dimensions and their effect on customer loyalty – a study of Indian mobile telecom market. **International Journal Business Innovation and Research**, 9 (4). 375-395.
- Hatta, P.I.H. (2019). Analysis of Service Quality, Image, Promotion, Trust and Customer Loyalty. **IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)**, 21 (1). 1-7.
- Hunt, S. D., Arnett, D. B., & Madhavaram, S. (2006). The explanatory foundations of relationship marketing theory. **Journal of business & industrial marketing**, 21 (2). 72-87.
- Kazemi, A., Abadi, H.R.D. and Kabiry, N. (2013). Analyzing the effect of customer equity on repurchase intentions. **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, 3 (6).78-92.
- Matti, Minna, Karjaluo, Heikki, Jayawardhena, Chanaka, Leppäniemi and Pihlström (2012). How value and trust influence loyalty in wireless telecommunications industry. **Telecommunications Policy– Elsevier**, 36 (8). 636-649.
- Naumann, K., and Bowden, J. (2015). Exploring the process of customer engagement, self-brand connections and loyalty. **Problems and perspectives in management**, 13 (1). 56-66.
- Ramli, A. H., & Sjahrudin, H. (2015). Building patient loyalty in healthcare services. **International Review of Management and Business Research**, 4(2), 391-401.
- Shabbir, S., Kaufmann, H.R., Ahmad, I., and Qureshi, I.M. (2010). Cause related marketing self-brand connections and loyalty. **Problems and Perspectives in Management**, 13 (1), 56-66.
- Shriedeh ,F.B., and Ghani, N.H.A. (2016). Innovation's effect on brand equity: Insights from medical tourists. **Journal of Asian Business Strategy**, 6(8), 176-184.
- Wu, S. I., & Li, P. C. (2011). The relationships between CRM, RQ, and CLV based on different hotel preferences. **International Journal of Hospitality Management**, 30(2), 262-271.

การบูรณาการระหว่าง ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ ความร่วมมือเพื่อการพัฒนา การลงทุน
โดยตรงจากต่างประเทศ และการส่งออก: หลักฐานเชิงประจักษ์จาก

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชน ลาว

COINTEGRATION BETWEEN GDP, ODA, FDI AND EXPORTS: EVIDENCE
OF LAO PDR.

HER Phenga and Shuanglu Liang*

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ เพื่อทดสอบรูปแบบการเชื่อมโยงระยะสั้นและระยะยาวระหว่าง ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่แท้จริง (Ca) ความช่วยเหลือในการพัฒนาอย่างเป็นทางการจากประเทศ DAC ไปยัง สปป.ลาว (ODA) โดยพิจารณาจาก การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) และการส่งออก นักวิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลาตั้งแต่ พ.ศ. 2531 ถึง พ.ศ. 2562 เก็บตัวอย่าง 32 รายการ จากธนาคารแห่ง สปป. ลาวและองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ร่วมกับการใช้ เทคนิค แบบจำลองการแก้ไขข้อผิดพลาดของเวกเตอร์ ซึ่ง Ca เป็นสมการตัวแปรเป้าหมาย เนื่องจากสาเหตุ ระหว่าง ODA ยังคงเป็นปัญหาที่ถกเถียงกันอยู่ นอกจากนี้ นักวิจัยบางท่านแนะนำว่า ODA, FDI และ Ex จะมี ผลกระทบต่อ GDP ในขณะที่บางท่านก็แนะนำว่า GDP ดึงดูด ODA, FDI และ Ex ดังนั้น การวิเคราะห์ใน กรณีสหสัมพันธ์ของ สปป. ลาว มีเพื่อทดสอบความชัดเจนในการวิเคราะห์การรวมตัวระหว่างตัวบ่งชี้เหล่านั้น

ผลการวิเคราะห์เชิงประจักษ์ระบุว่าตัวแปรที่เสนอมีสาเหตุระยะยาวทั้งทางบวกและทางลบ ซึ่ง ODA และ FDI มีความสัมพันธ์เชิงบวก แสดงให้เห็นว่าหากปัจจัยดังกล่าวเพิ่มการไหลเข้าของ ODA และ FDI ก็จะทำให้ GDP ที่แท้จริงเพิ่มขึ้น ต่อหัว ในขณะที่ Ex มีความสัมพันธ์เชิงลบชี้ให้เห็นว่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นจะทำให้ GDP ต่อหัวที่แท้จริงลดลง ซึ่งขัดกับทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ ผลที่เกิดขึ้นอาจจะเกิดจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีน้อยหรือการกระจายรายได้ไม่เท่าเทียมกัน ในแง่ของระยะสั้น ผลการวิจัยยังพบว่าไม่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบสองทิศทาง แต่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบทิศทางเดียวที่เรียกใช้จาก FDI ถึง Ca สาเหตุที่ทำงานจาก ODA และ Ex ถึง FDI และจาก ODA ไปยัง Ex ดังนั้นผู้กำหนดนโยบายควรส่งเสริม และดึงดูด FDI และ ODA ให้มากขึ้น เพื่อกระตุ้นการส่งออกและการเติบโตทางเศรษฐกิจ

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ ความร่วมมือเพื่อการพัฒนา การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ การส่งออก แบบจำลองการแก้ไขข้อผิดพลาดของเวกเตอร์

*คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยยูนนาน ประเทศจีน 650106

The School of Economics, Yunnan University, China 650106

Corresponding author: heping_econ@yahoo.com

ABSTRACT

The objective of this study is to test the short-term and long-term links model between real gross domestic product (Ca), official development assistance from DAC countries to Laos (ODA), foreign direct investment (FDI) and exports (Ex). The researchers used time series data starting 1988 to 2019 (32 observations or samples) from the Bank of Lao PDR and Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). This paper, we analyzed by using the Vector Error Correction Model (VECM) which Ca is the target variable equation because the causality between ODA still a controversial problem. Furthermore, some researchers suggest that ODA, FDI and Ex have the impact on GDP or GDP per capita, but some also suggests that GDP attract ODA, FDI and Ex. Thus, making the case of Lao PDR more clearly motivated me to analyze the cointegration between those indicators.

The results of empirical analysis indicated that there is a long-term causality among the proposed variables which also have a positive and negative causality which ODA and FDI have positive relationship, suggests that if they increase in ODA and FDI inflows it causes increase in real GDP per capita. While as the Ex has a negative relationship suggest that an increase in Exports will cause decrease in real GDP per capita which against economics theories, this may cause from the number of samples used in the study was small or inequality of income distribution. In terms of short-run, we also found that there is no bidirectional causal relationship but have unidirectional causal relationship that run from FDI to Ca, causal running from ODA and Ex to FDI and from ODA to Ex. Therefore, policymakers should promote and attract more FDI and ODA to stimulate the exports and economic growth.

Keywords: GDP, ODA, FDI, Exports and VECM

Article history:

Received 12 April 2021

Revised 20 June 2021

Accepted 23 June 2021

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. Introduction

Although Laos is the only country in Southeast Asia that has no sea access (land-locked country) but more decades ago its economic development growth rapidly with an average of 7% a year and real GDP per capita increased from \$441 in 1986 to \$ 1,841 in 2019 due to the policy of opening the country to attract foreign investment especially the one stop service policy. Despite the continued economic growth, developed countries continue to provide assistance to Lao PDR in the form of loans or grants due to most of people remain live below the poverty line of \$1.9 per day especially the population who live in remote areas. However, the world bank report (2020) is projected that Lao economic growth range between negative 1.8% and 1% due to the impact of the COVID-19 pandemic.

Since opened the country in 1986, the net ODA received per capita of Laos have been continuously increasing from \$10.69 in 1986 to \$88.08 in 2019 shows that the assistance inflows to local countries increasingly which in 2019 the Development Assistance Committee (DAC) countries disbursed of \$329.25 million to Laos, decreased from previous year by 10.84%. At the same time FDI also increase too, in 2019 the net inflows for Laos were around \$755 million which decreased from the last year by 55.37%. Currently, China become the biggest investor and China invested in Laos around \$1.07 billion in 2019. However, world investment report (2020) expected FDI inflows to Laos will dropped considerably in 2020 due to the COVID-19 pandemic. In 2019, the exports of goods, services and primary income was around \$7,079 million, export to Thailand around \$2,422 million and exports to China around \$2,037 million.

Those reasons motivated the researchers to study the cointegration between real GDP per capita (Ca), foreign direct investment (FDI) and exports (Ex) to specify clearly about the factors cause economic or real GDP per capita of local people increasing because there are many researchers suggests that ODA support economic development (Minoiu & Reddy, 2010) but some researchers indicated that there is a significant relationship between ODA and economic growth (Gounder, 2003 and Levine, & Roodman, 2004). In terms of FDI and Growth, theoretical framework shows that FDI has a positive impact on economic growth as new technology transferred (Sokang, 2018, Tamar Baiashvili and Luca Gattini, 2019). Otherwise, Iamsiraroj and Doucouliagos (2015) expressed that growth is slightly more correlated with FDI in developing countries. In addition, Grossman & Helpman (1991) also suggest that the openness trade has a positive impact on economic growth. But Harrison & Hanson (1999) pointed out that trade openness is no significant effect on economic growth.

The researchers interested in examining the relationship between these variables by using the vector error correction model (VECM) to imply with the case of Lao PDR because this model can explain the long-term and short-term effects or causality. Otherwise, it could express the bi-directional and unidirectional relationship which the outcome will give some important guidelines for policymakers and readers.

Objective of the Study

The main objective of this paper, to test the short-term and long-term links model between real gross domestic product, official development assistance from DAC countries to Laos, foreign direct investment and exports

2. Literature Review

According to literature reviews see that the relationship between foreign aid and economic growth, no unanimous conclusions could be reached. Sandrina (2005) has studied the impact of foreign aid on economic growth by using GMM estimator and he found that foreign aid has positive impact on economic growth which the short-run has less effects than the long-run which an increase in the ODA per GDP ratio of 1% leads to a per capita growth rate increase of 0.16% and the impact on per capita growth of 1% increase in the ODA per GDP ratio oscillates between 0.34% and 0.43%. Edmore, & Nicholas (2019) used panel data to test the causality between foreign aid, poverty and economic growth in developing countries and found that in the short run, there is a bidirectional causal relationship between economic growth and poverty and there is a unidirectional causal relationship from economic growth to foreign aid and from poverty to foreign aid. For long-run both economic growth and poverty jointly Granger cause foreign aid. Kawthar, and Karim, (2017) used the VECM testing a linking aid to economic growth and he indicated that there is the short-run and long-run causality between ODA and economic growth meaning that that the foreign aid promotes growth through government consumption in the short term but aid has negative impact on economic growth in long-term. In short-run estimation, the coefficient associated with the aid variable is positive and significant (0.053) in the regression at the 5% level. For long-run, an increase of 1% of ODA contributes to a decrease of 0.18% of GDP. In addition, Geetilaxmi, et al (2016) also used VECM testing the causality between foreign aid, trade and economic growth and found that there is the short-run and long-run unidirectional causality running from foreign aid, government expenditure and trade openness to economic growth of India which the India economic growth mostly explained by foreign aid.

Chakanyuka, Mashoko (2016) indicated that no evidence of a relationship between ODA and FDI in Zimbabwe and there is neither correlation nor causality between these flows. In light of these findings, Zimbabwe should make deliberate actions to create the necessary domestic and international conditions that facilitate foreign direct investment. Sahraoui, et al (2015) used VECM to analyze the causality between FDI and GDP, the outcome shown that there is unidirectional causality from FDI to GDP, which could be a good tool to prioritize the allocation of resources across sectors to promote foreign direct investment. Zuzana, (2014) indicated that there is a long-term causal links between FDI, economic growth and exports which FDI and exports has positive impact on economic growth. Song, and Zhang (2017) tested

causality between foreign direct investment and economic growth for Cambodia by using VECM and the results indicated that there is the causal impact of FDI on economic growth of Cambodia but it does not confirm causality to run from GDP to FDI. In addition, Andreas, and Anastasios. (2011) also used VECM testing the causality GDP per capita and FDI in Greece and the outcome indicated that economic growth as measured by GDP per capita Granger-causes the FDI, meaning that there is a unidirectional causality running from GDP to FDI. But there is no evidence that the causality link between FDI and GDP is bi-directional, during the tested period 1970 - 2009.

3. Research Methodology

Cointegration analysis helps to identify long-run economic relationships between two or several variables and to avoid the risk of spurious regression. However, cointegration is leaving aside the possibility of the short-term fluctuations between the two examined variables, if two non-stationary variables are cointegrated, a Vector Autoregression (VAR) model in the first difference is mis-specified due to the effect of a common trend. If a cointegration relationship is identified, the model should include residuals from the vectors that lagged one period in the dynamic Vector Error Correction Model (VECM). VECM is adequate tool to analyze short-term deviations, necessary to achieve long-term balance between the two variables (Cipra, T. & Tlustý 2008) Therefore, it attracted the researchers try to use for the evidence of Lao PDR.

This paper, the researchers used the time series starting 1988 to 2019 from the Bank of Lao PDR and Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), equal to 32 observations and used the Vector Error Correction Model which developed by Engle and Granger (1987) and Johansen (1988) to construct the causality between Ca, ODA, FDI and Ex which can be developed in equation as following:

$$\Delta \log Ca_t = \gamma + \sum_{i=1}^{k-1} \alpha_i \Delta \log Ca_{t-i} + \sum_{j=1}^{k-1} \beta_j \Delta \log ODA_{t-j} + \sum_{m=1}^{k-1} \theta_m \Delta \log FDI_{t-m} + \sum_{n=1}^{k-1} \vartheta_n \Delta \log Ex_{t-n} + \lambda_1 ECT_{t-1} + \varepsilon_{1t} \quad (1)$$

$$\Delta \log ODA_t = \varphi + \sum_{i=1}^{k-1} \alpha_i \Delta \log Ca_{t-i} + \sum_{j=1}^{k-1} \beta_j \Delta \log ODA_{t-j} + \sum_{m=1}^{k-1} \theta_m \Delta \log FDI_{t-m} + \sum_{n=1}^{k-1} \vartheta_n \Delta \log Ex_{t-n} + \lambda_2 ECT_{t-1} + \varepsilon_{2t} \quad (2)$$

$$\Delta \log FDI_t = \omega + \sum_{i=1}^{k-1} \alpha_i \Delta \log Ca_{t-i} + \sum_{j=1}^{k-1} \beta_j \Delta \log ODA_{t-j} + \sum_{m=1}^{k-1} \theta_m \Delta \log FDI_{t-m} + \sum_{n=1}^{k-1} \vartheta_n \Delta \log Ex_{t-n} + \lambda_3 ECT_{t-1} + \varepsilon_{3t} \quad (3)$$

$$\Delta \log Ex_t = \delta + \sum_{i=1}^{k-1} \alpha_i \Delta \log Ca_{t-i} + \sum_{j=1}^{k-1} \beta_j \Delta \log ODA_{t-j} + \sum_{m=1}^{k-1} \theta_m \Delta \log FDI_{t-m} + \sum_{n=1}^{k-1} \vartheta_n \Delta \log Ex_{t-n} + \lambda_4 ECT_{t-1} + \varepsilon_{4t} \quad (4)$$

Where $\log Ca_t$: the nature log of real GDP per Capita (dollars) of Laotian in year t

$\log ODA_t$: the nature log of official development assistance (million dollars) from DAC countries at t period

$\log FDI_t$: the nature log of net foreign direct investment inflows (million dollars) to Laos at t period

$\log Ex_t$: the nature log of the exports of goods, services and primary income (million dollars) at t period

$\gamma, \varphi, \omega, \delta$: the constants of the equation

$k - 1$: the lag length reduced by 1

$\alpha_i, \beta_i, \theta_m, \vartheta_n$: short-run coefficients of the model's adjustment long-run equilibrium

λ_i : Speed of adjustment parameters with a negative sign

ECT_{t-1} : the error correction term is the lagged value of the residual obtained from the cointegrating regression of the dependent variable on the regressors which contains long-run information derived from the long-run cointegrating relationship.

ε_{it} : error terms

The cointegrating equation or long-run model written as:

$$ECT_{t-1} = [y_{t-1} - \tau_i X_{t-1} - \sigma_m R_{t-1}] \quad (5)$$

y_{t-1} : lag target variable in this means the first lag of $\log Ca_t$

τ_i : the coefficients of short-term modification

X_{t-1} : the lag of short-run variables

$\sigma_m R_{t-1}$: the coefficients of long-run equation

And the target Variable Equation written as:

$$\Delta \log Ca_t = \gamma + \sum_{i=1}^{k-1} \alpha_i \Delta \log Ca_{t-i} + \sum_{n=1}^{k-1} \tau_i \Delta \log X_{t-i} + \sum_{m=1}^{k-1} \sigma_m \Delta \log R_{t-m} \lambda_1 ECT_{t-1} + \varepsilon_{1t} \quad (6)$$

1.1 Unit Root Tests

The augment Dickey Fuller test (Dickey, & Fuller, 1979) is used testing the stationary of time series data due to the conditional of VECM analysis have to stationary at first order and written as:

$$\text{- For none intercept and trend: } \Delta y_t = \theta y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \phi_i \Delta y_{t-i} + u_i \quad (7)$$

$$\text{- For Intercept: } \Delta y_t = \alpha + \theta y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \phi_i \Delta y_{t-i} + u_i \quad (8)$$

$$\text{- For Intercept and Trend: } \Delta y_t = \alpha + \beta t + \theta y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \phi_i \Delta y_{t-i} + u_i \quad (9)$$

Where, y_t : the series at t period, $t-i$: the lag length reduced by 1,
 $\alpha, \beta, \theta, \phi$: the coefficients, t : trend, u_i : error term

1.2 Cointegration Test

The Johansen cointegration test (Johansen, 1988) to determine the short-run and long-run relationships between the variables.

$$Y_t = \alpha_1 Y_{t-1} + \dots + \alpha_p Y_{t-p} + \beta X_t + \varepsilon_t \quad (10)$$

Where Y_t : vector of endogenous variables.

α_p are the autoregressive matrices

X_t is the deterministic vector

β are the parameter matrices

p is the lag order

ε_t : vector of innovation

Hypothesis: H_0 : There is no cointegration means that construct only the short-run causality.

H_1 : There is cointegration, construct both short-run and long-run causality.

If the result rejects null hypothesis, the model should include residuals from the vectors mean that it has long-run causality and we should run Vector Error Correcting Model (VECM).

1.3 Granger Causality Test

To indicate the direction of causality among the variables of models Granger Causality Test must be done (Engle & Granger, 1987). Granger causality really implies a correlation between the current value of one variable and the past values of others, it does not mean changes in one variable cause changes in another. By using a F-test to jointly test for the significance of the lags on the explanatory variables. It is performed by the following model:

$$Y_t = \beta + \sum_{j=1}^n \theta_j X_{t-1} + \sum_{j=1}^m \gamma_j Y_{t-j} + e_t \quad (11)$$

Where β : constant coefficient

γ_j : the coefficient of lag variable

θ_i : the coefficient of instrument variable.

Y_t : the dependent variable

$t-j$: the lag length reduced by 1

Hypothesis: H_0 : $\theta_i = 0$ there is short run causality from X to Y

H_1 : $\theta_i \neq 0$ there is not short run causality from X to Y

1.4 Lagrange Multiplier Test

Lagrange Multiplier Test (LM test) is conducted to check the auto correlation (Johansen, 1995) and formula as:

$$\Delta y_t = \alpha \hat{E}_t + \sum_{i=1}^{p-1} \tau_i \Delta y_{t-i} + \epsilon_t \quad (12)$$

Where τ_i : the coefficients

$p - 1$: a VAR lags where the endogenous variables have been first-differenced

$\hat{E}_t$: augmented with the exogenous variables

Hypothesis: H_0 : there is no auto correlation at lags order

H_1 : there is auto correlation at lags order

1.5 Jarque-Bera Test

The Jarque-Bera test (Jarque, & Bera, 1987) is used for testing the autocorrelation of the model and can be defined as:

$$JB = \frac{n}{6}(S^2 + \frac{1}{4}(K - 3)^2) \quad (13)$$

Where n is the number of observations, S is the sample of Skewness and K is the sample of Kurtosis.

$$K = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N (\frac{y_i - \bar{y}}{\hat{\sigma}})^4 \quad (14)$$

$\hat{\sigma}$: the biased estimator for the variance

Hypothesis: H_0 : Residual are normally distributed or P-value > 0.05

H_1 : Residual are not normally distributed or P-value < 0.05

4. Research Results

Based on the basic conditional of VECM, the series must be stationary. The first part of the table 1 below show the value of tested non-stationary and the second part of the table express the stationary of time series data at the 1st differences of the statistically 5% level.

Table 1: Unit Root Test Results

Before Differences		After First Differences
Variables	ADF Statistic	ADF Statistic
<i>logCa_t</i>	1.132 (0.9955)	-4.836 (0.0000)
<i>logODA_t</i>	-1.653 (0.8352)	-3.246 (0.0175)
<i>logFDI_t</i>	-1.726 (0.4177)	-5.239 (0.0000)
<i>logEx_t</i>	-0.767 (0.8286)	-5.822 (0.0000)

Note: the value in parentheses is MacKinnon approximate p-value

From table 1 above we found that the variables non-stationary at level, I(0) and after converted with first differences and lags (1), the null hypothesis (H_0) for the existence of a unit root in the variables is rejected meaning that we can imply it for the next testing.

For cointegration test by Johansen (1988) method indicated we used the maximum lags (3) and the result illustrated that the trace statistic at the 2nd rank equal to 2.3824 is less than the 5% critical value (3.76) meaning that we cannot reject null hypothesis that there is no cointegration and confirm that this model there are two cointegrated equation or real GDP, remittance and FDI has long-run association ship, then the VECM was applied for testing the causality of those variables. For the selection order criteria denoted that lag (3) is an appropriate lag order because the FPE, AIC and SBIC value is lower than other levels. The empirical results for model (1) written as.

Table 2: The Results of Short-run and Long-run Granger Causality Analysis by the Way of Ca is Dependent Variable.

Dependent Variables	Independent Variables	Coefficients	Std. Err	P-value	
Short-run	$\Delta \log Ca_t$	Cons	0.0002	0.0019	0.921
		$\Delta \log Ca_{t-1}$	-0.4702	0.1949	0.016**
		$\Delta \log Ca_{t-2}$	0.0149	0.1234	0.903
		$\Delta \log ODA_{t-1}$	0.00003	0.0001	0.564
		$\Delta \log ODA_{t-2}$	0.000001	0.00004	0.972
		$\Delta \log FDI_{t-1}$	0.0105	0.0046	0.024**
		$\Delta \log FDI_{t-2}$	0.0029	0.0031	0.341
		$\Delta \log Ex_{t-1}$	-0.0408	0.0258	0.114
		$\Delta \log Ex_{t-2}$	-0.0141	0.0147	0.338
Long-run	ECT_{t-1}	-0.0709	0.0345	0.040**	
Observations	28				
AIC	6.4726				
HQIC	7.098067				
SBIC	8.5185				
Log-likelihood	-47.6166				
Det(Sigma ml)	0.0003				

Note: *, **, *** the statistically significant at 1%, 5% and 10% level respectively

From the table 2 or model (1) above found that in long-term when $\Delta \log Ca_t$ is used by the way of dependent variable illustrated the error correction or the coefficient of lagged ECT is negative sign and statistically significant at 5% level meaning that real GDP per capita (Ca) has a coverage tendency to its long-term equilibrium in response to changes in its regressors, but one can see there is a comparatively high speed (7.09%) of changes to the long-term equilibrium, this results expressed that there is a long-run Granger causality running from ODA, FDI and Ex to Ca and consistent with an empirical of Sahraui, (2015), Zuzana, (2014). In short-run, the causality link between ODA and Ca is not found.

Table 3: The Results of Short-run and Long-run Granger Causality Analysis by the Way of ODA is Dependent Variable

Dependent Variables	Independent Variables	Coefficients	Std. Err	P-value
$\Delta \log ODA_t$	Cons	0.0114	8.2221	0.999
	$\Delta \log Ca_{t-1}$	333.5316	801.803	0.677
	$\Delta \log Ca_{t-2}$	43.9716	507.7054	0.931
	$\Delta \log ODA_{t-1}$	-0.7485	0.2218	0.001*
	$\Delta \log ODA_{t-2}$	-0.7098	0.1793	0.000*
	$\Delta \log FDI_{t-1}$	5.376	19.2914	0.780
	$\Delta \log FDI_{t-2}$	-7.3198	12.8907	0.570
	$\Delta \log Ex_{t-1}$	-5.6114	106.2709	0.958
	$\Delta \log Ex_{t-2}$	18.4339	60.8649	0.762
Long-run	ECT_{t-1}	-83.5496	142.2798	0.557

Table 3: (cont.)

Dependent Variables	Independent Variables	Coefficients	Std. Err	P-value
Observations	28			
AIC	6.4726			
HQIC	7.098067			
SBIC	8.5185			
Log-likelihood	-47.6166			
Det(Sigma_ml)	0.0003			

Note: *, **, *** the statistically significant at 1%, 5% and 10% level respectively

When $\Delta \log ODA_t$ is used by the way of dependent variable see that the coefficient of lagged ECT is negative sign and insignificant meaning that there is not long-run causality running from the Ca, FDI and Ex to ODA. In terms of short-run found that only its lags statistically significant at 5% level indicated that Ca, FDI and Ex does not have causality to ODA. This result suggests that whether long-term or short-term Ca, FDI and Ex will not have causality with ODA which is consistent with the empirical of Chakanyuka & Mashoko (2016).

Table 4: The Results of Short-run and Long-run Granger Causality Analysis by the Way of FDI is Dependent Variable.

Dependent Variables	Independent Variables	Coefficients	Std.Err	P-value
Short-run	Cons	-0.1153	0.1489	0.439
	$\Delta \log Ca_{t-1}$	8.2705	14.5292	0.569
	$\Delta \log Ca_{t-2}$	5.4908	9.1999	0.551
	$\Delta \log ODA_{t-1}$	0.0073	0.004	0.068***
	$\Delta \log ODA_{t-2}$	0.0026	0.0032	0.410
	$\Delta \log FDI_{t-1}$	0.1271	0.3495	0.716
	$\Delta \log FDI_{t-2}$	-0.0261	0.2335	0.911
	$\Delta \log Ex_{t-1}$	-4.7646	1.9257	0.013*
	$\Delta \log Ex_{t-2}$	-2.3422	1.1029	0.034**
	ECT_{t-1}	-8.2241	2.5782	0.001*
Long-run				
Observations	28			
AIC	6.4726			
HQIC	7.098067			
SBIC	8.5185			
Log-likelihood	-47.6166			
Det(Sigma_ml)	0.0003			

Note: *, **, *** the statistically significant at 1%, 5% and 10% level respectively

When $\Delta \log FDI_t$ is used by the way of dependent variable see that the coefficient of lagged ECT is negative sign and statistically significant at 1% level, meaning that there is long-run causality running from the Ca, ODA and EX to FDI, in this equation the speed of adjustment (the coefficient of lagged ECT) of changes to the long-term equilibrium is very high around 822%. In terms of short-run found that ODA has positive significant at 10% level and Ex has negative significant at 1% and 5% levels, meaning that in short-term ODA and Ex has

causality with FDI. The finding of this results expressed that for the evidence of Lao PDR, whether short-run and long-run has causality link between Ca, ODA, Ex and FDI which are consistent of Kawthar, and Karim, (2017) and Geetilaxmi, et al (2016)

Table 5: The Results of Short-run and Long-run Granger Causality Analysis by the Way of Exports is Dependent Variable.

Dependent Variables	Independent Variables	Coefficients	Std. Err	P-value
Short-run	Cons	0.0021	0.0360	0.953
	$\Delta \log Ca_{t-1}$	3.0136	3.5140	0.391
	$\Delta \log Ca_{t-2}$	-2.5434	2.2251	0.253
	$\Delta \log ODA_{t-1}$	-0.0016	0.0009	0.091***
	$\Delta \log ODA_{t-2}$	-0.0011	0.0007	0.145
	$\Delta \log FDI_{t-1}$	-0.1347	0.0845	0.111
	$\Delta \log FDI_{t-2}$	-0.0410	0.0564	0.467
	$\Delta \log Ex_{t-1}$	0.2630	0.4657	0.572
	$\Delta \log Ex_{t-2}$	0.1989	0.2667	0.456
Long-run	ECT_{t-1}	1.4395	0.6235	0.021**
Observations	28			
AIC	6.4726			
HQIC	7.098067			
SBIC	8.5185			
Log-likelihood	-47.6166			
Det(Sigma_ml)	0.0003			

Note: *, **, *** the statistically significant at 1%, 5% and 10% level respectively

When $\Delta \log Ex_t$ is used by the way of dependent variable see that the coefficient of lagged ECT is positive sign and statistically significant at 5% level, shows Ex has a coverage tendency to its long-term equilibrium with a very high speed of adjustment around 143% and there is long-run causality running from the Ca, ODA and FDI to Ex. In terms of short-run indicated that only ODA has a negative significant at 10% level meaning that ODA has the effects on Ex in short-term.

Based on the empirical results showing in the above tables demonstrate that in short-run there are no bidirectional causal relationship but there has unidirectional causal relationship such as FDI to Ca, ODA and Ex to FDI and ODA to Ex.

For the long-run equation from where the error correction time is generated as:

$$ECT_{t-1} = [1.00 \log Ca_{t-1} - 0.898 \log Ex_{t-1} + 0.001 \log ODA_{t-1} + 0.16 \log FDI_{t-1} + 0.28] \quad (5)$$

Because $\log Ca_t$ is the target variable therefore we get the equation as:

$$\Delta \log Ca_t = 0.0002 - 0.4702 \Delta \log Ca_{t-1} + 0.0149 \Delta \log Ca_{t-2} + 0.00003 \Delta \log ODA_{t-1} + 0.000001 \Delta \log ODA_{t-2} + 0.0105 \Delta \log FDI_{t-1} + 0.0029 \Delta \log FDI_{t-2} - 0.0408 \log Ex_{t-1} - 0.0141 \Delta \log Ex_{t-2} - 0.0709 ECT_{t-1} \quad (6)$$

The adjustment (-0.0709) is the statistically significant at 5% level, expressed that previous year's errors are corrected for within the current year at a convergency speed of 7.09%. The finding of this results express that in long-run there has causality links between ODA, FDI, Ex and real GDP per capita of Laotian which are consistent with a numbers of empirical of Zuzana (2014), Geetilaxmi, et al (2016), Kawthar, & Karim (2017) and against the empirical of Andreas, and Anastasios, (2011).

For diagnostic checking by the LM test for residual autocorrelation found that we cannot reject the null hypothesis meaning that there is no autocorrelation at lag order, result in.

Table 6: Langer multiplier test

lags	Chi2	df	Prob > Chi2
1	15.6043	16	0.4809
2	11.6974	16	0.7645

For normal distribution by Jargue-Bera test illustrated that the series is not normally distribution (table 7), but many researchers argue that is a very weak problem thus this model satisfactory.

Table 7: Jarque-Bera Test

Equation	Chi2	df	Prob > Chi2
<i>D_logCa</i>	0.115	2	0.9442
<i>D_logODA</i>	28.809	2	0.0000
<i>D_logFDI</i>	0.004	2	0.9982
<i>D_logEx</i>	2.267	2	0.3219
All	31.194	8	0.0001

For checking the stability condition of VEC estimates found that the VECM specification imposes only 3-unit moduli. So, this model is also good.

5. Conclusion and Discussion

According to the empirical analysis, the cointegration results indicate that there is a long-term causality among the proposed variables which also have a positive and negative causality which ODA and FDI have positive relationship, suggests that if they increase in ODA and FDI inflows it causes increase in real GDP per capita. While as the Ex has a negative relationship suggest that an increase in Exports (Ex) will cause decrease in real GDP per capita which against economics theories, this may cause from the number of samples used in the study was small or inequality of income distribution. However, the finding of this results indicate that in long-run there has causality links between ODA, FDI, Ex and real GDP per capita of Laotian which are consistent with a numbers of empirical of Zuzana, (2014), Geetilaxmi, et al (2016), Kawthar, & Karim, (2017) and against the empirical of Andreas, and Anastasios, (2011). In terms of short-run, we also found that there is no bidirectional causal relationship but have unidirectional causal relationship that run from FDI to Ca, ODA (Sahraui, 2015) and Ex to FDI

(Chakanyuka & Mashoko, 2016). and ODA to Ex (Zuzana, 2014). Therefore, the finding on the causality link between real GDP per capita, official development assistance, foreign direct investment and Exports are still controversial.

5.2 Suggestions for Use in This Research

This study will provide some important information for related policymakers for implementation of short-run and long-run policies to meet the development goals. The relative departments or sectors should attract more ODA, FDI and Exports due to it generates the real GDP per capita of Laotian because the FDI increase it will create more job for local people. Moreover, the ODA will make the export increase through FDI, if the allocation is effectiveness and equality.

5.3 Further Research

1). To makes the analysis more clearly, further researchers should consider the panel data and samples of the study because large samples will more accurate and panel data could make the researcher compare the results with other countries.

2). If further researchers will go on with these results, they could imply them with fixed and random effects models because it will illustrate the effects to each local.

References

- Andreas, G. and Anastasios,D. (2011). The causal links between FDI and economic development: Evidence from Greece. **European Journal of Sciences**, 27(1), 12-20
- Baiashvili,T., and Gattini,L. (2019). Impact of FDI on economic growth: The role of country income levels and institutional strength. **European Investment Bank, Working Paper** 2020/02
- Cipra, T. & Tlusty, P. (2008) . Estimation in multiple autoregressive -moving average model using periodicity. **Journal of Time Series Analysis**, 8, 293-301
- Chakanyuka & Mashoko (2016). The relationship between FDI and ODA: The case of Zimbabwe (1980-2012), Retrieved July 28, 2020 ,from <https://ir.uz.ac.zw/handle/10646/3186>
- Dickey, D. A., & Fuller, W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. **Journal of the American Statistical Association**, 74(366), 427-431.
- Edmore & Nicholas (2019). Foreign aid, poverty and economic growth in developing countries: A dynamic panel data causality analysis. **Cogent Economics & Finance**, 7:1, DOI: 10.1080/23322039.2019.1626321
- Engle & Granger (1987). Co-integration and error correction: Representation, estimation, and testing. **Econometric**, 55(2), 251–276.

- Geetilaxmi, M., et al (2016). Foreign aid, macroeconomic policies and economic growth nexus in India: An ARDL bounds testing approach. **Theoretical and Applied Economics**, 4(69), 183-202.
- Gounder, R. (2003). Causality analysis of development assistance and economic growth in Solomon Islands. **Pacific Economic Bulletin** .18 (1), 31-40.
- Grossman & Helpman (1991). **Innovation and growth in the global economy**. Cambridge, MA: MIT Press.
- Harrison & Hanson (1999). Who gains from trade reform? Some remaining puzzles. **Journal of Development Economics**, 59(1), 125-154.
- Iamsiraroj, S., and Doucouliagos, H. (2015). Does growth attract FDI? **E-Journal, Kiel Institute for the World Economy**, 9, 1-35
- Jarque, C. M., & Bera, A. K. (1987). A test for normality of observations and regression residuals. **International Statistical Review/Revue Internationale de Statistique**, 55 (2).163-172.
- Johansen, S. (1988). Statistical analysis of cointegration vectors. **Journal of Economic Dynamics and Control**, 12(2), 231–254.
- Johansen, S. (1995). **Likelihood-based inference in cointegrated vector autoregressive models**. Oxford: Oxford University Press.
- Kawthar, A and Karim, M. (2017). The Impact of foreign aid on economic growth in Morocco: Econometric analysis using VECM. **International Journal of Economics and Finance** 9(5), 87-93
- Levine, & Roodman (2004). Aid, policies, and growth: comment. **American Economic Review**, 94(3), 774-780.
- Minoiu & Reddy (2010). Development aid and economic growth: A positive long-run relation. **The Quarterly Review of Economics and Finance**, 50(1), 27-39.
- Sahraoui, M.A., Belmokaddem, M., Guellil, M.S., and Ghouali, Y.Z. (2015). Causal interactions between FDI, and economic growth: Evidence from dynamic panel co-integration. **Procedia Economics and Finance**, 23(15), 276-290.
- Sandrina, B.M. (2005). Evaluating the impact of foreign aid on economic growth: A cross-country study. **Journal of Economic Development**, 30(2), 25-48.
- Sokang, K. (2018). The impact of foreign direct investment on the economic growth in Cambodia: Empirical evidence. **International Journal of Innovation and Economic Development**, 4(5), 31-38.
- Song, S., and Zhang, X. (2017). Causality between foreign direct investment and economic growth for Cambodia. **Cogent Economics & Finance**, 5(1).
<https://doi.org/10.1080/23322039.2016.1277860>
- Zuzana, S. (2014). A causal relationship between foreign direct investment, economic growth and export for Slovakia. **Procedia Economics and Finance**, 15(14), 123-128.

ปัจจัยพฤติกรรมการทำงานเชิงรุกและปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อ
ความก้าวหน้าในอาชีพ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต
Proactive Behavioral Factors and Work Motivation Factors Affecting
Career Progression of Personnel in Rangsit University

อภิวัชร ฉายอรุณ และกฤษฎา มุฮัมหมัด*
(Apiwat Chairoon and Kritsada Muhammad)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยพฤติกรรมการทำงานเชิงรุก และปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต วิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างบุคลากร จำนวน 344 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่อหาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอ้างอิง เพื่อวิเคราะห์หาความแตกต่างระหว่างกลุ่ม ด้วย t-Test, F-Test, Welch Test และใช้การวิเคราะห์พหุคูณแบบถดถอย เพื่อทดสอบความสัมพันธ์จากสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต โดยภาพรวม มีดังนี้ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา สายงาน ตำแหน่งงาน อายุงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภาวะหนี้สิน 2) ปัจจัยพฤติกรรมการทำงานเชิงรุก ได้แก่ ด้านการปฏิบัติเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ด้านการคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ด้านการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหา และด้านการนำเสนอความคิดเห็นของตน และ 3) ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ได้แก่ ด้านความต้องการมีสัมพันธภาพ และด้านความต้องการความเจริญก้าวหน้า

คำสำคัญ: พฤติกรรมการทำงานเชิงรุก แรงจูงใจในการทำงาน ความก้าวหน้าในอาชีพ

*คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต ปทุมธานี 12000
Rangsit Business School, Rangsit University, Pathum Thani, 12000

Corresponding author: kritsada.m@rsu.ac.th

ABSTRACT

The objectives of this research article were to study personal factors, proactive behavioral factors, and work motivation factors which influenced career progression of Rangsit University personnel. Data were collected from 344 samples who were selected using quota sampling. The collected data were analyzed by using descriptive statistics to find the frequency, mean, and standard deviation. The reference statistics were employed to analyze the differences between the groups with the t-Test, F-Test, Welch Test and Multiple Regressions Analysis was employed to test the hypothesis relationship.

The results of the hypothesis testing showed that the factors affecting career progression of Rangsit University personnel in overall included 1) personal factors such as status, education level, field of personnel, position, salary, and debt, 2) proactive behavioral factors such as aspects to bring about change, individual innovation, problem prevention, and presenting their voices, and 3) work motivation factors such as building relationships with others and advancement.

Keywords: Proactive Behavioral, Work Motivation, Career Progression

Article history:

Received 19 April 2021

Revised 5 July 2021

Accepted 8 July 2021

SIMILARITY INDEX = 2.34 %

1. บทนำ

ในยุคที่นวัตกรรมทางเทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ไปทั่วโลก องค์กรต่าง ๆ จึงต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ (Schwab, 2017) ในการบริหารองค์กรนั้น มนุษย์คือทรัพยากรที่สำคัญที่สุดที่ทำให้องค์กรเติบโตและก้าวไปข้างหน้า การใช้ทรัพยากรมนุษย์ในการทำงานหลากหลายหน้าที่ เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายที่วางเอาไว้ การสรรหาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ เพื่อทำงานอย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาวต้องอาศัยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ดี โดยใช้การจัดการเกี่ยวกับบุคลากรในองค์กร ตั้งแต่การวิเคราะห์ วางแผน การสรรหา การฝึกอบรมเพื่อการพัฒนาทักษะ รวมถึงการจ่ายค่าตอบแทนสวัสดิการ (Noe, 2011)

การแข่งขันที่สูงขึ้นในปัจจุบัน ทำให้บทบาทของการบริหารทรัพยากรมนุษย์นั้นเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งโครงการศึกษาวิจัยเรื่อง Future of Work Research Consortium ของมหาวิทยาลัยลอนดอน ระบุว่า ในปี 2020 องค์กรต่างๆ จะนำระบบอัตโนมัติมาใช้ในการทำงานมากขึ้น ทำให้ต้องมีการปรับทักษะการทำงาน และพัฒนาระบบการทำงาน จากการเน้นบทบาทและตำแหน่งไปสู่ระบบที่เน้นทักษะในการทำงาน โดยผู้บริหารจะต้องเป็นผู้นำที่เน้นบุคลากรเป็นศูนย์กลาง และให้ความสำคัญกับความเป็นมนุษย์ด้วยการบริหารที่เป็นธรรม ซึ่งการที่จะรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพไว้ในระยะยาวนั้น จะต้องสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่เพิ่มความผูกพัน การให้การยอมรับในผลงานที่ทุ่มเท การมีเงินเดือนและสิทธิประโยชน์ที่แข่งขันกับองค์กรอื่นได้ และที่สำคัญคือ การสร้างโอกาสให้บุคลากรเติบโตในสายอาชีพ ซึ่งทำให้บุคลากรมีแรงจูงใจในการทำงาน และมีการพัฒนา

ตนเองอยู่ตลอดเวลา (สุรพงษ์ มาลี, 2563) ส่วนความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรนั้นส่งผลต่อการคงอยู่และการเติบโตขององค์กร เกิดจากทั้งปัจจัยภายใน คือลักษณะบุคลิกภาพ ของบุคคลนั้นๆ ซึ่งต้องมีลักษณะของการทำงานที่มองไปข้างหน้า มีความคิดสร้างสรรค์ มีความต้องการเปลี่ยนแปลงวิธีการเดิม ๆ ให้มีการพัฒนา และสามารถมองปัญหาได้อย่างถ่องแท้ เป็นลักษณะของการทำงานเชิงรุก และยังเกิดจากปัจจัยภายนอก เช่น การได้รับผลตอบแทนที่ดี ความรู้สึกประสบความสำเร็จ การได้เลื่อนตำแหน่ง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ยังสร้างแรงจูงใจในการทำงานอีกด้วย

ผู้วิจัยจึงได้เลือกบุคลากรของมหาวิทยาลัยรังสิตเป็นกรณีศึกษา เนื่องจากเป็นมหาวิทยาลัยเอกชนที่มีความหลากหลายทางสาขาวิชามากที่สุด จากประเมินของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา หรือ สมศ. ได้จัดให้เป็นมหาวิทยาลัยเอกชนที่อยู่ในระดับสูงสุด คือ “ดีมาก” ในกลุ่มสถาบันที่เน้นการผลิตบัณฑิต (สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ, 2557) มีบุคลากรทั้งสายการสอน และสายสนับสนุน ซึ่งจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการที่ดี เพื่อรักษาไว้ซึ่งศักยภาพของความเป็นมหาวิทยาลัยเอกชนอันดับต้นๆ ของประเทศ สามารถที่จะก้าวทันยุคสมัย และเป็นผู้นำในการแข่งขัน จำเป็นต้องมีการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวกับการทำงานของบุคลากร เพื่อนำไปพัฒนาให้มหาวิทยาลัยสามารถดำเนินกิจการต่อไปในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต
2. ปัจจัยพฤติกรรมการทำงานเชิงรุกที่ส่งผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต
3. ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดพฤติกรรมเชิงรุก (Proactive Behavior Concept)

นำมศึกษาปัจจัยพฤติกรรมการทำงานเชิงรุก ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่ 1) ด้านการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหา 2) ด้านการคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ 3) ด้านการนำเสนอความคิดเห็นของตน และ 4) ด้านการปฏิบัติเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Parker and Collins, 2010)

2.2 ทฤษฎีแรงจูงใจของอัลเดอเฟอ (ERG Theory of Motivation)

นำมศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความต้องการเพื่อความอยู่รอด 2) ความต้องการมีสัมพันธภาพ และ 3) ความต้องการความเจริญก้าวหน้า (Alderfer, 1976)

2.3 แนวคิดองค์ประกอบของความก้าวหน้าในอาชีพ (Career Development Plan)

นำมศึกษาความก้าวหน้าในอาชีพ โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการประเมินตนเอง 2) ด้านการค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพ 3) ด้านกำหนดเป้าหมายเพื่อพัฒนาทักษะ และ 4) ด้านการวางแผนและดำเนินการตามแผน (Fiske, 2012)

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

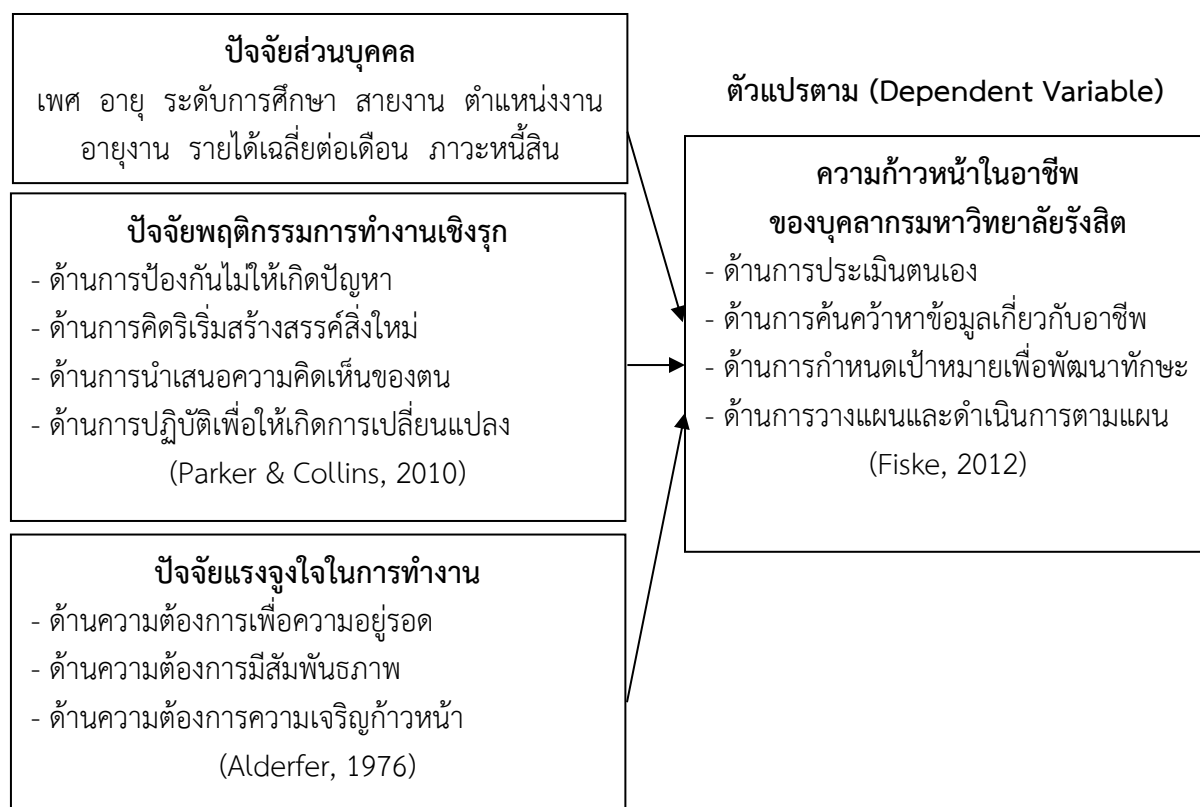
ปัจจัยส่วนบุคคล สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สิริวัชร รักธรรม (2553) พบว่าการศึกษาและประสบการณ์การทำงาน มีผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพเป็นอย่างมาก ผลการศึกษาของจารุวรรณ เมืองเจริญ และประสพชัย พสุนนท์ (2561) พบว่า ประสบการณ์การทำงาน และรายได้มีผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพ

ของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษาเอกชนอย่างมาก งานวิจัยของ วรรณภา ชำนาญเวช (2551) พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จในการทำงานแตกต่างกัน และการศึกษาของ Moore (2018) พบว่า พนักงานที่มีหนี้สินส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง

ปัจจัยพฤติกรรมการทำงานเชิงรุก สอดคล้องกับงานวิจัยของ รักชนก แสงกาญจน์ (2555) พบว่า ความสามารถในการเผชิญและฝ่าฟันอุปสรรค ความรู้สึกเห็นคุณค่าในตัวเอง และความพึงพอใจในงาน ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพ และงานวิจัยของ กนกวรรณ สังหรณ์ เพชรสุรีย์ ทั้งเจริญกุล และอภิรติ นันทศุภวัฒน์ (2559) พบว่า ด้านการลงมือปฏิบัติเพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ด้านการนำเสนอความคิดเห็น ด้านการสร้างสิ่งใหม่ และด้านการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหา มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการพัฒนาสมรรถนะในการทำงาน

ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันธิชา ปัจจัยโย สมใจ บุญหมื่นไวย และพร้อมพร ภูวดิน (2562) พบว่า ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน และด้านค่าตอบแทน ส่งผลต่อความก้าวหน้าในการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา แก้วประเสริฐ และลลิตา นิพัธประศาสน์ สุนทรวาท (2561) พบว่า ด้านความยอมรับนับถือ ด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงาน และด้านหน้าที่ความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์กับความก้าวหน้าในอาชีพ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อีรพงศ์ บุญญรัตน์ รุ่งนภา กิตติลาภ และรัชดา ภักดียิ่ง (2562) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน คือ ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่น

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง คือ บุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 2,443 คน แบ่งเป็นสายการสอน จำนวน 1,601 คน และสายสนับสนุน จำนวน 842 คน ผู้วิจัยได้สุ่มกลุ่มตัวอย่างบุคลากร จำนวน 344 คน ได้แก่ กลุ่มแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 99 คน กลุ่มวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 30 คน กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 54 คน กลุ่มศิลปะและการออกแบบ จำนวน 28 คน กลุ่มเศรษฐกิจและธุรกิจ จำนวน 15 คน สังกัดแผนกงาน จำนวน 26 คน สังกัดฝ่าย จำนวน 9 คน สังกัดศูนย์ จำนวน 4 คน สังกัดสถาบัน จำนวน 7 คน และสังกัดสำนักงาน จำนวน 72 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling)

เครื่องมือในการวิจัย คือแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย 5 ส่วน ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สายงาน ตำแหน่งงาน อายุงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภาวะหนี้สิน 2) ปัจจัยพฤติกรรมการทำงานเชิงรุก ประกอบด้วย ด้านการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหา ด้านการคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ด้านการนำเสนอความเห็นของตน และด้านการปฏิบัติเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง จำนวน 21 คำถาม 3) ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ประกอบด้วย ด้านความต้องการเพื่อความอยู่รอด ด้านความต้องการมีสัมพันธภาพ ด้านความต้องการเจริญก้าวหน้า จำนวน 16 คำถาม 4) ความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากร ประกอบด้วย ด้านการประเมินตนเอง ด้านการค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพ ด้านการกำหนดเป้าหมาย ด้านการวางแผนและดำเนินการตามแผน จำนวน 19 คำถาม โดยผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามพบว่า มีค่าความเชื่อมั่น 0.711 ถึง 0.910 ซึ่งมากกว่า 0.70 ขึ้นไปแสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (บุญธรรม กิจปรีดาภิรต, 2553) ซึ่งแบบสอบถามนี้ใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบ Rating Scale 5 ระดับ และแบ่งช่วงคะแนนตามเกณฑ์การแบ่งแบบอันตรภาคชั้นที่ 0.8

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ Independent Sample t-Test, One-Way ANOVA, Welch Test หาค่าสัมประสิทธิ์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีการ Enter

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 213 คน (ร้อยละ 61.92) มีอายุ 51-60 ปี จำนวน 110 คน (ร้อยละ 31.98) จบการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 143 คน (ร้อยละ 41.57) ทำงานในสายสนับสนุนการสอน จำนวน 191 คน (ร้อยละ 55.52) ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ จำนวน 178 คน (ร้อยละ 51.74) มีอายุงาน 25-30 ปี จำนวน 83 คน (ร้อยละ 24.13) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท จำนวน 117 คน (ร้อยละ 34.01) และมีหนี้สิน จำนวน 221 คน (ร้อยละ 64.24)

ปัจจัยพฤติกรรมการทำงานเชิงรุก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) พบว่า ด้านการปฏิบัติเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.93$) รองลงมาคือ ด้านการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหา ($\bar{X} = 3.90$) ด้านการนำเสนอความคิดเห็นของตน ($\bar{X} = 3.86$) และน้อยที่สุดคือ ด้านการคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ($\bar{X} = 3.77$)

ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) พบว่า ด้านความต้องการมีสัมพันธภาพ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.03$) รองลงมาคือ ด้านความต้องการเจริญก้าวหน้า ($\bar{X} = 3.91$) และน้อยที่สุดคือ ด้านความต้องการเพื่อความอยู่รอด ($\bar{X} = 3.69$)

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต

ตัวแปร	สถิติ	ค่าสถิติ	Sig.	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล				
เพศ	t-Test	.028	.978	ปฏิเสธสมมติฐาน
อายุ	F-Test	1.847	.119	ปฏิเสธสมมติฐาน
ระดับการศึกษา	F-Test	4.766	.003*	ยอมรับสมมติฐาน
สายงาน	t-Test	7.074	.000*	ยอมรับสมมติฐาน
ตำแหน่งงาน	W-Test	20.997	.000*	ยอมรับสมมติฐาน
อายุงาน	F-Test	3.716	.001*	ยอมรับสมมติฐาน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	W-Test	5.295	.000*	ยอมรับสมมติฐาน
ภาวะหนี้สิน	t-Test	-2.461	.014*	ยอมรับสมมติฐาน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับการศึกษา สายงาน ตำแหน่งงาน อายุงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภาวะหนี้สินที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิตแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้น เพศ และอายุ

ตารางที่ 2 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยพฤติกรรมการทำงานเชิงรุกที่ส่งผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต

ความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต (Y)	b	Std. Error	β	T	Sig.	Tolerance	VIF
Constant	.098	.239		.409	.683		
1) ด้านการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหา (X_1)	.204	.070	.146	2.898	.004*	.621	1.611
2) ด้านการคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ (X_2)	.238	.058	.228	4.107	.000*	.510	1.962
3) ด้านการนำเสนอความคิดเห็นของตน (X_3)	-.131	.064	-.108	-2.051	.041*	.562	1.779
4) ด้านการปฏิบัติเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (X_4)	.584	.074	.481	7.862	.000*	.419	2.386

$R = .685$ $R^2 = .469$ Adjusted $R^2 = .463$ $SE_{est} = .507$ $F = 74.801$ Sig. = .000*

Durbin-Watson = 1.983 /* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยพฤติกรรมการทำงานเชิงรุกที่ส่งผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต ได้แก่ ด้านการปฏิบัติเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ($\beta = .481$) รองลงมาคือ ด้านการคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ($\beta = .228$) ด้านการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหา ($\beta = .146$) และน้อยที่สุดคือ ด้านการนำเสนอความคิดเห็นของตน ($\beta = -.108$) ตามลำดับ สมการมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 46.3 และเขียนสมการได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.098 + 0.204 (X_1)^* + 0.238 (X_2)^* + -0.131 (X_3)^* + 0.584 (X_4)^*$$

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต

ความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต (Y)	b	Std. Error	β	T	Sig.	Tolerance	VIF
Constant	-0.150	0.239		-0.627	0.531	0.830	1.205
1) ด้านความต้องการเพื่อความอยู่รอด (X_5)	0.073	0.051	0.063	1.440	0.151	0.589	1.697
2) ด้านความต้องการมีสัมพันธภาพ (X_6)	0.453	0.065	0.362	6.994	0.000*	0.524	1.909
3) ด้านความต้องการความเจริญก้าวหน้า (X_7)	0.418	0.064	0.360	6.559	0.000*	0.830	1.205
R = 0.680 R ² = 0.463 Adjusted R ² = 0.458 SE _{est} = 0.50938 F = 97.593 Sig. = 0.000*							
Durbin-Watson = 1.818/ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05							

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต ได้แก่ ด้านความต้องการมีสัมพันธภาพ ($\beta = 0.362$) รองลงมาคือ ด้านความต้องการความเจริญก้าวหน้า ($\beta = 0.360$) ตามลำดับ สมการมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 45.8 และเขียนสมการได้ดังนี้

$$\hat{Y} = -0.150 + 0.073 (X_5) + 0.453 (X_6)^* + 0.418 (X_7)^*$$

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปและอภิปรายผล

1. ความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา สายงาน ตำแหน่งงาน อายุงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภาวะหนี้สิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุวรรณ เมืองเจริญ และประสพชัย พสุนนท์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ลักษณะส่วนบุคคล และลักษณะของงานที่มีผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง ผลการศึกษาพบว่า ความก้าวหน้าของบุคลากร มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

2. ปัจจัยพฤติกรรมการทำงานเชิงรุกที่ส่งผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต ประกอบด้วย ด้านการปฏิบัติเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ด้านการคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ด้านการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหา และด้านการนำเสนอความคิดเห็นของตน สอดคล้องกับงานวิจัยของ รักชนก แสงกาญจน์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในอาชีพของผู้บริหารโรงเรียน

อาชีพศึกษาเอกชน ผลการศึกษาพบว่า ความสามารถในการเผชิญและฝ่าฟันอุปสรรค ความรู้สึกเห็นคุณค่าในตัวเอง และความพึงพอใจในงาน มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จในอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต ประกอบด้วย ด้านความต้องการมีสัมพันธภาพ และด้านความต้องการความเจริญก้าวหน้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา แก้วประเสริฐ และลลิตา นิธิฐประศาสน์ สุนทรวิภาต (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพของปลัดอำเภอในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการปฏิบัติงาน ด้านความยอมรับนับถือ ด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงาน และด้านหน้าที่ความรับผิดชอบมีความสัมพันธ์กับความก้าวหน้าในอาชีพโดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ผลการวิจัยพบว่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล ส่งผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต ดังนั้น 1) ระดับการศึกษา ควรมีการพิจารณาสวัสดิการทุนการศึกษาให้กับบุคลากรตำแหน่งเจ้าหน้าที่ ซึ่งจบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี 2) สายงาน มหาวิทยาลัยควรจัดอบรมเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางการพัฒนาอาชีพ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการประเมิน หรืออายุงานที่เหมาะสม โดยอาจมีการแจ้งรายละเอียดไว้ในใบสมัครงาน หรือสัญญาจ้างงาน 3) ตำแหน่งงาน ควรให้ข้อมูลด้านการพัฒนาสายอาชีพที่ชัดเจน รวมถึงมีการปรับโครงสร้างการพัฒนาสายอาชีพของมหาวิทยาลัย สร้างรูปแบบที่ชัดเจนของการเลื่อนตำแหน่งงาน เช่น ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ที่สามารถเลื่อนตำแหน่งงานเป็นอาจารย์ประจำได้ 4) อายุงาน ควรส่งเสริมการพัฒนาสำหรับบุคลากรที่มีอายุงานมากกว่า 25 ปี หาวิธีการทำให้บุคลากรรับรู้คุณค่าในอาชีพ และเกิดความภาคภูมิใจ ซึ่งถือเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของความก้าวหน้าในอาชีพ นอกจากผลตอบแทนที่เป็นจำนวนเงิน 5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ควรมีการระบุรูปแบบ และเงื่อนไขการปรับขึ้นเงินเดือนที่ชัดเจน ทั้งในการประเมินผลการปฏิบัติงาน และระยะเวลา 6) ภาวะหนี้สิน ควรมีการจัดอบรมพิเศษ เพื่อให้ความรู้ด้านการเงินกับบุคลากรที่มีหนี้สิน เพื่อให้บุคลากรเกิดความเข้าใจ และสามารถหลุดพ้นจากภาวะการมีหนี้สินได้

2. ปัจจัยพฤติกรรมการทำงานเชิงรุกที่ส่งผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต สามารถวางกลยุทธ์ในแต่ละด้าน 1) ด้านการปฏิบัติเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง อาจใช้กิจกรรมข้อเสนอแนะ (Suggestion) เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรเสนอความคิดเห็นในการปรับปรุงงาน ทั้งการลดขั้นตอนการทำงาน นำเทคโนโลยีมาใช้ที่สามารถช่วยให้หน่วยงานของตนสามารถเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้นได้จริง 2) ด้านการคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ เปิดโอกาสให้บุคลากรได้คิดค้น หรือจัดประกวดโครงการใหม่ๆ ที่ช่วยผลักดันให้หน่วยงานหรือมหาวิทยาลัยมีความก้าวหน้าได้ และส่งเสริมการจัดการความรู้ที่มีอยู่แล้วกับบุคลากรในทุกระดับ 3) ด้านการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหา ควรมีการทำแผนวิเคราะห์ความเสี่ยงในระดับหน่วยงาน เพื่อหาแนวโน้ม โอกาส ความรุนแรง ผลกระทบที่เกิดขึ้น เพื่อนำไปสู่มาตรการในการตรวจจับและเฝ้าระวังก่อนเกิดปัญหาขึ้นจริง และ 4) ด้านการนำเสนอความคิดเห็นของตน สร้างพื้นที่ให้บุคลากรสามารถลงความเห็นได้อย่างอิสระ โดยไม่ต้องระบุนาม เช่น กล้องแสดงความคิดเห็น หรือจัดการประชุมแบบชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice) เพื่อเป็นสื่อกลางในการประชุมนำเสนอความคิดเห็นร่วมกัน

3. ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต สามารถวางกลยุทธ์ในแต่ละด้าน 1) ด้านความต้องการมีสัมพันธภาพ มหาวิทยาลัยมีการจัดหลักสูตรการทำงานเป็นทีมอยู่แล้ว ดังนั้นอาจสนับสนุนให้บุคลากรเข้าร่วมมากขึ้น เพื่อสร้างความสามัคคี รวมถึงการทำกิจกรรมนอกสถานที่ การไปศึกษาดูงานต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้บุคลากรมีความสนิทสนมกัน และสามารถร่วมงานกันได้อย่างราบรื่น 2) ด้านความต้องการความเจริญก้าวหน้า พิจารณาตำแหน่งงานที่เหมาะสมตาม

ผลงานและความสามารถ และส่งเสริมการเข้าฝึกอบรม เพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถเฉพาะทางตามแต่ละสายงาน

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. เนื่องจากปัจจัยที่ส่งผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพ อาจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงควรมีการศึกษาวิจัยอย่างต่อเนื่องเพื่อดูว่ามีปัจจัยอะไรใหม่ ๆ ที่ส่งผลให้เกิดความก้าวหน้าในอาชีพ
2. ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากบุคลากรในสายการสอน และสายสนับสนุน ควรมีการเก็บข้อมูลจากทุกหน่วยงานที่สังกัด เพื่อให้ข้อมูลมีความหลากหลายมากขึ้น และจะได้ทราบถึงปัจจัย ที่ส่งผลให้เกิดความก้าวหน้าในอาชีพ ของบุคลากรในแต่ละหน่วยงาน เพื่อจะได้นำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล มาพัฒนาปรับปรุงให้หน่วยงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป
3. ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ ผ่านทางอีเมลของบุคลากร แต่เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จะอยู่ในช่วงอายุ 51-60 ปี ทำให้ผู้วิจัยต้องมีการแจกแบบสอบถามเพิ่มเติมจากบุคลากรในช่วงอายุอื่น ๆ เพื่อให้มีการกระจายของข้อมูลมากขึ้น ซึ่งทำให้เกิดความล่าช้าในขณะที่เก็บรวบรวมข้อมูล และการคัดแยกข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ผลการวิจัย
4. สัดส่วนของปัจจัยส่วนบุคคล ของบุคลากรที่ตอบแบบสอบถาม มีความแตกต่างกัน คือเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (เพศหญิง ร้อยละ 61.92) ทำให้ผลการวิจัยจะโน้มเอียงไปทางบุคลากรเพศหญิงมากกว่า จึงอาจทำให้ข้อมูลที่มีอยู่ยังไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ สังห์ธรณ์ เพชรสุรีย์ ทั้งเจริญกุล และอภิรติ นันทศุภวัฒน์. (2559). การสนับสนุนขององค์กรตามการรับรู้และพฤติกรรมการทำงานเชิงรุกของ พยาบาลวิชาชีพ. **พยาบาลสาร**, 44 (4), 134-144.
- จารุวรรณ เมืองเจริญ และประสพชัย พสุนนท์. (2561). ลักษณะส่วนบุคคลและลักษณะของงานที่มีผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษาเอกชน. **วารสารปัญญาภิวัฒน์**, 10 (2), 117- 127.
- ธีรพงศ์ บุญญรัตน์ รุ่งนภา กิตติลาภ และรัชดา ภักดิ์ยิ่ง. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. **วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**, 9 (2), 107-117.
- นันทิชา ปัจจัยโย สมใจ บุญหมื่นไวย และ พร้อมพร ภูวดิน. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อความก้าวหน้าในการทำงานของอาจารย์สอนบัญชีในจังหวัดนครราชสีมา. **วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา**, 9 (1), 220 – 226.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2553). **เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย**. กรุงเทพฯ: จามจุรี โปรดักท์.
- รักชนก แสงกาญจน์. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในอาชีพของผู้บริหารโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน. **วารสารการบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา**, 6 (1), 171-185.
- วรรณภา ชำนาญเวช. (2551). **ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- สุกัญญา แก้วประเสริฐ และลลิตา นิพิฐประศาสน์ สุนทรวิภาต. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อ ความก้าวหน้าในอาชีพ ของปลัดอำเภอในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง. **วารสารรัฐศาสตร์ปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**, 5 (2), 258-270.
- สุรพงษ์ มาลี. (2563). แนวโน้ม HR ที่น่าจับตาปี ค.ศ. 2020. **วารสารข้าราชการ**, 62 (1), 10-13.
- สิริวัชร รักธรรม. (2553). ความก้าวหน้าในอาชีพของลูกจ้างในองค์กรพัฒนาเอกชน. สารนิพนธ์ปริญญาพัฒนาแรงงานและสวัสดิการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ. (2557). **วิชาตกเขา**. ปทุมธานี: อาร์เอสยู พับลิชชิง.
- Alderfer, C. P. (1976). **ERG Theory of Motivation Clayton Alderfer's revision of Abraham Maslow**. New York: Harper and Row.
- Fiske, P. S. (2012). **Putting Your Science to Work: Practical Career Strategies for Scientists**. Retrieved November 30, 2020, from <https://www.aps.org/careers/guidance/webinars/upload/Fiske-Booklet.pdf>
- Moore, R. (2018). **Employee Debt Linked to Lower Work Productivity**. Retrieved November 30, 2020, from <https://www.plansponsor.com/employee-debt-linked-lower-work-productivity/>
- Noe, R. A. (2011). **Fundamentals of Human Resource Management**. United States: McGraw Hill Higher Education.
- Parker, S. K., & Collins, C. G. (2010, July). Integrating and Differentiating Multiple Proactive Behaviors. **Journal of Management**, 36 (3), 633 - 662.
- Schwab, K. (2017). **The Fourth Industrial Revolution**. United Kingdom: Penguin Books Limited.

ตำแหน่งทางการตลาดของจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Market Positions of the Northeastern Provinces

ก่อพงษ์ พลโยราช สธิร ทัศนวัฒน์ และ ศรัณย์ อมาตยกุล *

(Kawpong Polyorat Sathita Tassanawat and Sarun Amatyakul)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตำแหน่งทางการตลาดของจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 380 ราย เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามโดยกลุ่มตัวอย่างต้องให้ข้อมูลความแตกต่างและความเหมือนของจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุด 10 อันดับแรกของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้เทคนิคการแบ่งสเกลหลายมิติ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกเมืองจากความสำคัญของเมือง (เมืองหลัก/เมืองรอง ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) และทำเลที่ตั้ง (ตอนเหนือ/ตอนใต้ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) โดยกลุ่มตัวอย่างรับรู้ ว่า นครราชสีมาและอุบลราชธานีเป็นเมืองหลักของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนใต้ ในขณะที่ขอนแก่นและอุดรธานีเป็นเมืองหลักของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนเหนือ ส่วนบุรีรัมย์ ศรีสะเกษ และสุรินทร์เป็นเมืองรองของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนใต้ และเลย หนองคาย และมุกดาหารเป็นเมืองรองของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน การวิจัยนี้นำเสนอข้อมูลที่สามารถใช้เป็นประโยชน์ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาเมืองหลักและเมืองรองเพื่อเพิ่มปริมาณการท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้นได้

คำสำคัญ: ตำแหน่งทางการตลาด แผนที่แสดงการรับรู้ การกำหนดตำแหน่งตราสินค้า การตลาดจังหวัด

* คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40000

Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University 40000

Corresponding author: sarun@amatyakul.com

ABSTRACT

The objective of this research is to study the perception of market positions of Northeastern cities. This quantitative research used purposive sampling with 380 respondents. Questionnaires were used as a research instrument. The samples were asked to indicate the differences and the similarities of the ten most visited cities in the Northeast. Data were analyzed with the multidimensional scaling technique. The study results reveal that the samples classified these cities based on the importance of the city (a main or a secondary city of the Northeast) and the location (in the upper or the lower part of the Northeast). That is, the samples perceived Nakhon Ratchasima and Ubon Ratchathani as the main cities of the lower Northeast while Khon Kaen and Udon Thani are perceived as the main cities of upper Northeast. Buriram, Sisaket, and Surin are viewed as the secondary cities of lower Northeast while Loei, Nong Khai, and Mukdahan are perceived as the those of upper Northeast. This research provides useful guidelines for city development to increase the level of tourism in main and secondary cities.

Keywords: market position, perceptual map, positioning, city marketing

Article history:

Received 25 April 2021

Revised 10 July 2021

Accepted 15 July 2021

SIMILARITY INDEX = 0.81 %

1. บทนำ

รายได้หลักประเภทหนึ่งของประเทศไทยมาจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในปีพ.ศ. 2562 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนถึง 39,916,251 คน สร้างรายได้จำนวน 1,911,807.95 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 10 ของ GDP และในปีเดียวกันมีผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวที่พักค้างคืนและนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปกลับภายใน 1 วัน เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจำนวน 229,748,960 คน/ครั้ง ซึ่งสร้างรายได้สูงถึง 1,081,759.09 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562; กรุงเทพมหานคร, 2563 10 สิงหาคม)

จนเมื่อองค์การอนามัยโลกประกาศภาวะฉุกเฉินระหว่างประเทศขึ้นในวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2563 อันเนื่องมาจากเกิดการระบาดใหญ่ (pandemic) ของโรคโควิด-19 ซึ่งทำให้การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศต้องหยุดชะงักลง (ปีชี นิส, 2563 12 มีนาคม; World Health Organization, 2020) ข้อมูลจากกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา (2564) ระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2564 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2564 คงเหลือเพียง 20,172 คน ส่วนผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมดซึ่งหมายถึง ชาวต่างชาติที่ตกค้างในประเทศไทยและชาวไทยที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวภายในประเทศในช่วงเวลาเดียวกันมีจำนวนรวม 26,631,693 คน/ครั้ง แบ่งเป็นชาวต่างชาติจำนวน 200,031 คน/ครั้ง และชาวไทยจำนวน 26,431,662 คน/ครั้ง ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงไม่สามารถสร้างรายได้

ให้กับประเทศไทยได้เช่นเดิม เป็นที่น่าสังเกตว่าการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทยในช่วงเวลาดังกล่าวนี้นั้นส่วนหนึ่งเกิดจากการดำเนินนโยบายจากภาครัฐผ่านโครงการเราเที่ยวด้วยกัน ซึ่งช่วยเหลือเลี้ยงให้ธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถดำรงอยู่ได้ (โพสต์ทูเดย์, 2564 22 มีนาคม)

โครงการเราเที่ยวด้วยกันมีเป้าหมายเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายภาคประชาชนผ่านการท่องเที่ยวภายในประเทศ ช่วยเพิ่มสภาพคล่องให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนการสร้างงานและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศในองค์กรรวม ผลการดำเนินโครงการเราเที่ยวด้วยกันระยะที่ 1 พบปัญหาการเดินทางท่องเที่ยวที่มีผลกระทบในตัวในเมืองหลักซึ่งคิดเป็นรายได้สูงกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนเงินที่นักท่องเที่ยวใช้จ่าย (จิตคุปต์ ละอองปลิว, 2562; เราเที่ยวด้วยกัน, 2564) โครงการเราเที่ยวด้วยกันระยะที่ 1 จึงไม่สามารถกระจายรายได้สู่เมืองรองได้มากนัก โครงการเราเที่ยวด้วยกันระยะที่ 2 จึงเกิดขึ้นโดยมุ่งหวังให้ผู้ประกอบการในเมืองรองได้รับประโยชน์จากโครงการนี้เช่นเดียวกับผู้ประกอบการในเมืองหลัก (กรุงเทพธุรกิจ, 2563 10 สิงหาคม)

ข้อมูลจาก Agoda.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ให้บริการจองที่พักของโครงการเราเที่ยวด้วยกัน พบว่าจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่ติด 10 อันดับแรกของจุดหมายปลายทางที่มีการจองที่พักในปีพ.ศ.2563 (Positioning, 2563) นอกจากนี้ ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว (2561) รายงานว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีเมืองรองถึง 17 แห่ง ยกเว้นเพียงนครราชสีมาและขอนแก่นเท่านั้นที่เป็นเมืองหลักของภาค ดังนั้น จึงอาจจะกล่าวได้ว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภูมิภาครองของการเดินทางท่องเที่ยว การส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้จึงเป็นสิ่งที่ภาครัฐควรให้การสนับสนุนเป็นอย่างยิ่ง

ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว (2561) อธิบายว่าปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวเมืองรองประสบความสำเร็จ คือ การที่เมืองรองสามารถเชื่อมโยงกับเมืองหลักได้ อย่างไรก็ตาม การที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีเมืองหลักเพียง 2 แห่ง จึงไม่เพียงพอที่จะเชื่อมโยงกับเมืองรองที่มีถึง 17 แห่งได้ ขณะที่ภาคใต้ซึ่งเป็นภูมิภาคที่ได้รับความนิยมในการท่องเที่ยวกลับมีเมืองหลักถึง 4 แห่ง ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับเมืองรองที่มี 9 แห่งได้ดีกว่า ดังนั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองจึงไม่ควรเริ่มจากการพัฒนาเมืองรอง แต่ควรเริ่มจากการพัฒนาเมืองหลักให้ได้สัดส่วนกับเมืองรองที่ใกล้เคียงกับเมืองหลักนั้น เป็นที่น่าสังเกตว่าภาคใต้มีสัดส่วนของเมืองหลักและเมืองรองคิดเป็น 1:2.25 ขณะที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนของเมืองหลักและเมืองรองคิดเป็นสัดส่วนมากถึง 1:8.5 เมืองในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่พอจะมีศักยภาพในการพัฒนาสู่เมืองหลักจึงควรได้รับส่งเสริมเป็นอย่างยิ่ง

นอกจากความไม่ได้สัดส่วนระหว่างเมืองหลักและเมืองรองแล้ว ประเภทของนักท่องเที่ยวก็เป็นสิ่งที่ภาครัฐควรให้ความสำคัญหากต้องการสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยภาครัฐควรให้เงื่อนไขพิเศษในการเดินทางท่องเที่ยวแก่นักศึกษาเนื่องจากหากพิจารณาสัดส่วนของนักศึกษาที่เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งมีเป็นจำนวนมากถึงร้อยละ 14.4 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด (กองวิจัยการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว, 2563) และนักศึกษายังสามารถสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นได้ดี (ข่าวสดออนไลน์, 2561 3 ธันวาคม; World Tourism Organization, 2010; Sophonsiri & Polyorat, 2009) ดังนั้น การให้เงื่อนไขพิเศษในการเดินทางท่องเที่ยวแก่นักศึกษาจึงสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้ทั้งในระยะสั้นจากตัวของนักศึกษาเอง และในระยะยาวจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นซึ่งจะตามมาในอนาคต การดำเนินการดังกล่าวนี้จะสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้เพิ่มสูงขึ้นได้อย่างยั่งยืน

สรุปว่าภาครัฐควรให้ความสำคัญในการพัฒนาเมืองหลักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้มีจำนวนมากขึ้น เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างเมืองหลักและเมืองรองได้มากขึ้น นอกจากนี้ การดำเนินโครงการกระตุ้นการ

ท่องเที่ยวภายในประเทศก็ควรคำนึงถึงกลุ่มนักศึกษาอันเป็นกลุ่มที่ช่วยสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นได้ดี การวิจัยครั้งนี้จึงศึกษาตำแหน่งทางการตลาดของจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อจำแนกเมืองหลักและเมืองรองในภูมิภาค ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางตำแหน่งตราสินค้า (brand positioning) ให้กับจังหวัด การวิจัยครั้งนี้เสนอข้อมูลที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเมืองหลัก ซึ่งจะส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองผ่านโครงการเราเที่ยวด้วยกันหรือโครงการอื่นที่อาจมีในอนาคตได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษาดำเนินทางการตลาดของจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้า

การที่จะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ธุรกิจต้องตอบคำถามกับตนเองให้ได้ว่า ลูกค้าของตนคือใครบ้างและลูกค้าเหล่านั้นมีความต้องการอย่างไร (Wirtz & Daiser, 2018) ความเข้าใจลูกค้าจะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการได้ด้วยความราบรื่น ส่งผลให้ธุรกิจมีผลประกอบการที่ดี หรืออย่างน้อยที่สุดก็ยังทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ (Najat, 2017) ตราสินค้าของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจึงมีตำแหน่งของตราสินค้าที่ปรากฏขึ้นอย่างโดดเด่นภายในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย อย่างไรก็ตาม ลูกค้าแต่ละกลุ่มต่างก็ตอบสนองต่อตำแหน่งของตราสินค้าที่แตกต่างกัน (Kotler & Keller, 2016) ดังนั้น การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดที่มีความเหมาะสมให้กับตราสินค้าจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งกับธุรกิจ

ตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้า หมายถึง การที่ตราสินค้ามีความหมายที่ชัดเจนและมีความหมายที่ไม่ทับซ้อนกับตราสินค้าอื่น โดยตำแหน่งของตราสินค้าจะปรากฏขึ้นภายในจิตใจของลูกค้า (Tybout & Calder, 2010) โดยการวิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้า (STP marketing) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ 1) การแบ่งส่วนตลาด (segmentation) 2) การเลือกตลาดเป้าหมาย (targeting) และ 3) การกำหนดตำแหน่งตราสินค้า (positioning) (Hastings, Angus, & Bryant, 2011)

การแบ่งส่วนตลาดดำเนินการโดยจัดกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการเหมือนกันไว้ด้วยกัน โดยใช้เกณฑ์ต่าง ๆ เช่น เกณฑ์ทางภูมิศาสตร์ เกณฑ์ทางประชากรศาสตร์ เกณฑ์ทางจิตวิทยา และเกณฑ์ทางพฤติกรรมศาสตร์ ต่อจากนั้นจึงเลือกตลาดเป้าหมายที่เหมาะสมกับธุรกิจ ซึ่งตลาดที่เลือกควรมีขนาดเพียงพอที่จะสร้างผลกำไรได้ (substantial) และตลาดแต่ละส่วนควรมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน (differentiable) นอกจากนี้ ธุรกิจต้องสามารถเข้าถึงตลาดส่วนที่เลือกและสามารถวัดผลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตลาดที่เลือกได้ (accessible and measurable) เมื่อเลือกตลาดเป้าหมายแล้วก็จะเข้าสู่ขั้นตอนของการกำหนดตำแหน่งตราสินค้า ซึ่งหมายถึง การสร้างคุณค่าที่แตกต่างจากคู่แข่งให้กับตราสินค้า เช่น ประโยชน์ของตราสินค้าและคุณสมบัติของตราสินค้า (Kotler & Keller, 2016; Kotler & Armstrong, 2020) เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในคุณค่าดังกล่าว

การกำหนดตำแหน่งให้กับตราสินค้าเกิดขึ้นจากการพิจารณาแผนที่แสดงการรับรู้ (perceptual map) ซึ่งหมายถึง แผนที่แสดงภาพรวมของการรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้าต่าง ๆ ในหมวดสินค้านั้น (product category) และความชื่นชอบของลูกค้าที่มีต่อแต่ละตราสินค้า รวมไปถึงช่องว่างทางการตลาดที่ยังไม่มีตราสินค้าใดเข้าถึงได้ (Gigauri, 2019; Kotler & Keller, 2016; Kotler & Armstrong, 2020) แผนที่

แสดงการรับรู้จึงมีความสำคัญต่อการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดให้กับตราสินค้าใหม่ และมีประโยชน์ต่อการปรับปรุงตำแหน่งทางการตลาดให้กับตราสินค้าเดิม (repositioning) ให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น (Raguindin, 2019)

แนวทางทางสถิติที่ใช้ในการสร้างแผนที่แสดงการรับรู้ นั่นคือเทคนิคการแบ่งสเกลหลายมิติ (multidimensional scaling) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์สถิติเพื่อแสดงตำแหน่งของข้อมูลตราสินค้าต่าง ๆ บนกราฟ โดยหากตำแหน่งของข้อมูลตราสินค้าได้อยู่ใกล้เคียงกันแสดงว่าตราสินค้าเหล่านั้นมีความคล้ายคลึงกัน แต่หากตำแหน่งของตราสินค้าอยู่ห่างไกลกันก็แสดงว่าตราสินค้าที่พิจารณานั้นมีความแตกต่างกัน (Cox & Cox, 2008) การพิจารณาสาเหตุของความแตกต่างและความคล้ายคลึงกันทำได้โดยการพิจารณาลักษณะการกระจายของตำแหน่งตราสินค้าทั้งหมด เพื่อกำหนดความหมายที่เหมาะสมให้กับแกน X และแกน Y ของแผนที่แสดงการรับรู้ (Kotler & Keller, 2016)

เทคนิคการแบ่งสเกลหลายมิติสามารถนำมาใช้เพื่อสร้างแผนที่แสดงการรับรู้สามารถเกิดขึ้นในบริบทอื่นนอกเหนือจากตราสินค้าทั่วไปได้ด้วย ตัวอย่างเช่น การสร้างแผนที่แสดงการรับรู้ให้กับประเทศ โดย Kruskal & Wish (1978) ทำการวิจัยโดยสอบถามกลุ่มตัวอย่างให้เปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างของประเทศ 12 ประเทศ โดยให้เปรียบเทียบเป็นรายคู่ ว่าประเทศในแต่ละคู่มีความเหมือนหรือความแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด การศึกษานี้กำหนดความหมายให้กับแกน X และแกน Y ว่าสะท้อนถึง ระดับการพัฒนาของประเทศ (ประเทศพัฒนาแล้ว/ประเทศกำลังพัฒนา) และความนิยมทางการเมือง (ตะวันตก/คอมมิวนิสต์) ตามลำดับ โดยการกำหนดแกนด้วยความหมายนี้ช่วยให้สามารถทำความเข้าใจลักษณะของแต่ละประเทศได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ การวิจัยของ Natalia Jaworska & Chupetlovska-Anastasova (2009) ก็ได้เปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างของเมือง จำนวน 10 แห่ง ด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์ของเมืองและระยะห่างระหว่างเมือง ซึ่งทำให้สามารถทำความเข้าใจเมืองทั้งหมดได้ดีเช่นกัน

สรุปได้ว่า การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้าประกอบขึ้นตอนต่าง ๆ คือ การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งตราสินค้า โฉนแผนที่แสดงการรับรู้เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ธุรกิจค้นหาช่องว่างทางการตลาด และเปรียบเทียบตำแหน่งทางการตลาดระหว่างตราสินค้าของธุรกิจกับตราสินค้าของคู่แข่งได้ เครื่องมือที่สำคัญในการกำหนดตำแหน่งตราสินค้าคือแผนที่แสดงการรับรู้ได้ซึ่งอาศัยเทคนิคทางสถิติที่เรียกว่าการแบ่งสเกลหลายมิติ เทคนิคนี้สามารถแสดงตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้าที่อยู่ในส่วนตลาดเป้าหมายนั้น แผนที่แสดงการรับรู้สามารถใช้กับตราสินค้าในความหมายทั่วไป และบริบทอื่นเช่นเมืองและประเทศได้

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยประชากรเป็นนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ส่วนกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดขอนแก่น การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้แบบเจาะจง กับนักศึกษาในจังหวัดขอนแก่นที่รู้จักจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สาเหตุเนื่องจากนักศึกษาเป็นกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่มีเป็นจำนวนมากและสามารถสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไปสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นได้ดี (กองวิจัยการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว, 2563; ข่าวสดออนไลน์, 2561 3 ธันวาคม; World Tourism Organization, 2010; Sophonsiri & Polyorat, 2009) นอกจากนี้ นักศึกษาส่วนใหญ่ที่ศึกษาในจังหวัดขอนแก่นมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จึงมีความรู้เกี่ยวกับจังหวัดในภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือเพียงพอสำหรับการให้ข้อมูลเพื่อทำวิจัยในครั้งนี้ได้ (Aiken, Campbell, & Koch, 2009; วิทวัส เหล่ามละ, 2562; จูไรรัตน์ ศิริมั่งมูล นุชนาถ พันธราษฎร์ และณัฐมา คำศิริ, 2562)

ขณะที่ขนาดตัวอย่างคำนวณแบบทราบจำนวนประชากรจากประชากรของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาจำนวน 1,473,499 คน (ศูนย์สารสนเทศอุดมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2564) โดยใช้สูตรของ Krejcie & Morgan (1970) โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการคือ 384 คน อย่างไรก็ตาม เมื่อตัดข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์แล้วคงเหลือกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์จำนวน 380 คน

การรวบรวมข้อมูลเริ่มจากการคัดเลือกจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุด 10 อันดับแรกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งประกอบด้วยนครราชสีมา ขอนแก่น อุบลราชธานี อุดรธานี หนองคาย มุกดาหาร ศรีสะเกษ เลย บุรีรัมย์ และสุรินทร์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) ต่อจากนั้น จึงสร้างแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามเพื่อเปรียบเทียบว่าแต่ละจังหวัดมีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร คำถามแต่ละข้อจะให้กลุ่มตัวอย่างเปรียบเทียบจังหวัดเป็นรายคู่โดยใช้มาตราวัดทัศนคติแบบประเมินค่า (rating scale) ระดับ 1=เหมือนกันอย่างยิ่ง จนถึง 7= แตกต่างกันอย่างยิ่ง ส่วนการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือดำเนินการด้วยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน

การเก็บข้อมูลเริ่มจากการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยผู้วิจัยสอบถามในเบื้องต้นว่ารู้จักจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้ง 10 แห่งที่ทำการศึกษาหรือไม่ หากรู้จักจึงดำเนินการเก็บข้อมูลและรวบรวมข้อมูลที่สมบูรณ์เพื่อวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการแบ่งสเกลหลายมิติ ผลการวิเคราะห์จะได้แผนที่แสดงการรับรู้ซึ่งจะนำไปพิจารณาลักษณะการกระจายของตำแหน่งจังหวัด เพื่อกำหนดความหมายที่เหมาะสมให้กับแกน X และแกน Y (Kotler & Keller, 2016; Hunt & Mello 2015) ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดให้กับจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้มีความเหมาะสมต่อไป

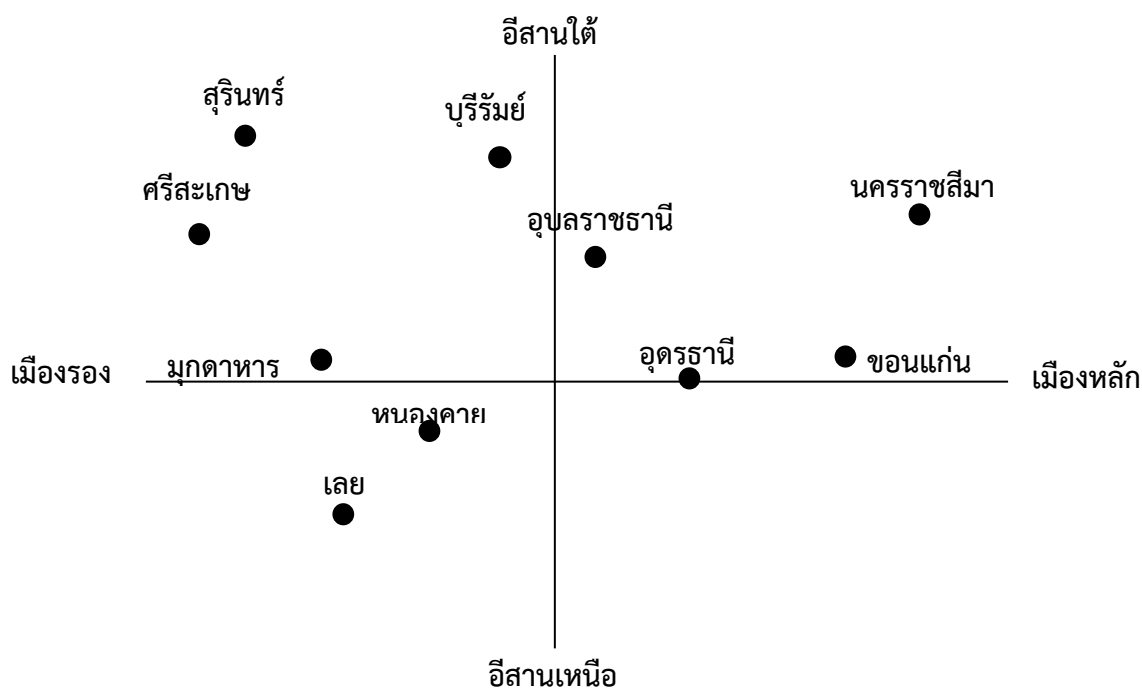
4. ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ผลจากกลุ่มตัวอย่างที่รู้จักจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้ง 10 จังหวัด โดยใช้การแบ่งสเกลหลายมิติจนได้แผนที่แสดงการรับรู้ สามารถแสดงได้ดังภาพ 1

จากภาพ 1 เมื่อพิจารณาลักษณะการกระจายของข้อมูลจึงตั้งชื่อที่เหมาะสมให้กับแกนทั้ง 2 ของกราฟได้ดังนี้

1) **แกนตั้ง คือ ท่าเลที่ตั้ง** โดยแกนตั้งด้านบนสามารถตั้งชื่อได้ว่า **อีสานใต้** ซึ่งในที่นี้ หมายถึง จังหวัดที่ตั้งอยู่ในบริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ส่วนแกนตั้งด้านล่างสามารถตั้งชื่อได้ว่า **อีสานเหนือ** ซึ่งหมายถึง จังหวัดที่ตั้งอยู่บริเวณภาคอีสานตอนบน

2) **แกนนอน ความสำคัญของเมือง** โดยแกนนอนด้านขวาสามารถตั้งชื่อได้ว่า **เมืองหลัก** ซึ่งหมายถึง จังหวัดที่เป็นเป้าหมายหลักของนักท่องเที่ยว หรือเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และยังเป็นจังหวัดที่มีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจและระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ ส่วนแกนนอนด้านซ้ายสามารถตั้งชื่อได้ว่า **เมืองรอง** ซึ่งหมายถึง จังหวัดที่ยังไม่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ หรืออาจเป็นจังหวัดที่น่าสนใจกับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม หรือเป็นการท่องเที่ยวตามเทศกาล หรือวัฒนธรรมประเพณี รวมทั้งอาจเป็นจังหวัดที่ยังไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้



แผนภาพที่ 1 ตำแหน่งทางการตลาดของจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เมื่อพิจารณาภาพ 1 โดยภาพรวม จะเห็นได้ว่าจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้ง 10 จังหวัด สามารถแบ่งตามความแตกต่างได้เป็น อีสานใต้-อีสานเหนือ และเมืองหลัก-เมืองรอง ซึ่งสามารถอธิบาย ตำแหน่งตราสินค้าของจังหวัดได้ดังนี้

1) นครราชสีมาและอุดรธานี เป็นจังหวัดที่เป็นเมืองหลักของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างที่มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยจังหวัดทั้ง 2 แห่งมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เขื่อนลำตะคอง ผาแต้ม และสามพันโบก ทั้งยังมีความพร้อมของสถานที่ต่าง ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้าและโรงพยาบาล ที่มีชื่อเสียงระดับประเทศอยู่ในจังหวัด

2) ขอนแก่นและอุดรธานี เป็นจังหวัดที่เป็นเมืองหลักของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนที่มีความคล้ายคลึงกันทั้งในด้านการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจ โดยจังหวัดทั้ง 2 แห่งมีอาณาเขตเชื่อมต่อกัน และจังหวัดขอนแก่นยังมีทำเลที่ตั้งเป็นศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนจังหวัดอุดรธานีก็มีความโดดเด่นด้านการค้ากับสปป.ลาว นอกจากนี้ จังหวัดขอนแก่นและจังหวัดอุดรธานี ก็มีการท่องเที่ยวในงานเทศกาลที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น เทศกาลโหม่นนาชาติ เทศกาลผูกเสี่ยว และงานกาชาดจังหวัดขอนแก่น และงานทุ่งศรีเมืองและงานกาชาดจังหวัดอุดรธานี และจังหวัดทั้ง 2 แห่งยังมีความพร้อมของสถานที่ต่าง ๆ เช่น ศูนย์การค้า สนามบิน สถานศึกษา และโรงพยาบาล

3) บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ เป็นเมืองรองของภาคอีสานตอนล่าง ซึ่งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวอันที่เป็นที่นิยมไม่มากนัก การท่องเที่ยวเกิดจากการเยี่ยมชมกีฬา เทศกาล สถานที่และวัฒนธรรม เช่น การแข่งขันฟุตบอลจังหวัดบุรีรัมย์ งานแสดงช้างจังหวัดสุรินทร์ เทศกาลดอกคำวนวนบ้านจังหวัดศรีสะเกษ และปราสาทหินพนมรุ้งจังหวัดบุรีรัมย์

จะเห็นได้ว่า เลย์ มุกดาหาร และหนองคาย เป็นจังหวัดที่เป็นเมืองรองของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบนโดยได้รับความนิยมในการท่องเที่ยวพอสมควร สาเหตุที่จังหวัดทั้ง 3 แห่งเป็นเมืองรองอาจเกิดจากความเจริญของจังหวัดอยู่ในระดับปานกลาง รวมทั้งเป็นจังหวัดที่อยู่ห่างไกลติดชายแดนจึงเป็นอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยว

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปและอภิปรายผล

ตำแหน่งทางการตลาดของจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถแบ่งกลุ่มจังหวัดได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ด้านบนฝั่งขวา คือ กลุ่มจังหวัดที่เป็นเมืองหลักของอีสานใต้ ซึ่งจะเห็นว่า นครราชสีมาและอุบลราชธานีมีตำแหน่งทางการตลาดอยู่ในกลุ่มนี้ จากระยะห่างของจังหวัดทั้ง 2 แห่งสะท้อนว่านครราชสีมามีความเป็นเมืองหลักมากกว่าอุบลราชธานีพอสมควร ทั้งนี้อาจเกิดจากนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่และอยู่ใกล้กรุงเทพมหานครที่เป็นเมืองหลวงของประเทศไทยเป็นระยะทาง 259 กิโลเมตร (จังหวัดนครราชสีมา, 2563; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) นอกจากนี้ นครราชสีมายังเป็นจังหวัดที่มีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากการมีศูนย์การค้าที่มีชื่อเสียงตั้งอยู่ในจังหวัดหลายแห่ง เช่น เดอะมอลล์ เซ็นทรัล และเทอร์มินอลทเว็นตี้วัน และนครราชสีมายังมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติอีกมากมาย เช่น อุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่และวังน้ำเขียว (จังหวัดนครราชสีมา, 2563)

อย่างไรก็ตาม ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว (2561) ให้ข้อมูลว่า เมืองหลักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประกอบด้วยนครราชสีมาและขอนแก่นเท่านั้น แต่ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่าอุบลราชธานีก็มีความเป็นเมืองหลักด้วยเช่นกัน ข้อมูลที่ขัดแย้งกันนี้อธิบายได้จากผลการศึกษาที่พบว่าตำแหน่งทางการตลาดของอุบลราชธานีมีความเป็นเมืองหลักที่ไม่เด่นชัดนัก ดังนั้น ภาครัฐจึงควรส่งเสริมให้อุบลราชธานีกลายเป็นเมืองหลักของอีสานใต้มากขึ้น ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมืองรองที่เชื่อมโยงกับอุบลราชธานี เช่น ศรีสะเกษ เป็นต้น

กลุ่มที่ 2 ด้านล่างฝั่งขวา คือ กลุ่มจังหวัดที่เป็นเมืองหลักของอีสานเหนือ ซึ่งจะเห็นว่าขอนแก่นและอุดรธานีมีตำแหน่งทางการตลาดอยู่ในกลุ่มเดียวกัน สาเหตุอาจเกิดจากจังหวัดขอนแก่นตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือและมีอาณาเขตเชื่อมต่อกับอุดรธานี นอกจากนี้ จังหวัดทั้ง 2 แห่งยังมีความใกล้เคียงกันทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจ และการลงทุน ซึ่งสังเกตได้จากการเข้ามาลงทุนในธุรกิจขนาดใหญ่หลายประเภท เช่น ศูนย์การค้า สายการบิน รวมไปถึงธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (สำนักงานจังหวัดขอนแก่น, 2555; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลของศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว (2561) ระบุว่า อุดรธานีไม่ใช่เมืองหลัก สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากความเป็นเมืองหลักของอุดรธานียังไม่มีความชัดเจนนักหากเปรียบเทียบกับนครราชสีมาและขอนแก่นที่ความเป็นเมืองหลักมีความโดดเด่นกว่า นอกจากนี้ อาจเกิดจากขอนแก่นได้รับการพัฒนาสู่ smart city อย่างเป็นรูปธรรม เช่น ระบบขนส่งมวลชนสาธารณะอย่างโมเดลรถไฟฟ้า smart mobility อีกทั้งศักยภาพด้านอุตสาหกรรมประเภทอื่น เช่น ศูนย์กลางทางการแพทย์และสาธารณสุข (medical hub) รวมไปถึงการจัดการระบบข้อมูลเพื่อการเป็นเมือง MICE city ที่ครบทุกด้านในทุกมิติ (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2561)

กลุ่มที่ 3 ด้านบนฝั่งซ้าย คือ กลุ่มจังหวัดที่เป็นเมืองรองของอีสานใต้ ซึ่งจะเห็นว่าบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ มีตำแหน่งทางการตลาดอยู่ในกลุ่มนี้ จากระยะห่างของจังหวัดทั้ง 3 แห่งสะท้อนว่าบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ เป็นเมืองรอง เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดทั้ง 3 แห่งนี้มักเกิดขึ้นเฉพาะช่วงเทศกาลและการจัดกิจกรรมของจังหวัดเท่านั้น (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์, 2563; สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดศรีสะเกษ, 2558; สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์, 2558)

จะเห็นว่าบุรีรัมย์มีตำแหน่งที่ใกล้เคียงกับความเป็นเมืองหลักมากกว่าสุรินทร์และศรีสะเกษ ซึ่งอาจเกิดจากการที่บุรีรัมย์เป็นจังหวัดที่มีการพัฒนาและเติบโตเป็นอย่างมากโดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เนื่องจากมีสโมสรฟุตบอลที่มีชื่อเสียงระดับภูมิภาคและจังหวัด (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2563) นอกจากนี้ บุรีรัมย์ยังมีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี เช่น สนามกีฬา สถานที่ออกกำลังกาย สวนสาธารณะ และสถาบันการศึกษา รวมทั้งบุรีรัมย์มีองค์ความรู้ในการออกกำลังกายที่ถูกต้อง และบุรีรัมย์มีโรงแรมที่มีมาตรฐานพร้อมทั้งอาคารสถานที่อันสามารถรองรับการแข่งขันระดับโลกได้ (บางกอกเกียณ, 2560 20 กุมภาพันธ์) ดังนั้น แม้บุรีรัมย์จะอยู่ในกลุ่มของเมืองรองแต่ก็มีศักยภาพในการพัฒนาสู่ความเป็นเมืองหลักได้ในอนาคตอันใกล้ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวเมืองรองของจังหวัดใกล้เคียง เช่น สุรินทร์ได้

กลุ่มที่ 4 ด้านล่างฝั่งซ้าย คือ กลุ่มจังหวัดที่เป็นเมืองรองของอีสานเหนือ ซึ่งจะเห็นว่า เลย หนองคาย และมุกดาหาร มีตำแหน่งทางการตลาดคล้ายคลึงกัน ซึ่งอาจเกิดจากจังหวัดทั้ง 3 แห่งตั้งอยู่ติดชายแดนของประเทศ (สำนักงานยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1, 2563) จากภาพ 1 จะเห็นว่าเลยเป็นจังหวัดที่อยู่เหนือที่สุดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเลยมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติบนภูเขา อีกทั้งยังมีอากาศหนาวเย็นกว่าจังหวัดอื่น ส่วนหนองคายและมุกดาหาร เป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเพื่อข้ามชายแดน และเป็นจังหวัดที่เป็นแหล่งซื้อขายสินค้าราคาถูก เช่น ตลาดท่าเสด็จ จังหวัดหนองคายและตลาดอินโดจีนจังหวัดมุกดาหาร (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562)

นอกจากนี้ จังหวัดหนองคายมีตำแหน่งที่ใกล้เคียงกับความเป็นเมืองหลักมากกว่าเลยและมุกดาหาร ซึ่งอาจเกิดจากการที่หนองคายเป็นเมืองรองที่มีระยะห่างจากอุดรธานีซึ่งเป็นเมืองหลักเพียง 53 กิโลเมตร (สำนักงานจังหวัดหนองคาย, 2564) หนองคายจึงมีการพัฒนาค่อนข้างเร็วกว่าจังหวัดที่มีความเชื่อมโยงกับเมืองหลักได้น้อยกว่า ดังนั้น หากภาครัฐต้องการพัฒนาเมืองรองที่มีศักยภาพให้กลายเป็นเมืองหลัก หนองคายก็เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพอันจะสามารถพัฒนาให้กลายเป็นเมืองหลักได้ในอนาคตอันใกล้ ซึ่งจะทำให้หนองคายสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปสู่เมืองรองใกล้เคียงต่อไปได้

สรุปได้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองสามารถดำเนินการให้เกิดขึ้นได้ด้วยการสร้างความเชื่อมโยงกับเมืองหลักที่อยู่ใกล้เคียง ซึ่งในมุมมองของภาครัฐเมืองหลักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีเพียง 2 แห่ง คือ นครราชสีมาและขอนแก่น ซึ่งทำให้เป็นข้อจำกัดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองที่อยู่ใกล้เคียงเป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้ ผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า อุดรธานีและอุบลราชธานีเป็นเมืองหลักที่ไม่โดดเด่นนัก ส่วนบุรีรัมย์และหนองคายเป็นเมืองรองที่มีศักยภาพในการพัฒนาสู่เมืองหลัก ดังนั้น หากภาครัฐส่งเสริมให้อุดรธานีและอุบลราชธานีมีความโดดเด่นมากขึ้น และพัฒนาบุรีรัมย์และหนองคายให้กลายเป็นเมืองหลักได้ ก็จะทำให้จังหวัดทั้ง 4 แห่งมีศักยภาพในการเชื่อมโยงสู่เมืองรองใกล้เคียง การกระตุ้นการท่องเที่ยวเมืองรองของภาครัฐดังที่ปรากฏในโครงการเราเที่ยวด้วยกันก็จะประสบความสำเร็จมากขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ภาครัฐสามารถนำผลการศึกษานี้ไปใช้กำหนดแนวทางพัฒนาจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยรักษาตำแหน่งทางการตลาดของขอนแก่นและนครราชสีมาที่เป็นเมืองหลักของภาคตะวันออกเฉียงเหนือไว้ ขณะเดียวกันก็ส่งเสริมอุบลราชธานีและอุดรธานีให้ความเป็นเมืองหลักมีความเด่นชัดมากขึ้น นอกจากนี้ ภาครัฐควรสนับสนุนให้เมืองหลักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวนมากขึ้นด้วยการพัฒนาของกายและบุรีรัมย์ให้กลายเป็นเมืองหลัก เนื่องจากจังหวัดทั้ง 2 แห่งมีศักยภาพในการพัฒนาสู่เมืองหลักได้ในอนาคตอันใกล้ การดำเนินการดังกล่าวนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองที่เชื่อมโยงกับเมืองหลักทั้งหมดนี้ได้เป็นอย่างดี

2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสามารถนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้เพื่อเปรียบเทียบกับการวางตำแหน่งตราสินค้าของจังหวัดที่ภาครัฐมีข้อมูลอยู่แล้ว หากข้อมูลไม่สอดคล้องกันภาครัฐก็ควรศึกษาดำเนินการทางการตลาดของจังหวัดให้มีความทันสมัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้รับความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ผลการวิจัยในครั้งนี้นี้ยังมีข้อจำกัดที่อาจขาดความตรงภายนอก (external validity) เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง การศึกษาในอนาคตจึงควรใช้การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็นเพื่อให้ผลการศึกษามีผลสรุปผลอ้างอิงไปสู่ประชากรได้

2. ข้อจำกัดอีกประการหนึ่งของการวิจัยในครั้งนี้ คือ การใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาในจังหวัดขอนแก่น การวิจัยในอนาคตจึงอาจศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาจากทั้งภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่แม่นยำขึ้น นอกจากนี้ การวิจัยในอนาคตอาจศึกษากับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นด้วย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับตำแหน่งทางการตลาดของจังหวัดที่อาจมีข้อมูลที่ไม่เป็นปัจจุบันได้

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). สถิติการท่องเที่ยวในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: กระทรวง.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย. กรุงเทพฯ: กระทรวง.
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2561). ข่าวเปิดงาน Digital Thailand Big Bang Regional 2018 จ.ขอนแก่น. กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2563). เราเที่ยวด้วยกัน ทดแทนรายได้จากต่างชาติ. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/892954>
- กองวิจัยการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว. (2563). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ.2563 . กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2564. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 23 เมษายน 2564 จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=632

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). **ปลายทางแบ่งตามภูมิภาค**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2563 จาก <https://thai.tourismthailand.org/Destinations>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). **จังหวัดอุดรธานี**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 28 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.tourismthailand.org/Destinations/Provinces/Udon-Thani/588>
- ข่าวสดออนไลน์. (2561). **กวีกรร. ญูปุ่นเที่ยวไทย. ข่าวสดออนไลน์**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2563, จาก https://www.khaosod.co.th/economics/news_1907016
- จังหวัดนครราชสีมา. (2563). **แผนพัฒนาจังหวัดนครราชสีมา ระยะ 4 ปี (พ.ศ.2561-2564)**. นครราชสีมา: จังหวัด.
- จิตคุปต์ ละอองปลิว. (2562). การท่องเที่ยวเมืองรอง: การเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดราชบุรี. **อินทนิลทักษิณสาร**, 14(2), 39-60.
- จุไรรัตน์ ศิริมั่งมุล นุชนาท พันธราษฎร์ และณัฐมา ขำศิริ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562. **การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารกิจการสาธารณะยุคดิจิทัล ครั้งที่ 5** (.945-953). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- บางกอกเกียก. (2560). **เมืองกีฬาบุรีรัมย์. มติชน**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2563, จาก https://www.matichon.co.th/prachachuen/news_470164
- บีบีซี นิวส์ ไทย. (2563). **ไวรัสโคโรนา: อนามัยโลกประกาศให้โควิด-19 เป็น “การระบาดใหญ่” ทั่วโลก**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 7 เมษายน 2564, จาก <https://www.bbc.com/thai/international-51838536>
- โพสต์ทูเดย์. (2564). **จุฬาแนะ 6 ข้อ เร่งเครื่อง “เราเที่ยวด้วยกัน”**. โพสต์ทูเดย์. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2563 จาก <https://www.posttoday.com/economy/news/648461>
- เราเที่ยวด้วยกัน. (2564). **เราเที่ยวด้วยกัน**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 6 เมษายน 2564, จาก <https://www.เราเที่ยวด้วยกัน.com>
- วิทวัส เหล่ามะลอ. (2562). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS**. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว. (2561). **เข็มทิศท่องเที่ยว ไตรมาส 4/2561**. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว.
- ศูนย์สารสนเทศอุดมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2564). **สถิติอุดมศึกษานักศึกษารวม 2563 ภาคเรียนที่ 1 ในสถาบันอุดมศึกษาทั้งหมด**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2564, จาก <http://www.info.mua.go.th/info/#>
- สำนักงานจังหวัดขอนแก่น. (2555). **บรรยายสรุปจังหวัดขอนแก่น (เชิงวิเคราะห์)**. ขอนแก่น: สำนักงานจังหวัดขอนแก่น.
- สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์. (2563). **ข้อมูลทั่วไปจังหวัดบุรีรัมย์**. บุรีรัมย์: สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์.
- สำนักงานจังหวัดหนองคาย. (2564). **แผนพัฒนาจังหวัดพ.ศ.2561-2565 (รอบปีพ.ศ.2564)**. หนองคาย: สำนักงานจังหวัดหนองคาย.

- สำนักงานยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1. (2563). **สภาพทั่วไป**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2563, จาก http://www.osmnortheast-n1.moi.go.th/ud/index.php?option=com_content&view=article&id=54&Itemid=87
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์. (2563). **ข้อมูลวัฒนธรรม**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.m-culture.go.th/buriram/main.php?filename=index>
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดศรีสะเกษ. (2558). **ข้อมูลวัฒนธรรม**. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://www.m-culture.go.th/sisaket/more_news.php?cid=7&filename=index
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์. (2558). **ประเพณีและงานท่องเที่ยวประจำปี ของจังหวัดสุรินทร์**. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://www.m-culture.go.th/surin/ewt_dl_link.php?nid=684&filename=index
- Aiken, K., Campbell, R., & Koch, E. (2009). Exploring the Relationship between Brand Personality and Geographic Personality: Consumer Perceptions of Sport Teams and Cities. **Advances in Consumer Research**, 36, 933-934.
- Cox, M., & Cox, T. (2008). Multidimensional Scaling. In Chen, C., Hardie, W., & Unwin, A. (Eds.), **Handbook of Data Visualization**. Heidelberg: Springer.
- Gigauri, I. (2019). Applying Perceptual Mapping Method for Successful Positioning Strategy. **International Journal of Management and Business Sciences**, 1(1), 14-23.
- Hastings, G., Angus, K., & Bryant, C. (2011). **The Sage Handbook of Social Marketing**. Calif: SAGE Publications.
- Hunt, C., & Mello, J. (2015). **Marketing**. New York: McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). **Principles of Marketing** (18th ed.). Harlow: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). **Marketing Management**. New Jersey: Pearson.
- Krejcie, R., & Morgan, D. (1970). Determining Sample Sizes for Research Activities. **Educational and Psychological Measurement**, 30(3), 607-610.
- Krustal, J., & Wish, M. (1978). **Multidimensional Scaling**. Newbury Park: SAGE Publications.
- Najat, B. (2017). Importance of Customer Knowledge in Business Organizations. **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, 7(11), 175-187.
- Natalia Jaworska, N., & Chupetlovska-Anastasova, A. (2009). A Review of Multidimensional Scaling (MDS) and its Utility in Various Psychological Domains. **Tutorials in Quantitative Methods for Psychology**, 5(1), 1-10.
- Positioning. (2563). **เมืองรองมาแรง! อโกต้าเปิดสถิติคนไทยเที่ยวในประเทศต้องการสถานที่แปลกใหม่สูงขึ้น**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 26 เมษายน 2563 จาก <https://positioningmag.com/1299995>
- Raguindin, G. (2019). The Experiences of Repositioning Products by Toy Collectors: A Descriptive Phenomenological Study. **International Journal of Business Marketing and Management**, 4(4), 66-82.

- Sophonsiri, S., & Polyorat, K. (2009). The Impact of Brand Personality Dimensions on Brand Association and Brand Attractiveness: The Case Study of KFC in Thailand. **Journal of Global Business and Technology**, 5(2), 51-62.
- Tybout, A., & Calder, B. (2010). **Kellogg on Marketing**. New Jersey: Wiley.
- Wirtz, B., & Daiser, P. (2018). Business Model Development: A Customer-Oriented Perspective. **Journal of Business Models**, 6(3), 24-44.
- World Health Organization. (2020). WHO Thailand Situation Report-95. Retrieved April 7, 2020, from https://www.who.int/docs/default-source/searo/thailand/2020-06-29-tha-sitrep-94-covid-19.pdf?sfvrsn=b057e665_4
- World Tourism Organization. (2010). **The Power of the Youth Travel**. Madrid: Spain.

กลยุทธ์การบริหารเงินสดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำกำไรในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี

Cash Management Strategies to Increase Profitability in the Technology Industry

โชษิตา เปสตันยี *

(Chosita Pestonji)

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกค้านี้ ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้า และระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ที่ส่งผลกระทบต่อวงจรกิจการเงินสด และศึกษาวงจรกิจการเงินสดที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิใน พ.ศ.2560 ถึง พ.ศ.2562 จากกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย วิเคราะห์ผลการวิจัยด้วยวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย ผลการศึกษา พบว่า ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกค้านี้และระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือส่งผลกระทบต่อวงจรกิจการเงินสด ในขณะที่ ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ส่งผลกระทบต่อวงจรกิจการเงินสด นอกจากนี้ ผลการศึกษาพบว่า วงจรกิจการเงินสดส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร ดังนั้น กิจการสามารถลดระยะเวลาของวงจรกิจการเงินสดได้ด้วยการลดระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกค้านี้และลดระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ และเพิ่มระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ โดยการลดลงของวงจรกิจการเงินสดจะนำไปสู่ความสามารถในการทำกำไรที่เพิ่มขึ้น

คำสำคัญ: การบริหารเงินสด วงจรกิจการเงินสด ความสามารถในการทำกำไร

*อาจารย์ประจำสาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน 30000

Lecturer School of Finance, Business Administration, Rajamangala University of Technology Isan, 30000

Corresponding author: chosita.pe@rmu.ac.th

ABSTRACT

This research aimed to study the impact of receivables collection period, inventory conversion period, and payable deferral period on the cash conversion cycle. In addition, this research is to investigate the impact of cash conversion cycle on profitability. The study is based on secondary financial data obtained from technology industry in the Stock Exchange of Thailand for the period from 2017 to 2019. Simple linear regression analysis was used to draw analyze the results of the study. The study found that receivables collection period and inventory conversion period have a positive impact on cash conversion cycle. Whereas payable deferral period has a negative impact on cash conversion cycle. In addition, the study found that the cash conversion cycle has a negative impact on firm profitability. Consequently, a companies can shorten the cash conversion cycle by shortening receivables collection period and inventory conversion period and to increase the payable deferral period. A decline in the cash conversion cycle leads to increased profitability.

Keywords: Cash Management, Cash Conversion Cycle, Profitability

Article history:

Received 22 April 2021

Revised 10 July 2021

Accepted 16 July 2021

SIMILARITY INDEX = 2.87 %

1. บทนำ

การเพิ่มผลกำไรเป็นวัตถุประสงค์หลักในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งส่วนหนึ่งสามารถเพิ่มกำไรได้จากการเพิ่มยอดขายของกิจการ แต่การขายสินค้านั้นอาจไม่สามารถรับเงินสดได้ทันที โดยปกติแล้วบริษัทต่าง ๆ จะมีช่องว่างระหว่างการผลิตสินค้าและการรับเงินสดจากการขายสินค้า ซึ่งช่องว่างดังกล่าวหากมีระยะเวลาที่ยาวนานเกินไปอาจส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของกิจการ (Shabbir, Iftikhar and Raja, 2018) ทำให้การหมุนเวียนเงินสดในกิจการมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ

หากกิจการบริหารเงินสดตามแนวทางของกลยุทธ์แบบเชิงรุก (Aggressive Strategy) จะทำให้กิจการมีรอบระยะเวลาการหมุนเวียนเงินสดที่สั้น จะทำให้มีเงินสดในการหมุนเวียนสำหรับการดำเนินงานที่เร็วขึ้น ซึ่งสามารถนำเงินสดไปลงทุนในกิจกรรมอื่น ๆ เพิ่มเติม รวมทั้งลดการพึ่งพาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนภายนอก จึงทำให้เกิดการเพิ่มโอกาสในการสร้างผลกำไรให้กับกิจการ ในทางกลับกัน หากกิจการมีรอบระยะเวลาของการหมุนเวียนเงินสดที่ยาวนาน จะทำให้มีเงินสดในการหมุนเวียนสำหรับการดำเนินงานช้า ซึ่งอาจทำให้ชำระหนี้ให้กับเจ้าหนี้การค้าได้ไม่ทันเวลาที่กำหนด ซึ่งอาจต้องพึ่งพาแหล่งเงินทุนภายนอกในการชำระหนี้ดังกล่าว และเกิดต้นทุนทางการเงิน และอาจนำไปสู่ความสามารถในการทำกำไรที่ลดลง (Tran, Abbott and Jin-Yap, 2017 ; Lyngstadaas and Berg, 2016)

อย่างไรก็ตาม การศึกษาของ Laghari and Chengang (2019) สนับสนุนว่า การบริหารเงินสดที่มีรอบระยะเวลาการหมุนเวียนที่ยาวนานจะทำได้ความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้น ซึ่งสะท้อนถึงการบริหารเงินสด

ตามแนวทางของกลยุทธ์แบบอนุรักษ์นิยม (Conservative Strategy) เนื่องจาก เกิดการกระตุ้นยอดขายจากสินเชื่อทางการค้า และยังมีผลการศึกษามากมายที่สนับสนุนให้กิจการมีรอบระยะเวลาของการบริหารวงจรเงินสดที่ยาวนานจะเพิ่มความสามารถในการทำกำไร (Altaf and Shah, 2017; Gachira, Chiwanza, Nkomo and Chikore, 2014; Abuzayed, 2012)

จากหลักฐานเชิงประจักษ์ของการศึกษาที่ผ่านมาที่ขัดแย้งกับทฤษฎีการบริหารรอบระยะเวลาของเงินสด ทำให้การศึกษานี้ต้องการศึกษาผลกระทบของวงจรเงินสดที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรในบริบทของประเทศไทยว่าควรมีการบริหารการหมุนเวียนเงินสดของกิจการในลักษณะใดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำกำไรของกิจการ โดยการศึกษาในครั้งนี้จะศึกษาในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจาก กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีในประเทศไทยมีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว จากการทำธุรกิจในปัจจุบันสามารถเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลได้อย่างเต็มรูปแบบเพื่อต่อยอดความสำเร็จ ซึ่งเป็นผลมาจากการผลักดันให้เกิดการลงทุนด้านดิจิทัลสำหรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ (เอกภาวิน สุขอนันต์, 2563) โดยในปี 2563 หุ้นในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีปรับเพิ่มขึ้นกว่าปีก่อนมากที่สุดที่ร้อยละ 37.66 ซึ่งสวนทางดัชนีหุ้นไทยที่ปรับลดลงที่ร้อยละ 5.92 (ฐานเศรษฐกิจ, 2564) จึงเป็นอุตสาหกรรมที่น่าสนใจในการศึกษา โดยผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารด้านการเงินของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในการประยุกต์ใช้วิธีการบริหารเงินสดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ที่ส่งผลต่อวงจรเงินสด
2. เพื่อศึกษาวงจรเงินสดที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไร

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การบริหารวงจรเงินสด

การบริหารเงินสดเป็นการตรวจสอบการหมุนเวียนเงินสดของกิจการ ซึ่งสามารถวัดได้โดยวงจรเงินสด (Cash Conversion Cycle) ซึ่งวงจรเงินสดพิจารณาจาก ลูกหนี้การค้า สินค้าคงเหลือ และเจ้าหนี้การค้า โดยวงจรเงินสดเริ่มจากการซื้อวัตถุดิบหรือสินค้าเข้ามาในกิจการ เพื่อนำมาผลิตและขายสินค้าออกไปจนกระทั่งลูกค้านำเงินสดมาชำระ และกิจการจ่ายชำระหนี้ให้กับเจ้าหนี้การค้า (Brigham and Houston, 2007) ทั้งนี้ วงจรเงินสดเป็นการพิจารณาว่ากิจการมีกระแสเงินสดเพียงพอที่จะยังคงดำเนินธุรกิจตามปกติหรือไม่ และมีการหมุนเวียนเงินสดได้ทันเวลาในการชำระหนี้ให้กับเจ้าหนี้การค้าหรือไม่ (Mansoori and Muhammad, 2012)

วงจรเงินสดประกอบด้วยระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ (Receivables Collection Period: RCP) ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ (Inventory Conversion Period: ICP) และระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ (Payable Deferral Period: PDP) (Abiodun and Samuel, 2014; Deloof, 2003; Hawawini, Viallet and Vora, 1986) วงจรเงินสดสามารถคำนวณได้ ดังนี้

$$CCC = RCP + ICP - PDP$$

โดยระยะเวลาของวงจรเงินสดนับตั้งแต่วันที่ต้องจ่ายชำระหนี้ให้กับเจ้าหนี้การค้าสำหรับนำวัตถุดิบมาผลิตสินค้า จนกระทั่งขายสินค้าออกไป และลูกหนี้การค้านำเงินสดมาชำระคืน ดังนั้น ถ้ามีการจ่ายค่าวัตถุดิบหรือสินค้าเร็วกว่าการรับชำระหนี้จากลูกหนี้การค้า ธุรกิจจำเป็นต้องมีการจัดหาเงินทุนหมุนเวียนเพิ่มเติมเพื่อให้เพียงพอต่อการดำเนินงาน (Atseye, Ugwu and Takon, 2015; Brigham and Houston, 2007)

Samson, Mary, Yemisi and Erekpitan (2012) กล่าวว่า การวัดค่าของวงจรเงินสดสามารถอธิบายได้ 3 สถานะ ดังนี้

1. วงจรเงินสดมีค่าเป็นบวก หมายถึง กิจกรรมจะต้องจ่ายชำระค่าวัตถุดิบหรือสินค้า ก่อนที่จะได้รับเงินสดจากลูกหนี้การค้า กรณีนี้กิจกรรมจะต้องมีการสำรองเงินทุนหมุนเวียนไว้ล่วงหน้าเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการขาดสภาพคล่องของกิจการ
2. วงจรเงินสดมีค่าเป็นศูนย์ หมายถึง กิจกรรมสามารถจ่ายชำระค่าวัตถุดิบหรือสินค้า ด้วยเงินสดที่ได้รับจากลูกหนี้การค้า ซึ่งไม่จำเป็นต้องจัดหาเงินทุนหมุนเวียนเพิ่มเติมจากแหล่งเงินทุนอื่น
3. วงจรเงินสดมีค่าเป็นลบ หมายถึง กิจกรรมจะได้รับการชำระเงินจากลูกหนี้การค้าก่อนที่จะต้องจ่ายชำระเงินสดให้แก่เจ้าหนี้การค้า ซึ่งกิจกรรมจะสามารถนำเงินที่ได้ไปลงทุนในกิจกรรมอื่น ๆ ก่อนถึงกำหนดการชำระเงิน

หากวงจรเงินสดมีรอบระยะเวลาที่สั้นจะสะท้อนถึงกลยุทธ์แบบเชิงรุก (Aggressive Strategy) โดยกิจการจะมีเงินสดสำหรับการหมุนเวียนเพื่อดำเนินงานเร็ว ซึ่งจะทำให้กิจการลดการพึ่งพาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนภายนอกซึ่งมีต้นทุนทางการเงินสูง อีกทั้งยังสามารถนำเงินสดไปลงทุนในกิจกรรมอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มผลกำไร ดังนั้น เมื่อวงจรเงินสดส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรแสดงให้เห็นว่ากิจการมีกลยุทธ์การบริหารวงจรเงินสดแบบเชิงรุก (Tauringana and Afrifa, 2013)

ในทางกลับกัน หากกิจการมีระยะเวลาของวงจรเงินสดที่ยาวนานจะสะท้อนถึงกลยุทธ์แบบอนุรักษ์นิยม (Conservative Strategy) ซึ่งทำให้มีเงินสดเข้ามาหมุนเวียนในกิจการช้า และอาจทำให้ไม่สามารถชำระหนี้ให้กับเจ้าหนี้การค้าได้ตามกำหนด จึงอาจจะต้องพึ่งพาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนภายนอก และเกิดต้นทุนทางการเงิน ทำให้กิจการอาจมีความสามารถในการทำกำไรที่ลดลง (Tran, Abbott and Jin-Yap, 2017; Lyngstadaas and Berg, 2016; Tauringana and Afrifa, 2013) แต่ทั้งนี้ วงจรเงินสดที่มีระยะเวลายาวมักใช้เพื่อเป็นกลยุทธ์ในการกระตุ้นยอดขาย โดยการเพิ่มระยะเวลาการจ่ายชำระหนี้ให้กับลูกหนี้การค้า ทั้งนี้ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากการให้สินเชื่อทางการค้าไม่ควรต่ำกว่าต้นทุนทางการเงินที่ใช้ลงทุนในลูกหนี้การค้า ดังนั้น เมื่อวงจรเงินสดส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรแสดงให้เห็นว่ากิจการมีกลยุทธ์การบริหารวงจรเงินสดแบบอนุรักษ์นิยม (Tauringana and Afrifa, 2013)

อีกทั้ง การที่กิจการจะบริหารวงจรเงินสดให้มีประสิทธิภาพต้องดูจากระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ อีกด้วย ว่าควรเน้นการบริหารอัตราส่วนทางการเงินตัวใดเพื่อให้วงจรเงินสดมีประสิทธิภาพที่สุด ทั้งนี้ การศึกษาของ Shrivastava, Kumar and Kumar (2017) ได้ทำการศึกษาในประเทศอินเดีย พบว่า ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงคลังและระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้มีผลกระทบต่อวงจรเงินสด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้มีผลกระทบต่อวงจรเงินสด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยที่ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงคลังมีขนาดของอิทธิพลที่มีต่อวงจรเงินสดมากที่สุด ($\beta = 0.692$) รองลงมาคือ ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ ($\beta = 0.509$) และระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ ($\beta = -0.194$) ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการบริหารวงจรเงินสดให้มีประสิทธิภาพควรไปเน้นที่การ

บริหารสินค้าคงคลัง เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ Tran, Abbott and Jin-Yap (2017) ในขณะที่ผลการศึกษาของ Makori and Jagongo (2013) ที่ศึกษาในประเทศเคนย่า พบว่า ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้มีขนาดของอิทธิพลที่มีต่อวงจรเงินสดมากที่สุด ($\beta = 0.549$) รองลงมาคือ ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ ($\beta = -0.407$) และระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงคลัง ($\beta = 0.344$) ตามลำดับ สำหรับการศึกษาของ Almazari (2014) ศึกษาในประเทศซาอุดีอาระเบีย พบว่า ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้มีผลกระทบเชิงลบต่อวงจรเงินสด ($\beta = -0.349$) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แต่ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงคลังและระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ผลกระทบเชิงบวกต่อวงจรเงินสด แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลการศึกษาที่ผ่านมา การทราบขนาดของอิทธิพลของระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ จะทำให้กิจการลำดับความสำคัญในการบริหารวงจรเงินสด เพื่อนำไปสู่วงจรเงินสดที่มีประสิทธิภาพและเพิ่มความสามารถในการทำกำไรในที่สุด จึงเป็นที่มาของสมมติฐาน ดังนี้

- H1 ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้มีอิทธิพลต่อวงจรเงินสด
- H2 ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือมีอิทธิพลต่อวงจรเงินสด
- H3 ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้มีอิทธิพลต่อวงจรเงินสด

สำหรับการศึกษาของวงจรเงินสดที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไร มีทั้งผลการศึกษาที่สอดคล้องกับแนวคิดด้านวงจรเงินสด และผลการศึกษาที่ขัดแย้งกับแนวคิดด้านวงจรเงินสด โดยการศึกษาของ Pirttilä, Virolainen, Lind and Kärrä (2020) ได้ศึกษาในประเทศกรีซ ผลการศึกษาพบว่า วงจรเงินสดมีผลกระทบเชิงลบต่อความสามารถในการทำกำไร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในประเทศปากีสถานของ Ahmed et al. (2016) Anser and Malik (2013) และ Azam and Haider (2011) อีกทั้ง ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Lyngstadaas and Berg (2016) ที่ทำการศึกษาในประเทศนอร์เวย์ การศึกษาของ Jayarathne (2014) ที่ทำการศึกษาในประเทศศรีลังกา และสอดคล้องกับการศึกษาของ Ukaegbu (2014) ที่ทำการศึกษาในประเทศแอฟริกา ซึ่งผลการศึกษาได้ให้ข้อเสนอแนะว่า การมีระยะของวงจรเงินสดที่สั้น จะนำไปสู่ความสามารถในการทำกำไรที่เพิ่มขึ้น

สำหรับการศึกษาที่ขัดแย้งกับแนวคิดด้านวงจรเงินสด ได้ให้การสนับสนุนว่า การมีระยะเวลาของวงจรเงินสดที่ยาวนานเป็นผลมาจากการให้สินเชื่อทางการค้าเพื่อกระตุ้นยอดขาย และการมีสินค้าคงเหลือในปริมาณสูงเพื่อเกิดการประหยัดต่อขนาด ซึ่งจะนำไปสู่ความสามารถในการทำกำไรที่เพิ่มขึ้น (Altat and Shah, 2017; Gachira, Chiwanza, Nkomo and Chikore, 2014; Abuzayed, 2012) โดยการศึกษาของ Laghari and Chengang (2019) พบว่า วงจรเงินสดมีผลกระทบเชิงบวกกับความสามารถในการทำกำไรในบริษัทจากประเทศจีน ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาในอินเดียของ Altat and Shah (2017) ในสหราชอาณาจักรของ Afrifa and Padachi (2016) ในประเทศตุรกีของ Samiloglu and Akgun (2016) ในซิมบับเวของ Gachira, Chiwanza, Nkomo and Chikore (2014) ในกานาของ Akoto, Awunyo-Vitor and Angmor (2013) และในแอฟริกาตะวันออกของ Omesa, Maniagi, Musiega and Makori (2013) ซึ่งสนับสนุนว่าระยะเวลาของวงจรเงินสดที่ยาวจะทำให้ความสามารถในการทำกำไรของกิจการเพิ่มขึ้น

จากทิศทางความสัมพันธ์ที่แตกต่างกันในการศึกษาที่ผ่านมา ทำให้การศึกษารั้งนี้ต้องการศึกษาว่าควรบริหารวงจรเงินสดในทิศทางใดเพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไรในบริบทของประเทศไทย จึงเป็นที่มาของสมมติฐานดังนี้

H4 วงจรเงินสดมีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไร

2.2 ความสามารถในการทำกำไร

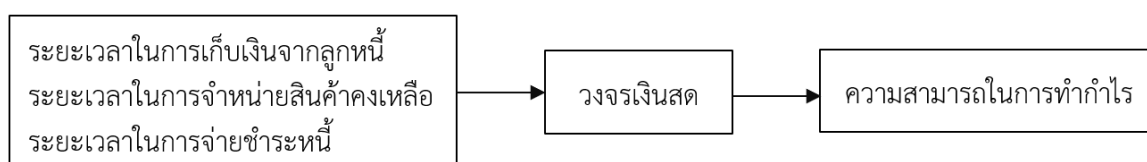
ความสามารถในการทำกำไรเป็นวัตถุประสงค์ที่สำคัญประการหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ โดย การได้รับผลกำไรสูงจะสะท้อนถึงผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ (Smith, 1987) ทั้งนี้ การวัด ความสามารถในการทำกำไร (Profitability) สามารถวัดได้โดยอัตราส่วนทางการเงิน ซึ่งพิจารณาได้ 2 ลักษณะ คือ 1) กำไรที่มีความสัมพันธ์กับยอดขาย และ 2) กำไรที่มีความสัมพันธ์กับเงินลงทุน (White, Sondhi and Fried, 1998)

อัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไรที่มีความสัมพันธ์กับยอดขาย จะสะท้อนให้เห็นถึง ประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุนและการทำกำไรจากยอดขายของกิจการ เช่น อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไร จากการดำเนินงาน และอัตรากำไรสุทธิ สำหรับอัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไรที่มีความสัมพันธ์กับ เงินลงทุน จะสะท้อนให้เห็นถึงการวัดความสามารถในการทำกำไรจากเงินลงทุนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น อัตรา ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Paramasivan and Subramanian, 2012)

ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับวงจรเงินสดที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำ กำไร พบว่า มีการเลือกใช้การวัดความสามารถในการทำกำไรด้วยอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอย่าง แพร่หลาย ดังเช่น การศึกษาของ Afrifa and Padachi (2016) Anser and Malik (2013) และ Azam and Haider (2011) ซึ่งได้ทำการศึกษาในประเทศปากีสถาน การศึกษาของ Samiloglu and Akgun (2016) ที่ ศึกษาในประเทศตุรกี การศึกษาของ Akoto, Awunyo-Vitor and Angmor (2013) ที่ศึกษาในประเทศ กานา รวมทั้งการศึกษาของ Omesa, Maniagi, Musiega and Makori (2013) ที่ศึกษาในแอฟริกา ตะวันออก ซึ่งการศึกษารั้งนี้ได้วัดความสามารถในการทำกำไรด้วยอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เช่นเดียวกับการศึกษาที่ผ่านมา โดยอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นอัตราส่วนที่แสดงให้เห็นถึง ผลตอบแทนที่เจ้าของควรจะได้รับจากการนำเงินมาลงทุนในกิจการว่าจะได้ผลตอบแทนกลับมาก็เปอร์เซ็นต์ จากการนำเงินมาลงทุนในการดำเนินงานของกิจการ (Paramasivan and Subramanian, 2012)

กรอบแนวคิดในการท้าววิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาถึงระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้า และและระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ที่ส่งผลต่อวงจรเงินสด อีกทั้ง ศึกษาถึงวงจรเงินสดที่ส่งผลต่อ ความสามารถในการทำกำไร โดยรายละเอียดแสดง ดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยประชากรในการวิจัย คือ กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 39 บริษัท ข้อมูล ณ วันที่ 4 เมษายน 2564 (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2564) การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจะตัดบริษัทที่เข้าข่ายถูกเพิกถอน และบริษัทที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูการดำเนินงานออกจากการศึกษา และตัดบริษัทที่เข้าตลาดหลักทรัพย์หลัง 1 มกราคม พ.ศ.2560 เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ศึกษาข้อมูลในช่วง พ.ศ. 2560 - พ.ศ.2562 ทำให้สุดท้ายแล้วมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 34 ตัวอย่าง

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ จะการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และค่าเฉลี่ย และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression Analysis) โดยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 วิธีการคำนวณตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	การคำนวณ	การอ้างอิง
ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ (RCP)	$((\text{ลูกหนี้การค้า} \times 365) / \text{ขายสุทธิ})$	Shrivastava, Kumar, and Kumar (2017); Tran,
ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ (ICP)	$((\text{สินค้าคงเหลือ} \times 365) / \text{ต้นทุนขาย})$	Abbott, and Jin-Yap (2017); Almazari (2014); Makori
ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ (PDP)	$((\text{เจ้าหนี้การค้า} \times 365) / \text{ต้นทุนขาย})$	and Jagongo (2013)
วงจรเงินสด (CCC)	$RCP + ICP - PDP$	Ahmed et al. (2016); Afrifa
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	กำไรสุทธิ / ส่วนของผู้ถือหุ้น	and Padachi (2016); Samiloglu and Akgun (2016); Akoto, Awunyo-Vitor and Angmor (2013); Anser and Malik (2013); Omesa, Maniagi, Musiega and Makori (2013); Azam and Haider (2011)

4. ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นด้วยสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปร วิเคราะห์ด้วย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นด้วยสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปร

ตัวแปร	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย
ความสามารถในการทำกำไร (ร้อยละ)	-130.94	56.25	4.06
วงจรเงินสด (วัน)	-121.20	2,094.40	151.56
ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ (วัน)	9.05	2,869.57	190.21
ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ (วัน)	0.00	185.39	56.00
ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ (วัน)	18.67	802.92	95.02

จากตาราง พบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยของความสามารถในการทำกำไร ซึ่งวัดด้วยอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นร้อยละ 4.06 มีค่าเฉลี่ยของวงจรเงินสด 151.56 วัน มีค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ 190.21 วัน มีค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ 56 วัน และมีค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ 95.02 วัน

การวิเคราะห์ข้อตกลงเบื้องต้นเพื่อทดสอบปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ในการศึกษาครั้งนี้ด้วยวิเคราะห์การหาค่า VIF (Variance Inflation Factor) แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การทดสอบปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ

ตัวแปรอิสระ	Tolerance	VIF
ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ (วัน)	0.742	1.348
ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ (วัน)	0.992	1.008
ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ (วัน)	0.738	1.354

จากตารางได้วิเคราะห์ค่า VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวอิสระทั้ง 3 ตัว พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระ 3 ตัว มีค่าไม่เกิน 5.00 ซึ่งหมายความว่าไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) (Hair, Black, Babin, and Anderson, 2010)

ตารางที่ 4 แสดงอิทธิพลของระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ที่ส่งผลต่อวงจรเงินสด

ตัวแปรอิสระ	β	t	p-value
ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ (X_1)	0.722	5.799	0.000**
ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ (X_2)	0.385	3.573	0.001**
ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ (X_3)	-0.641	-5.136	0.000**
$R^2 = 0.550$ $Adj R^2 = 0.620$			

จากตาราง พบว่า ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้และระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือส่งผลกระทบต่อวงจรเงินสด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในขณะที่ ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ส่งผลกระทบต่อวงจรเงินสด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y = -0.479 + 2.333 (X_1) + 1.272 (X_2) - 2.578 (X_3) \quad \text{เมื่อคำนวณจากคะแนนดิบ}$$

$$Y = 0.722 (X_1) + 0.385 (X_2) - 0.641 (X_3) \quad \text{เมื่อคำนวณจากคะแนนมาตรฐาน}$$

ตารางที่ 5 แสดงอิทธิพลของวงจรกิจสินที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไร

ตัวแปรอิสระ	β	t	p-value
วงจรกิจสิน (X_4)	-0.373	-2.273	0.030*
$R^2 = 0.139$ $\text{Adj } R^2 = 0.112$			

จากตาราง พบว่า วงจรกิจสินส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y = 8.189 - 0.027 (X_4) \quad \text{เมื่อคำนวณจากคะแนนดิบ}$$

$$Y = -0.373 (X_4) \quad \text{เมื่อคำนวณจากคะแนนมาตรฐาน}$$

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

จากการทดสอบสมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า พบว่า ระยะเวลาของวงจรกิจสินที่สั้นจะส่งผลให้ความสามารถในการทำกำไรสูงขึ้นในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งสะท้อนถึงกลยุทธ์แบบเชิงรุกตามแนวคิดของวงจรกิจสิน และสอดคล้องกับแนวคิดของวงจรกิจสินที่กล่าวไว้ว่า หากวงจรกิจสินมีรอบระยะเวลาที่สั้น จะสามารถนำเงินสดมาหมุนเวียนในกิจการได้เร็ว ทำให้มีช่วงระยะเวลาที่กิจการมีเงินสดถือครองไว้ในมือก่อนนำไปชำระหนี้กับเจ้าหนี้การค้า ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวกิจการสามารถนำเงินสดไปลงทุนในกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อสร้างรายได้ อีกทั้ง การมีเงินสดเข้ามาหมุนเวียนในกิจการได้เร็วจะลดการพึ่งพาแหล่งเงินทุนภายนอกซึ่งมีต้นทุนทางการเงิน (Tran, Abbott and Jin-Yap, 2017; Lyngstadaas and Berg, 2016; Taurigana and Afrifa, 2013) โดยผลการศึกษาค้นคว้าสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Pirttilä Virolainen, Lind and Kärri (2020) ที่พบว่า วงจรกิจสินมีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรในประเทศรัสเซีย และยังสอดคล้องกับการศึกษาในประเทศปากีสถานของ Ahmed et al. (2016) Anser and Malik (2013) และ Azam and Haider (2011) ที่สนับสนุนว่า ระยะเวลาของวงจรกิจสินที่สั้นจะนำไปสู่การเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของกิจการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Lyngstadaas and Berg (2016) ที่ทำการศึกษาในประเทศนอร์เวย์ การศึกษาของ Jayarathne (2014) ที่ทำการศึกษาในประเทศศรีลังกา และการศึกษาของ Ukaegbu (2014) ที่ทำการศึกษาในประเทศแอฟริกา ที่พบว่าวงจรกิจสินมีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวล้วนแต่สนับสนุนกลยุทธ์การบริหารวงจรกิจสินแบบเชิงรุก

อีกทั้ง การศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ที่ส่งผลกระทบต่อวงจรกิจสิน เพื่อให้ได้หลักฐานเชิงประจักษ์ว่าอุตสาหกรรมเทคโนโลยีในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยควรมีแนวทางการบริหารวงจรกิจสินอย่างไรให้มีประสิทธิภาพที่สุด ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้และระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือส่งผลกระทบต่อวงจรกิจสิน ($\beta = 0.722$ และ 0.385 ตามลำดับ) ในขณะที่ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ส่งผลกระทบต่อวงจรกิจสิน ($\beta = -0.641$) จากผลการศึกษาครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่า หากกิจการต้องการลดระยะเวลาของวงจรกิจสิน ควรเน้นที่การลดระยะเวลาในการเก็บเงินจาก

ลูกหนี้เป็นลำดับแรก และควรเพิ่มระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้เป็นลำดับถัดมา ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Makori and Jagongo (2013) พบว่า ในประเทศเคนยา ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้มีขนาดของอิทธิพลที่มีต่อวงจรเงินสดมากที่สุด ($\beta = 0.549$) รองลงมาคือ ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ ($\beta = -0.407$) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Almazari (2014) ได้สนับสนุนว่าควรเน้นการเพิ่มระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้เพื่อลดวงจรเงินสดในประเทศซาอุดีอาระเบีย

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อวงจรเงินสด และศึกษาวงจรเงินสดที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไร ในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการศึกษาส่งผลให้เห็นว่ากลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยควรใช้แนวทางของกลยุทธ์แบบเชิงรุกเข้ามาบริหารเงินสด โดยพยายามลดระยะเวลาของวงจรเงินสดในกิจการ ซึ่งการลดระยะเวลาของวงจรเงินสดนี้สามารถทำได้โดยการลดระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ และการเพิ่มระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ ตามลำดับ ซึ่งการมีแนวทางการบริหารวงจรเงินสดแบบเชิงรุกจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำกำไร จากการที่กิจการสามารถเงินสดเข้ามาดำเนินงานในกิจการได้เร็ว จึงสามารถลดการพึ่งพาแหล่งเงินทุนภายนอกที่มีต้นทุนทางการเงิน และสามารถนำเงินสดส่วนที่เกิดความต้องการเชิงกิจการไปลงทุนในกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อสร้างผลกำไรต่อไป

5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพิ่มประสิทธิภาพในความสามารถในการทำกำไรสำหรับอุตสาหกรรมเทคโนโลยีในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยควรเน้นที่

1. ลดระยะเวลาของวงจรเงินสดให้สั้น เพื่อให้กิจการมีเงินสดมาหมุนเวียนในกิจการเร็วขึ้น ซึ่งจะลดการพึ่งพาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนภายนอก และยังสามารถนำเงินสดส่วนเกินจากความต้องการในการดำเนินงานไปลงทุนในกิจกรรมอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของกิจการ

2. ลดระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ และการเพิ่มระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ เพื่อลดระยะเวลาของวงจรเงินสด

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

นักวิจัยสามารถศึกษาถึงการบริหารเงินสดในประเด็นเพิ่มเติม ดังนี้

1. ใช้กรอบแนวคิดการวิจัยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้กับกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SME)

2. บุคลากรแนวคิดของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ไปยังการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น ทักษะของผู้บริหารในการบริหารเงินสด

เอกสารอ้างอิง

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2564). **ราคาหลักทรัพย์ - ตามกลุ่มอุตสาหกรรม**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2564, จาก <http://marketdata.set.or.th/mkt/sectorquotation.do?language=th&country=TH&sector=AGRO>.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2564). “**กลุ่มเทคโนโลยี**” หุ่นยนต์ปี64 ระบาดขึ้นโควิด. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 17 มีนาคม 2564, จาก https://www.thansettakij.com/content/money_market/462527
- เอกภาวิน สุขอนันต์. (2563). **เผย 8 เทรนด์เทคโนโลยีสำหรับองค์กร (Enterprise Technology) ประจำปี 2563**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2564, จาก <https://www.sanook.com/hitech/1495785/>
- Abiodun, S. A., and Samuel, O. L. (2014). A Comparative Analysis on Working Capital Management of Brewery Companies in Nigeria. **International Journal of Finance and Accounting**, 3(6), 356-371.
- Abuzayed, B. (2012). Working Capital Management and Firms' Performance in Emerging Markets: The Case of Jordan. **International Journal of Managerial Finance**, 8(2), 155-179.
- Afrifa, G. A., and Padachi, K. (2016). Working Capital Level Influence on SME Profitability. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, 23(1), 44-63.
- Ahmed, Z., Awan, M. Z., Safdar, M. Z., Hasnain, T., and Kamran, M. (2016). A Nexus between Working Capital Management and Profitability: A Case Study of Pharmaceutical Sector in Pakistan. **International Journal of Economics and Financial Issues**, 6(S3), 153-160.
- Akoto, R. K., Awunyo-Vitor, D., and Angmor, P.L. (2013). Working Capital Management and Profitability: Evidence from Ghanaian Listed Manufacturing Firms. **Journal of Economics and International Finance**, 5(9), 373-379.
- Almazari, A. A. (2014). The Relationship between Working Capital Management and Profitability: Evidence from Saudi Cement Companies. **British Journal of Economics, Management & Trade**, 4(1), 146-157.
- Altaf, N., and Shah, F. (2017). Working Capital Management, Firm Performance and Financial Constraints: Empirical Evidence from India. **Asia-Pacific Journal of Business Administration**, 9(3), 206-219.
- Anser, R., and Malik, Q. A. (2013). Cash Conversion Cycle and Firms' Profitability - A Study of Listed Manufacturing Companies of Pakistan. **Journal of Business and Management**, 8(2), 83-87.
- Atseye, F. A., Ugwu, J. I., and Takon, S. M. (2015). Determinants of Working Capital Management. **International Journal of Economics, Commerce and Management**, 3(2), 1-11.
- Azam, M., and Haider, S. I. (2011). Impact of Working Capital Management on Firms' Performance: Evidence from Non-Financial Institutions of KSE-30 index. **Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business**, 3(5), 48-492.

- Brigham, E. F., and Houston, J. F. (2007). **Fundamentals of Financial Management**. USA: Thomson Corporation.
- Deloof, M. (2003). Does Working Capital Management Affect Profitability of Belgian Firms?. **Journal of Business Finance & Accounting**, 30(3-4), 573-588.
- Gachira, W., Chiwanza, W., Nkomo, D.J., and Chikore, R. (2014). Working Capital Management and Profitability of Non-Financial Firms Listed on the Zimbabwe Stock Exchange (ZSE). **European Journal of Business and Economics**, 9(2), 12-15.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. (2010). **Multivariate data analysis**. New Jersey: Pearson.
- Hawawini, G., Viallet, C., and Vora, A. (1986). Industry Influence on Corporation Working Capital Decisions. **Sloan Management Review**, 27, 15-24.
- Jayarathne, T. (2014). Impact of Working Capital Management on Profitability: Evidence from Listed Companies in Sri Lanka. **Paper Presented at the International Conference on Management and Economics**, 3, 269-274.
- Laghari, F. and Chengang, Y. (2019). Investment in working capital and financial constraints: Empirical evidence on corporate performance. **International Journal of Managerial Finance**, 15, 164-90.
- Lyngstadaas, H., and Berg, T. (2016). Working Capital Management: Evidence from Norway. **International Journal of Managerial Finance**, 12(3), 295-313.
- Mansoori, E., and Muhammad, J. (2012). The Effect of Working Capital Management and Firm's Profitability: Evidence from Singapore. **Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business**, 4(5), 472-486.
- Makori, D. M. and Jagongo, A. (2013). Working Capital Management and Firm Profitability: Empirical Evidence from Manufacturing and Construction Firms Listed on Nairobi Securities Exchange, Kenya. **International Journal of Accounting and Taxation**, 1(1), 1-14.
- Omesa, N. W., Maniagi, G. M., Musiega, D., and Makori, G.A. (2013). Working Capital Management and Corporate Performance: Special Reference to Manufacturing Firms on Nairobi Securities Exchange. **International Journal of Innovative Research and Development**, 2(9), 177-183.
- Pirttilä, M., Virolainen, V. M., Lind, L. and Kärri, T. (2020.) Working capital management in the Russian automotive industry supply chain. **International Journal of Production Economics, Elsevier**, 221, 1-8.
- Paramasivan, C. and Subramanian, T. (2012). **Financial Management**. India: New Age International (P) Limited.
- Samiloglu, F., and Akgun, A. I. (2016). The Relationship between Working Capital Management and Profitability: Evidence from Turkey. **Business and Economics Research Journal**, 7(2), 1-14.

- Samson, A. A., Mary, J., Yemisi, B., and Erekpitan, I. O. (2012). The Impact of Working Capital Management on the Profitability of Small and Medium Scale Enterprises in Nigeria. **Research Journal of Business Management**, 6(2), 61-69.
- Smith, K. (1987). Trade Credit and Informational Asymmetry. **Journal of Finance**, 42, 863-872.
- Shabbir, M., Iftikhar, U. and Raja, A. A. (2018). Impact of Working Capital Management on Profitability and Value of Firm: A Study of Manufacturing Sector of Pakistan. **IBT Journal of Business Studies (JBS)**, 14(2), 1-12
- Shrivastava, A., Kumar, N., and Kumar, P. (2017). Bayesian Analysis of Working Capital Management on Corporate Profitability: Evidence from India. **Journal of Economic Studies**, 44(4), 568-584.
- Tauringana, V. and Afrifa, G. A. (2013). The Relative Importance of Working Capital Management and Its Components to SME's Profitability. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, 20(3), 453-469.
- Tran, H., Abbott, M., and Jin-Yap, C. (2017). How Does Working Capital Management Affect the Profitability of Vietnamese Small- and Medium-Sized Enterprises. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, 24(1), 2-11.
- Ukaegbu, B. (2014). The Significance of Working Capital Management in Determining Firm Profitability: Evidence from Developing Economies in Africa. **Research in International Business and Finance**, 31(3), 1-16.
- White, G. I., Sondhi, A. C. and Fried, H. D. (1998). **The Analysis and Use of Financial Statements** (3th ed.). New Jersey, United States of America: Wiley.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา

Factors Influencing the Decision to Stay Living in the Residence of the Consumers in Chachoengsao.

ชาญบวร เรือนงาม¹ และ สายพิน ปั่นทอง²
(Chanborvorn Ruen-ngam and Saiphin Panthong)

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา และศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ภายในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก การทดสอบสมมติฐานใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ผลทางสถิติ คือ การวิเคราะห์ค่าไคแอสแควร์ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน และการวิเคราะห์สมการพหุคูณวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 18-25 ปี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 9,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรสและอาชีพ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการสื่อสาร ทัศนคติ และด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าอิทธิพลมีประสิทธิภาพ คิดเป็นร้อยละ 73.70

คำสำคัญ: อพาร์ทเมนต์ ผู้เช่า ปัจจัยการตลาด การตัดสินใจ

¹สาขาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ 10210

Modern Business Management. Faculty of Business. Panyapiwat Institute of Management 10210

²หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ 10210

Faculty of Business Administration, Modern trade business management, Panyapiwat Institute of Management 10210

Corresponding author: chanborvorn88@gmail.com

ABSTRACT

Research on Factors influencing the decision to rent an apartment for living in Chachoengsao Province. The objective of this research was to study personal factors influencing the decision making to stay in residence of the consumers in Chachoengsao and factors of marketing influencing the decision making to stay in residence of the consumers in Chachoengsao. The sample group was 400 apartment tenants in Chachoengsao province. The hypothesis test was used to analyze the statistical results, namely the relationship analysis, Chi-square test, coefficient analysis, Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Multiple's Regression Analysis.

The results showed that most of the samples were female with the age between 18-25 years old, single status, occupation of private company employees, with the average income of not more than 9,000 baht per month. test that hypothesis. Marital status and occupation is related to the decision to rent an apartment for living in Chachoengsao Province Significantly at the 0.01 level, marketing factors that influence the decision to rent an apartment to live in the province include the product, price, communications at the point of service and the customer relationship management. statistically significant at the 0.01 level, the influence was effective. accounted for 73.70 percent

Keywords: apartment, tenant, marketing mix decision-making process

Article history:

Received 15 May 2021

Revised 16 July 2021

Accepted 20 July 2021

SIMILARITY INDEX = 2.83 %

1. บทนำ

จากนโยบายการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ได้กลายเป็นแรงดึงดูดให้ผู้ประกอบการภาคอสังหาริมทรัพย์ มาพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งอยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร มีผู้ประกอบการรายใหญ่แสวงหาโอกาสและเข้ามาลงทุนในจังหวัดฉะเชิงเทราเป็นจำนวนมาก เมื่อพิจารณาถึงการส่งเสริมการลงทุนเป็นรายจังหวัดจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนดังกล่าวข้างต้นแล้วพบว่า จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นจังหวัดหนึ่งในเขตพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก มีแนวโน้มได้รับอนุมัติการลงทุนระหว่างปี 2558 – 2562 เพิ่มขึ้น จากการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor) หรือ EEC จากคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกให้เป็น “พื้นที่เมืองใหม่สำหรับการอยู่อาศัย” (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2564) และตอบโจทย์การเป็นเมืองใหม่สำหรับอยู่อาศัยที่ทันสมัยระดับสากล จังหวัดฉะเชิงเทราจึงได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็วทั้งด้านอสังหาริมทรัพย์ การคมนาคม สาธารณูปโภคและอุตสาหกรรม ดังนั้นที่อยู่อาศัยประเภทให้เช่าในจังหวัดฉะเชิงเทราจึงมีจำนวนมากขึ้น เกิดขึ้นมากมาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการเป็นจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี (Baania Admin, 2562) นอกจากนี้ จังหวัดฉะเชิงเทราตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของประเทศ มีพื้นที่ติดกับกรุงเทพมหานคร และเกือบทุกจังหวัดของภาคตะวันออก ยกเว้นตราด มีที่ตั้งทางยุทธศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับหลายจังหวัดในภาคตะวันออก จึงมีศักยภาพด้านการค้า เป็นศูนย์กลางการขนส่ง และมีทางออกทะเล จึงเป็นจุดเด่นในเชิงภูมิศาสตร์ที่เชื่อมโยงภาคกลางและภาคตะวันออก รวมถึงภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากนั้นยังมีโครงการรถไฟรางคู่เชื่อมไปยังแหลมฉบัง ทำให้การเดินทาง และขนส่งมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้นเมื่อผนวกกับการขยายตัวของอุตสาหกรรม และมีการย้ายถิ่นเข้ามาทำงานในจังหวัดฉะเชิงเทราเพิ่มขึ้น จึงทำให้การค้าภายในจังหวัดขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา, 2560)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าจังหวัดฉะเชิงเทราตอบโจทย์การเป็นเมืองใหม่สำหรับอยู่อาศัยที่ทันสมัยระดับสากล รวมถึงได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็วทั้งด้านการคมนาคม สาธารณูปโภค และอุตสาหกรรม มีผลทำให้มีแรงงานเคลื่อนย้ายเข้ามาทำงานอีกทั้งมีความต้องการที่พักอาศัยเป็นการชั่วคราวระหว่างการทำงาน ก่อนการตัดสินใจซื้อที่พักอาศัยเป็นของตนเอง ผู้ประกอบการจึงลงทุนสร้างที่พักอาศัยสำหรับการอยู่อาศัยรองรับความต้องการดังกล่าวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Baania Admin, 2562) ประการสำคัญ นักลงทุนดังกล่าวจำเป็นต้องทราบเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการประกอบธุรกิจหอพักเพื่อให้เกิดความมั่นใจในการประกอบธุรกิจ และเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขห้องพักให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้บริการ รวมทั้งเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้ใช้บริการ

ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์เพื่ออยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยมาเป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาในด้านบริการของธุรกิจ นอกจากนั้นผลจากงานวิจัยสามารถนำเสนอการคิดค้นบริการใหม่ๆ เพื่อสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผู้ให้บริการมีความสะดวกสบายมากขึ้นต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งแบ่งสาระของการทบทวนวรรณกรรมได้ดังนี้

1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2560) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพการศึกษา ซึ่งเกณฑ์ทางด้านประชากรศาสตร์เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นักการตลาดนิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด เพื่อให้กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และ Dewey (1999) กล่าวว่า ความสำคัญของประชากรศาสตร์ จะสามารถคาดการณ์การศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงประชากร การกระจายของประชากร การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเชิงพื้นที่ หรือ ช่วงเวลาของประชากรที่มีการเกิด การย้ายถิ่น การเปลี่ยนแปลงตามวัย และการเสียชีวิต สามารถนำข้อมูลนี้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นสถานการณ์ที่นำไปสู่การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระดับต่างๆ ได้ และการศึกษาข้อมูลเหล่านี้ เป็นกระบวนการอย่างเป็นทางการซึ่งส่งผ่านความรู้ทักษะ จารัตประเพณีและค่านิยมที่สั่งสมมาจากหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่ง นั่นคือ การสอนในสถานศึกษา สำหรับปัจจุบันนี้มีการแบ่งระดับชั้นทางการศึกษาออกเป็นชั้นๆ เช่น การศึกษาปฐมวัย ประถมศึกษา มัธยมศึกษา ทั้งนี้รวมไปถึงระดับอาชีวศึกษา อุดมศึกษา และการฝึกงาน

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P)

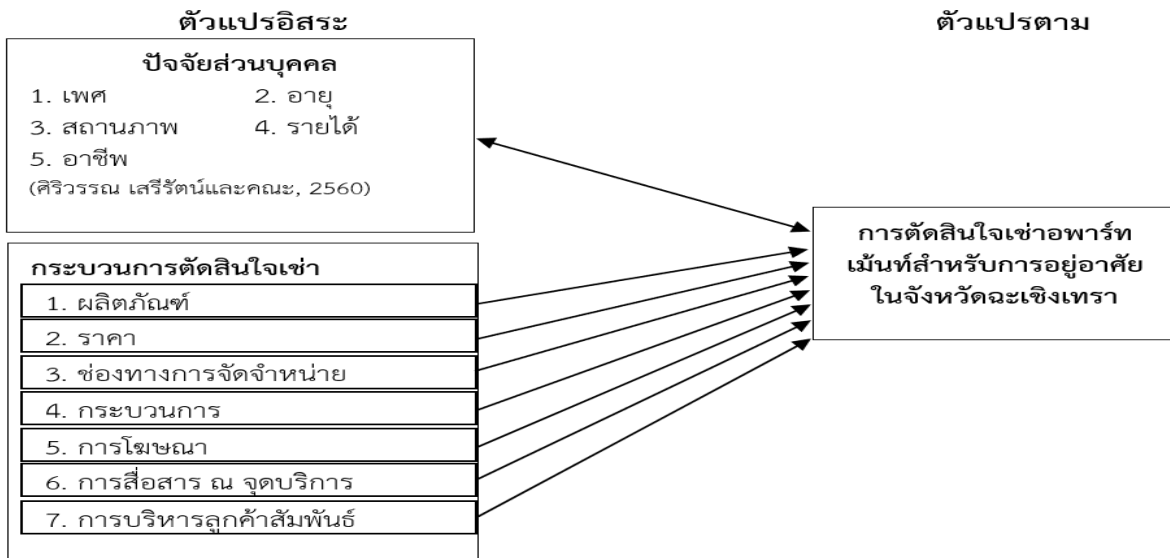
Kotler (2016) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และนอกจากนั้นยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติมประกอบด้วยบุคคล (People) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง มีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและกระบวนการ และสุขภาพ เอี่ยมรัตน์กุล (2557) กล่าวว่า ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด เป็นการวางกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการทำงาน (Process) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ศุภชาติ เอี่ยมรัตน์กุล (2557) กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้บริโภค เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจหรือพฤติกรรมทางการซื้อของผู้บริโภค รวมถึงความต้องการของผู้บริโภคนั้นด้วย ซึ่งสามารถได้รับอิทธิพลที่ออกมาในรูปของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคม กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ความต้องการของผู้บริโภคมีผลมาจากปัจจัยทางส่วนบุคคล และปัจจัยทางสังคม ซึ่งปัจจัยทางสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย อิทธิพลจากสมาชิกในครอบครัว อิทธิพลจากกลุ่ม อิทธิพลจากผู้นำทางความคิด ผู้นำทางความคิด อิทธิพลจากชั้นสังคมในสังคม และอิทธิพลจากวัฒนธรรม และนันทาสรี สุขโต และคณะ (2558) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มจะมีแนวทางการกำหนดกระบวนการตัดสินใจซื้อ

เช่นเดียวกัน ครอบคลุมถึงการรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินผล

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัย คือ ผู้ที่เช่าอพาร์ทเมนต์ในจังหวัดฉะเชิงเทราซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอน ผู้วิจัยคำนวณหากลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran (1953) ได้จำนวน 385 คน มีการเพิ่มขนาดเป็น 400 คน และใช้การเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในงานวิจัยนี้เครื่องมือที่ใช้ในการแบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อคำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่แท้จริง

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผู้วิจัยสามารถกำหนดปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ ซึ่งเป็นคำตอบที่ให้กับกลุ่มตัวอย่างเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว (Close Ended Question)

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งแบ่งเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) กระบวนการทำงาน (Process) การโฆษณา (External Promotion) การสื่อสาร ณ จุดบริการ (Internal Promotion) และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (People and Physical Evidence)

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้เช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผ่านการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

แบบสอบถาม ในส่วนที่ 3 และ 4 เป็นแบบมาตราส่วน 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert scale) โดยมีการประเมินค่าตรงด้านเนื้อหา (content validity) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ 0.67 - 1.00 และการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.90 เท่ากับ 0.98 ตามลำดับ ถือว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือ

4. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยผลการวิเคราะห์สถิติพรรณนา และสถิติอ้างอิง ดังนี้

1. ผลการวิจัยข้อมูลตามปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 81.75 ส่วนใหญ่มีอายุ 18- 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.00 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 96.75 อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 54.75 และมีรายได้ต่ำกว่า 9,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 79.75

2. ผลการวิจัยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.35) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.48) รองลงมา คือ ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.57$, S.D. = 0.46) การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการโฆษณา ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.58) การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการสื่อสาร ณ จุดบริการ ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.59) ส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.55) ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่าย โดยมีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.73) และด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.94) ตามลำดับ

3. ผลวิเคราะห์สมมติฐานด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจพบว่า ปัจจัยด้านสถานภาพ และปัจจัยด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทราอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ส่วนด้านอื่นๆ ปฏิเสธสมมติฐาน

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นคือ ปัจจัยทางการตลาด ด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน เพื่อทดสอบลักษณะความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านที่ศึกษา และต้องอยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน 0.80 เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่สูงเกินไป ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) อยู่ในระหว่าง -0.014 ถึง 0.644 แสดงให้เห็นว่าลักษณะความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ศึกษาเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงซึ่งอยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน 0.80 และไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่สูงเกินไป (Multicollinearity) จึงดำเนินการวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

5. ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา มีผลการวิเคราะห์ สรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ปัจจัยทางการตลาด	การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา						
	S.E.	B	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.205	-0.133		-0.647	0.518		
ด้านผลิตภัณฑ์	0.028	0.159	0.150	5.620	0.000**	0.932	1.073
ด้านราคา	0.027	0.195	0.191	7.170	0.000**	0.926	1.080
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	0.025	-0.017	-0.025	-0.710	0.478	0.529	1.890
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.026	-0.035	-0.038	-1.329	0.185	0.803	1.246
ด้านโฆษณา	0.027	-0.010	0.012	-0.372	0.710	0.663	1.507
ด้านการสื่อสาร ณ จุดบริการ	0.027	0.697	0.812	25.399	0.000**	0.646	1.549
ด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	0.018	0.051	0.095	2.798	0.005**	0.575	1.739

Adjusted R Square = 0.737, F = 160.546, *p<0.05, **p<0.01

จากตารางที่ 1 สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการสื่อสาร ณ จุดบริการ ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทราเป็นไปในทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และ 0.05 โดยมีค่าอิทธิพลที่ร้อยละ 73.70 และสมการเชิงพหุคูณที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เพื่อทำนายอิทธิพลในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนี้

$$Y = -0.133 + 0.159X_1^{**} + 0.195X_2^{**} - 0.017X_3 - 0.035X_4 - 0.010X_5 + 0.697X_6^{**} + 0.051X_7^{**}$$

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา สรุปผลได้ดังต่อไปนี้

สถานภาพสมรส จากการศึกษาพบว่า สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา เนื่องจากส่วนใหญ่ผู้เช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่มีสถานภาพสมรส ใช้พื้นที่สำหรับใช้สอยในชีวิตประจำวันไม่มากเท่ากับผู้มีสถานภาพสมรส ประกอบกับผู้เช่ามีรายได้ไม่มาก แต่ต้องพักอาศัยอยู่ใกล้กับสถานที่ทำงาน สถานศึกษา สอดคล้องกับ พจนารถ อิมสอน (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภค ในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อาชีพ จากการศึกษาพบว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา เนื่องจากผู้เช่าคำนึงถึงระยะทางจากที่ทำงาน และสถานศึกษา ไปยังอพาร์ทเมนต์ นอกจากนั้นยังคำนึงถึงความสะดวกในการเข้า-ออกอพาร์ทเมนต์ด้วย สอดคล้องกับ พจนารถ อิมสอน (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภค ในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เพศ จากการศึกษาพบว่า เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา เนื่องจากผู้เช่ามีทั้งเพศชายและเพศหญิงที่เช่าพักอาศัย สอดคล้องกับ พจนารถ อิ่มสอน (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภค ในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับ สาลิสา สิริกุล (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การตลาดเชิงบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักเอกชนของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อายุ จากการศึกษาพบว่า อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา เนื่องจากผู้เช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ทำงานเอกชน และเป็นนักศึกษา อีกทั้งมีรายได้ไม่มากพอซื้อบ้านเป็นของตนเอง สอดคล้องกับ สุวรรณ เดชน้อย (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของแรงงาน ในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

รายได้ จากการศึกษาพบว่า รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา เนื่องจากผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 9,000 บาท แต่ในขณะเดียวกันก็มีผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ที่มีรายได้เกิน 9,000 บาทเช่าอพาร์ทเมนต์แห่งเดียวกันอยู่ด้วย สอดคล้องกับสุวรรณ เดชน้อย (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของแรงงาน ในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา สรุปผลได้ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยผู้เช่าตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยจากภาพรวมทั้งหมด ทั้งห้องพักของอพาร์ทเมนต์และระบบบริการในอพาร์ทเมนต์ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการเพิ่มความสะดวกสบายให้การเช่าบริการสำหรับการอยู่อาศัยเปรียบเทียบการอยู่อาศัยแบบชั่วคราวที่มีระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของ สาลิสา สิริกุล (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การตลาดเชิงบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักเอกชนของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา ทั้งนี้เนื่องจากในจังหวัดฉะเชิงเทรา มีอพาร์ทเมนต์จำนวนมากทำให้มีการแข่งขันทางด้านราคาสูง นอกจากค่าเช่าที่ต้องจ่ายในแต่ละเดือนแล้ว ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ที่ผู้ประกอบการให้เช่าอพาร์ทเมนต์คิดราคาที่แตกต่างกัน จึงเป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ผู้เช่าให้ความสำคัญและพิจารณาค่าสาธารณูปโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภามาส ก้อนพิลา (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือกอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการสื่อสาร ณ จุดบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา เนื่องจากผู้บริการจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในงานด้านบริการ อีกทั้งห้องพักรมมีสิ่งอำนวยความสะดวก มีราคาที่ไม่เกินงบประมาณ ผู้เช่าที่เช่าอยู่แล้วจะบอกต่อไปยังเพื่อนใกล้ชิด ถ้าคุณภาพห้องพักและราคาของห้องพักรวมทั้งการให้บริการที่รวดเร็ว เป็นกันเอง ก็ยังมีโอกาสในการบอกต่อ แบบปากต่อปากมากขึ้นเท่านั้น สอดคล้องกับ ภพพรหมินทร์ วัชรธมนานนท์ (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากในยุคดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา เนื่องจาก ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้าเช่าอพาร์ทเมนต์ให้เช่ากับผู้เช่า

มีความเสมอภาค ยึดแน่น ทักทาย ดังนั้นจึงเป็นเรื่องของการเรียนรู้ที่จะสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าจะทำให้ลูกค้ามีผูกพันกับอพาร์ทเมนต์ที่ใช้บริการ และใช้บริการอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ ภาพพรหมินทร์ วัชรวัฒน์-วัฒนานนท์ (2558) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากในยุคดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา สอดคล้องกับงานวิจัยของ สาลิสา สิริกุล (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การตลาดเชิงบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักเอกชนของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านกระบวนการให้บริการ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา สอดคล้องกับ ชนายุส เชี่ยวเชิงการณ (2554) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยการตัดสินใจเลือกหอพักในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: หอพักซอยคุ้มเกล้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านการโฆษณา ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา สอดคล้องกับงานวิจัยของ สาลิสา สิริกุล (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การตลาดเชิงบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพักเอกชนของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. **ปัจจัยส่วนบุคคล** จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา มี 2 ตัวแปร คือ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรส และอาชีพ ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์และเสนอแนะ ดังนี้

1.1 สถานภาพ กล่าวคือ สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์เพื่ออยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งส่วนใหญ่ คือ ยังไม่ได้สมรส (โสด) และอยู่คนเดียว ดังนั้นการจัดทำห้องพักของผู้ประกอบการนั้น ควรทำห้องพักเป็นลักษณะเตียงเดี่ยว เพราะมีโอกาสน้อยมากที่ผู้เช่าที่มีสถานภาพสมรส จะมาเช่าพักเพื่ออยู่อาศัย

1.2 อาชีพ กล่าวคือ ผู้เช่าส่วนมากพนักงานบริษัทเอกชน และนักศึกษา จากอาชีพดังกล่าวทั้งสองอาชีพ เป็นอาชีพที่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่สูง เนื่องจากระยะเวลาการทำงานประจำหรือเรียนในแต่ละวันที่ยาวนาน ทำให้ผู้เช่าไม่มีเวลามากนักในการทำความสะดวก ท่องเที่ยว หรือสันทนาการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีเครื่องอำนวยความสะดวกไว้บริการแก่ผู้เช่า เช่น เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ เครื่องผลิตน้ำดื่มหยอดเหรียญ เพราะนอกจากสิ่งเหล่านี้จะช่วยเพิ่มความสะดวกแก่ผู้เช่าแล้ว ผู้ประกอบการยังได้รายได้เพิ่มเติมจากการบริการอีกด้วย

2. **ปัจจัยทางการตลาด** จากการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์สำหรับอยู่อาศัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา มี 4 ตัวแปร ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์และเสนอแนะ ดังนี้

2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ ก่อนตัดสินใจเช่าห้องพัก ผู้เช่าประเมินคุณภาพห้องพักด้วยข้อมูลที่ผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการมอบให้ ได้แก่ การให้ดูภาพถ่ายห้องพักและอุปกรณ์ภายในห้องพักทางอินเทอร์เน็ตหรือการพาไปดูห้องพัก ณ สถานที่จริง จากนั้นจึงตัดสินใจเช่า ดังนั้นคุณภาพของอพาร์ทเมนต์ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดเตรียมไว้ในห้องพัก มีส่วนอย่างมากในการดึงดูดการตัดสินใจ ผู้ประกอบการควรทำความเข้าใจห้องพักที่วางอยู่อย่างสม่ำเสมอ และควรใส่ใจในเรื่องของคุณภาพ

ของผลิตภัณฑ์ภาพในห้องพัก ทั้งในเรื่องความสวยงาม และความคงทน เพื่อก่อให้เกิดการตัดสินใจเช่าพักอาศัยของผู้เช่า

2.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา กล่าวคือ ราคาเป็นสิ่งที่ผู้เช่าสนใจที่สุด ดังนั้นในการแจ้งราคาในทันทีอาจทำให้ผู้เช่าไม่ตัดสินใจเช่าเนื่องจากราคาอาจสูงเกินงบประมาณที่ตั้งไว้ ดังนั้นการที่ผู้ประกอบการควรนำเสนอหรือให้ผู้เช่าพิจารณาห้องพักและวัสดุอุปกรณ์ภายในห้องพักก่อน เพื่อให้ผู้เช่ารู้สึกสนใจสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในอพาร์ทเมนต์ และห้องพัก หลังจากนั้นจึงบอกราคาซึ่งทำให้ผู้เช่าตัดสินใจเช่าห้องพัก โดยคำนึงถึงคุณภาพของห้องพักก่อนการตัดสินใจเช่า

2.3 ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการด้านการสื่อสาร ณ จุดบริการ กล่าวคือการส่งต่อข้อมูลของผลิตภัณฑ์ (อพาร์ทเมนต์) อย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ ซึ่งรวมถึงความสุภาพ และน้ำเสียงของผู้ให้บริการ จะส่งผลต่อการรับฟังของผู้เช่า นอกจากนี้ฝ่ายบริการ ควรให้ความช่วยเหลือแก่ผู้เช่าในด้านต่างๆ เท่าที่ทำได้ เพื่อสร้างความประทับใจ และก่อให้เกิดการบอกต่อ หรือชักชวนคนสนิท ใกล้ชิดมาใช้บริการ

2.4 ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กล่าวคือการรับฟังข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นของผู้เช่าอย่างเปิดกว้าง เพื่อปรับปรุงแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว และการสร้างความสัมพันธ์ในโอกาสพิเศษต่างๆ สำหรับผู้เช่า เช่น การแจกของขวัญที่ระลึกเล็กๆ น้อยๆ ในวันสำคัญต่างๆ จะทำให้ผู้เช่าจดจำ และประทับใจสิ่งเหล่านี้และมีส่วนอย่างมาก ในการที่ผู้เช่าตัดสินใจเช่าต่อในระยะยาว

1. ลดระยะเวลาของวงจรเงินสดให้สั้น เพื่อให้กิจการมีเงินสดมาหมุนเวียนในกิจการเร็วขึ้น ซึ่งจะลดการพึ่งพาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนภายนอก และยังสามารถนำเงินสดส่วนเกินจากความต้องการในการดำเนินงานไปลงทุนในกิจกรรมอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของกิจการ

2. ลดระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ และการเพิ่มระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ เพื่อลดระยะเวลาของวงจรเงินสด

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. เนื่องจากงานวิจัยฉบับนี้จัดทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ระลอกใหม่ อาจส่งผลทำให้พฤติกรรมในการเช่าอพาร์ทเมนต์เกิดการเปลี่ยนแปลง หากสถานการณ์ต่างๆ สามารถควบคุมให้มีสภาวะคงที่ได้แล้ว ความเป็นไปได้ที่ผลการศึกษาวิจัยจะแตกต่างออกไป ทั้งในด้านของปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางการตลาด

2. สามารถทำการศึกษาเพิ่มเติมในด้านการเข้ามาของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ หรือธุรกิจประเภทให้เช่าอื่นๆ ได้

3. สามารถทำการศึกษาเพิ่มเติมในจังหวัดอื่นๆ ที่ไม่ใช่ จังหวัดฉะเชิงเทราได้

เอกสารอ้างอิง

- ชนายุส เชี่ยวเชิงการุณ. (2554). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกห้องพักในเขตนิกมอุตสาหกรรมลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: หอพักซอยคุ้มเกล้า วารสาร การเงิน การลงทุน การตลาด และ การบริหารธุรกิจ. 1(3), 39-60.
- นันทสารี สุขโต เพ็ญสิน ชวนะคุรุ กุลทิวา โช้เงิน จิราพร ชมสวน นวพงศ์ ตันฑติลลิก วริศรา แหลมทอง วัลภา หัตถกิจพาณิชย์กุล วีรพล สวรรค์พิทักษ์ และสมศิริ วัฒนสิน (2558). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด.
- พจนารถ อิมสอน. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค ในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร. **วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ**. 6(2), 134-144.
- ภพพรหมินทร์ วโรตม์วัฒนานนท์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากในยุคดิจิทัล .**วารสารการสื่อสารและการจัดการ**. 1(1), 86-100.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา, จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์, และอรทัย เลิศวรรณวิทย์. (2560). **การบริหารการตลาดยุคใหม่ (Marketing management)**. กรุงเทพฯ : Diamond In Business World.
- ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล. (2557). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ แสงดาว จำกัด.
- ศุภามาส ก้อนพิลา . (2560). ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ .**วารสารบัณฑิตวิจัย JOURNAL OF GRADUATE RESEARCH**. 9(1), 201-205.
- สาธิตา ลีระกุล (2559). การตลาดเชิงบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักเอกชนของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร.วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2564). **การอนุมัติให้การส่งเสริมการลงทุน ปี 2558 – 2562 จังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา**. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://eeco.or.th/th/promotional-zone>.
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา. (2560). **จำนวนโรงงานอุตสาหกรรม การลงทุน และคนงานใน จังหวัดฉะเชิงเทรา ปี 2559-2562**. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <http://www.industry.go.th/chachoengsao/index.php>.
- สุวรรณ เดชน้อย. (2559). ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของแรงงาน ในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดนครราชสีมา .**วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา**. 2(1), 196-207.
- Baania Admin. (2562). **ฉะเชิงเทรา เมืองใหม่สำหรับการอยู่อาศัยในพื้นที่ EEC**. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.baania.com/th>.
- Dewey, J. (1999). **Liberalism and Social Action**. New York: Prometheus Books.
- Kotler, P. (2016). **Marketing Management**. New York: Pearson Education Limited.
- Cochran, W.G. (1953). **Sampling Techniques**. New York: John Wiley & Sons. Inc.

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันระดับที่สองของโมเดลวัดการกำจัดความสูญเสียของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท นิม เอ็กซ์เพรส จำกัด
Second Order Confirmatory Factor Analysis of Waste Reduction Measurement
Model of Logistic Express Providers in Thailand
: A Case Study of Nim Express Co., Ltd.

สมพล ทุงหว่า¹ รัชชสิทธิ์ เสวกเสนีย์² และ เสาวนีย์ สมันต์ตรีพร³
(Sompon Thungwha, Ratchasit Sewoksenee and Saowanee Samantreeporn)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สองของโมเดลวัดการกำจัดความสูญเสียของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้บริหารของบริษัท นิม เอ็กซ์เพรส จำกัด จำนวน 205 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สองของโมเดลวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สอดคล้องกลมกลืนตามเกณฑ์ โดยมีค่า $\chi^2/df = 0.0873$ $P \text{ value} = 0.94456$ $RMSEA = 0.00$ $CFI = 1.00$ และ $SRMR = 0.046$ และโมเดลคงองค์ประกอบและตัวแปรสังเกตเดิม

2. องค์ประกอบด้านที่มีความสำคัญลำดับที่ 1-3 คือ การกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง การกำจัดความสูญเสียในการรอคอย และการกำจัดความสูญเสียในของเสีย ตามลำดับ โดยเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญในการนำโมเดลวัดไปใช้ เนื่องจากมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรแฝงภายในบนตัวแปรแฝงภายนอก เท่ากับ 1.00 0.98 และ 0.93 ตามลำดับ ส่วนองค์ประกอบการกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรแฝงภายในบนตัวแปรแฝงภายนอก เท่ากับ 0.63

คำสำคัญ : การกำจัดความสูญเสีย การวิเคราะห์องค์ประกอบ ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

Faculty of Business Administration Ramkhamheang University, Hua Mak, Bang Kapi, Bangkok 10240

²นักวิจัยอิสระ Independent Researcher,

³หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160

Doctor of Philosophy Program in Business Administration Southeast Asia University, Nonghkaem, Bangkok 10160

Corresponding author: ratchasit95@gmail.com

ABSTRACT

This study was designed to analyze the confirmatory second order factor analysis model of the waste reduction measurement model of logistic express providers in Thailand. The sample of the study was comprised of 205 administrators working for Nim Express Company Limited. The study instrument was a set of self-administrator questionnaires. The collected data were analyzed using percentage, mean, standard deviation, and confirmatory factor analysis.

The results of the data analysis were as follows:

1. As a result of the analysis of the confirmatory second order factor model in comparison with the empirical data, it was found that there was consistency between the model and the empirical data is indicated by the following values: $\chi^2/df = 0.0873$ P value = 0.94456 RMSEA = 0.00 CFI = 1.00 and SRMR = 0.046. Moreover, the measurement invariance test showed no variance in term of factors and observed variables.

2. It could be concluded that the three important factors were: waste reduction in logistics, waste reduction in waiting, and reduction in waste. It was deemed greatly significant that the model should be put in use precisely because the regression coefficients of the latent variables on the external variables were 1.00, 0.98, and 0.93. As for the factor relating to the waste reduction in production cost, the coefficient of the latent variable on the external variable was found to be 0.63.

Keywords: Waste Reduction, Factor Analysis, Logistic Express Provider

Article history:

Received 26 November 2021

Revised 28 January 2022

Accepted 31 January 2022

SIMILARITY INDEX = 1.84 %

1. บทนำ

ตลาดขนส่งพัสดุในปี 2561 ผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 ราย ครองส่วนแบ่งการตลาดรวมกันกว่าร้อยละ 80 ได้แก่ ไปรษณีย์ไทย (ร้อยละ 41) เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ร้อยละ 39) และลาซาด้า เอ็กซ์เพรส (ร้อยละ 8) และผู้ประกอบการขนาดกลาง คือ นิม เอ็กซ์เพรส (ร้อยละ 3) ด้านผลประกอบการ ไปรษณีย์ไทย ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจและเป็นเจ้าตลาดมีผลกำไรที่มีแนวโน้มลดลง ในขณะที่ เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ซึ่งเป็นบริษัทเอกชนรายใหญ่ในปี 2563 มีผลกำไรเติบโตร้อยละ 5.8 ในขณะที่ตัวเลขรายได้ลดลง (ผู้จัดการสุดสัปดาห์, 2564) โดยภาคการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทยปัจจุบันหากไม่นับไปรษณีย์ไทยซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจที่มาจากต่างประเทศ บริษัท นิม เอ็กซ์เพรส จำกัด เป็นบริษัทเอกชนขนาดกลางของคนไทยที่มีศักยภาพในการแข่งขันในระดับประเทศด้วยการมีสำนักงานสาขาและพื้นที่ให้บริการครอบคลุมทุกจังหวัดทั่วทั้งประเทศ ในปี 2563 มีรายได้ 1,160 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 23 จากปีก่อนหน้า (มติหุ้น, 2564) ส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 6 รองจากผู้ประกอบการรายใหญ่ 5 ลำดับแรก คือ ไปรษณีย์ไทย เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ลาซาด้า เอ็กซ์เพรส เจแอนด์ที และแฟลช เอ็กซ์เพรส (มาร์เก็ตบี, 2564)

จากข้อมูลการลดลงของรายได้ซึ่งสวนทางกับผลกำไรที่เติบโตของบริษัทขนส่งพัสดุด่วนภาคเอกชน รายใหญ่ข้างต้น เป็นภาพสะท้อนให้เห็นว่า ธุรกิจขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทยมีการใช้แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานภายใน โดยแนวคิดการกำจัดความสูญเสียในการใช้ทรัพยากรตามหลักการของลีน โลจิสติกส์ (lean logistics) เป็นหนึ่งในแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพที่ทำให้องค์การด้านโลจิสติกส์มีการจัดการด้านทรัพยากร ด้านลูกค้า และด้านโอกาสทางการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพ และมีวินัยเพื่อสร้างความยั่งยืน (เอสซีบี เอสเอ็มอี, 2561) งานวิจัยในครั้งนี้จึงศึกษาความสำคัญขององค์ประกอบย่อยในการกำจัดความสูญเสียของบริษัท นิม เอ็กซ์เพรส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทเอกชนสัญชาติไทยที่มีศักยภาพในการแข่งขันระดับประเทศ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สองของโมเดลวัดการกำจัดความสูญเสียของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย บริษัท นิม เอ็กซ์เพรส จำกัด

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้รวบรวมและสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1. การกำจัดความสูญเสีย หมายถึง เครื่องมือในการจัดการเพื่อลดความสูญเสียในกระบวนการดำเนินงานเพื่อส่งมอบสินค้าและบริการได้ทันตามกำหนดด้วยการกำจัดกิจกรรมที่ไม่ได้สร้างคุณค่าออกไปจากกระบวนการดำเนินงานให้มากที่สุด (เอสซีบี เอสเอ็มอี, 2561) ประกอบด้วย 1) การกำจัดความสูญเสียในกระบวนการรับพัสดุ 2) การกำจัดความสูญเสียในการเก็บพัสดुकงคลัง 3) การกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง 4) การกำจัดความสูญเสียในการเคลื่อนไหวก่อน-หลัง 5) การกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต 6) การกำจัดความสูญเสียในการรอคอย และ 7) การกำจัดความสูญเสียในของเสีย

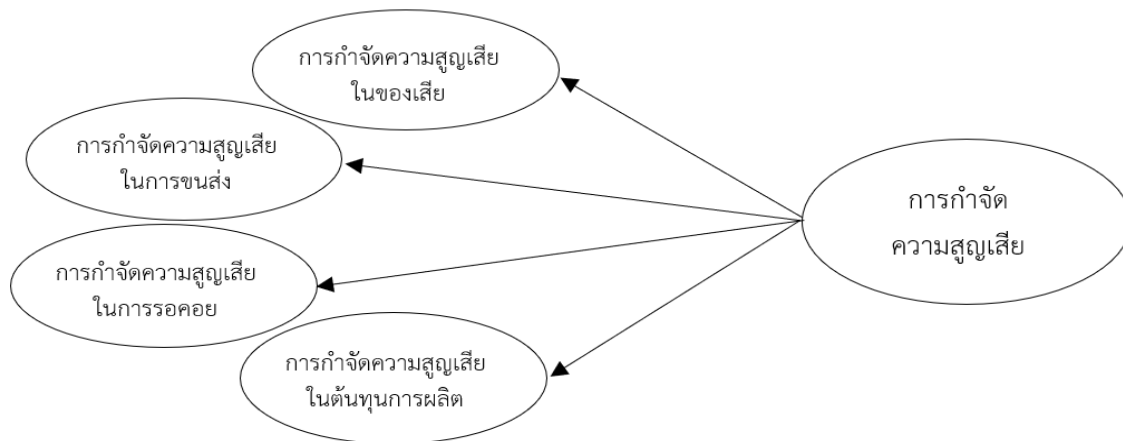
2.2. การวิเคราะห์องค์ประกอบ เป็นวิธีการทางสถิติที่ช่วยให้นักวิจัยสร้างองค์ประกอบจากตัวแปรหลาย ๆ ตัว โดยรวมกลุ่มตัวแปรที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเป็นองค์ประกอบเดียวกัน องค์ประกอบหนึ่ง ๆ จะแทนตัวแปรแฝง อันเป็นคุณสมบัติที่นักวิจัยต้องการศึกษา และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สองเป็นการวิเคราะห์เพื่อศึกษาว่า องค์ประกอบย่อยที่อยู่ภายใต้องค์ประกอบใหญ่เป็นองค์ประกอบใหญ่เดียวกันหรือไม่ และองค์ประกอบย่อยใดมีความสำคัญมากกว่ากัน (สุภมาศ อังศุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณา และรัชนิภา ภิญโญภาณุวัฒน์, 2557)

2.3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมพล พุ่มหว่า (2564) ศึกษาคุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียที่มีอิทธิพลต่อวิถีใหม่ที่จะก่อให้เกิดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ให้บริการขนส่งพัสดุภาครัฐวิสาหกิจและภาคเอกชน โดยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจสร้างโมเดลวัดการกำจัดความสูญเสียของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้องค์ประกอบย่อยของการกำจัดความสูญเสีย จำนวน 4 องค์ประกอบ 34 ตัวแปรสังเกต องค์ประกอบย่อย ได้แก่ การกำจัดความสูญเสียในของเสีย การกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง การกำจัดความสูญเสียในการรอคอย และการกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต และทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่หนึ่ง ผลการวิจัยพบว่า โมเดลไม่แปรเปลี่ยนยังคงองค์ประกอบและตัวแปรสังเกตเดิม

งานวิจัยในครั้งนี้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลวัดการกำจัดความสูญเสียของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท นีม เอ็กซ์เพรส จำกัด จึงใช้โมเดลวัดการกำจัดความสูญเสียของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยของ สมพล พุ่งหว่า (2564) เป็นกรอบแนวคิดการวิจัยตามแผนภาพที่ 1

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรของงานวิจัยเป็นผู้บริหารระดับสูงและระดับสาขาของบริษัท นีม เอ็กซ์เพรส จำกัด กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามกฎของ Hair et al. (2014: 100) ที่กล่าวว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างต่ำสุดไม่ควรน้อยกว่า 50 ตัวอย่าง และถ้าจะให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่สมบูรณ์ควรมีจำนวน 100 ตัวอย่างหรือมากกว่า งานวิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 200 ตัวอย่าง ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่มเนื่องจากประชากรเป้าหมายกระจายอยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ จำนวน 77 กลุ่ม คือ กรุงเทพมหานคร และจังหวัดอื่นอีก 76 จังหวัด (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2555: 200) ใช้การเลือกแบบโควตา คือ ผู้บริหารระดับสูงและระดับสาขาของแต่ละกลุ่ม ๆ ละ 3 คน จะได้จำนวนรวมเท่ากับ 231 คน

เครื่องมือในการวิจัย ใช้แบบสอบถามจากผลการศึกษาของสมพล พุ่งหว่า (2564) แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นข้อความถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 2-5 เป็นข้อความถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ แบบลิเคิทสเกล และเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 34 ข้อ การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ (1) พิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากความสอดคล้องของข้อความถามแต่ละข้อกับประเด็นย่อยและประเด็นหลักที่ต้องการวัด (Item Objective Congruence--IOC) โดยความเห็นของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ใช้เกณฑ์ของ Rovinelli and Hambleton (1977) คือ (ก) คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 0.50-1.00 มีความสอดคล้อง และ (ข) คะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า 0.50 ควรพิจารณาปรับปรุง หรือคัดออก (2) พิจารณาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบาค (cronbach's alpha coefficient) จากแบบสอบถามที่ทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง 30 ชุด ยอมรับที่ค่า α มากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 (Hinkle et al., 1998: 118)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปร/องค์ประกอบ	ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา	ความเชื่อมั่น
การกำจัดความสูญเสีย	(0.80-1.00)	(0.78-0.95)
การกำจัดความสูญเสียในของเสีย	0.80-1.00	0.95
การกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง	0.80-1.00	0.91
การกำจัดความสูญเสียในการรอคอย	0.80-1.00	0.82
การกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต	0.80-1.00	0.78

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของแบบสอบถามผ่านเกณฑ์ที่กำหนดทั้งหมด สามารถนำไปจัดเก็บข้อมูลได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล จัดเตรียมแบบสอบถามด้วยกูเกิลฟอร์มจัดส่งลิงก์แบบสอบถามผ่านระบบไลน์ผู้บริหารของบริษัท นิม เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยมีหนังสือขอความอนุเคราะห์ให้ผู้บริหารสูงสุดและผู้บริหารระดับสาขาทดแบบสอบถามจังหวัดละ 3 คน ได้รับการตอบกลับและมีความสมบูรณ์ จำนวน 205 คน

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้ประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป และนำเสนอข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

4. ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นหัวหน้าหน่วยในศูนย์/สาขา (ร้อยละ 60.00) รองลงมา ผู้จัดการ (ร้อยละ 35.12) และผู้อำนวยการ (ร้อยละ 4.88) ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 64.39) ส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 36 ปี (ร้อยละ 60.98) ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 (ร้อยละ 37.56) รองลงมา ปริญญาตรี (ร้อยละ 36.59) และส่วนใหญ่มียูงานระหว่าง 6-10 ปี (ร้อยละ 44.88)

2. ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรการกำจัดความสูญเสีย จำนวน 4 องค์ประกอบ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean: *M*) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: *SD*)

องค์ประกอบ/ตัวแปรสังเกต	<i>M</i>	<i>SD</i>	อันดับ
การกำจัดความสูญเสียในของเสีย (Reduction in Waste: RIW)	4.33	.64	1
1. บริษัทมีข้อกำหนดเกี่ยวกับขั้นตอนในการรับมอบ-ส่งมอบพัสดุ	4.35	.62	4
2. บริษัทมีการจัดทำประกาศข้อกำหนด/เงื่อนไขในการรับประกันมูลค่าพัสดุเบื้องต้น	4.24	.62	13
3. บริษัทมีการรับประกันพัสดุตามมูลค่าของสินค้าสูงสุดไม่เกินขึ้นละ 50,000 บาท	4.33	.63	9
4. บริษัทมีการจัดทำประกาศข้อกำหนด/เงื่อนไขในการคุ้มครองเพื่อป้องกันความเสียหายของพัสดุ	4.35	.61	6
5. ศูนย์คัดแยกปลายทางคัดแยกพัสดุส่งไปยังจังหวัดปลายทาง	4.35	.62	4
6. กรณีส่งมอบพัสดุครั้งแรกไม่สำเร็จและโทรศัพท์ติดต่อผู้รับพัสดุไม่ได้ พนักงานส่งพัสดุจะติดต่อผู้รับผ่านใบแจ้ง/โทรศัพท์/แอปพลิเคชันเพื่อนัดนำจ่ายพัสดุครั้งที่ 2	4.35	.60	7
7. ศูนย์คัดแยกพัสดุดำเนินการคัดแยกและจัดส่งพัสดุไปยังศูนย์คัดแยกปลายทาง/จังหวัดปลายทาง	4.17	.68	14
8. บริษัทมีนโยบายให้พนักงานส่งมอบพัสดุโทรหาผู้รับพัสดุกรณไม่สามารถส่งมอบพัสดุได้	4.33	.66	8
9. บริษัทกำหนดให้สาขารวบรวมพัสดุส่งไปยังศูนย์คัดแยกพัสดุ	4.32	.64	11
10. พนักงานส่งมอบพัสดุดำเนินการจัดเรียงพัสดุตามลำดับการถึง ก่อน-หลัง	4.42	.66	1
11. บริษัทมีนโยบายลดต้นทุนด้านแรงงานด้วยการควบคุมสัดส่วนของพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราว	4.42	.66	1
12. บริษัทใช้ระบบอัตโนมัติในการรับ ติดตามและส่งมอบพัสดุตลอดเส้นทาง	4.32	.71	10
13. บริษัทเป็นผู้วางแผนกำหนดเส้นทางการขนส่งและควบคุมระยะเวลาในการเดินทางของรถขนส่ง	4.39	.61	3
14. บริษัทจัดพัสดุให้เต็มปริมาตรบรรทุกของรถขนส่งให้มากที่สุด	4.28	.68	12

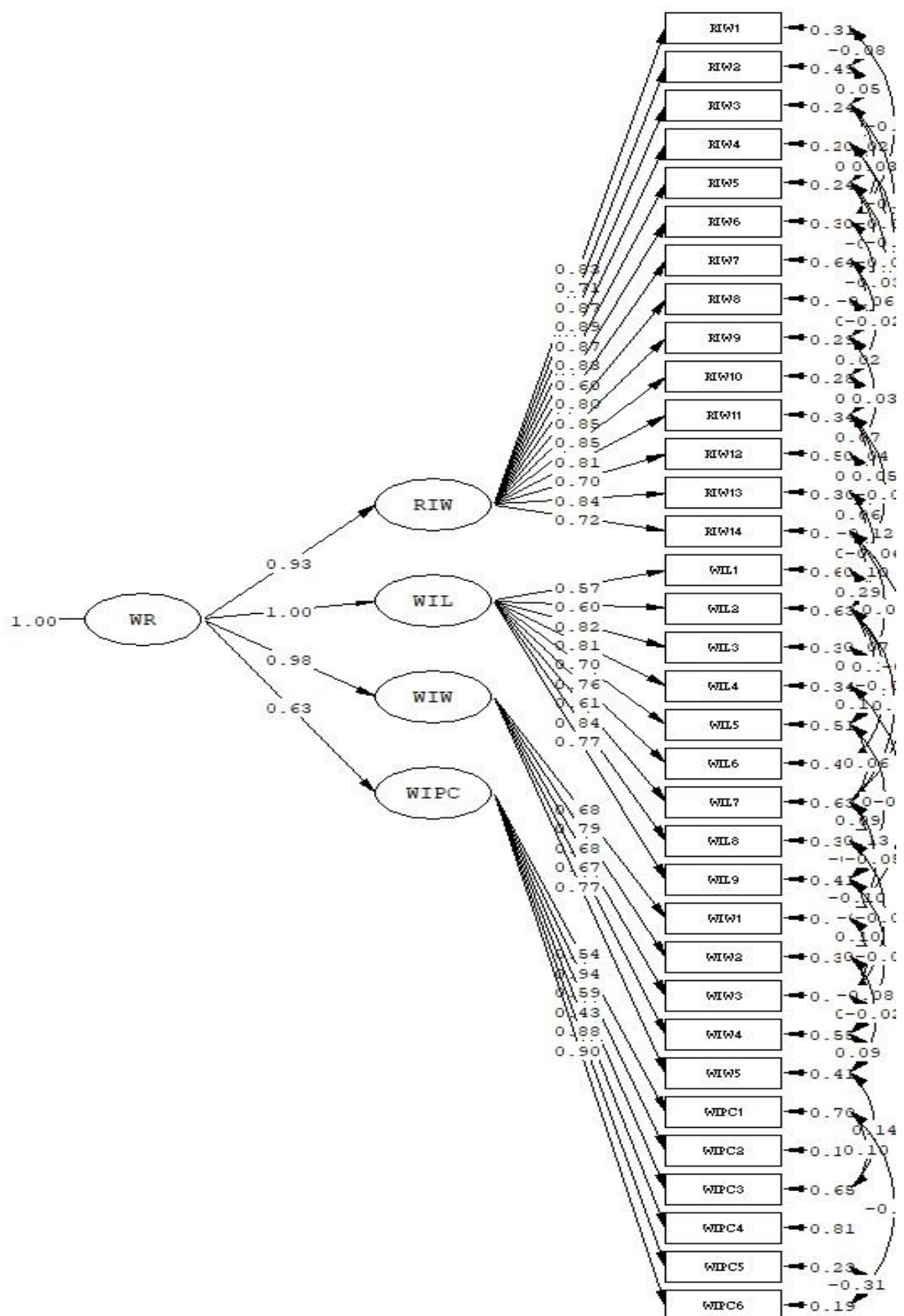
ตารางที่ 2 (ต่อ)

องค์ประกอบ/ตัวแปรสังเกต	M	SD	อันดับ
การกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง (Waste Reduction in Logistics: WIL)	4.15	.68	3
1. บริษัทมีความยืดหยุ่นในการเลือกประเภทรถยนต์ขนส่งตามชนิด/ขนาด/ปริมาณ ของสินค้า	3.95	.75	8
2. บริษัทกำหนดแนวทางในการจัดเรียงวัสดุคงคลังให้มองเห็นได้ชัดเจนและตรวจสอบได้ง่าย	3.90	.76	9
3. บริษัทมีการกำหนดจุดสั่งซื้อเมื่อวัสดุคงเหลือถึงระดับที่กำหนด	4.18	.66	5
4. บริษัทควบคุมต้นทุนค่าขนส่งแต่ละเส้นทางโดยเปรียบเทียบกับต้นทุนมาตรฐาน	4.17	.64	6
5. บริษัทจัดทำคู่มือกำหนดมาตรฐานในการคัดแยกพัสดุ	4.21	.64	4
6. บริษัทใช้เทคโนโลยีในการตรวจสอบ/ควบคุมการทำงานของรถขนส่ง	4.37	.61	1
7. บริษัทใช้ระบบอัตโนมัติในการจัดการวัสดุคงคลัง	4.07	.74	7
8. บริษัทใช้หลักบัญชีวัสดุเข้าก่อนออกก่อนในการเบิกจ่ายวัสดุ	4.27	.65	2
9. บริษัทใช้ระบบอัตโนมัติในการรับพัสดุที่สาขา	4.24	.65	3
การกำจัดความสูญเสียในการรอคอย (Waste Reduction in Waiting: WIW)	4.26	.70	2
1. บริษัทจัดทำแอปพลิเคชัน/Chat/Call Center สำหรับรับเรื่องธุรกิจ เรื่องร้องเรียน และเรื่องอื่น ๆ ตลอด 24 ชั่วโมง	4.39	.65	1
2. บริษัทให้บริการติดตามพัสดุผ่านแอปพลิเคชันตลอด 24 ชั่วโมง	4.36	.65	2
3. บริษัทลดการสูญเสียเวลาให้ลูกค้าโดยให้บริการรับพัสดุฟรีถึงหน้าบ้าน	4.25	.76	3
4. บริษัทลดการรอคอยข้อมูลพัสดุเข้าสู่ระบบติดตามพัสดุโดยใช้แอปพลิเคชันในการให้บริการรับพัสดุแบบเบ็ดเสร็จที่บ้านลูกค้า	4.12	.78	5
5. บริษัทใช้คลังข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ในการจัดการระบบขนส่ง	4.16	.66	4
การกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต (Waste Reduction in Production Cost: WIPC)	3.83	.86	4
1. บริษัทลดต้นทุนด้านแรงงานส่งมอบพัสดุด้วยการใช้พันธมิตรในการดำเนินงาน	3.82	.93	4
2. บริษัทลดต้นทุนด้านแรงงานสำหรับดูแล/ทำความสะอาดอาคาร สถานที่ ด้วยการว่าจ้างบริษัท/ผู้รับเหมาดำเนินการ	3.84	.80	3
3. บริษัทลดต้นทุนด้านแรงงานคัดแยกพัสดุด้วยการใช้พนักงานรายวัน	3.67	.87	5
4. ศูนย์คัดแยกพัสดุของบริษัทสามารถปรับเพิ่ม/ลดการจ้างแรงงานคัดแยกพัสดุได้ตามปริมาณงาน	3.61	.97	6
5. บริษัทจัดทำแอปพลิเคชันให้ลูกค้าจองนัดเวลาส่งพัสดุที่สาขา	3.98	.79	2
6. บริษัทจัดทำแอปพลิเคชันให้ลูกค้าเรียกใช้บริการ/ติดต่องานได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.04	.78	1

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า องค์ประกอบการจัดความสูญเสียในของเสีย มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับที่ 1 รองลงมา การกำจัดความสูญเสียในการรอคอย การกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง และการกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต ตามลำดับ

พิจารณาเรียงองค์ประกอบตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า 1) ด้านการกำจัดความสูญเสียในของเสีย ให้ความสำคัญกับ RIW10 พนักงานส่งมอบพัสดุจัดเรียงพัสดุตามลำดับการถึงก่อน-หลัง และ RIW11 บริษัทมีนโยบายลดต้นทุนด้านแรงงานด้วยการควบคุมสัดส่วนของพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราว โดยมีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากันและมากที่สุด 2) ด้านการกำจัดความสูญเสียในการรอคอย ให้ความสำคัญกับ WIW1 บริษัทจัดทำแอปพลิเคชัน/Chat/Call Center สำหรับรับเรื่องธุรกิจ เรื่องร้องเรียน และเรื่องอื่น ๆ ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

3. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลวัดการกำจัดความสูญเสียของผู้ให้บริการขนส่งพัสด่วนในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท นีม เอ็กซ์เพรส จำกัด จากข้อมูลเชิงประจักษ์จำนวน 205 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังแผนภาพที่ 2 และตารางที่ 3-4



Chi-Square=262.01, df=300, P-value=0.94456, RMSEA=0.000

แผนภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของตัวแปรการจัดการความสูญเสียของงานวิจัย

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ก่อนและหลังปรับโมเดล

ดัชนี	เกณฑ์*	ค่าความสอดคล้องของโมเดลวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์			
		ก่อนปรับโมเดล	ผล	หลังปรับโมเดล	ผล
χ^2/df	< 2.00	3.369	ไม่ผ่าน	0.0873	ผ่าน
P value	มี/ไม่มีนัยสำคัญ	0.00	ผ่าน	0.94456	ผ่าน
RMSEA	< 0.08	0.11	ไม่ผ่าน	0.00	ผ่าน
CFI	> 0.92	0.96	ผ่าน	1.00	ผ่าน
SRMR	< 0.09	0.095	ไม่ผ่าน	0.046	ผ่าน

*เกณฑ์ของ Hair et al. (2014) กรณีกลุ่มตัวอย่างน้อยกว่า 250 ตัวอย่าง

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ก่อนและหลังปรับโมเดล พบว่า ก่อนปรับโมเดลค่าดัชนีผ่านเกณฑ์บางส่วน หลังปรับโมเดลค่าดัชนีผ่านเกณฑ์ทุกค่า

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลวัดตัวแปรการกำจัดความสูญเสีย

Latent Variable	Observed Variable	Factor Loading	Theta-Epsilon	t-statistic	R ²	AVE	CR
การกำจัดความสูญเสียในของเสีย (Reduction in Waste: RIW)	RIW	0.93		13.44	0.87	0.64	0.96
	RIW1	0.83	0.31	-	0.69		
	RIW2	0.71	0.49	10.89	0.51		
	RIW3	0.87	0.24	15.86	0.76		
	RIW4	0.89	0.20	16.61	0.80		
	RIW5	0.87	0.24	16.02	0.76		
	RIW6	0.83	0.31	13.98	0.69		
	RIW7	0.60	0.64	9.15	0.36		
	RIW8	0.80	0.36	11.97	0.64		
	RIW9	0.85	0.29	13.27	0.71		
	RIW10	0.85	0.28	14.52	0.72		
	RIW11	0.81	0.34	12.80	0.66		
	RIW12	0.70	0.51	11.16	0.49		
	RIW13	0.84	0.30	14.89	0.70		
	RIW14	0.72	0.48	11.25	0.52		
การกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง (Waste Reduction in Logistics: WIL)	WIL	1.00		8.85	1.00	0.53	0.91
	WIL1	0.57	0.68	-	0.32		
	WIL2	0.60	0.63	9.62	0.37		
	WIL3	0.82	0.34	8.83	0.66		
	WIL4	0.81	0.34	8.75	0.66		
	WIL5	0.70	0.51	8.05	0.49		
	WIL6	0.76	0.42	8.44	0.58		
	WIL7	0.61	0.63	7.42	0.37		

ตารางที่ 4 (ต่อ)

Latent Variable	Observed Variable	Factor Loading	Theta-Epsilon	t-statistic	R ²	AVE	CR
	WIL8	0.84	0.30	8.60	0.70		
	WIL9	0.77	0.41	8.45	0.59		
การกำจัดความสูญเสียในการรอคอย (Waste Reduction in Waiting: WIW)	WIW	0.98		10.64	0.96	0.52	0.84
	WIW1	0.68	0.54	-	0.46		
	WIW2	0.79	0.38	11.57	0.62		
	WIW3	0.68	0.53	9.66	0.47		
	WIW4	0.67	0.55	8.85	0.45		
	WIW5	0.77	0.41	10.03	0.59		
การกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต (Waste Reduction in Production Cost)	WIPC	0.63		5.79	0.40	.55	.87
	WIPC1	0.54	0.70	-	0.30		
	WIPC2	0.94	0.12	6.70	0.88		
	WIPC3	0.59	0.65	8.12	0.35		
	WIPC4	0.43	0.81	6.42	0.19		
	WIPC5	0.88	0.23	6.22	0.77		
	WIPC6	0.90	0.19	5.74	0.81		

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลวัดตัวแปรการกำจัดความสูญเสียซึ่งเป็นตัวแปรแฝงลำดับที่สอง และมีองค์ประกอบย่อยเป็นตัวแปรแฝงลำดับที่หนึ่ง จำนวน 4 องค์ประกอบเรียงลำดับตามค่าน้ำหนักจากมากไปหาน้อย คือ 1) การกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง 2) การกำจัดความสูญเสียในการรอคอย 3) การกำจัดความสูญเสียในของเสีย และ 4) การกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิตตามลำดับ ดังนี้

องค์ประกอบด้านการกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง มีข้อคำถามทั้งหมด 9 ข้อ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ระหว่าง 0.57-0.84 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ 0.40 และมีนัยสำคัญทางสถิติทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) เท่ากับ 0.53 ผ่านเกณฑ์ 0.50 และค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (Composite Reliability: CR) เท่ากับ 0.91 ผ่านเกณฑ์ 0.60 (Hair et al., 2014) รายการข้อคำถามที่มีความสำคัญที่สุด 3 ข้อ คือ WIL8 WIL3 และ WIL4

องค์ประกอบด้านการกำจัดความสูญเสียในการรอคอย มีข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.44-0.62 และมีนัยสำคัญทางสถิติทุกข้อ มีค่า AVE เท่ากับ 0.52 และ CR เท่ากับ 0.84 ผ่านเกณฑ์ทั้งหมด รายการข้อคำถามที่มีความสำคัญที่สุด 2 ข้อ คือ WIW2 และ WIW5

องค์ประกอบด้านการกำจัดความสูญเสียในของเสีย มีข้อคำถามทั้งหมด 14 ข้อ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.60-0.89 และมีนัยสำคัญทางสถิติทุกข้อ มีค่า AVE เท่ากับ 0.64 และค่า CR เท่ากับ 0.96 ผ่านเกณฑ์ทั้งหมด รายการข้อคำถามที่มีความสำคัญที่สุด 3 ข้อ คือ RIW4 RIW3 และ RIW5

องค์ประกอบด้านการกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต มีข้อคำถามทั้งหมด 6 ข้อ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.43-0.94 และมีนัยสำคัญทางสถิติทุกข้อ มีค่า AVE เท่ากับ 0.55 และค่า CR เท่ากับ 0.87 ผ่านเกณฑ์ทั้งหมด รายการข้อคำถามที่มีความสำคัญที่สุด 3 ข้อ คือ WIPC2 WIPC6 และ WIPC5

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลวัดการกำจัดความสูญเสียของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย บริษัท นีม เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยสรุปพบว่า องค์ประกอบย่อย จำนวน 4 ด้าน เรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อยตามลำดับ คือ ด้านการกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง มีความสำคัญมากเป็นลำดับที่ 1 รองลงมา ด้านการกำจัดความสูญเสียในการรอคอย และด้านการกำจัดความสูญเสียในของเสีย ส่วนด้านที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ ด้านการกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมพล พุ่งหว่า (2564) ศึกษาคุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียที่มีอิทธิพลต่อวิถีใหม่ที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหารของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนภาครัฐวิสาหกิจและภาคเอกชน ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบย่อยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของการกำจัดความสูญเสียมี 4 องค์ประกอบ เรียงลำดับตามความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการกำจัดความสูญเสียในของเสีย ด้านการกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง ด้านการกำจัดความสูญเสียในการรอคอย และด้านการกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต โดยลำดับขององค์ประกอบย่อยมีความแตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากความแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง โดยงานวิจัยของสมพล พุ่งหว่า (2564) ศึกษาทั้งองค์การรัฐวิสาหกิจและเอกชน ในขณะที่การวิจัยในครั้งนี้ศึกษาเฉพาะองค์การภาคเอกชน

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยที่พบว่า องค์ประกอบย่อย 4 ด้านของการกำจัดความสูญเสียของบริษัท นีม เอ็กซ์เพรส จำกัด มีค่าน้ำหนักเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ การกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง การกำจัดความสูญเสียในการรอคอย การกำจัดความสูญเสียในของเสีย และการกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต งานวิจัยมีข้อเสนอแนะด้านนโยบายในการเพิ่มประสิทธิภาพงานของบริษัท ดังนี้

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า องค์ประกอบย่อยด้านการกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง มีค่าน้ำหนักมากเป็นลำดับที่ 1 โดยประเด็น บริษัทใช้หลักบัญชีวัสดุเข้าก่อนออกก่อนในการเบิกจ่ายวัสดุ มีค่าน้ำหนักมากที่สุด รองลงมา บริษัทมีการกำหนดจุดสั่งซื้อเมื่อวัสดุคงเหลือถึงระดับที่กำหนด และบริษัทควบคุมต้นทุนค่าขนส่งแต่ละเส้นทางโดยเปรียบเทียบกับต้นทุนมาตรฐาน แสดงให้เห็นว่า บริษัทให้ความสำคัญกับการมีมาตรฐาน การมีคู่มือในการปฏิบัติงาน และการปฏิบัติตามมาตรฐานและคู่มือที่ใช้ในการปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ เพื่อกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง ดังนั้น บริษัทจึงควรมีนโยบายส่งเสริมด้วยการปรับปรุงประสิทธิภาพให้สูงขึ้น โดยให้มีกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานตามมาตรฐานและคู่มือที่กำหนดและจัดทำไว้อย่างเป็นระบบ โดยอาจจัดทำเป็นปฏิทินของกระบวนการประเมินผล เพื่อเพิ่มการรับรู้ในกระบวนการดำเนินงาน รวมถึงมีการใช้กระบวนการประเมินผล และการพัฒนาเพื่อให้มาตรฐานและคู่มือที่ใช้งานมีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพในระดับสูงอยู่ตลอดเวลา

2. จากผลการวิจัยที่พบว่า องค์ประกอบย่อยด้านการกำจัดความสูญเสียในการรอคอย มีค่าน้ำหนักมากเป็นลำดับที่ 2 โดยประเด็น บริษัทให้บริการติดตามพัสดุด่วนแอปพลิเคชันตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าน้ำหนักมากที่สุด รองลงมา บริษัทใช้คลังข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ในการจัดการระบบขนส่ง แสดงให้เห็นว่า บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการแก่ลูกค้าและกระบวนการขนส่งพัสดุ นอกจากนี้บริษัทยังสร้างเทคโนโลยีในการให้บริการด้วยตนเอง มีส่วนงานพัฒนาเทคโนโลยีเป็นของตนเอง ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าใน

ปัจจุบัน ดังนั้น บริษัทจึงควรศึกษาความต้องการของลูกค้าเกี่ยวกับความต้องการใช้เทคโนโลยีด้านการขนส่ง และตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ทันที่

3. จากผลการวิจัยที่พบว่า องค์ประกอบย่อยด้านการกำจัดความสูญเสียในของเสีย มีค่าน้ำหนักมากเป็นลำดับที่ 3 แต่ค่าน้ำหนักยังคงอยู่ในเกณฑ์สูงในระดับเดียวกับองค์ประกอบย่อยสองลำดับแรก จึงเป็นองค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญ โดยประเด็นที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ บริษัทมีการจัดทำประกาศข้อกำหนด/เงื่อนไขในการหุ้มห่อเพื่อป้องกันความเสียหายของพัสดุ รองลงมา บริษัทมีบริการรับประกันพัสดุตามมูลค่าของสินค้าสูงสุดไม่เกินชั้นละ 50,000 บาท แสดงให้เห็นว่า บริษัทให้ความสำคัญกับการมีมาตรการในการป้องกันความสูญเสียในของเสีย ซึ่งได้แก่ การสูญหาย และการเสียหายของพัสดุ ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานของลูกค้าในการใช้บริการขนส่งพัสดุด่วน ดังนั้นบริษัทจึงควรส่งเสริมให้ทีมงานฝ่ายการตลาดและฝ่ายบริการศึกษาความต้องการของลูกค้าเกี่ยวกับการใช้วัสดุหุ้มห่อพัสดุ เพื่อให้คำแนะนำในการใช้บริการ และเพื่อปรับปรุงรูปแบบของวัสดุหุ้มห่อ กล่อง และซองสำเร็จรูปที่สามารถอำนวยความสะดวกในการให้บริการให้แก่ลูกค้าได้อย่างกว้างขวาง นอกจากนี้บริษัทควรมีนโยบายส่งเสริมให้บริษัทมีส่วนงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการออกแบบและจัดทำวัสดุหุ้มห่อเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ารายใหญ่เฉพาะราย เพื่ออำนวยความสะดวก ลดต้นทุนค่าขนส่ง และสร้างความภักดีในการใช้บริการ

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. จากผลการศึกษาพบว่า ลำดับขององค์ประกอบย่อยของการกำจัดความสูญเสียมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่าง จึงควรนำโมเดลการกำจัดความสูญเสียไปศึกษาในกลุ่มตัวอย่างต่าง ๆ ได้แก่ บริษัท ไปรษณีย์ ไทย จำกัด ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทขนส่งพัสดุด่วนภาคเอกชนที่มีขนาดใหญ่ เพื่อศึกษาค่าน้ำหนักขององค์ประกอบย่อยของการกำจัดความสูญเสียต่อไป

2. ควรมีการศึกษาต่อยอดเกี่ยวกับประสิทธิภาพด้านคุณภาพการบริการของบริษัท นิม เอ็กซ์เพรส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทขนส่งพัสดุด่วนของคนไทยซึ่งมีความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศ

เอกสารอ้างอิง

- ผู้จัดการสุดสัปดาห์. (2564). สมรภูมิ “ธุรกิจขนส่งพัสดุ” เตือด “โควิด-อีคอมเมิร์ซ” ดันตลาดโตก้าวกระโดด. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2564 จาก <https://mgronline.com/daily/detail/9640000077313>
- มาร์เก็ตตี. (2564). ตลาดขนส่งพัสดุเติบโต แต่ละแบรนด์ต้องปรับกลยุทธ์สปีดหนีคู่แข่งทั้ง ‘ราคา-ความเร็ว’. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2564 จาก <https://marketeeronline.co/archives/222852>
- มิติหูน. (2564). นิม เอ็กซ์เพรส เผยผลการดำเนินธุรกิจในปี 2563 ปิดยอดขายอยู่ที่ 1,160 ล้านบาทเติบโตเพิ่มขึ้น 23%. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2564 จาก <https://www.mitihoon.com/2021/01/28/219094/>
- สมพล ท่งหว่า. (2564). รายงานวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียที่มีอิทธิพลต่อวิถีใหม่ที่เกิดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนา, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2555). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ: สามลดา.

- สุภมาส อังสุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ, และรัชนีกุล ภิญโญพานุวัฒน์. (2557). **สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL** (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- เอสซีบี เอสเอ็มอี. (2561). **สร้างหุ่นสลายให้ธุรกิจกับเทคนิค “ลีนโลจิสติกส์”**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2563, จาก <https://scbsme.scb.co.th/sme-inspiration-detail/leanlogistics>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). **Multivariate data analysis** (7th ed.). Essex, UK: Pearson Education.
- Hinkle, D. E., William, W., & Stephen, G. J. (1998). **Applied statistics for the behavior sciences** (4th ed.). NY: Houghton Mifflin.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion referenced test item validity. **DutchJournal of Educational Research**, 2, 49-60.
- .

เงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคม ของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดสุพรรณบุรี

Conditions for the Success of the Social Enterprise Operation of Community in Suphanburi Province.

วนัสรา จันทรกมล* นพพร จันทรนำชู¹ และทิพย์วรรณ สุขใจรุ่งวัฒนา²

(Wanassara Chankamon, Nopporn Chantaranamchu and Thipawan Sukjairungwattana)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี 2) ศึกษาเงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ รวมถึงเจ้าหน้าที่รัฐจากสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดสุพรรณบุรี และเจ้าหน้าที่จากบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด 10 ท่าน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และใช้การวิเคราะห์เอกสาร การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสร้างทฤษฎี ฐานรากและการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1. การดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี มีกระบวนการ คือ 1) การสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อเป้าหมายทางสังคม โดยอาศัยต้นทุนในชุมชนมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์และบริการ 2) การสร้างความมั่นคงทางการเงิน โดยการจัดตั้งกองทุน เพื่อเป็นเงินทุนสำรองในการบริหารจัดการกลุ่ม 3) การดำเนินกิจการอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยดำเนินการทุกขั้นตอนของกลุ่มคำนึงถึงเรื่องสิ่งแวดล้อม 4) การคืนผลตอบแทนสู่ชุมชนและสังคม โดยการใช้แรงงานของสมาชิกและผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม 5) การสร้างความรู้จากชุมชน โดยผ่านรูปแบบของการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ผ่านกิจกรรม 2. เงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย 1) การมีภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ โดยการวางแผนบริหารจัดการเพื่อนำกลุ่มไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้ 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความคิดสร้างสรรค์ โดยการสร้างความแตกต่างและหลากหลายให้กับผู้บริโภค 3) การบริหารจัดการที่ดี โดยดำเนินการตามแบบแผนที่วางไว้ได้อย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้

*คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม 73000

Faculty of Education Silpakorn University Sanamchandra Palaces Campus, Nakhon Pathom 73000

1-2อาจารย์สาขาพัฒนศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม 73000

Lecturer in Development Studies Faculty of Education Silpakorn University Sanamchandra Palaces Campus, Nakhon Pathom 73000

Corresponding author : wanaspu@gmail.com

4) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น โดยที่คนในชุมชนสนับสนุนและให้ความร่วมมือกับการดำเนินการหรือกิจกรรมของกลุ่ม 5) การร่วมมือจากเครือข่าย โดยการให้คำแนะนำ ให้ความรู้ รวมถึงเงินทุนสำหรับดำเนินการ 6) ผลสำเร็จจากการประกอบกิจการ โดยการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนได้ และกลุ่มมีความมั่นคงงานวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะว่า ควรมียุทธศาสตร์มาสนับสนุน ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของ ผลิตภัณฑ์หรือบริการจากหน่วยงานต่าง ๆ ให้เป็นที่สนใจของผู้บริโภคจะช่วยแก้ปัญหาเรื่องรายได้ของคนในชุมชน และสามารถนำไปสู่การก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจเพื่อสังคมในชุมชน

คำสำคัญ : วิสาหกิจเพื่อสังคม วิสาหกิจชุมชน เงื่อนไขความสำเร็จ

ABSTRACT

This research purpose for 1) study the social enterprise operation process of community enterprises in Suphanburi province. 2) study the success conditions in social enterprise operation of community enterprises in Suphanburi province. This research uses a qualitative research methodology. The main informants are : chairman and members of Ka Sed In See Thung Thong Yung Yuen and Ruen Thai Ban Bang Mae Mai Homestay the community enterprise group. Including government officials from Suphanburi provincial agriculture and cooperatives office and officials from Pra Cha Rat Rak Sa Mak Kee company, Suphanburi province. A total of 10 keys contributors. The research instrument was a semi-structured interview and use document analysis qualitative data analysis by creating foundation theory and content analysis.

The results of the research were as follows: 1. Operation of social enterprises of community enterprises in Suphanburi province has the following processes: 1) Creating products for social goals by relying on costs in the community to create products and services. 2) To build financial stability by establishing a fund as reserve funds for group management. 3) Environmentally friendly operations by working in every step of the group, taking into account the environment. 4) Returning returns to community and society by using labor of members and products of the group. 5) Building knowledge from the community, through the form of transmission from generation to generation through activities. 2. The conditions for the success of social enterprise operations of community enterprises in Suphanburi province consist of 1) Entrepreneurial leadership by planning and managing to lead the group to the goals that are set. 2) Product development to be creative by creating differentiation and diversity for consumers. 3) good management by operating according to the plan with transparency. 4) The participation of local communities, where people in the community support and cooperate with group actions or activities. 5) Cooperation from the network by providing advice, knowledge, including capital for business operations. 6) Success from business operations by solving problems that arise in the community and the group is stable. This research suggests that should have a policy to support promote creativity of products or

services from agency to be of interest to consumers, which help solve the income problem of the people in the community. This process leads to the formation of a social enterprise group in the community.

Keyword: Social Enterprise, Community Enterprise, Condition for Success

Article history:

Received 4 October 2021

Revised 28 December 2021

Accepted 9 January 2022

SIMILARITY INDEX = 2.53 %

1. บทนำ

วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เป็นแนวคิดใหม่ในการดำเนินธุรกิจ โดยมีเป้าหมายในการก่อตั้งเพื่อแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการทำธุรกิจที่มีได้มุ่งผลกำไรเป็นเป็นสิ่งสำคัญที่สุด แต่เป็นกิจการที่แสวงหากำไรโดยมีเป้าหมายทางสังคมเป็นหลัก และจากแนวคิด Triple Bottom Line ที่กล่าวถึงการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยมุ่งเน้นเป้าหมายทางสังคม สิ่งแวดล้อม และการเงิน ไป พร้อม ๆ กัน (Elkington, 1997) พัฒนาการของธุรกิจรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม เริ่มต้นมาจากแนวคิดการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility : CSR) ซึ่งเป็นการทำประโยชน์คืนกลับสู่องค์กรธุรกิจ แล้วจึงพัฒนามาเป็นธุรกิจแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม ปัจจุบันรัฐบาลไทยเริ่มให้ความสนใจกับการกำกับดูแลวิสาหกิจเพื่อสังคมมากขึ้น นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 เป็นต้นมา โดยมีการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (สกส.) ขึ้น เพื่อสนับสนุนการจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย และมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและการช่วยเหลือสังคมอย่างมาก (ประพิน นุชเปี่ยม ตัญญุพรรณ ประทีปพรณรงค์ และบงกช เจนจรัสสกุล, 2561) ซึ่งการเข้ามาพัฒนาสังคม ควรได้รับความร่วมมือจากสมาชิกในชุมชนในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมด้วย (Emerson, 2003) นอกจากนี้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ในยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ที่มีแผนงานที่มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนผ่านเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อสังคม/วิสาหกิจชุมชน ซึ่งสามารถนำไปสู่การสร้างศักยภาพให้กับชุมชน เพื่อสนับสนุนการประกอบธุรกิจแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) โดยจะสามารถพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในชุมชนได้ วิสาหกิจเพื่อสังคมจึงเป็นกิจการที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม คือ ช่วยสร้างงาน สร้างรายได้ และทำให้คนในชุมชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งในการดำเนินการเพื่อพัฒนาสังคมที่สามารถเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนหรือสังคมต่อไปได้

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการดำเนินการและเงื่อนไขความสำเร็จของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสบความสำเร็จ เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการแก้ไข พัฒนาการสร้างวิสาหกิจเพื่อสังคมโดยพัฒนาจากการเป็นวิสาหกิจชุมชนของชุมชนต่าง ๆ ต่อไปโดยเลือกจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นพื้นที่ในการศึกษา เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีการร่วมมือการทำงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ซึ่งประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการรวมถึงสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับคนในชุมชนได้ สามารถเป็นต้นแบบในการดำเนินการให้กับพื้นที่ต่าง ๆ ที่มีบริบทคล้ายคลึงกัน เพื่อพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมตามชุมชนต่าง ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาเงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัด

สุพรรณบุรี

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเงื่อนไขความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมในจังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม

สำนักงานสร้างเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งชาติ (2557) ได้ให้นิยามของวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ว่าเป็น ธุรกิจหรือองค์กรที่ตั้งขึ้นมาเพื่อแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีรายได้หลักมาจากการค้าหรือการให้บริการ เพื่อสร้างการพึ่งพาตนเองได้ทางการเงิน และนำผลกำไรที่เกิดขึ้นไปลงทุนซ้ำเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางสังคมที่ตั้งไว้

ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ (2558) กล่าวว่า วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นกิจการที่ตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในการช่วยเหลือสังคมหรือสิ่งแวดล้อมโดยเป็นกิจการที่ดำเนินการในรูปแบบธุรกิจที่ไม่แสวงหากำไรสูงสุด แต่เป็นการแสวงหากำไรอย่างยุติธรรม ผลประโยชน์ที่วิสาหกิจเพื่อสังคมให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม อาจเกิดจากกิจกรรมต่างๆที่วิสาหกิจเพื่อสังคมดำเนินการ หรือเกิดจากวิสาหกิจเพื่อสังคมนำกำไรที่ได้มาช่วยเหลือสังคมโดยมีกำไรบางส่วนหรือทั้งหมดกลับคืนสู่ผู้ถือหุ้น

นพพร จันทรนาชู (2563) กล่าวว่า วิสาหกิจเพื่อสังคม หมายถึง กิจการที่มีการดำเนินการ โดยมีเป้าหมายทางเศรษฐกิจ สังคม และใช้ผลประโยชน์เป็นสิ่งสะท้อนความมั่นคงทางการเงินและความยั่งยืนของกิจการ

สรุปได้ว่าความหมายของวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ว่าเป็นองค์กรที่มีเป้าหมายในการจัดตั้งเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวกับชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรมที่วิสาหกิจเพื่อสังคมเลือกดำเนินธุรกิจ โดยมีได้มุ่งหวังผลตอบแทนเป็นกำไรสูงสุดและกำไรที่ได้จากการประกอบกิจการจะไม่คืนต่อผู้ถือหุ้นทั้งหมด แต่จะนำกำไรที่ได้ไปสู่การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม เสมือนเป็นการทำธุรกิจควบคู่ไปกับการแก้ไขปัญหาสังคม ซึ่งรายได้หลักของกิจการจะต้องมาจากกิจกรรมที่วิสาหกิจเพื่อสังคมดำเนินการ และต้องมีความยั่งยืนทางการเงิน

2.2 การดำเนินการของวิสาหกิจเพื่อสังคม ประกอบด้วย

2.2.1. การสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อเป้าหมายทางสังคม เป็นการดำเนินการในรูปแบบของการผลิตสินค้าหรือบริการโดยใช้วัตถุดิบที่ผลิตจากชุมชน เป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนได้ (พัชรี ฉลาดธัญกิจ, 2558)

2.2.2. การสร้างความมั่นคงทางการเงิน โดยการดำเนินการสามารถสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการ และนำกำไรไปลงทุนเพื่อต่อยอดให้กิจการเติบโตอย่างมั่นคงได้ (นงลักษณ์ ทองศรี, 2559 ; ปรานี ตปนียวรวงศ์, 2560)

2.2.3. การดำเนินกิจการอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การดำเนินกิจการในทุกขั้นตอนมีการคำนึงถึงเรื่องสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่กระบวนการผลิตถึงการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (วรรณิดา สารีคำ และจันทิมา พรหมเกษ, 2562 ; อนุชา ม่วงใหญ่, 2559)

2.2.4. การคืนผลตอบแทนสู่ชุมชนและสังคม เป็นการนำกำไรที่ได้จากการผลิตสินค้าหรือบริการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไปทำสาธารณประโยชน์เพื่อพัฒนาชุมชนและสังคม (Brodziski and Clerk, 2012 ; ญรัฎฐ์ สุนทรมีเสถียร, 2552)

2.2.5. การสร้างความรู้จากในชุมชน กระบวนการสร้างการเรียนรู้ เพื่อเป็นการพัฒนาชุมชน โดยอาศัยการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น นำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยอาศัยความร่วมมือจากคนในชุมชนหรือผู้ที่สนใจในการร่วมกันคิด วางแผน ถ่ายทอด และรักษาความรู้ในชุมชน (วารุณี ชินวินิจกุล, 2549 ; กนกพร ฉิมพลี, 2555)

2.3 เงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินการของวิสาหกิจเพื่อสังคม

2.3.1. การมีภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ คือ การที่ผู้ประกอบการทางสังคมมีทักษะในการผลักดันและขับเคลื่อนกิจการ มีความมุ่งมั่นที่จะแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคมไปพร้อมกัน (ชมภูนุท จันนุ้ย และ พินิจ ลาภธนาณนท์, 2562)

2.3.2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความคิดสร้างสรรค์ คือ การใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่าง แปลกใหม่ เป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาสนใจในตัวสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้นได้ (ธงชัย พาบุ, 2552 ; สันติธร ภูริภักดี, 2561)

2.3.3. การบริหารจัดการที่ดี โดยมีการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล การบริหารจัดการที่โปร่งใสตรวจสอบได้ รวมถึงมีการจัดทำข้อมูลในการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ มีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร (วารารณ ศรีบุญ, 2552 ; ทิชากร เกสรบัว, 2556 ; สิริ ลภัสลดา ปันสาน, 2562)

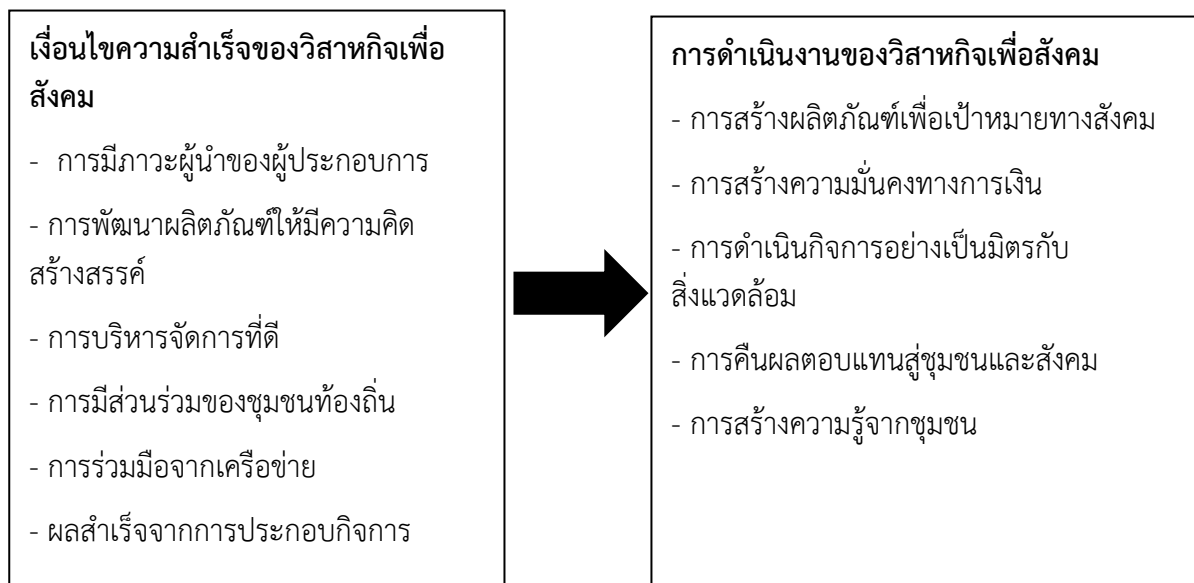
2.3.4. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น คือ การที่สมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน (Choi and Chang, 2017 ; วรทยา ธรรมกิตติภพ, พีรพงศ์ ทิพนาค และวิทยา เบ็ญจาธิกุล, 2558 ; สิริ ลภัสลดา ปันสาน, 2562)

2.3.5. การร่วมมือจากเครือข่าย การเข้าไปมีบทบาทในการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมเกี่ยวกับเงินทุนและบุคลากรของวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยการให้คำแนะนำ คำปรึกษา รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ของชุมชน (Watson, 2007; พัทธ์พงษ์ กิตติโสภณ, 2550)

2.3.6. ความสำเร็จจากการประกอบกิจการ หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการประกอบกิจการ การประกอบกิจการสามารถสร้างผลกำไรและมีความมั่นคงทางการเงิน ส่งผลให้ชุมชนมีการเปลี่ยนแปลง รวมถึงได้รับการพัฒนา และสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นภายในชุมชนได้ (อิเดช จันทราเดช, 2546 ; ศิริวิชญ์ สุประดิษฐ์, 2562)

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 พื้นที่ในการศึกษา

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ทำงานร่วมกับวิสาหกิจเพื่อสังคมในจังหวัดสุพรรณบุรี 2 แห่ง ด้านการเกษตร คือวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน และด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

3.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวนทั้งสิ้น 10 ท่าน แบ่งออกเป็น

1. ผู้นำกลุ่ม/ประธานกลุ่ม สมาชิกในกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี จะได้ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 8 ท่าน
2. เจ้าหน้าที่ของรัฐและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องจากบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจำนวน 1 ท่าน และจากสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดสุพรรณบุรีจำนวน 1 ท่าน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 3.3.1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (in – depth interview)
- 3.3.2. การวิเคราะห์เอกสาร (documentary analysis)

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

- 3.4.1. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละคนมาวิเคราะห์เป็นระยะ ๆ
- 3.4.2. แบ่งข้อมูลที่ได้จัดเป็นหมวดหมู่ (Open coding) โดยอาศัยกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องวิเคราะห์ข้อมูลโดยสร้างเป็นมโนทัศน์ (Concept)
- 3.4.3. นำข้อมูลที่ได้จากการสังเคราะห์มาสร้างเป็นข้อเสนอ (Proposition) และข้อมูลสรุปเชิงทฤษฎี (Theoretical generalization) เพื่อนำไปสู่การสร้างทฤษฎีฐานราก ที่เกิดจากปรากฏการณ์จริง (Corbin and Strauss, 2008)

4. ผลการวิจัย

4.1 การดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี

การสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อเป้าหมายทางสังคม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการนำทรัพยากรของชุมชนมาสร้างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนได้ โดยการสร้างงาน การสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นกับคนในชุมชน

การสร้างความมั่นคงทางการเงิน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้มีการจัดตั้งกองทุน เพื่อเป็นเงินทุนสำรอง โดยมาจากหักรายได้ส่วนหนึ่งจากสมาชิกกลุ่มตามที่ได้ตกลงกันไว้ตามเงื่อนไขของกลุ่ม นอกจากนี้การมีรายได้อย่างต่อเนื่องของสมาชิกกลุ่ม ทำให้กลุ่มวิสาหกิจสามารถดำเนินการได้เป็นระยะหลายปี และการมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่แน่นอน มีตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ส่งผลต่อรายได้ของสมาชิกกลุ่มและความมั่นคงทางการเงินของกลุ่ม

การดำเนินกิจการอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมาก โดยการใช้วัสดุจากธรรมชาติมาดัดแปลงเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ วัสดุที่นำมาทำบรรจุภัณฑ์ เน้นถึงการดูแลสิ่งแวดล้อม สามารถย่อยสลายง่าย รวมถึงกระบวนการในการผลิตจะใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด เพื่อเป็นการลดขยะ รวมถึงมีการตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมร่วมกันของกลุ่ม ทำให้มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้สอดคล้องกับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การคืนผลตอบแทนสู่ชุมชนและสังคม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการตอบแทนหรือพัฒนาชุมชนโดยการช่วยเหลือแรงงานของสมาชิกกลุ่ม การนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเข้าไปช่วยเหลือ เมื่อชุมชนมีการจัดกิจกรรม ซึ่งการช่วยเหลือในรูปของตัวเงินได้นั้น ก็จะเป็นไปตามกำลังของกลุ่ม แต่ก็สามารถมีส่วนในการเข้าไปช่วยเหลือ หรือพัฒนาชุมชนได้

การสร้างความรู้จากชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีกระบวนการสร้างความรู้ผ่านการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรม จากรุ่นสู่รุ่นสืบทอดต่อกันมา โดยมุ่งเน้นที่กลุ่มเด็กและเยาวชนคนรุ่นใหม่ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้ของชุมชน ผ่านโรงเรียนโดยบรรจุเข้าเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรในการเรียนการสอนให้กับโรงเรียนของชุมชน หรือศูนย์การเรียนรู้ของชุมชนในพื้นที่ผ่านการสาธิต เป็นฐานกิจกรรมของชุมชนให้กับผู้ที่มาศึกษาดูงานได้สัมผัส ได้มาเรียนรู้

4.2 เงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี

การมีภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ บทบาทของผู้นำของวิสาหกิจมีความชัดเจน และมีภาวะผู้นำสูงในการจัดการดูแลกลุ่มของตน โดยสามารถนำกลุ่มของตนไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้ สามารถจัดการสมาชิกภายในกลุ่มให้อยู่ในกฎระเบียบได้ อีกทั้งต้องรู้จักเปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการจัดการกลุ่ม ร่วมแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกัน ไม่ได้ยึดตัวผู้นำเป็นศูนย์กลางในทุกเรื่อง รู้จักให้เกียรติสมาชิกคนอื่น ๆ ในกลุ่ม มีความใฝ่รู้และสามารถถ่ายทอดความรู้นั้นแก่ผู้อื่นต่อไปได้ รู้จักวางแผนในการดำเนินการ และรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการจึงเป็นเงื่อนไขหนึ่งที่สำคัญ ที่ส่งผลต่อการดำเนินการของกลุ่มได้

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความคิดสร้างสรรค์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการนำความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ จากการที่สมาชิกศึกษา ค้นคว้าด้วยตนเอง โดยสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง และหลากหลาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ และมีความต่างจากชุมชนอื่น ๆ แต่ก็ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนตนเองอยู่ ถือเป็นการสร้างจุดเด่นให้กับสินค้าและบริการได้เช่นกัน

การบริหารจัดการที่ดี กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการบริหารจัดการที่ดี มีแบบแผน มีการวางแผนที่ดี ร่วมกันของกลุ่ม มีการจัดทำบัญชี ทำหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษร ช่วยให้การตรวจสอบสามารถทำได้ง่าย โดยให้สมาชิกที่มีความรู้ ความสามารถ และหน้าที่ของสมาชิกภายในกลุ่มตามความถนัด ตามความสามารถ มอบหมายหน้าที่ภายในกลุ่มให้กับสมาชิกที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ ก็ทำให้การบริหารจัดการประสบความสำเร็จ

การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชนในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอยู่ในรูปแบบของ ผู้บริโภคที่ช่วยสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม คือ คนในชุมชนช่วยสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม คนในชุมชนให้ความร่วมมือในการต้อนรับนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่เข้ามาศึกษาดูงานของกลุ่มเป็นอย่างดี แม้จะไม่ได้เข้ามาเป็นสมาชิกของกลุ่ม แต่ก็ให้ความร่วมมือในฐานะสมาชิกของชุมชนด้วยดี ซึ่งการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนนี้สามารถส่งผลให้คนในชุมชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นได้

การร่วมมือจากเครือข่าย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับความร่วมมือจากเครือข่าย ในรูปแบบของการให้คำแนะนำ การวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ การอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่ม การให้งบประมาณเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเป็นครั้ง ๆ ตามปีงบประมาณ ตามนโยบายของหน่วยงาน รวมไปถึงการจัดหาเครือข่ายอื่น ๆ เพื่อรองรับผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายของกลุ่ม และเป็นตลาดที่รับซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มด้วยเช่นกัน

ผลสำเร็จจากการประกอบกิจการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการดำเนินการที่ยึดถือการพัฒนาเป็นแกนหลักในการดำเนินการทุกกระบวนการจึงมีการคำนึงถึงการพัฒนาชุมชนเข้าไปด้วย โดยผลสำเร็จจากการประกอบกิจการนั้น คือ การสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนได้ สามารถสร้างรายได้ให้กับสมาชิกกลุ่ม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถดูแลจัดการตนเองได้ มีความมั่นคงทั้งตัวสมาชิกและตัวกลุ่ม

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

การดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี

การสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อเป้าหมายทางสังคม วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้มีการนำวัตถุดิบที่อยู่ในชุมชน หรือภูมิปัญญาของคนในชุมชนมาพัฒนาเป็นสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยมุ่งหวังให้การทำผลิตภัณฑ์ของชุมชน สามารถแก้ปัญหาที่เกี่ยวกับการขาดรายได้ หรือการมีรายได้ที่ไม่เพียงพอ ซึ่งเป็นปัญหาที่พบเป็นส่วนใหญ่ในชุมชน สอดคล้องกับพัชรี ฉลาดธัญกิจ (2558) โดยการที่ชุมชนเห็นคุณค่าในสิ่งที่ตนมี รู้จักนำทรัพยากรในชุมชนมาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างรายได้ จากงานวิจัยที่กล่าวมา หากนำข้อมูลที่ได้มาปรับใช้กับการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน โดยอาศัยทรัพยากรและภูมิปัญญาเป็นฐานในการสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ของชุมชนนั้น ก็สามารถแก้ปัญหาของการขาดรายได้ เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนหรือสังคมได้

การสร้าง ความมั่นคงทางการเงิน การสร้างความมั่นคงทางการเงินของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี จะเป็นไปในลักษณะที่ค่อยไปค่อยไป มีการวางแผนทางการเงิน และการวางแผนสำหรับการดำเนินงานของกลุ่มเพื่อให้กระทบกับปัญหาด้านการเงินน้อยที่สุด โดยหนึ่งกลยุทธ์ที่น่าสนใจสำหรับการสร้างความมั่นคงทางการเงิน ก็คือมีการหักเปอร์เซ็นต์จากการเป็นสมาชิก หรือการจำหน่ายสินค้ากับทางกลุ่ม เพื่อนำมาเป็นกองทุนในส่วนกลางในการดำเนินงานต่าง ๆ หากกลุ่มมีปัญหาเรื่องการเงิน ก็จะมีเงินทุนในการจัดการปัญหา สอดคล้องกับปราณี ตปนียวรวงศ์ (2560) และนงลักษณ์ ทองศรี (2559) หากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการให้กิจการสามารถดำเนินการได้เป็นระยะเวลานาน ต้องมีการจัดการทางการเงินที่ดี ที่สามารถ

สร้างความมั่นคงทางการเงินได้ รวมถึงการจัดการผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ สามารถเป็นที่ต้องการของตลาด และมีตลาดรองรับสินค้าและบริการของชุมชน ก็มีส่วนในการสร้างความมั่นคงได้เช่นกัน

การดำเนินกิจการอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การดำเนินกิจการโดยคำนึงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม เป็นเรื่องที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้ความสำคัญในระดับหนึ่ง โดยมีการใช้วัสดุจากธรรมชาตินำมาดัดแปลงให้เข้ากับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม มีกระบวนการในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม มีการสร้างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจากวัสดุธรรมชาติ สอดคล้องกับวรรณิศา สารีคำ และจันทิมา พรหมเกษ (2562) และอนุชา ม่วงใหญ่ (2559) ในเมื่อชุมชนเป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกันทรัพยากรในชุมชนโดยตรง การดูแลหรือรักษาจึงต้องเป็นสิ่งที่คนในชุมชนร่วมกันตระหนักและเห็นความสำคัญในเรื่องสิ่งแวดล้อม การดำเนินกิจการของวิสาหกิจชุมชนจึงต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน ในทุกกระบวนการตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ หากมีดำเนินการอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไปด้วย จะส่งผลให้การดำเนินการมีความยั่งยืนต่อไปได้

การคืนผลตอบแทนสู่ชุมชนและสังคม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี จะมีการช่วยเหลือชุมชนหรือสังคมตามความสามารถของกลุ่ม โดยรูปแบบของความช่วยเหลือจะเป็นไปทั้งในรูปแบบของตัวเงิน สิ่งของ และแรงงาน ที่จะเข้าไปช่วยเหลือ สนับสนุนกิจกรรมหรือพัฒนาชุมชนของตนเองต่อไป สอดคล้องกับ ณัฐภัทร สุนทรมีเสถียร (2552) และ Brodziski and Clerk (2012) โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี จะเป็นในรูปแบบของการทำกิจกรรมสาธารณประโยชน์ร่วมกับคนในชุมชน รวมถึงการเข้าไปสนับสนุน พัฒนาช่วยเหลือโรงเรียนหรือชุมชนในเรื่องต่าง ๆ ที่ยังต้องการความช่วยเหลืออยู่ และถือเป็นการตอบแทนสังคมอีกวิธีหนึ่ง

การสร้างความรู้จากชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสิ่งที่มีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ผ่านการสาธิต การสอนให้กับโรงเรียนในชุมชน ให้กับผู้ที่เข้ามาศึกษาดูงานในชุมชน รวมถึงมีการแสวงหาองค์ความรู้ใหม่ ๆ จากการเรียนรู้ของสมาชิกภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่ได้เข้ารับการอบรมจากหน่วยงานต่าง ๆ นำมาถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนให้กับสมาชิกกลุ่มคนอื่น ๆ สอดคล้องกับวารุณี ชินวินิจกุล (2549) และกนกพร ฉิมพลี (2555) ภูมิปัญญาท้องถิ่นถือจึงเป็นอีกหนึ่งองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นภายในชุมชน ที่ชุมชนสามารถนำมาสร้างประโยชน์ให้เกิดแก่ชุมชนต่อไปได้

เงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี

การมีภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ บทบาทของผู้นำในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี จะเป็นจุดเริ่มต้นที่เป็นผู้ริเริ่มในการก่อตั้งกลุ่มขึ้นมา และเมื่อคนในชุมชนมองเห็นในเป้าหมายเดียวกัน ก็จะร่วมตัวกันเป็นกลุ่มสมาชิก ก่อตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขึ้นมา โดยผู้นำกลุ่มจะมีบทบาทในการพัฒนา การจัดการ การตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น โดยอาศัยทั้งความรู้และประสบการณ์ของตนเอง โดยตัวผู้นำของกลุ่มล้วนมีภาวะของการเป็นผู้นำ จนเป็นที่ยอมรับของสมาชิกในกลุ่ม สอดคล้องกับชมภูนุท จันทนุ้ย (2562) การมีภาวะผู้นำจึงถือเป็นหนึ่งในคุณลักษณะสำคัญของผู้นำที่ทุกคนพึงมี การเป็นผู้นำที่ดี จึงต้องประกอบด้วยการมีภาวะผู้นำ มีการบริหารจัดการที่ดี เพื่อให้การดำเนินงานของกลุ่มเป็นไปตามทิศทางที่จะไปสู่ความสำเร็จได้

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความคิดสร้างสรรค์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นจะอยู่ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ในชุมชน ซึ่งหากต้องการให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่สนใจ จึงจำเป็นต้องมีความแปลกใหม่ และแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด ความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ได้ สอดคล้องกับธงชัย พาบู (2552) และสันติธร ภูริภักดี (2561) การพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ให้มีความคิดสร้างสรรค์ จึงถือเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการได้ ซึ่งการแนะนำจากเครือข่ายที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ หากมีการคำนึงถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วย ก็จะเป็นการแก้ปัญหาทางสังคมตามหลักการดำเนินการของวิสาหกิจเพื่อสังคม

การบริหารจัดการที่ดี กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี มีการบริหารจัดการโดยได้มีการวางแผนในการดำเนินของกลุ่ม มีการปรึกษาหารือร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น มีการจัดทำเอกสารอย่างเป็นระบบ มีการบันทึกข้อมูลเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้สะดวกต่อการค้นหาและการตรวจสอบ สามารถชี้แจงและตอบคำถามให้แก่สมาชิกภายในกลุ่มได้ นอกจากนี้ในเรื่องของหน้าที่ของสมาชิกกลุ่ม ได้มีการแบ่งหน้าที่ของสมาชิกตามความสามารถและความถนัดของตนเอง สอดคล้องกับวรารณ ศรีบุญ (2552) และทิชากร เกสรบัว (2556) รวมถึงเกรียงไกร ทรัพย์แสนมาและสิริ ลภัสลดา ปันสาน (2562) การบริหารจัดการที่ดี คือต้องรู้จักบริหารทั้งคน ที่สอดคล้องกับความสามารถ และมีการจัดการทางการเงินที่ถูกต้องโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ มีหลักฐานในการดำเนินงานแต่ละขั้นตอนชัดเจน ก็จะช่วยให้การดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความมั่นคงทางการเงิน และสามารถดูแลจัดการกลุ่มของตนเองได้

การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น บทบาทของชุมชนที่มีต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จะเข้ามาในรูปแบบของผู้ผลิตและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของกลุ่ม โดยในบทบาทผู้ผลิตนั้น จะเป็นตัวสมาชิกกลุ่มที่ล้วนเป็นคนในชุมชน เริ่มหันมาสนใจในสิ่งที่กลุ่มวิสาหกิจดำเนินการอยู่ จึงเข้าร่วมเป็นสมาชิก สอดคล้องกับวรวิทย์ ธรรมกิตติภาพ, พีรพงศ์ ทิพนาค และวิทยา เบญจาทิกุล (2558) และ Choi and Cheung (2017) รวมถึงสิริ ลภัสลดา ปันสาน (2562) จะเห็นได้ว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถเติบโตต่อไปได้เมื่อชุมชนให้ความช่วยเหลือกับทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทางกลุ่มเองก็ต้องมีการตอบแทนชุมชนตามกำลังและความสามารถของกลุ่มด้วยเช่นกัน ถือเป็นการพึ่งพา ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันต่อไป

การร่วมมือจากเครือข่าย เครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี จะมีทั้งในส่วนภาครัฐ และภาคเอกชน ที่เข้ามาช่วยเหลือ สนับสนุนในการดำเนินงานของกลุ่ม โดยความร่วมมือจากเครือข่ายของทั้งสองแห่ง ก็จะมีแตกต่างกันตามบริบทของตนเอง แต่ล้วนมีเป้าหมายเดียวกัน คือการเข้ามาพัฒนาวิสาหกิจให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ สอดคล้องกับ Watson (2007) และพิทักษ์พงศ์ กิตติโสภณ (2550) ความร่วมมือจากเครือข่าย จะมาในรูปแบบของการสนับสนุนและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มพูนความรู้ หรือการจัดสรรงบประมาณก็ตาม ล้วนเป็นปัจจัยที่สามารถส่งเสริมความมั่นคงให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้

ความสำเร็จจากการประกอบกิจการ ความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี หากมองในรูปแบบของตัวเงิน ถือได้ว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง เพราะสามารถสร้างผลกำไรให้แก่กลุ่มได้ สมาชิกกลุ่มได้รับผลตอบแทนที่ดี มีอัตราการเพิ่มขึ้นของสมาชิกกลุ่ม หากมองในมุมของการแก้ไขปัญหา การก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนล้วนสามารถช่วยสร้างรายได้ สร้างอาชีพ และแก้ปัญหาในเรื่องของรายได้ไม่เพียงพอ รวมถึงการดำเนินการได้มีการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม หันมาใส่ใจในเรื่องของสิ่งแวดล้อมมากขึ้นในทุกขั้นตอน สอดคล้องกับศิริวิทย์ สุประดิษฐ์ (2562) และธิดา จันทราเดช (2546) ความสำเร็จจากการประกอบกิจการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนได้ คือสมาชิกในชุมชนสามารถมีรายได้ มีอาชีพ พึ่งพาตนเองได้ มีการตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องของสิ่งแวดล้อม จึงเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถส่งเสริมให้ชุมชนมีความยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมได้

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

การมีภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ

บทบาทผู้นำมีส่วนในการกำหนดทิศทางเพื่อนำกลุ่มไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้ ซึ่งภาวะของการเป็นผู้นำ ประกอบไปด้วย ความสามารถในการควบคุมดูแลกิจการ มีการบริหารจัดการที่ดี และวางแผนการดำเนินงานได้ดี มีการดำเนินการที่คำนึงถึงหลักการดำเนินการของวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถเป็นที่พึ่งและเป็นที่ไว้วางใจแก่สมาชิกภายในกลุ่ม มีวิสัยทัศน์ในการทำงาน เป็นนักคิด นักพัฒนาที่ดี ซึ่งการมีภาวะผู้นำของผู้ประกอบการสามารถส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนได้ เพราะผู้นำถือเป็นตัวหลักในการดำเนินการของกลุ่ม ที่คอยขับเคลื่อนการดำเนินการของกลุ่มให้ไปสู่เป้าหมายตามแผนที่วางไว้ การมีภาวะผู้นำจึงถือเป็นคุณสมบัติที่สำคัญอีกหนึ่งข้อสำหรับตำแหน่งประธานกลุ่ม และเป้าหมายของการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ต้องให้ความสำคัญเรื่องความมั่นคงทางการเงิน การแก้ไขปัญหาสังคม และมีดำเนินการที่คำนึงด้านสิ่งแวดล้อม หากผู้นำมีความรู้ มีความสามารถในการบริหารจัดการ มีภาวะของการเป็นผู้นำ มีคุณสมบัติของการเป็นผู้นำกลุ่ม ก็จะส่งผลให้เป้าหมายของกลุ่มประสบความสำเร็จได้

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความคิดสร้างสรรค์

ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ หากมีการพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์มีความคิดสร้างสรรค์ ก็เป็นการสร้างความแตกต่าง ความแปลกใหม่ การสร้างจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ได้ สามารถเป็นอีกหนึ่งทางเลือกเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้จึงถือเป็นกลยุทธ์ ที่ควรส่งเสริมให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้นำมาใช้พัฒนาในสินค้า หรือบริการของตน เพราะนอกจากจะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้ว ยังเป็นการพัฒนาสมาชิกของชุมชนได้ด้วยเช่นกัน เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสามารถดำเนินการต่อไปได้ และสามารถแข่งขันกับกลุ่มอื่น ๆ ได้

การบริหารจัดการที่ดี

การบริหารจัดการที่ดี เป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินการสำหรับวิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่ม ซึ่งการบริหารจัดการที่ดี คือ ต้องรู้จักวางแผน สามารถบริหารคนและงานให้มีความสอดคล้องกัน มีการดำเนินการตามหลัก ธรรมาภิบาล คือ การดำเนินการต้องมีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ หากมีการบริหารจัดการที่ดี ก็จะเป็นส่วนหนึ่งที่จะสามารถป้องกันปัญหาต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นได้ เพราะได้มีการวางแผนในการดำเนินการ ซึ่งต้องรวมถึงวิธีป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ เมื่อเกิดปัญหาสามารถแก้ปัญหาได้ทันทั่วทั้งที่ ก็จะสามารถนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินการของกลุ่มได้

การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

การเข้ามามีส่วนร่วม ไม่ว่าจะในบทบาทของผู้ผลิต หรือผู้บริโภค ล้วนส่งผลต่อการดำเนินการของกลุ่ม ช่วยสร้างรายได้ สร้างความมั่นคงให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะขับเคลื่อนไปไม่ได้ หากขาดความร่วมมือจากคนในชุมชน เพราะหากต้องการให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถเติบโตต่อไปได้ จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย และชุมชนก็ถือเป็นส่วนหนึ่งที่มีบทบาทมากต่อการดำเนินการ เปรียบเสมือนการพึ่งพาอาศัย คอยเกื้อกูลซึ่งกันและกัน หากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเติบโต ก็ช่วยพัฒนาชุมชน พัฒนาคุณภาพชีวิตคนในชุมชนให้ดีขึ้นได้

การร่วมมือจากเครือข่าย

การมีเครือข่ายถือเป็นเรื่องสำคัญ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ เพราะนอกจากจะเป็นแหล่งความรู้แล้ว ยังสามารถเป็นแหล่งเงินทุน ในการพัฒนาต่อยอดสินค้าหรือบริการของกลุ่มได้ การได้รับความร่วมมือจากเครือข่ายจึงสามารถเป็นการเบิกทางที่เป็นการเปิดตลาดในการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มให้เป็นที่รู้จักกับเครือข่ายอื่น ๆ ต่อได้ ส่งผลต่อการเติบโตของกลุ่มได้อย่างมาก

ความสำเร็จจากการประกอบกิจการ

การดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจ ล้วนมุ่งหวังให้กิจการของตนประสบความสำเร็จทั้งสิ้น ซึ่งการดำเนินการของวิสาหกิจเพื่อสังคม จะไม่มองความสำเร็จแค่เพียงรายได้เท่านั้น ต้องมองถึงการแก้ปัญหาในสังคมและชุมชนได้ด้วย รวมถึงการดำเนินการต้องตระหนักเรื่องสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน เพราะฉะนั้นความสำเร็จจากการประกอบกิจการ จึงเป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่ทำให้การดำเนินการของวิสาหกิจเพื่อสังคมประสบความสำเร็จได้ ช่วยให้สภาพสังคมดีขึ้น ประชากรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ส่งผลต่อการพัฒนาสังคมต่อไปได้

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษากลุ่มวิสาหกิจเพื่อสังคมถึงการดำเนินการ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ความสำเร็จ เพื่อนำมาเป็นแนวทางให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ที่สนใจ และอาจมีแนวคิดใกล้เคียงกับการดำเนินงานและพัฒนาตามหลักวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อนำไปปรับใช้ต่อไป
2. ควรศึกษาการดำเนินงานและเงื่อนไขความสำเร็จของวิสาหกิจเพื่อสังคมในต่างประเทศ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับในประเทศไทยว่ามีความสอดคล้องหรือมีความแตกต่างกัน
3. ควรศึกษากลุ่มวิสาหกิจเพื่อสังคมโดยขยายพื้นที่ในการศึกษาให้กว้างมากขึ้น ไม่ได้จำกัดเฉพาะกลุ่ม และศึกษากิจการเพื่อสังคมแต่ละประเภทว่ามีความสอดคล้องหรือความแตกต่างของเงื่อนไขความสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

- กนกพร นิมพลี. (2555). รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสาน : วิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เกรียงไกร ทรัพย์แสนมา และสิริ ลภัสลดา ปันสาน. (2562). รูปแบบการพัฒนาสินค้าเกษตรของบริษัท ประชากรรัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด. วารสารบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 3 (2), 67 - 75.
- ชมภูณัฐ จันนัย และพินิจ ลาภธนานนท์. (2562). ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนบนพื้นฐานความอยู่รอดและพอเพียง. วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์, 14 (1), 67 - 78.
- ณัฐภัทร สุนทรมีเสถียร. (2552). ทูทางสังคมกับการจัดการวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลบางสน หมู่บ้านห้วยนอน ตำบลบางสน อำเภอบะพือ จังหวัดชุมพร. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทิชากร เกสรบัว. (2556). การพัฒนาศักยภาพกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย. วารสารการจัดการสมัยใหม่, 11 (2), 74 - 86.
- ธงชัย พาบุ. (2552). การจัดการความรู้ธุรกิจชุมชนสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์บัณฑิตสาขา วิชาสารสนเทศศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น..
- ธิดา จันทราเดช. (2546). บทบาทของธุรกิจชุมชนในการแก้ปัญหาความยากจนในชนบทในภาคเหนือของประเทศไทย. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 28 มกราคม 2563 จาก <http://dric.nrct.go.th/search/showfulltext/1/135637>

- นงลักษณ์ ทองศรี. (2559). รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จังหวัดบุรีรัมย์. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 28 มกราคม 2563 จาก <http://dspace.bru.ac.th/xmlui/handle/123456789/534>
- นพพร จันทรนาชู. (2563). **พัฒนศึกษา : ความหลากหลายของกระบวนการทัศน์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน**. กรุงเทพฯ : วัฒนาพานิช.
- ประพิน นุชเปี่ยม ตัญญุทธศรี ประทีปพรณรงค์ และบงกช เจนจรัสสกุล. (2561). วิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย : ข้อเสนอแนะบางประการต่อร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม, **สำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดิน**, 11 (1), 109 -141.
- ปรานี ตปนิยารวงศ์. (2560). วิเคราะห์ปัจจัยความมั่นคงทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตพื้นที่ภาคเหนือของไทย, **วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา**, 6 (2), 105 -118.
- พัชรี ฉลาดธัญญกิจ. (2558). การพัฒนารูปแบบการจัดการแบบมีส่วนร่วมของผู้ผลิตผู้ทอผ้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร**, 6 (2), 246 – 255.
- พิทักษ์พงศ์ กิตติโสภณ. (2550). **การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 : ศึกษากรณีกลุ่มผู้ผลิตสินค้า. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.**
- วรรณิดา สารีคำ และจันทิมา พรหมเกษ. (2562). ศักยภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในจังหวัดสกลนคร. **วารสารวิชาการ Veridian E-Journal**, 12 (5), 1482 – 1500.
- วรทยา ธรรมกิตติภพ, พีรพงศ์ ทิพนาค และวิทยา เปี่ยมจาทิกุล. (2558). กระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการจัดการธุรกิจชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนของชุมชน. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี**, 4 (1), 200 -212.
- วราภรณ์ ศรีบุญ. (2552). **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ในจังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.**
- วารุณี ชินวินิจกุล. (2549). **กระบวนการเรียนรู้ของชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษาชุมชนไม้เรียง อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 28 มกราคม 2563 จาก <http://dric.nrct.go.th/index.php/Search/SearchDetail/177714>**
- ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ. (2558). การศึกษากรอบแนวคิดเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย. **วารสารสมาคมนักวิจัย**, 20 (2), 30-45.
- ศิริวิษฐ์ สุประดิษฐ์. (2562). รูปแบบการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านแหลมสัก ตำบลแหลมสัก อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่. **วารสารวิชาการ Veridian E-Journal**, 12 (5), 1571 – 1584.
- สันติธ ภูริภักดี. (2561). การพัฒนาองค์ความรู้สำหรับสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันแก่ผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สมุทรสงคราม และสมุทรสาคร. **วารสารวิชาการ Veridian E-Journal**, 11 (2), 2153 – 2168.

- สิริ ลภัสลดา ปันสาน. (2562). รูปแบบการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนของบริษัทประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด. *วารสาร มจร. สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 8 (3), 233 - 243.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12*. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2563 จาก <http://www.nesdb.go.th>.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งชาติ.(2557). *แผนแม่บท สร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม พ.ศ.2553-2557*. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2563 จาก http://www.tseo.or.th/sites/default/files/se_masterplan.pdf
- อนุชา ม่วงใหญ่. (2559). แนวทางการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างศักยภาพชุมชนและท้องถิ่น “ ในศตวรรษที่ 21”. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย*, 6 (3), 12 – 25.
- Brodziski, Gloria. and Village C. (2012). *Economic and community development through an industrial park*. Retrieved February 2, 2020, from <http://www.uwex.edu/ces/cced/economies/northernedge/bestpractices/marathon.cfm>.
- Choi, S.H. and H.H. Cheung. (2017). Multi – material virtual prototyping for product development and biomedical engineering. *Computers in Industry*. 58 (5), 438 – 452.
- Corbin, J., and Strauss, A. (2008). *Basics of qualitative research*. (3rd ed.). Los Angeles, CA: SAGE.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of Twenty - First Century Business*. Capstone, LN: Oxford.
- Emerson, J. (2003). The blended value proposition: Integrating social and financial returns. *California Management Review*, 45(4), 35-51.
- Watson, J. (2007). Modeling the relationship between networking and firm performance. *Journal of Business Venturing*, 22 (6), 852 – 874.

แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน
ในพื้นที่ตำบลระเริง จังหวัดนครราชสีมา

The Guideline of Eco-tourism Management through the Community based
Participation on Raroeng Sub-district, Nakhon Ratchasima Province.

สุภัทริภา ชันทจร¹ * และคณะ²
(Supatripa Kantajorn^{1*} et al.)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) แนวทางสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) แนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลระเริง จังหวัดนครราชสีมา ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัย ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยสุมแบบเจาะจง ประกอบด้วยผู้ประกอบการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ จำนวน 5 คน องค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 5 คน ประชาชนชาวบ้าน จำนวน 14 คน ผู้นำท้องถิ่น กลุ่มแม่บ้านและกลุ่มสตรี จำนวน 20 คน กำนันผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 29 คน และนักท่องเที่ยว จำนวน 46 คน รวมจำนวน 121 คน ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation Method) ด้านแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านเวลาสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง และบุคคลที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ จากเทคนิคการเก็บข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์ ซึ่งมีแนวข้อคำถามประเด็นในการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การประชุมระดมความคิดเห็น แล้วนำผลมาวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า แนวทางสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ตำบลระเริงจะต้องสอดคล้องกับวิถีชีวิตการจัดการร่วมกันของชุมชน เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมในการจัดการร่วมกันให้อยู่คู่กับชุมชน เช่น ท่งหญ้าไร่ร้าง น้ำตกคลองดินดำ น้ำตกคลองกุ่ม กิจกรรมส่องนกและสัตว์หายากท้องถิ่น เก็บเห็ดป่า ปั่นจักรยานขึ้นชมธรรมชาติ กับการเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้าน เช่น การทำถนอมอาหาร ขนม ของใช้ สวนเกษตรต่าง ๆ พักโฮมสเตย์ชุมชน ระยะเวลา 2 วัน 1 คืน และการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยได้จัดตั้งทีมงานผู้รับผิดชอบการพัฒนาแผนงานการท่องเที่ยว

* ดร. คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน 30000

Dr., Faculty of Sciences and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Isan 30000

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์กรัยสรณ์ ชันทจร คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน 30000

Assist. Prof., Faculty of Sciences and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Isan 30000

³ดร.ธนาวัฒน์ ปัทมฤทธิกุล คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน 30000

Dr., Faculty of Sciences and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Isan 30000

⁴อชิรญา พรหมลัง อาจารย์ประจำ คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน 30000

Lecturer, Faculty of Sciences and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Isan 30000

⁵วรุณ ลีลานาศักดิ์ นักวิจัยอิสระ

Independent researcher

* Corresponding Author E-mail Address: s.kantajorn@hotmail.com

ประชาสัมพันธ์ กำหนดโครงสร้างการบริหารและบทบาทหน้าที่ของกรรมการต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนในการวางแผนทางการจัดการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ประชาสัมพันธ์ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม จัดตั้งชมรม กรรมการรับผิดชอบแผนงานการท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนต่อนักท่องเที่ยว และพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน การจัดการท่องเที่ยว

ABSTRACT

The objective of this research aims to 1) guideline for developing the Eco-tourism package and 2) guideline for the Eco-tourism management through the community-based participation on Raroeng Sub-district, Nakhon Ratchasima Province. The key informant in this research were people involved in tourism management as selected by purposive sampling including 2 tourist entrepreneurs, 5 homestay owners, 5 officers of subdistrict administrative organization, 14 local philosophers, 20 local leaders and house wives' group, 29 subdistrict headman, village headman and assistant village headmen, 46 tourists. The total of key informant were 121 people. The quantitative data were examined by Triangulation Method. The data of time, tourist places, people in the area were collected by structured interview, focus group and brainstorming. Then the results were analyzed by contents.

The findings indicated that guideline for developing the Eco-tourism community-based participation package should be in according to way of life of community. The conservation highly remained environmental resource in the community such as Raroeng field, Klong Din Dam waterfall, Klong Kum waterfall, local bird-watching and wild animal sight, mushroom picking, experiencing bicycle trial and learning local daily living such as food preservation, snack, daily instruments, farms and local homestay for 2 days and one night. The Eco-tourism management also established the structure of administration and roles of committees of developing tourist plan, promoting the tourism of the community for driving tourism community-based participation. The local people took part in forming tourist club, promoting tourist program to tourists and developing continuously local product.

Keywords: Eco-Tourism; Community based Participation; Tourism management

Article history:

Received 15 July 2021

Revised 17 September 2021

Accepted 20 September 2021

SIMILARITY INDEX = 2.82 %

1. บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่อำเภอน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา กลายเป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็วในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทั้งนักท่องเที่ยวครั้งแรก (First-Time Tourist) และนักท่องเที่ยวซ้ำ (Repeat Tourist) สำหรับการเตรียมความพร้อมและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอน้ำเขียวจึงเป็นสิ่งสำคัญ กล่าวคือ การคำนึงถึงองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก การจัดท่องเที่ยวไปยังแหล่งธรรมชาติ แหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ชุมชนท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบมีส่วนร่วม คอยติดตามตรวจสอบ รวมถึงร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวอันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น และร่วมได้รับประโยชน์อย่างเสมอภาค ซึ่งแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น ได้รับการส่งเสริมในต่างประเทศ เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่ไม่มีผลกระทบในชุมชน การท่องเที่ยวที่สนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจต่อชุมชน (Mgonja, Sirima, and Mkumbo, 2015) อีกทั้งมีจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีความสำคัญเหมาะสมสำหรับการเป็นจุดเรียนรู้ในเส้นทางศึกษาทางธรรมชาติ โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ เป็นการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวและชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ควบคู่กับการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่อำเภอน้ำเขียว โดยเฉพาะตำบลละเรียง ซึ่งอยู่ห่างจากอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาประมาณ 81.5 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางเพียง 1 ชั่วโมง 25 นาที หรือจากแยกถนนสาย 304 - บ้านคลองม่วง ตำบลคลองม่วง อำเภอบางบาลองถึงตำบลละเรียง ระยะทาง 47 กม. เป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์ทางระบบนิเวศ ชุมชนละเรียงเดิมเป็นป่าดงดิบเรียกกันว่า “ป่าทับลาน” อยู่ในพื้นที่ของตำบลตะขบ อำเภอบึงสามพัน ซึ่งมีเขาใหญ่สูง เรียกกันว่า “เขาภูหลวง” และมีเทือกเขาโซ่เชื่อมต่อเป็นแนวยาวเหมือนลูกโซ่ อยู่ทางด้านทิศเหนือและทางด้านทิศตะวันออก มีเขาสะแกกราช ซึ่งเป็นเทือกเขากั้นระหว่างอุทยานแห่งชาติ ทับลานกับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ในบริเวณพื้นที่เขาภูหลวง ประชาชนเริ่มอพยพเข้ามาอยู่อาศัยทำไร่ข้าวโพด ปลูกพริก ปลูกมะขามยักษ์ไค้ฝักดาบหรือฝักไค้ก่าไล ชาวบ้านเข้าอาศัยอยู่รวมกันเป็นหมู่บ้าน เดิมเรียกว่าบ้านละเรียงน้อย (องค์การบริหารส่วนตำบลละเรียง, 2564) และเป็นพื้นที่เป้าหมายการพัฒนาของจังหวัดนครราชสีมา พ.ศ. 2561-2565 (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา, 2562) ซึ่งประกอบด้วย 14 หมู่บ้าน มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การเดินทางมาเที่ยวในพื้นที่ตำบลละเรียงไม่เพียงแต่มาชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าเขาภูหลวง น้ำตกคลองดินดำ น้ำตกสะพานหิน น้ำตกคลองหนึ่ง และทุ่งหญ้าไร่ละเรียงในตำบลยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กิจกรรมเก็บเห็ด ส่องสัตว์ ส่องนก ปั่นจักรยานชมธรรมชาติ เรียนรู้วิถีถนอมอาหารมะขามยักษ์ไค้ฝักดาบหรือฝักไค้ก่าไลและซอ้ม เป็นต้น นอกจากนี้ ชาวบ้านในตำบล ยังนำผลไม้พืชผลทางการเกษตร และผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ของที่ระลึกมาจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว ซื้อมากลับเป็นของฝาก

การจัดการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น สิ่งสำคัญ คือ ชุมชนควรมีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้นในการจัดการ การวางแผน วางเป้าหมาย การตัดสินใจดำเนินกิจกรรม การแบ่งผลประโยชน์ที่เท่าเทียม เป็นความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ชุมชนมีความเต็มใจในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว รับรู้ทุกกระบวนการ และรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ (Choibamroong, 2014) ชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางในการท่องเที่ยว จัดการโดยชุมชน ชุมชนเป็นเจ้าของมีสิทธิ์ในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้อยู่คู่ชุมชน

แต่เนื่องจากปัจจุบันยังไม่สามารถใช้พื้นที่ในตำบลระเริงได้อย่างเต็มศักยภาพ และไม่มีเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เชื่อมโยงกัน เพื่อใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา เรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีส่วนร่วมของตำบลระเริง และความต้องการของประชาชนในชุมชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ ว่าควรมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างไร ให้เชื่อมโยงไปสู่แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์ถิ่นธรรมชาติ ที่อาจรวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ของอำเภอวังน้ำเขียวด้วย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งในและต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวพื้นที่ ในตำบลระเริงเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. แนวทางสร้างโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ตำบลระเริง จังหวัดนครราชสีมา
2. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ตำบลระเริง จังหวัดนครราชสีมา

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

แนวโน้มด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ปัจจุบันได้รับการผลักดันและส่งเสริมให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สำคัญอย่างหนึ่งของการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำแผนพัฒนาและอนุรักษ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยใช้คำจำกัดความในภาษาอังกฤษว่า Ecotourism โดยให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นให้เกิดการอนุรักษ์ ความรับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีการรักษาสภาพแวดล้อม และให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวทำให้เกิดแนวคิด เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชม เพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม และชีวิตของคนในท้องถิ่นบนพื้นฐานความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ The United Nations World Tourism Organization (2014) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องโดยการจัดการท่องเที่ยวในแหล่งนั้น จะต้องมีการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องมีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน Fennell (2020) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) คือ รูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อสันถนาการรูปแบบหนึ่ง สามารถเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาตินั้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะไม่ทำลายธรรมชาติแต่จะเป็นการท่องเที่ยวโดยใช้ธรรมชาติเป็นฐานให้ได้ความรู้จากสิ่งรอบตัวที่ทำให้เป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (ประกอบด้วย การอนุรักษ์ธรรมชาติ การมีส่วนร่วมของชุมชน การกระจายรายได้ให้แก่ชุมชน) และต้องมีการวางแผน การพัฒนาจัดการที่โปร่งใสเป็นธรรมกับทุกฝ่าย สุขุม คงดิษฐ์ และคณะ (2561) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวที่ใช้ฐานทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมาสร้างเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว ซึ่งรวมไปถึงศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่แสวงหาความรู้ยากเข้าไปมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์

ทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับความพลิตเพลิน มีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว รวมทั้งให้ประโยชน์กลับคืนไปสู่แหล่งท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น ส่งผลให้เกิดผลกระทบในเชิงบวกแก่ระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวขึ้น ๆ ได้ The International Ecotourism Society (2021) อธิบายถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อพื้นที่ทางธรรมชาติ และพื้นที่ที่ต้องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทำให้ความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่นยั่งยืนไปพร้อมกัน แนวคิดนี้เป็นที่แพร่หลายในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องด้วยเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังสร้างรายได้ให้กับสังคม เป็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับโลก Walker and Moscardo (2014) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่นำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เพราะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นเน้นการให้โอกาสแก่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และพัฒนาทัศนคติที่ดีต่อความยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังนำรายได้มาสู่ชุมชนตามเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนี้ด้วย Weaver and Lawton (2007) อธิบายถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องประกอบไปด้วยสิ่งสำคัญ 3 อย่าง คือ (1) แหล่งท่องเที่ยวควรเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นหลัก (2) นักท่องเที่ยวควรได้รับการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว (3) การจัดประสบการณ์การท่องเที่ยวควรคำนึงถึงความยั่งยืนของระบบนิเวศ วัฒนธรรมของชุมชน และเศรษฐกิจ Donohue and Needham (2006) ได้จำแนกความหมายสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มี 6 อย่าง คือ (1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (2) การอนุรักษ์ (3) การให้ความรู้ (4) ความยั่งยืน (5) การกระจายรายได้ (6) จริยธรรม ความรับผิดชอบต่อ และการตระหนักรู้ จากการให้ความหมายคำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังกล่าวข้างต้น พอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อเป็นการสนทนากัน ความพลิตเพลิน โดยไม่รบกวน ทำลาย เปลี่ยนแปลงธรรมชาติรอบตัว และยังเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมภูมิปัญญาของชุมชนในพื้นที่เชื่อมโยงกับแหล่งธรรมชาติเฉพาะถิ่น เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงยั่งยืนต่อชุมชนท้องถิ่นด้วย

2.2 การจัดการท่องเที่ยว

สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย (2551) ได้กล่าวถึง การจัดการท่องเที่ยว ไว้ว่าการกระทำที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิด และควรพิจารณาถึงสภาพที่แท้จริง ข้อจำกัดของสังคมและสภาพแวดล้อมนั้น ๆ เพื่อกำหนดแนวทาง มาตรฐาน และแผนปฏิบัติ ต้องเป็นไปตามกรอบที่กำหนดไว้ จึงเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่มีทิศทางและประสบความสำเร็จ การจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบต้องพิจารณา ระบบย่อยและองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบ ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ คำนึงถึงสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยว ซึ่งจำแนกไว้ 3 ระบบ คือ (1) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism resource) แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ทรัพยากรทางธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น วัฒนธรรมของชุมชนและท้องถิ่น (2) การบริการการท่องเที่ยว (Tourism service) การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ (3) การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism marketing) ความต้องการของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ รวมถึงกิจกรรม รูปแบบกระบวนการท่องเที่ยวในพื้นที่

Adhikary (1995) ได้กำหนดรูปแบบการจัดการท่องเที่ยว (7's Model) ดังนี้ (1) กลยุทธ์ (Strategy) กลยุทธ์ที่ผสมผสานระหว่างวัตถุประสงค์ การจัดลำดับความสำคัญ การควบคุมและขอบเขตของกิจกรรมต่าง ๆ ใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุดในการวางแผนการดำเนินงาน (2) โครงสร้าง (Structure) องค์กรจะต้องจัดลำดับขั้น และการแบ่งหน้าที่ให้เหมาะสม โดยแต่ละหน่วยจะทำงานในลักษณะที่เชื่อมโยง มีเครือข่ายจัดการที่

เหมาะสม ดังนั้นการมีโครงสร้างองค์กรที่ดี เป็นรูปธรรม ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จได้ โครงสร้างองค์กรยังขึ้นอยู่กับ RASI คือ ความรับผิดชอบ (Responsibility) อำนาจหน้าที่ (Authority) การสนับสนุน (Support) และข่าวสารข้อมูล (Information) (3) ระบบ (System) ระบบในการจัดการการท่องเที่ยวมีระบบการจัดการข้อมูล ระบบดำเนินงาน การปฏิบัติการ การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (4) บุคลากร (Staff) ต้องคัดสรรบุคลากรที่มีความละเอียดรอบคอบ มีความรับผิดชอบ มีจิตบริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ จริงใจซื่อสัตย์ สามารถทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจเป็นสำคัญ (5) ทักษะ (Skill) ทักษะในการทำงาน ความชำนาญงาน เป็นสิ่งนำไปสู่การทำงานให้มีประสิทธิภาพ จะขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 อย่าง คือ ความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่ดี ผู้ทำงานด้านการท่องเที่ยวควรมีความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (6) รูปแบบ (Style) แต่ละพื้นที่จะมีรูปแบบการจัดการและการทำงานที่แตกต่างกัน (7) การแบ่งปัน (Share) การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ ทำให้ชุมชนที่ทำธุรกิจทางการท่องเที่ยวได้นำข้อมูลมาวางแผนนำไปสู่ความสำเร็จ

2.3 การจัดการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

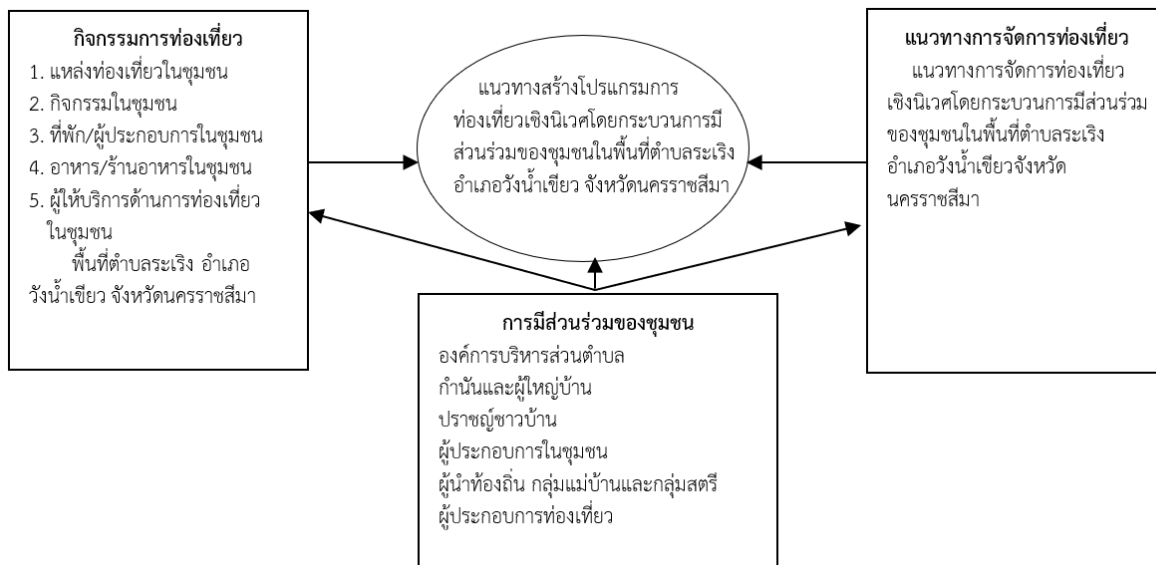
Choibamroong (2014) อธิบายถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนไว้ว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนตั้งแต่เริ่มต้นของชุมชนในการจัดการ ได้แก่ การวางแผน การตัดสินใจให้เป็นไปตามความต้องการ การติดตามผล ประเมินผล การแบ่งผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกลับคืนสู่ชุมชนโดยตรง เป็นความต้องการให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ การวางแผนเป้าหมาย การตัดสินใจ การดำเนินกิจกรรม การรับผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม โดยประชาชนจะต้องมีอิสระ เต็มใจในการมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนเป็นผู้พัฒนาเปลี่ยนแปลง รับรู้ทุกกระบวนการและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ นำไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนา การมีส่วนร่วมในลักษณะนี้จะเป็นการฝึกฝน พัฒนาคนในชุมชน เป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของสังคมให้สามารถยืนหยัดได้ด้วยตนเองในที่สุด Kontogeorgopoulos, Churyen and Duangsaeng (2015) ได้ระบุว่า การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนทั้งในด้านการวางแผนและการพัฒนาเป็นหลักสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กระบวนการมีส่วนร่วมเป็นรากฐานให้ภาคชุมชนสามารถดำเนินงานและดำเนินชีวิตควบคู่กับการทำการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงการลดผลกระทบทางลบให้เกิดน้อยที่สุดทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างความสมดุลและความยั่งยืน

ดังนั้นกระบวนการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน มีการดำเนินการในลักษณะเป็นการร่วมกัน มีกิจกรรม การท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งชุมชนในพื้นที่ร่วมกันจัดตั้งชมรมการท่องเที่ยวเพื่อบริหารและจัดการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมพัฒนาชุมชนอำเภอ องค์การบริหารส่วนตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชน ราษฎรชาวบ้าน และผู้ประกอบการร่วมมือจัดทำกิจกรรม เส้นทางท่องเที่ยว การจัดภูมิทัศน์ คณะผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่และความสามารถของชุมชนในท้องถิ่น คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน (Community Based Eco-tourism: CBET) เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ซึ่งกำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน และชุมชนเป็นเจ้าของ มีสิทธิ์ในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (Niesenbaum and Gorka, 2001) การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นรูปแบบของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ส่งเสริมความเป็นอยู่ของชุมชน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมดีขึ้น (Tran and Walter, 2014; Scheyvens, 2007; Stronza and Gordillo, 2008) Honey (2008) กล่าวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน คือ การท่องเที่ยวในพื้นที่บอบบาง บริสุทธิ และควรได้รับการปกป้อง ดังนั้นจึงต้องให้เกิดผลกระทบต่อพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นน้อยที่สุด การท่องเที่ยวในลักษณะนี้ทำให้นักท่องเที่ยวได้ความรู้ พื้นที่ท้องถิ่นจะได้รายได้เพื่อ

นำไปสู่การอนุรักษ์และพัฒนาเศรษฐกิจได้ ส่งเสริมการจัดการของชุมชนท้องถิ่น รักษาความเป็นอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม และเคารพในสิทธิความเป็นมนุษย์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยชุมชนเกิดขึ้นเพื่อเป็นการแก้ไขข้อขัดแย้งระหว่างความจำเป็นในการอนุรักษ์และสิทธิของชาวบ้านในพื้นที่ นอกจากนั้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนนี้ยังให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมทางสังคมให้ยั่งยืน ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่เสริมสร้างซึ่งกันและกันระหว่างการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ฐานทางเศรษฐกิจของชุมชน และการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนผู้เป็นเจ้าของพื้นที่และนักท่องเที่ยวควรมีความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหรือการอยู่ร่วมกันกับธรรมชาติ (Reimer and Walter, 2013) ส่วน Othatawong (2014) ได้อธิบายถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ว่า ปัจจัยที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศยั่งยืนนั้นสิ่งสำคัญได้แก่ การมีส่วนร่วมของประชาชนในด้านการบริหารจัดการและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริม การมีส่วนร่วมภาคี การพัฒนาในพื้นที่ที่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ โดยเริ่มตั้งแต่เรียนรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กฎหมาย กฎระเบียบที่ควรให้ความสำคัญ การบริหารจัดการพื้นที่และกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้การบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีประสิทธิภาพและเป็นรูปแบบบูรณาการ

กรอบดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนพบว่า การบริการและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และทรัพยากรท่องเที่ยวในด้านวิถีชีวิตของชุมชน เป็นสิ่งที่สร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวตลอดจนการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวต่าง ๆ (ศิรินันท์ พงษ์นรินทร์, โอชญญา บัวธรรม และชัชชญา ยอดสุวรรณ, 2559) ในการจัดการท่องเที่ยวโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนควรมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้จริงและยังทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น (วรรณวิมล ภูนาศ, 2558) การจัดกระบวนการจัดการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ได้แก่ กิจกรรมปลูกป่า กิจกรรมชมวิถีชีวิตของคนในชุมชนและกิจกรรมอื่น ๆ ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้มแข็งด้านการท่องเที่ยวชุมชน รวมถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายของธุรกิจชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป (สุธิ เสริฐศรี, 2558) ชุมชนได้นำทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่แล้วมาใช้ให้มีประสิทธิภาพ และนำสิ่งแวดล้อมเหล่านี้เข้าสู่ระบบการท่องเที่ยวซึ่งไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตเดิมของคนในชุมชน (วารยาภา มิ่งศิริธรรม และ รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์, 2564) จากการศึกษาข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงได้นำแนวคิดทฤษฎีของการจัดการท่องเที่ยว และรูปแบบการท่องเที่ยวของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2560) มาเป็นกรอบดำเนินการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบดำเนินการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม คณะผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา คือ ตำบลละเรียง อำเภอรังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล รวม 10 เดือน ระหว่างเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2563 ถึง เดือนเมษายน พ.ศ.2564 โดยคณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจ สัมภาษณ์ และจัดเวทีเสวนาเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งตามลักษณะของข้อมูลเพื่อการวิจัย ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ คนในชุมชน ผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่พัก ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวในชุมชน ผู้นำองค์กรภาคีฐานภาคเอกชนในการจัดการท่องเที่ยว ผู้นำท้องถิ่น จำนวน 5,857 คน

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) ในผู้ประกอบการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ จำนวน 5 คน องค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 5 คน ปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 14 คน ผู้นำท้องถิ่น กลุ่มแม่บ้านและกลุ่มสตรี จำนวน 20 คน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 29 คน และนักท่องเที่ยว จำนวน 46 คน รวมจำนวน 121 คน เพื่อสัมภาษณ์ สันทนาการกลุ่ม การประชุมระดมความคิดเห็น และร่วมสำรวจแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลละเรียง

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

แบบสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ซึ่งมีแนวข้อคำถามประเด็น ในการสัมภาษณ์ ตอนที่ 1 บริบทชุมชนและสถานการณ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ตอนที่ 2 บริบทแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตอนที่ 3 แนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ บทความวิจัย วารสาร นิตยสาร รายงานการวิจัย และรายงานประจำปีเพื่อใช้ในการประกอบการวิจัย

2. จัดทำแบบสัมภาษณ์ (แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง) เป็นการศึกษาภาคสนาม โดยลงพื้นที่ติดต่อประสานงานกับตัวแทนองค์กรชุมชนเพื่อเตรียมลงพื้นที่ในการสัมภาษณ์ และการจัดประชุมกลุ่ม ใช้กระบวนการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Rural Appraisal-PRA) เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐาน บริบทของชุมชนและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน จัดเก็บข้อมูลโดยกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมระหว่างคณะผู้วิจัยและกลุ่มตัวอย่าง ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วน ความสมบูรณ์ของข้อมูล และนำข้อมูลที่มีความสมบูรณ์มาวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation Method) ด้านแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านเวลาสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง และบุคคลที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ จากเทคนิคการเก็บข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์ ซึ่งมีแนวข้อคำถามประเด็นในการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การประชุมระดมความคิดเห็น แล้วนำผลมาวิเคราะห์เนื้อหาหาขอบทวน

4. ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แนวทางสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ตำบลละเือง จังหวัดนครราชสีมา

แนวทางสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ตำบลละเือง พบว่า กระบวนการประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล (SWOT) และ (TOWS matrix) ชุมชนตำบลละเืองร่วมมือให้ข้อมูล มีความกระตือรือร้นในแนวทางสร้างโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยกระบวนการมีส่วนร่วม ซึ่งจากการศึกษาศักยภาพชุมชน บริบทชุมชนในพื้นที่ตำบลละเือง ร่วมกันวิเคราะห์ (SWOT) จุดแข็ง จุดอ่อน และอุปสรรคในการท่องเที่ยวของชุมชนในพื้นที่ตำบลละเือง และหาโอกาสที่ชุมชนมีอยู่ ที่ผ่านมามีข้อสรุปว่า

จุดแข็ง Strength คือ (1) ภูเขา ป่าเขาภูหลวง ติดกับเขตอุทยานแห่งชาติทับลาน ต.ค.-ธ.ค. มีนักท่องเที่ยว ทางเดินเท้า ดูนก ส่องนก มีการอนุรักษ์ปลูกป่ารักษาสิ่งแวดล้อม (2) น้ำตก 3 ที่ น้ำตกคลองหนึ่ง, น้ำตกคลองกุ่ม, น้ำตกคลองดินดำ (3) ป่าชุมชน 2 แห่ง ป่าชุมชนคลองกุ่ม, ป่าชุมชนบ้านไทรงาม (4) หุบเขา ร่มรื่น (5) ภูมิปัญญา ลูกประคบสมุนไพร เพาะเห็ด ปลูกสมุนไพร ขมิ้นชัน ทำดอกไม้จันทร์ เตยไม้ไผ่ แข่งปลาทู ปลาข้าวขึ้นชื่อของหมู่บ้านวังขอน บ้านวังสับประรดท่ากาะแมร์ (6) สวนเศรษฐกิจพอเพียง ความยั่งยืนกลุ่มเกษตรกร สวนเกษตรต่างๆ 70 ไร่ของประชากรทำพืชไร่ ข้าวโพด มันสำปะหลัง อ้อย พืชผักเมืองหนาว ทำสวนพุทธรักษา สวนองุ่น สวนทุเรียน สวนยาง มะขามฝักยักษ์ ทำนาบ้างเล็กน้อย /เลี้ยงสัตว์ โค กระบือ แกะ แพะ (6.1) ประชาชนมีการพัฒนาการเกษตรเป็นเกษตรกรรมเพื่อการท่องเที่ยว (6.2) มีผลผลิตทางการเกษตรและเกษตรแปรรูปคุณภาพดี ปลอดภัยเป็นจำนวนมาก (6.3) มีสภาพพื้นที่และภูมิอากาศเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว (6.4) มีจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (7) บ้านพัก รีสอร์ท ร้านอาหาร ร้านเสริมสวย อู่ซ่อมรถ ตู้เอทีเอ็ม ไปรษณีย์ ปั๊มน้ำมัน สถานพยาบาล (8) เส้นทางสายบ้านบุตะโก ตำบลวังน้ำเขียว อ.วังน้ำเขียว (แยกจากถนนสาย 304)-บ้านคลองม่วง ต.คลองม่วง อ.ปากช่องถึงตำบลละเือง ระยะทาง 47 กม. /เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ห่างจากกรุงเทพฯ และมีเส้นทางคมนาคมสะดวก มีโครงสร้างการคมนาคมขนส่งสามารถติดต่อได้ตลอดพื้นที่ทั้งจังหวัดมีถนนสายหลักตัดผ่าน (9) ประชาชนมีความตื่นตัวและมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น มีการรวมกลุ่มในชุมชน (10) ผู้นำมีความรู้ความสามารถ มีภาวะความเป็นผู้นำ มีศักยภาพในการบริหารงาน (11) ประชาชนมีความจริงจังในการทำงาน มีความเป็นตัวของตัวเองสูง

จุดอ่อน Weakness คือ (1) จัปปลาตามธรรมชาติบริโภคในครัวเรือนตามฤดูกาลเท่านั้น (2) ไม่มี บขส. ขนส่ง พื้นที่ตำบลไม่มีรถโดยสารประจำทาง ทำให้เดินทางไม่สะดวก ส่วนใหญ่ประชาชนใช้รถส่วนตัว (3) ไม่มีองค์กรเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวในตำบลระเริงอย่างชัดเจน (4) ประชาชนยังละเลยการเอาใจใส่ด้านสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง (5) ขาดระบบบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ (6) ขาดระบบกำจัดน้ำเสียและขยะมูลฝอยที่มีประสิทธิภาพ (7) ปัญหาการรุกรานที่สาธารณะ และการบุกรุกทำลายป่า (8) เกษตรกรยังขาดความรู้เรื่องการตลาด (9) ขาดการประสานงานอย่างจริงจังของภาครัฐในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว (10) ขาดบุคลากรในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว (11) ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี (12) ขาดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน (13) ที่ดินไม่มีเอกสารสิทธิ์ ทำให้ขาดโอกาสในการพัฒนาอาชีพ (14) ประชาชนยังขาดความรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับประชาชน (15) กลุ่มองค์กรต่างๆ ไม่เข้มแข็ง

โอกาส Opportunity คือ (1) ประเด็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวธรรมชาติของอำเภอวังน้ำเขียว เช่น การดูแลแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงาม, พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยง, ส่งเสริมหมู่บ้านท่องเที่ยวชุมชน (2) พื้นที่พัฒนาเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงจังหวัดนครราชสีมา อำเภอโชคชัย, อำเภอปักธงชัย, อำเภอวังน้ำเขียว, อำเภอครบุรี, อำเภอเสิงสาง มีลักษณะเขตพื้นที่มีเส้นทางคมนาคมและรอยต่อระหว่างอำเภอเชื่อมโยงถึงกัน มีศักยภาพในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และทิศทางการพัฒนาอำเภอที่สอดคล้องเกื้อหนุนต่อกัน มีความเกี่ยวเนื่องทางเศรษฐกิจ การผลิต การค้า และการลงทุนเพื่อมูลค่าเพิ่มและการได้เปรียบในการแข่งขันร่วมกัน รวมทั้งเป็นการแก้ไขปัญหาเร่งด่วนที่ต้องอาศัยความร่วมมือกัน มีความพร้อมในการยกระดับพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เกษตร ชุมชนได้เป็นอย่างดี (3) เป็นพื้นที่เป้าหมายมหาวิทยาลัยสุรนารี (4) นโยบายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (5) นโยบายการกระจายอำนาจ (6) นโยบายการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มศักยภาพ (7) นโยบายการอบรมเพิ่มประสิทธิภาพในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร (8) โครงการพัฒนาศักยภาพของหมู่บ้านตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (9) รัฐบาลสนับสนุนให้แต่ละท้องถิ่นมีบทบาทในการอนุรักษ์ พื้นที่เผยแพร่ถ่ายทอดวัฒนธรรมประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มากยิ่งขึ้น

อุปสรรค Threat คือ (1) ปัญหาความไม่ชัดเจนเรื่องแนวเขตที่ดินทำกินกับพื้นที่ป่า (2) ภัยธรรมชาติเนื่องจากพื้นที่มีลักษณะเป็นแหล่งต้นน้ำ ฤดูฝนมีน้ำหลาก ฤดูแล้งมีภัยแล้ง ขาดน้ำเพื่อการอุปโภค บริโภค (3) บุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ มีไม่เพียงพอ (4) สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจในระดับประเทศ ภูมิภาค ส่งผลต่อการพัฒนาท้องถิ่น (5) สื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต เข้ามามีอิทธิพลต่อเด็กและเยาวชน ทำให้กระแสบริโภคนิยมและวัตถุนิยมรุนแรงมากขึ้น ทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิมของประชาชน

และเมื่อนำมาพัฒนากลยุทธ์ในแนวทางการดำเนินการผ่าน TOWS matrix สรุปได้ว่า

กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาส คือ (1) การเข้าไปจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ตำบลระเริง จังหวัดนครราชสีมาให้เร็วที่สุด (2) เร่งรัดเพื่อแนวทางการสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ตำบลระเริง จังหวัดนครราชสีมาให้เร็วที่สุด (3) เร่งรัดแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ตำบลระเริง จังหวัดนครราชสีมาให้เร็วที่สุด

เพื่อโอกาสจากส่งเสริมของภาครัฐที่มีนโยบายสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวในทุกรูปแบบ เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนจากนักท่องเที่ยวในระดับประเทศและต่างประเทศ

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) ใช้โอกาสลดจุดแข็ง คือ (1) การจัดตั้งชมรมท่องเที่ยวในระดับตำบลเพื่อเพิ่มบุคลากรในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ ประชาสัมพันธ์ใน

สื่อทุกช่องทาง (2) เพิ่มมาตรฐานของโฮมสเตย์ในพื้นที่ เช่น ระบบกำจัดน้ำเสีย การกำจัดขยะมูลฝอย การจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ (3) การให้ความรู้ด้านการตลาด กฎหมายที่เกี่ยวข้องและร่วมงานกับภาครัฐในทิศทางการพัฒนาศักยภาพในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เกื้อหนุนต่อกัน เช่น เศรษฐกิจ การผลิต การค้า การลงทุน เพื่อเพิ่มมูลค่าและการดำเนินเปรียบเทียบในการแข่งขันร่วมกัน รวมทั้งการแก้ปัญหาเร่งด่วนที่ต้องอาศัยความร่วมมือกัน

กลยุทธ์เชิงรับ (WT) แก้ไขจุดอ่อนและเลี่ยงอุปสรรค คือ (1) ในช่วงเริ่มต้นของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บุคลากรควรเป็นผู้ที่จิตบริการด้วยความเต็มใจ สมัยครใจในการทำงาน และมีความรู้ความเข้าใจในการบริการ ในระยะต่อมาจึงเพิ่มบุคลากรที่ผ่านการให้ความรู้ในด้านบริการการท่องเที่ยวให้มากขึ้นเพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชน (2) เสนอราคาในโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วยราคาที่เป็นธรรมกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ และมีความชัดเจน

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) ใช้จุดแข็งรับมืออุปสรรค คือ (1) การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรหลีกเลี่ยงในเดือนที่มีภัยธรรมชาติ เช่น แห้งแล้งขาดน้ำ หรือ น้ำหลาก ควรจัดในช่วงที่อากาศ และแหล่งธรรมชาติมีความสวยงาม (2) ให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ ป่า สัตว์ป่า และระบบนิเวศ แก่คนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว (3) ควรปรับเปลี่ยนโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามฤดูกาลและความต้องการของตลาด ณ เวลานั้น

ตอนที่ 2 แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ตำบลละเรียง จังหวัดนครราชสีมา

แนวทางการจัดการท่องเที่ยวตามแนวคิดของ Adhikary (1995) ว่าด้วยโครงสร้างในองค์กรจะต้องจัดลำดับชั้น แบ่งหน้าที่ให้เหมาะสม แต่ละหน่วยจะทำงานในลักษณะเชื่อมโยงกัน มีเครือข่ายจัดการที่เหมาะสม โครงสร้างองค์กรที่ดีจะต้องมีรูปธรรมทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวและขึ้นอยู่กับรูปแบบของ RASI นั่นคือ โครงสร้างองค์กรต้องแบ่ง ความรับผิดชอบ (Responsibility) อำนาจหน้าที่ (Authority) การสนับสนุน (Support) และ ข่าวสารข้อมูล (Information) สิ่งนี้จะเป็นกุญแจที่สำคัญนำไปสู่ความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยว

โดยการประชุมระดมความคิดเห็นได้ร่วมกันกำหนดแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน คำนึงถึงการกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างเป็นธรรม ชุมชนละเรียงได้จัดตั้งชมรมท่องเที่ยวละเรียง โดยกำหนดโครงสร้างการบริหารและบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ โดยมีแนวทางกำหนดโครงสร้างประธานกลุ่มชมรมท่องเที่ยวละเรียง หน้าที่กำกับดูแลบริหารจัดการงานต่าง ๆ ให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ และเป็นผู้ประสานงานหลักกับคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ กับคณะกรรมการบริหารที่ประกอบไปด้วย ฝ่ายปกครอง องค์การบริหารส่วนตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้านของผู้ใหญ่บ้าน โดยทำงานผ่านทางเลขานุการของกลุ่มร่วมพัฒนาศักยภาพด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาถึงที่พักชุมชน โดยดูแลเรื่องการรับรอง การเข้าพัก ณ ที่พักของชุมชน ดูแลการท่องเที่ยวตามโปรแกรมการท่องเที่ยวที่กำหนดไว้ ฝ่ายบริการและสวัสดิการมีหน้าที่ติดต่อประสานงานยานพาหนะให้บริการทั่วไปแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ฝ่ายเลขานุการมีหน้าที่จัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย รวมถึงสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และฝ่ายรักษาความปลอดภัย มีหน้าที่รักษาความปลอดภัยในขณะเดินทาง อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวทั้งยังให้คำแนะนำ และความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตัวเมื่อเดินทางถึงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตำบลละเรียง

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนผ่านกระบวนการประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล (SWOT) และ (TOWS matrix) ชุมชนตำบลละเรียง ซึ่งจากการศึกษาศักยภาพชุมชน บริบทชุมชนในพื้นที่ตำบลละเรียง ร่วมกันวิเคราะห์ (TOWS matrix) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ดังนี้ (1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO) คือ การเข้าไปจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ตำบลละเรียง จังหวัดนครราชสีมาให้เร็วที่สุด เร่งรัดเพื่อแนวทางสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ตำบลละเรียง จังหวัดนครราชสีมาให้เร็วที่สุด เร่งรัดแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ตำบลละเรียง จังหวัดนครราชสีมาให้เร็วที่สุด เพื่อโอกาสจากส่งเสริมของภาครัฐที่มีนโยบายสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวในทุกรูปแบบ เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนจากนักท่องเที่ยวในระดับประเทศและต่างประเทศ (2) กลยุทธ์แก้ไข (WO) คือ การจัดตั้งชมรมท่องเที่ยวในระดับตำบลเพื่อเพิ่มบุคลากรในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ ประชาสัมพันธ์ในสื่อทุกช่องทาง เพิ่มมาตรฐานของโฮมสเตย์ในพื้นที่ เช่น ระบบกำจัดน้ำเสีย การกำจัดขยะมูลฝอย การจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ การให้ความรู้ด้านการตลาด กฎหมายที่เกี่ยวข้องและร่วมงานกับภาครัฐในทิศทางการพัฒนาศักยภาพในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เกื้อหนุนต่อกัน (3) กลยุทธ์เชิงรับ (WT) คือ ในช่วงเริ่มต้นของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บุคลากรควรเป็นผู้ที่จิตบริการด้วยความเต็มใจ สมครใจในการทำงาน และมีความรู้ความเข้าใจในการบริการ ในระยะต่อมาก็เพิ่มบุคลากรที่ผ่านการให้ความรู้ในด้านบริการการท่องเที่ยวให้มากขึ้นเพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชน เสนอราคาในโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วยราคาที่เป็นธรรมกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ และมีความชัดเจน (4) และกลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) คือ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรหลีกเลี่ยงในเดือนที่มีภัยธรรมชาติ ควรจัดในช่วงที่อากาศ และแหล่งธรรมชาติมีความสวยงาม ให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ ป่า สัตว์ป่า และระบบนิเวศ แก่คนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว และให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ ป่า สัตว์ป่า และระบบนิเวศ แก่คนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว อีกทั้งความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรเชิงนิเวศให้อยู่คู่กับชุมชน และการท่องเที่ยวเป็นเพียงรายได้เสริมของชุมชน

เนื่องจากในปัจจุบันการส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องเริ่มจากการวางแผนการดำเนินงานภายใต้การมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกภาคส่วนและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่สอดคล้องสัมพันธ์กับความต้องการของชุมชน และนักท่องเที่ยวตามเงื่อนไขการศึกษาบริบทแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงธันวาคม ชุมชนตำบลละเรียงได้จัดตั้งชมรมท่องเที่ยวละเรียง เพื่อเป็นหน่วยงานส่วนกลางของชุมชนในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ สอดคล้องกับ Choibamroong (2014) เสนอแนวคิดว่า ในการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเป็นพื้นฐานสำคัญในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งการมีส่วนร่วมของชุมชน มีบทบาทสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตโดยอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบนฐานชุมชนนั้น คนในชุมชนจะต้องเข้ามากำหนดทิศทาง และรูปแบบการท่องเที่ยวบนฐานคิดว่า ชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของมีส่วนได้ส่วนเสียด้วย สอดคล้องกับ อริสา สำรอง และ สุภัทริภา ชันทจร (2562) พบว่า องค์การชุมชนท่องเที่ยววันวิถีชุมชนให้ความสำคัญกับบุคลากรในองค์กรที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่สามารถจัดการปัญหาได้อย่างรวดเร็ว เป็นปัจจัยขับเคลื่อนที่สำคัญ และพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน เน้นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่โดยรอบชุมชน ไม่เกิดความ

เสียหายต่อทรัพยากรธรรมชาติเหล่านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตของชุมชนเป็นหลัก

สำหรับทรัพยากรเชิงนิเวศในชุมชนระเริงมีจุดเด่นที่ทุ่งหญ้าไร่ร้าง น้ำตกคลองดินดำ น้ำตกคลองกุ่ม น้ำตกคลองหนึ่ง การส่องสัตว์และนกประจำถิ่นป่าเขาภูหลวง กิจกรรมเก็บเห็ดป่า ภู ป่าไร่ชุมชนหัวไร่ปลายนา เส้นทางวิ่งและปั่นจักรยานชมธรรมชาติ กิจกรรมชมและร่วมทำอาหารพื้นถิ่นและขนม การเรียนรู้พืชเศรษฐกิจท้องถิ่นและการเลี้ยงสัตว์แบบเศรษฐกิจพอเพียง อนึ่งการพัฒนาแบบการจัดการท่องเที่ยว ชุมชนตำบลระเริงได้จัดตั้งชมรมท่องเที่ยวระเริงเพื่อแบ่งหน้าที่การทำงานและขับเคลื่อนโปรแกรม กิจกรรมท่องเที่ยว รวมถึงการกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างเป็นธรรม สอดคล้องกับ ทศณีย์ บุญทิพย์. (2563) พบว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนโดยชุมชนนั้นต้องกระจายรายได้แก่ชาวบ้าน เนื่องจากเกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นและมีรายได้มาจากการทำหน้าที่ต่าง ๆ เช่น มัคคุเทศก์ บริการรถรับส่ง ร้านอาหาร ขายของที่ระลึก ขายผัก ผลไม้ และผลิตผลทางการเกษตรของชุมชน บ้านพัก/โฮมสเตย์

แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ตำบลระเริงที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประธานและกรรมการบริหารชมรมท่องเที่ยวระเริง รวมถึงการได้รับการสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐและเอกชนที่สนับสนุนตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำเพื่อความเข้มแข็งด้านเครือข่ายพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน พร้อมเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจชุมชน สนับสนุนความยั่งยืนของการท่องเที่ยวชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ สุจริต และ ชัชชัย สุจริต (2560) พบว่า การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องอาศัยการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐและชุมชน ผู้นำชุมชน การสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวจากสถาบันการศึกษา เพื่อสร้างเครือข่ายของแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่ให้เข้มแข็ง ซึ่งผลของการวิจัยนี้ พบว่า ชุมชนให้ความสนใจในการให้ข้อมูล ชาวบ้านต้องการมีส่วนร่วมในการเสนอแนะทางสร้างโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกระตือรือร้น ร่วมกันแบ่งหน้าที่ ร่วมประชุมระดมความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาปรับปรุงแก้ไขพัฒนา รวมถึงประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว นำจุดด้อยของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว และระบบสาธารณูปโภค เส้นทางที่เชื่อมโยงทั้งตำบลระเริงมายกระดับให้ความสำคัญในการพัฒนาในระดับต้นและได้รวบรวมทุกมิติที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต การดำรงชีวิต อัตลักษณ์ของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและนิเวศในชุมชน มีกิจกรรมการทำอาหารแปรรูปจากพืชและสัตว์ที่มาจากชาวบ้าน เช่น มะขามยักษ์โศกผักดาบหรือผักโศกกำไล ปลา ขนม สบู่ แชมพู น้ำพริกมาจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมและร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับชุมชนได้

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ควรนำเสนอการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชื่อมโยงการแหล่งท่องเที่ยวหรือเทศกาลการท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ได้รับความนิยมอยู่แล้ว ที่อยู่รอบชุมชนตำบลระเริง เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ตำบลระเริงให้มากขึ้น เช่น นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวชมชนตำบลไทยสามัคคี อำเภอลำทะเมนชัย สามารถเชื่อมโยงให้นักท่องเที่ยวมาตำบลระเริงได้ เช่น งานเทศกาลเบญจมาศบานในม่านหมอก อำเภอลำทะเมนชัย เพื่อให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงถึงกันต่อไป

2. ควรนำแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนจากงานวิจัยนี้มาสนับสนุนการพัฒนาการจัดการเศรษฐกิจชุมชนเชิงนโยบาย ซึ่งคาดว่าแนวคิดดังกล่าวจะมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเศรษฐกิจชุมชนในอนาคต

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนระเริง ควรนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลสารสนเทศ เพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยประชาชนมีส่วนร่วม

ร่วมของชุมชน และประชาสัมพันธ์ เชื่อมโยงการท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียวและเผยแพร่ไปยังหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน

4. ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเรื่อง การตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ องค์การบริหารส่วนตำบล ประชาชนชาวบ้าน ผู้นำท้องถิ่น กลุ่มแม่บ้านและกลุ่มสตรี กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน เพื่อเป็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ผ่านมาตรฐานคุณภาพ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. สำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต ควรนำรูปแบบการศึกษาในเชิงปริมาณเพิ่มเติม เพื่อให้ได้รายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ได้หลากหลายมิติ

2. ควรศึกษาในรูปของการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) การวิเคราะห์เชิงเหตุผล (Causal Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เชิงโครงสร้างยืนยัน (Confirmatory Structure) โดยอาจพิจารณาทั้งตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) ตัวแปรแฝง (Latent Variable) หรือตัวแปรสังเกต (Observed Variable) ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) ผลจากการศึกษาจะทำให้สามารถทราบถึงแนวทางสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ในเชิงลึกหรือได้ผลการศึกษาวิจัยในระดับละเอียดได้

6. กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ พัฒนาชุมชนอำเภอวังน้ำเขียว องค์การบริหารส่วนตำบลละเรียง กำนัน ผู้ใหญ่บ้านทุกหมู่บ้านในตำบลละเรียง แกนนำชุมชน ผู้ประกอบการที่พัก ร้านอาหาร และชาวบ้านในตำบลละเรียง อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). **ท่องเที่ยวไทย 2560-2561**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 3 เมษายน 2564 จาก <http://thai.tourismthailand.org/about-tat>
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.
- กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา. (2562). **แผนพัฒนาจังหวัดนครราชสีมา พ.ศ. 2561-2565 ฉบับบททวน ปีงบประมาณ พ.ศ.2564**. นครราชสีมา : สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา.
- ทัศนีย์ บุญทิพย์. (2563). การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน ตำบลท่าขนอน อำเภอศีร์ษะเกษ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. **วารสารวิชาการสังคมมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช**. 10 (2), 81-93.
- เบญจวรรณ สุจริต และ ชัชชัย สุจริต. (2560). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลนางพญา อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์. **วารสารวิชามหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์**. 12 (2), 53-65.

- วรายาภา มิ่งศิริธรรม และ รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. (2564). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม. **วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา**. 11 (1), 38-49.
- วรรณวิมล ภู่นาค. (2558). ศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา. **วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์**. 26 (1), 63-74.
- ศิรินันท์ พงษ์นรินทร์ โอษฐ์ญา บัชรธรรม และ ชัชชญา ยอดสุวรรณ. (2559). แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวอำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดนครราชสีมา. **วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการมหาวิทยาลัยขอนแก่น**. 9 (1), 234-259.
- สุขุม คงดิษฐ์ ธารณี นวสันธิ์ วรธนาพร พรหมศิลป์ ศุภฤกษ์ กลั่นกล้า และ ญัฐพล รื่นถวิล. (2561). **โครงการนวัตกรรมเชื่อมโยงการตลาดการท่องเที่ยวในเขตเกษตรชุมชนสามเรือน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- สุธี เสรีรัฐศรี. (2558). **แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคก อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดสมุทรสงคราม**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย. (2551). **การบริหารและการจัดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: กระทรวงมหาดไทย.
- องค์การบริหารส่วนตำบลละหาน. (2564). **ประวัติความเป็นมา**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 3 เมษายน 2564 จาก http://raroeng.go.th/data_426.
- อริสา สำรอง และ สุภัทริภา ชันทจร. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การสู่ความเป็นเลิศของชุมชนท่องเที่ยวในวิถีไทยตามแนวพระราชดำริ: กรณีศึกษาชุมชนท่องเที่ยวในวิถีไทย อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดนครราชสีมา. **วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา**. 8 (2), 74-84.
- Adhikary, M. (1995). **Management of Ecotourism**. Bangkok: Srinakharinwirot University.
- Choibamroong, T. (2014). Agricultural Resources Research for Sustainable Agro-tourism: A Case Study of Surat Thani, Thailand. **NIDA Development Journal**. 54 (3), 202-220.
- Donohue, H. & Needham, R. (2006). Ecotourism: the evolving contemporary definition. **Journal of Ecotourism**. 5 (3), 192-210.
- Fennell, D. A. (2020). **Ecotourism**. (5th ed). New York: Routledge.
- Honey, M. (2008). **Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?** (2nd ed.). Washington, DC: Island Press.
- Kontogeorgopoulos, N., Churyen, A., & Duangsaeng, V. (2015). Homestay Tourism and the Commercialization of the Rural Home in Thailand. **Asia Pacific Journal of Tourism Research**. 20 (1), 29-50.
- Mgonja, J.T., Sirima, A. & Mkumbo, P. J. (2015). A review of ecotourism in Tanzania: magnitude, challenges, and prospects for sustainability. **Journal of Ecotourism**. 14 (2-3), 264-277.
- Niesenbaum, R. A. & Gorka, B. (2001). Community-Based Eco-Education: Sound Ecology and Effective Education. **The Journal of Environment Education**. 33 (1), 12-16.

- Othatawong, A. (2014). Community Participation in Talay Bua Dang Conservation within Chiang Wae Municipal Area, Kumphawapi District, Udonthani Province. **Academic Services Journal Prince of Songkla University**. **25** (1), 47-53.
- Reimer (Kila), J. K., & Walter, P. (2013). How do you know it when you see it? Community-based ecotourism in the Cardamom Mountains of southwestern Cambodia. **Tourism Management**. **34**, 122-132.
- Scheyvens, R. (2007). Ecotourism and gender issues. In James Higham (Ed.), **Critical issues In ecotourism**. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Stronza, A., & Gordillo, J. (2008). Community views of ecotourism. **Annals of Tourism Research**. **35** (2), 448-468.
- The International Ecotourism Society. (2021). **What is ecotourism?** Retrieved April 3, 2021, from <http://www.ecotourism.org>.
- The United Nations World Tourism Organization. (2014). **Tourism Highlight 2014 Edition**. Retrieved April 3, 2021, from <https://www.e-wto.org>.
- Tran, L., & Water, P. (2014). Ecotourism, gender and development in northern Vietnam. **Annals of Tourism Research**. **44**, 116-130.
- Walker, K. & Moscardo, G. (2014). Encouraging sustainability beyond the tourist experience: Ecotourism, interpretation and values. **Journal Sustainable Tourism**. **22** (8), 1175-1196.
- Weaver, D. B. & Lawton, I., J. (2007). Progress in tourism management. Twenty years on: the state of contemporary ecotourism research. **Tourism Management**. **28**, 1168-1179.

อิทธิพลของความผูกพันของพนักงานในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างการบริหาร
ทรัพยากรมนุษย์และความพึงพอใจของพนักงานส่งผลต่อการดำรงรักษาพนักงาน
ของบริษัทแห่งหนึ่ง ในอุตสาหกรรมผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก จังหวัดระยอง
Influence of Employee Engagement as the Mediator Between Human Resource
Management and Employee Satisfaction Affecting the Employee Retention
of A Company in The Plastic Packaging Industry Rayong Province.

วิทัศนีย์ ใจฉะ สุมาลี รามานุส และ ธัญนันท์ บุญอยู่*

(Witadsanee Jaichawa, Sumalee Ramanust and Thanyanan Boonyoo)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ความพึงพอใจของพนักงาน ความผูกพันของพนักงานและการดำรงรักษาพนักงาน 2) ความผูกพันของพนักงานในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการดำรงรักษาพนักงาน และ 3) ความผูกพันของพนักงานในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงความพึงพอใจของพนักงานและการดำรงรักษาพนักงาน ของบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก จังหวัดระยอง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยทำการเก็บข้อมูลกับพนักงานของบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก จังหวัดระยอง จำนวนทั้งสิ้น 100 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้าง (SEM) โดยใช้โปรแกรม Smart PLS 3.0

ผลการศึกษาพบว่า (1) พนักงานของบริษัทแห่งหนึ่ง ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก จังหวัดระยอง มีระดับของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ความพึงพอใจของพนักงาน ความผูกพันของพนักงาน และการดำรงรักษาพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00, 3.81, 3.81 และ 3.25 ตามลำดับ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.751, 0.813, 0.813 และ 0.812 ตามลำดับ (2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการดำรงรักษาบุคลากร (ER) พบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (HRM) ความพึงพอใจของพนักงาน (ES) และ ความผูกพันของพนักงาน (EE) มีค่าเท่ากับ 0.052, 0.635 และ 0.279 ตามลำดับ โดยที่การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (HRM) และความพึงพอใจของพนักงาน (ES) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการดำรงรักษาพนักงาน (ER) มีค่าเท่ากับ 0.56 และ 0.153 ตามลำดับ (3) ปัจจัยที่มีผลโดยรวมต่อความผูกพันของพนักงาน (EE) พบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (HRM) และความพึงพอใจของพนักงาน (ES) มีค่าเท่ากับ 0.200 และ 0.547 ตามลำดับ

* หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ 10160

Master of Business Administration, Program in Management, Southeast Asia University.10160

Corresponding Author; E-mail: S6241010002@sau.ac.th

ซึ่งจากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ส่งผลให้เกิดความผูกพันของพนักงาน และในทำนองเดียวกันความพึงพอใจในการปฏิบัติงานก็ส่งผลให้กับความผูกพันเช่นกัน ความผูกพันของพนักงานเป็นตัวแปรสำคัญ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์โดยตรงกับการธำรงรักษาพนักงาน

คำสำคัญ: การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ความพึงพอใจของพนักงาน ความผูกพันของพนักงาน การธำรงรักษาพนักงาน

Abstract

This objective of this research is to 1) study the level of human resource management, employee engagement, employee satisfaction and employee retention of a company in the plastic packaging industry, Rayong Province, 2) study the employee engagement as the mediator between the human resource management and the employee retention of a company in the plastic packaging industry, Rayong Province, and 3) study the employee engagement as the mediator between the employee satisfaction and the employee retention of a company in the plastic packaging industry, Rayong Province. The samples used in this research were 100 employees of a company in the plastic packaging industry, Rayong Province, by Purposive Sampling. The statistics used in this research consist of frequency, percentage, mean and standard deviation values. The structural equation model (SEM) was analyzed by using the Smart PLS 3.0 program.

As results, it was found that the (1) employees of a company in the plastic packaging industry, Rayong province, have the overall level of human resource management, employee satisfaction, employee engagement and employee retention at a high level with the mean values of 3.00, 3.81, 3.81 and 3.25, and the standard deviations of 0.751, 0.813, 0.813 and 0.812, respectively, (2) for the factors directly influencing employee retention (ER), it was found that human resource management (HRM), employee satisfaction (ES) and employee engagement (EE) were 0.052, 0.635 and 0.279, respectively. The human resource management (HRM) and employee satisfaction (ES) indirectly influenced employee retention (ER) with the values of 0.056 and 0.153, respectively, and (3) for the overall factors affecting employee engagement (EE), it was found that the human resource management (HRM) and employee satisfaction (ES) were 0.200 and 0.547, respectively. Results of this research show that the human resource management resulting in employee engagement. In the same way, the job satisfaction also affects the engagement. The employee engagement is a key variable which directly benefits the retention of employees.

Keywords: Human Resource Management, Employee Satisfaction, Employee Engagement, Employee Retention

Article history:

Received 30 July 2021

Revised 1 October 2021

Accepted 4 October 2021

SIMILARITY INDEX = 2.66 %

1. บทนำ

ภาพรวมเศรษฐกิจในปี 2563 ที่ผ่านมา “ส่งสัญญาณเตือนไม่ปกติในระยะรุนแรง” ซึ่งคาดว่า ภาวะอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกในช่วงเดือนมิถุนายน 2563 มีแนวโน้มชะลอตัวต่ำจากผลของมาตรการการควบคุมการระบาดของไวรัส COVID-19 แม้ว่าสถานการณ์การควบคุมการระบาดภายในประเทศไทยจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น และเกือบทุกอุตสาหกรรมสามารถกลับมาดำเนินกิจการได้ แต่สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19 ในหลายประเทศทั่วโลกยังไม่ดีขึ้นส่งผลให้การส่งออก คำสั่งซื้อ และกิจกรรมทางเศรษฐกิจหดตัวลงต่อเนื่อง การผลักดันเศรษฐกิจหลักของไทยจะยังคงต้องมาจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจในประเทศ แต่การผลักดันกิจกรรมทางเศรษฐกิจยังคงชะลอตัวทั้งภาคการผลิต ภาคเอกชน และผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น กำลังซื้อภายในประเทศยังไม่แข็งแกร่ง อย่างไรก็ตามการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกได้รับผลกระทบเช่นกัน (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม, 2563)

จังหวัดระยอง ซึ่งเป็นพื้นที่อุตสาหกรรมการผลิตหลากหลายประเภท ส่งผลให้องค์กรหรือธุรกิจต่าง ๆ ต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรง การจะทำให้องค์กรอยู่รอด และทันต่อสถานการณ์การแข่งขันได้นั้น องค์กรจะต้องเริ่มจากการพัฒนาประสิทธิภาพ และประสิทธิผลภายในองค์กร องค์กรเป็นหน่วยงานทางสังคมที่เกิดจากการรวมกลุ่มของมนุษย์ที่จัดตั้งขึ้นมาอย่างตั้งใจเพื่อบรรลุสู่จุดเป้าหมายที่มีอยู่ด้วยกันอย่างชัดเจน ด้วยวิธีการแบ่งงาน และหน้าที่ตามสายงานที่กำหนดตามลำดับขั้นของอำนาจ และหน้าที่พร้อมทั้งความรับผิดชอบร่วมกันทำกิจกรรมอย่างเป็นระบบ (ชูชัย สมितिไกร, 2557) นอกจากนี้ ปัญหาสำคัญอีกด้าน คือ ศักยภาพของแรงงานที่ต่ำลง โดยมาตรการหลักที่จะพัฒนาขีดความสามารถของแรงงาน จะต้องมุ่งยกระดับ (Upskill) และปรับทักษะ (Reskill) ให้พนักงาน มีความสามารถในการปรับตัวรับมือกับโครงสร้างเศรษฐกิจ และสังคมในโลกปัจจุบันใหม่ เริ่มตั้งแต่การวางแผนด้านบุคลากร กระบวนการสรรหาว่าจ้าง จนกระทั่งการพัฒนาฝึกอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับพนักงานเพื่อลดค่าใช้จ่าย และหลีกเลี่ยงปัญหาในด้านการสรรหาบุคลากรมาทดแทน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนมีผลกระทบต่อองค์กร เนื่องด้วยประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานจะลดลง กระบวนการผลิตมีประสิทธิผลต่ำ และความสามารถในการแข่งขันที่ลดลง

ถึงแม้ว่าการลาออกของพนักงานดูเหมือนจะเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในโลกธุรกิจสมัยใหม่ในตลาดแรงงานที่มีความยืดหยุ่นทำให้พนักงานสามารถย้ายจากงานหนึ่งไปยังอีกงานหนึ่งได้อย่างอิสระมากขึ้น การธำรงรักษานักงานที่มีความสามารถจะช่วยประหยัดทรัพยากร และเงินจำนวนมากของบริษัท ในกระบวนการสรรหา และพัฒนาฝึกอบรมพนักงาน นายจ้างควรกำหนดกระบวนการเพื่อให้พนักงานอยู่กับบริษัทได้นานขึ้นด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสม การมีผู้บังคับบัญชาที่ดีสนับสนุนให้มีความก้าวหน้าในอาชีพ การฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ มีความสุข และมีความพึงพอใจในการทำงานเป็นต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้มีความสนใจที่จะศึกษาเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว ปรับปรุง และหลีกเลี่ยงปัจจัยการสูญเสียบุคลากร และการหาแนวทางในการสร้างความพึงพอใจของพนักงานรวมถึงความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร ตลอดจนการพัฒนาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญขององค์กรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อการธำรงรักษาบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพให้คงอยู่กับองค์กรในระยะยาว เพื่อให้บุคลากรเหล่านั้นสามารถสร้างผลงานที่เกิดประสิทธิผล และผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดีขึ้น รวมถึงความสามารถใน

การทำการที่มากขึ้น คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์สูง ต้นทุนการผลิตต่ำ ซึ่งช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้ และสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้องค์กร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ความพึงพอใจของพนักงาน ความผูกพันของพนักงาน และการดำรงรักษาบุคลากรของพนักงานบริษัทแห่งหนึ่งในอุตสาหกรรมผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก จังหวัดระยอง
2. เพื่อศึกษาความผูกพันของพนักงานในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงการบริหารทรัพยากรมนุษย์สู่การดำรงรักษาบุคลากรของพนักงานบริษัทแห่งหนึ่งในอุตสาหกรรมผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก จังหวัดระยอง
3. เพื่อศึกษาความผูกพันของพนักงานในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงความพึงพอใจของพนักงานสู่การดำรงรักษาบุคลากรของพนักงานบริษัทแห่งหนึ่งในอุตสาหกรรมผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก จังหวัดระยอง

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management-HRM)

เป็นการกำหนดบทบาทและการออกแบบนโยบายเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร อย่างมีกลยุทธ์ ผ่านกิจกรรม การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร ที่มีความรู้ความสามารถ รวมไปถึงการอบรมและพัฒนายกระดับความรู้ความสามารถ เสริมสร้างพฤติกรรมและทักษะ เพื่อให้บุคลากรเหล่านั้นสามารถสร้างผลงานที่เกิดประสิทธิผลและผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดีขึ้น ในขณะที่ เพ็ญภา จันทรบำรุง (2559) ได้กล่าวว่า เป็นการบริหารจัดการกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพนักงานให้มีความเชื่อมโยงกัน ตั้งแต่การสรรหาพนักงานเข้ามาทำงาน การให้สวัสดิการต่าง ๆ และการพัฒนาพนักงานเพื่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร และเพื่อนร่วมงาน เมื่อพนักงานได้รับสิ่งตนเองต้องการหลังก้าวเข้ามาทำงานแล้วก็จะนำไปสู่การเกิดความพึงพอใจที่จะทำงานต่อองค์กร และมีความผูกพันคิดว่าองค์กรที่ตนทำงานอยู่นั้นเป็นเหมือนบ้านหลังที่สอง ในท้ายที่สุดพนักงานก็จะรักและอยากอยู่กับองค์กรไปอย่างยาวนาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ไปสู่การดำรงรักษาพนักงานเพื่อให้อยู่กับองค์กรอย่างยั่งยืน

2.2. ความพึงพอใจของพนักงาน (Employee satisfaction-ES)

เป็นสภาวะของความคิด อารมณ์ และเจตคติของบุคคลที่มีต่องานที่เขาปฏิบัติอยู่ หรือสถานที่ที่ทำงานอยู่ โดยแสดงออกมาเป็นความสนใจ กระตือรือร้น เต็มใจและสนุก ร่าเริง มีความสุข เป็นต้น เมื่อเกิดความพึงพอใจในงานที่ปฏิบัติอยู่ ก็มีความพยายามในการทำงาน แก้ไขปัญหาในสิ่งที่เกิดขึ้นตรงหน้า มีความสุขในการทำงาน และความมุ่งมั่นที่ปฏิบัติงานจนบรรลุตามวัตถุประสงค์ ในขณะที่ Aladwan (2017) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานนั้นเป็นผลมาจากสวัสดิการ และสิ่งแวดล้อมที่องค์กรมอบให้ ไม่ว่าจะเป็นการร่วมมือกันของเพื่อนร่วมงาน หรือการให้ความก้าวหน้าในอาชีพ เมื่อพนักงานได้รับสิ่งเหล่านี้ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจ ความชอบ จนนำไปสู่ความต้องการที่จะทำงานให้กับองค์กรที่เพิ่มขึ้น มีความรักความผูกพัน ไม่ต้องการย้ายออกจากการงาน

2.3. ความผูกพันของพนักงาน (Employee engagement-EE)

เป็นความสัมพันธ์ของพนักงานกับองค์กรแสดงออกด้วยความรู้ความเข้าใจ เป็นสภาวะทางพฤติกรรมที่แสดงออกต่อองค์กรของตนผ่านความพยายาม ความกระตือรือร้น ความหลงใหล จนนำไปสู่การเกิดความผูกพัน และมีแนวโน้มที่จะหลงใหลในองค์กรของตนเองที่ทำงานอยู่ในขณะที่ Kulsoom (2020)

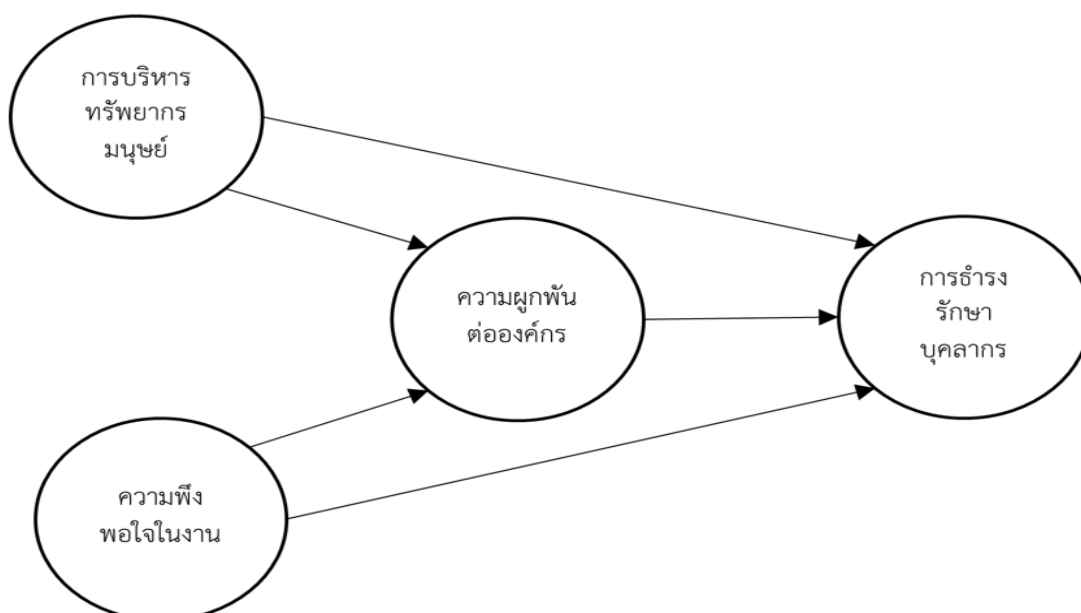
กล่าวว่า เป็นการที่พนักงานปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพตามความต้องการองค์กร เกิดความรู้สึกต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรมีความภาคภูมิใจ และเต็มใจที่จะอยู่ร่วมกับองค์กรต่อไปอีกยาวนาน อีกทั้งยังมีปฏิสัมพันธ์ต่อเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี พร้อมทั้งจะเสียสละประโยชน์ส่วนตัวเพื่อประโยชน์ขององค์กร และทำทุกวิธีที่จะพัฒนาองค์กรให้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งการมีความผูกพันของพนักงานในองค์กรสามารถช่วยลดอัตราการย้ายงาน การขาดงาน และการลาออกจากงานลดน้อยลงด้วย Eseleni (2017).

2.4. การธำรงรักษาบุคลากร (Employee Retention-ER)

เป็นการที่พนักงานมีความรู้สึกต้องการอยู่กับองค์กร มีความรัก ความต้องการเป็นหนึ่งในสมาชิก รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งและคิดว่าตนเองก็เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และต้องการอยู่กับองค์กรไปนาน ๆ ในขณะที่ จันทน์ อันเจริญ (2561) กล่าวว่า การธำรงรักษาพนักงาน คือ ความสัมพันธ์ต่อเนื่องระหว่างพนักงานและองค์กร ซึ่งการธำรงรักษาพนักงานเป็นบทบาทของผู้บริหารที่จะต้องคำนึงถึง และใส่ใจเพื่อที่จะรักษาพนักงานที่มีคุณภาพให้อยู่กับองค์กรได้อย่างยาวนาน ผ่านกลยุทธ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสวัสดิการ ค่าตอบแทน การให้อิสระในการทำงาน การเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็น หรือการให้ความก้าวหน้าในอาชีพการงาน

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวคิดในการ จากทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ “อิทธิพลของความผูกพันของพนักงานในฐานะตัวแปรต้นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์และความพึงพอใจของพนักงานส่งผลต่อการธำรงรักษาพนักงานของบริษัทแห่งหนึ่ง ในอุตสาหกรรมผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก จังหวัดระยอง” โดยผู้วิจัยได้ทำการพัฒนารอบแนวคิดได้ดังแสดงในแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาอิทธิพลของความผูกพันของพนักงานในฐานะตัวแปรต้นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์และความพึงพอใจของพนักงานส่งผลต่อการดำรงรักษาพนักงานของบริษัทแห่งหนึ่ง ในอุตสาหกรรมผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก จังหวัดระยอง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานของบริษัทแห่งหนึ่ง ในอุตสาหกรรมผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก จังหวัดระยอง ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน (ข้อมูลจากฝ่ายบุคคล ณ เดือน มกราคม 2564) โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวความคิดของ มนตรี พิริยะกุล (2553) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยโดยมีขั้นตอนดังนี้ (1) เก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำในระหว่างเดือน มกราคม 2564 – พฤษภาคม 2564 ได้แจกแบบสอบถามจำนวน 100 ฉบับ มีอัตราการตอบกลับอยู่ที่ 100 เปอร์เซ็นต์ (2) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ของพนักงานของบริษัทแห่งหนึ่ง ในอุตสาหกรรมผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก จังหวัดระยอง ด้วยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาระดับ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ความพึงพอใจของพนักงาน ความผูกพันของพนักงาน และการดำรงรักษาพนักงาน ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสรุปและอธิบายลักษณะของตัวแปร

3. สถิติอนุมานหรือสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) เป็นการนำวิธีทางสถิติมาใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) เพื่อหาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุและหาระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling--SEM) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SmartPLS3 (Hair et al., 2017)

4. ผลการวิจัย

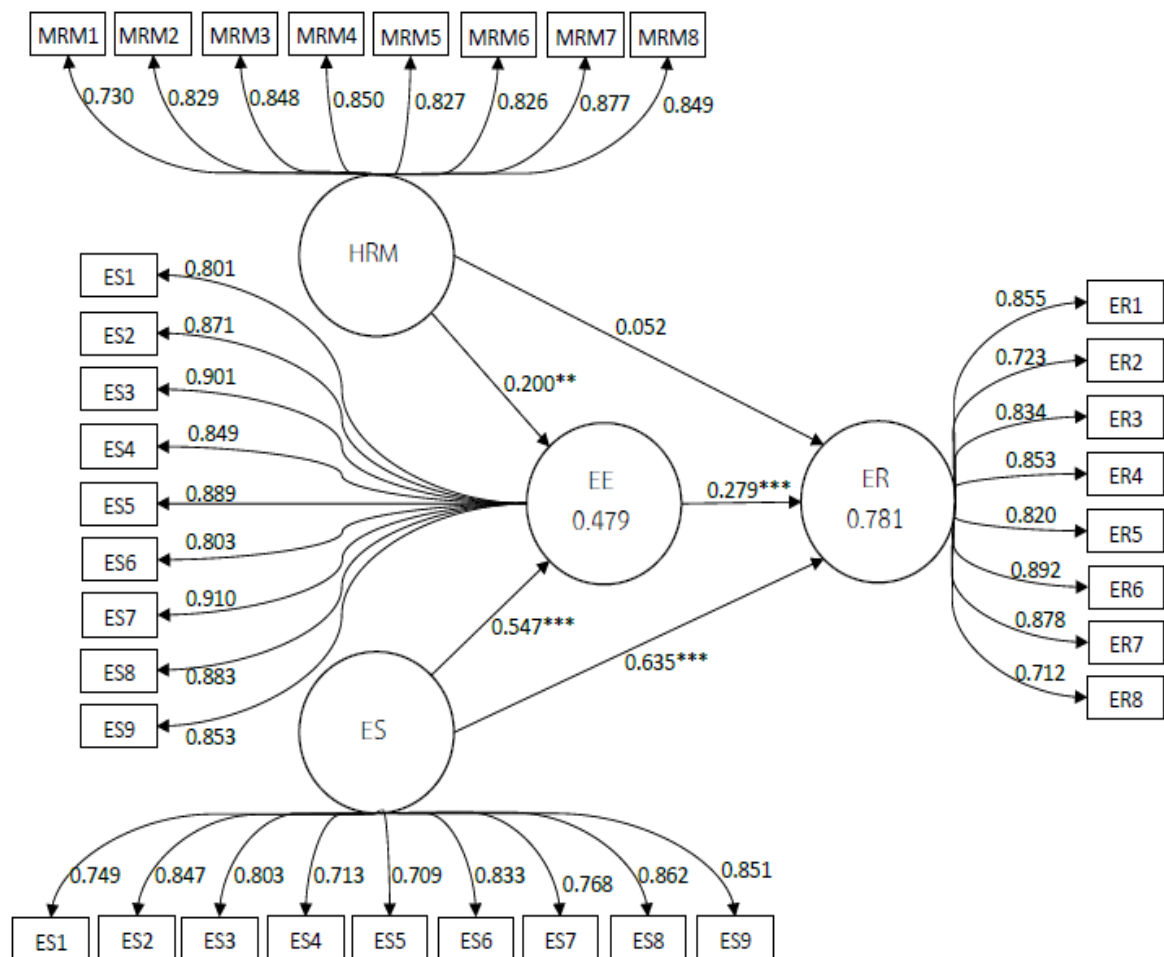
ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นเพศหญิง จำนวน 65 คน (ร้อยละ 65.00) มีช่วงอายุ 31–40 ปี จำนวน 45 คน (ร้อยละ 45) มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 31 คน (ร้อยละ 31) มีสถานภาพ สมรส จำนวน 52 คน (ร้อยละ 52) มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานมากกว่า 6 ปี จำนวน 41 คน (ร้อยละ 41)

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ของพนักงานของบริษัทแห่งหนึ่ง ในอุตสาหกรรมผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก จังหวัดระยอง สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ความพึงพอใจของพนักงาน ความผูกพันของพนักงาน และการดำรงรักษาพนักงาน ของพนักงานของบริษัทแห่งหนึ่ง ในอุตสาหกรรมผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก จังหวัดระยอง โดยรวม

	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (HRM)	3.00	0.751	ปานกลาง
2. ความพึงพอใจของพนักงาน (ES)	3.81	0.813	มาก
3. ความผูกพันของพนักงาน (EE)	3.81	0.813	มาก
4. การดำรงรักษาพนักงาน (ER)	3.25	0.812	ปานกลาง

ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างในภาพรวม ซึ่งเป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยสัมประสิทธิ์ถดถอยทางตรงที่ส่งผลต่อความการดำรงรักษาพนักงานและผลการทดสอบสมมติฐาน โดยผลเป็นวิเคราะห์ได้ดังแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 ตัวแบบสมการโครงสร้างอิทธิพลเชิงโครงสร้างของอิทธิพลของความผูกพันของพนักงานในฐานะตัวแปรคนกลางที่เชื่อมโยงการบริหารทรัพยากรมนุษย์และความพึงพอใจของพนักงานสู่การดำรงรักษาพนักงานของบริษัทแห่งหนึ่งในอุตสาหกรรมผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก จังหวัดระยอง

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของตัวแปรที่มีต่อการดำรงรักษาพนักงาน (ER)

ตัวแปร (LV)	ค่าความผันแปร	อิทธิพล (Effect)	HRM	ES	EE
การดำรงรักษาบุคลากร (ER)	0.781	DE	0.052	0.635***	0.279***
		IE	0.056	0.153	0.000
		TE	0.108	0.788	0.279
ความผูกพันของพนักงาน (EE)	0.479	DE	0.200**	0.547***	N/A
		IE	0.000	0.000	N/A
		TE	0.200	0.547	N/A

หมายเหตุ: DE = Direct Effect, IE = Indirect Effect, TE = Total Effect, N/A = Not Applicable

หมายเหตุ: * หมายถึง p-value ≤ 0.10 หรือ ค่า $t \geq 1.65$

** หมายถึง p-value ≤ 0.05 หรือ ค่า $t \geq 1.96$

*** หมายถึง p-value ≤ 0.01 หรือ ค่า $t \geq 2.58$

1 ปัจจัยที่มีผลโดยรวมต่อการดำรงรักษาบุคลากร (ER) พบว่า ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (HRM) ความพึงพอใจของพนักงาน (ES) ความผูกพันของพนักงานส่งผลโดยรวม (EE) มีอิทธิพลทางตรงต่อการดำรงรักษาบุคลากร (ER) มีค่าเท่ากับ 0.052, 0.635*** และ 0.279*** ตามลำดับ และ ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (HRM) และความพึงพอใจของพนักงาน (ES) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการดำรงรักษาบุคลากร (ER) มีค่าเท่ากับ 0.056 และ 0.153 ตามลำดับ

2. ปัจจัยความผูกพันของพนักงาน (EE) พบว่า ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (HRM) และความพึงพอใจของพนักงาน (ES) มีอิทธิพลทางตรงต่อการดำรงรักษาบุคลากร (ER) มีค่าเท่ากับ 0.200** และ 0.547*** ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลคั่นกลางที่เป็นตัวแปรที่เข้ามาเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามโดยที่มีตัวแปรคั่นกลางที่จะนำมาอธิบายอิทธิพลทางอ้อม ซึ่งผลการทดสอบอิทธิพลทางอ้อมจะปรากฏตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบอิทธิพลคั่นกลาง (Mediation Effect)

	สมมติฐานการวิจัย	Effect	Boot SE	Boot LLCI	Boot ULCI
H ₆	ความผูกพันของพนักงานในฐานะตัวแปรคั่นกลางระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับการดำรงรักษาพนักงาน	0.333	0.088	0.178	0.523
H ₇	ความผูกพันของพนักงานในฐานะตัวแปรคั่นกลางระหว่างความพึงพอใจของพนักงานกับการดำรงรักษาพนักงาน	0.333	0.090	0.170	0.527

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า (1) ความผูกพันของพนักงานในฐานะตัวแปรคั่นกลาง การบริหารทรัพยากรมนุษย์สู่การดำรงรักษาพนักงาน โดยมีค่าผลคูณของสัมประสิทธิ์ขอบเขตล่าง (Boot LLCI) และขอบเขตบน (Boot ULCL) ที่ช่วงของความเชื่อมั่นไม่คลุม 0 แสดงว่า ความผูกพันของพนักงานเป็นปัจจัย

คั่นกลางที่เชื่อมโยง การบริหารทรัพยากรมนุษย์สู่การดำรงรักษาพนักงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ขอบเขตล่างเท่ากับ 0.178 และขอบเขตบนเท่ากับ 0.523 (2) ความผูกพันของพนักงานในฐานะตัวแปรคั่นกลาง ความพึงพอใจของพนักงานสู่การดำรงรักษาพนักงาน โดยมีค่าผลคูณของสัมประสิทธิ์ขอบเขตล่าง (Boot LLCI) และขอบเขตบน (Boot ULCL) ที่ช่วงของความเชื่อมั่นไม่คลุม 0 แสดงว่า ความผูกพันของพนักงานเป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่าง ความพึงพอใจของพนักงานสู่การดำรงรักษาพนักงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ขอบเขตล่างเท่ากับ 0.170 และขอบเขตบนเท่ากับ 0.527

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปและอภิปรายผล

การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความผูกพันของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 เนื่องจากการบริหารทรัพยากรมนุษย์ต้องมีการกำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับเศรษฐกิจ องค์กรดำเนินการตามกระบวนการฝึกอบรมการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง องค์กรมีการกำหนดหน้าที่ของแต่ละตำแหน่ง (job description) เพื่อเป็นการสำรวจและกำหนดความต้องการของแต่ละหน่วยงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยาพร ห่องแสง (2555) พบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการคัดเลือก ด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ ส่งผลในทิศทางเดียวกับความผูกพันต่อองค์กรในเรื่องความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม โดยสอดคล้องกับ Shi (2018) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (HRM) กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในแต่ละภาคส่วนในปากีสถาน มีพยายามอย่างหนักที่จะดึงดูดพนักงานที่มีความสามารถและรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กรเพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการอยู่รอดในตลาดโลกที่ท้าทาย โดยในความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (HRM) กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในแต่ละภาคส่วน ในปากีสถานส่งผลดีต่อความผูกพันขององค์กรของพนักงาน

ความพึงพอใจของพนักงานมีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เนื่องจากความพึงพอใจของพนักงานเป็นความรู้สึกว่างานที่ทำอยู่น่าสนใจ และใช้ทักษะตรงกับความรู้ความสามารถของตนเอง และได้ใช้ความรู้ความสามารถที่มีในการปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ มีความรู้สึกว่าการดำเนินงานที่ทำอยู่มีความก้าวหน้าในสายงาน ส่งผลให้มีความทุ่มเท และเต็มใจที่จะปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ เพื่อความสำเร็จขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mohamed and Ali (2016) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในรูปแบบการสนับสนุนจากผู้บริหาร ทำให้เกิดความมั่นใจในตัวเอง บังคับบัญชาว่าสนใจในการปฏิบัติงานและผลงานของผู้ใต้บังคับบัญชาจนเปลี่ยนเป็นความพึงพอใจและก่อให้เกิดเป็นความผูกพันต่อองค์กร ในขณะที่ ดวงพร รุ่งเรืองศรี (2563) พบว่า ความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ ความพึงพอใจด้านคณาจารย์ และคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ / บริษัทเอกชน สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อสถาบันของนิสิตวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในขณะที่ เชิดพันธ์ พันธุ์สุข (2560) พบว่า ความพึงพอใจในงานด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน คุณค่าของงานที่ได้รับมอบหมาย สัมพันธภาพในงานที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานแผนกรักษาความปลอดภัยของโรงแรมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ สิริวรรณ พวงสว่าง (2556) พบว่า ความผูกพันของพนักงานและความพึงพอใจในงานของพนักงานเมื่อนำมารวมกัน จะเป็นตัวทำนายที่สำคัญของความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในเชิงบวก รวมถึงกลยุทธ์ที่มุ่งเพิ่มการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจในงานของพนักงาน จะส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน และทำให้มีพนักงานมีการทำงานที่มีประสิทธิภาพสูงและส่งผลให้กำไรเพิ่มขึ้น

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ไม่มีอิทธิพลต่อการดำรงรักษาพนักงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.052 นั้นหมายถึงว่าพนักงานยังคงต้องการให้บริษัทฯ เพิ่มเติมในประเด็นดังกล่าว โดยเฉพาะประเด็นที่องค์กรมีการอบรมเพื่อเตรียมความพร้อมเรื่องความสามารถของพนักงานสำหรับการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น เป็นประเด็นที่น่าสังเกตเพราะอยู่ในระดับที่น้อย ดังนั้นผู้วิจัยขอเสนอแนะให้บริษัทฯ ควรเพิ่มเติมการจัดการด้านการฝึกอบรมเพื่อเตรียมความพร้อมเรื่องความสามารถของพนักงานสำหรับพนักงานที่เป็นคนเก่งและมีความสามารถให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานที่ทางบริษัทฯ วางไว้สำหรับพนักงานในการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น เพื่อให้พนักงานมีความรู้สึกเชื่อมั่น และให้พนักงานจะได้นำไปต่อยอดในงานที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งในการทำงานของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยกร เสริมศรี (2558) พบว่า แนวปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการออกแบบงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร ด้านการให้รางวัล และด้านการสื่อสารในองค์กร ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะคงอยู่กับองค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ แต่ด้านการฝึกอบรมไม่ได้เป็นปัจจัยที่จะทำให้พนักงานในองค์กรโลจิสติกส์เกิดการ ทำงานร่วมกันหรือมีปฏิสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกัน จึงไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่จะคงอยู่กับองค์กรของพนักงาน

ความพึงพอใจของพนักงานมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อการดำรงรักษาพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เนื่องจากความพึงพอใจของพนักงานเป็นความรู้สึกว่างานที่ทำอยู่น่าสนใจ และใช้ทักษะตรงกับความรู้ความสามารถของตนเอง และได้ใช้ความรู้ความสามารถที่มีในการปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ ท่านมีความรู้สึกว่าได้รับการยอมรับจากผู้อื่นและสังคมเนื่องจากการทำงานในองค์กร มีความรู้สึกว่าตำแหน่งงานที่ทำอยู่มีความก้าวหน้าในสายงานอาชีพตำแหน่งงานอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย อีรวัดน์ ศรีอนุชาติ (2556) พบว่า ความพึงพอใจในการทำงานและนโยบายด้านทรัพยากรมนุษย์ที่ดีมีความเชื่อมโยงในเชิงบวกกับการดำรงรักษาบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความผูกพันของพนักงานมีอิทธิพลทางตรงต่อการดำรงรักษาพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เนื่องจากความผูกพันของพนักงานคือความรู้สึกเต็มเปี่ยมไปด้วยพลังในการปฏิบัติงาน ความพึงพอใจในการบริหารงานภายในหน่วยงาน รู้สึกภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและจะทำงานกับองค์กรแห่งนี้ตลอดไป องค์กรมีนโยบายที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนแน่นอนทุกฝ่ายยอมรับและเข้าใจตรงกัน ทำให้ท่านมีความรู้สึกว่าได้รับการยอมรับจากผู้อื่นและสังคมเนื่องจากการทำงานในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Xaba (2015) พบว่า การดำรงรักษาพนักงานสามารถปรับปรุงได้โดยการเพิ่มระดับความผูกพันของพนักงานผ่านการสานสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับองค์กรด้วยการมีกิจกรรมร่วมกัน การเปิดโอกาสต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานมีส่วนมากขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ องค์กรควรใช้การสอบคัดเลือกอย่างเหมาะสมเพื่อคัดเลือกพนักงาน ผลที่ได้จากการสำรวจแสดงให้เห็นว่ายังมีบางจุดโดยเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการคัดสรรบุคลากรยังมีจุดที่ต้องปรับปรุงในขั้นตอนการจัดสรร ยกตัวอย่างเช่น ข้อสอบที่ใช้อาจจะไม่ตรงกับสายงานที่ต้องการหรืออาจจะไม่ได้บังคับใช้อย่างจริงจัง ทางผู้วิจัยอยากเสนอแนะให้ทางองค์กรพิจารณาการทำการลงทะเบียนข้อสอบส่วนกลางและขบวนการทดสอบก่อนขั้นตอนการสัมภาษณ์ (Interview) กับหัวหน้างานในขั้นต่อไป

2. องค์กรจะต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับพนักงานว่าเรามีกิจกรรมหรือสร้างวัฒนธรรมในองค์กรให้บุคลากรมีโอกาสรับรู้ในความสำเร็จของตัวเอง ยกตัวอย่างเช่นจัดทำกิจกรรมแสดงความยินดีในวาระ

คล้ายวันเกิดของพนักงานในทุกๆปี รวมทั้งกิจกรรมร่วมกันระหว่างองค์กรกับครอบครัวพนักงาน หรือการมอบรางวัลเมื่อบุคลากรทำงานได้ตามเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ เพื่อเป็นการแสดงให้เพื่อนร่วมงานและหัวหน้ารับทราบในผลงานที่เกิดขึ้น

3. องค์กรจะต้องเพิ่มการปรับปรุงให้การทำงานร่วมกันในหน่วยงานเดียวกันให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดรวมทั้งความสามัคคีให้เกิดขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่นจัดให้มีกิจกรรมของแต่ละแผนกในแต่ละเดือนโดยพิจารณาด้านในหรือนอกสถานที่

4. สิทธิประโยชน์ต่างๆ ขององค์กร เช่น สิทธิสวัสดิการ โบนัส การลาหยุด การชำระทุนการศึกษา ยังมีจุดที่บริษัทสามารถที่จะปรับปรุงให้ดีขึ้นเพื่อให้บริษัทสามารถเพิ่มการชำระรักษาพนักงานในอนาคต เช่นทำการสำรวจสวัสดิการของบริษัทที่มีธุรกิจที่คล้ายคลึงกัน เพื่อจะได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาปรับปรุงในองค์กรต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ผู้สนใจอาจทำการวิจัยเรื่องนี้ ในเชิงคุณภาพเพื่อเปรียบเทียบกับผลการวิจัยเชิงปริมาณว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่

2. การศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เช่นการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อทัศนคติในการทำงาน หรือแรงจูงใจในการทำงาน เพื่อช่วยให้ผู้บริหารทราบถึงสิ่งที่พนักงานต้องการในขณะปฏิบัติงาน

3. การขยายการวิจัยไปยังองค์กรอื่นๆ ในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน เพื่อประโยชน์ในการเทียบเคียงและเปรียบเทียบผลการวิจัย เพื่อการเป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการภายในองค์กรในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- จันทน์ ฮั่นเจริญ. (2561). การชำระรักษาพนักงานของธุรกิจโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- ชัยกร เสริมศรี. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร บริษัทแห่งหนึ่ง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการบริหารทั่วไป), วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชูชัย สมธิไกร. (2557). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วี พรินท์ (1991) จำกัด.
- เชิดพันธ์ พันธุ์สุข. (2560). ความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานรักษาความปลอดภัยของโรงแรมในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ดวงพร รุ่งเรืองศรี. (2563). ความพึงพอใจและความผูกพันต่อสถาบันของนิสิตวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา. วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมือง, 9(2), 125-147.
- ธีรวัฒน์ ศรีอนุชาติ. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความพึงพอใจของพนักงานกับปัจจัยด้านความจงรักภักดีต่อองค์กรรัฐวิสาหกิจกรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่สายงานบริหารหนี้และกฎหมาย. ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต .สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

- ปิยาพร ห่องแสง. (2555). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขารณาคารอมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินญาณิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เพ็ญภา จันทน์บำรุง. (2559). ปัจจัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของกิจกรรมไคเซ็น กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนและประกอบรถยนต์ของญี่ปุ่นแห่งหนึ่ง. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต .สาขาพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มนตรี พิริยะกุล. (2553). ตัวแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สิริวรรณ พวงสว่าง. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของพนักงานกับความผูกพันที่มีต่อองค์กร กรณีศึกษากลุ่มบริษัท พีรพัฒน์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน). ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขา การจัดการ. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ) กระทรวงอุตสาหกรรม. (2563). ภาพรวมเศรษฐกิจและการฟื้นตัวของปี 2563 ภายใต้สภาวะโควิด-19. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2564, จาก <https://www.oie.go.th>.
- Aladwan, S. A. T. (2017). The impact of TQM and service employee satisfaction on government service quality: an empirical study in the Jordanian public sector. Ph.D. Thesis. The University of Birmingham.
- Eseleni, M. M. (2017). Developing a framework to improve employee engagement leveraging by organisational culture in banks for developing countries: a case study from Libya. Ph.D. Thesis. School of Aerospace Transport and Manufacturing.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2017). Advanced issues in partial least squares structural equation modeling. saGe publications.
- Kulsoom, A. U. (2020). Employees' Engagement and Job Commitment in the Ministry of Youth and Sports, Maldives. The University of Liverpool (United Kingdom).
- Mohamed, S. A., & Ali, M. (2016). The importance of supervisor support for employees' affective commitment: An analysis of job satisfaction. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 6(2), 435-439.
- Shi, J. (2018). The Development of Strategic Human Resource Management in the Chinese Financial Services Sector: Understanding the Roles of External Economic Factors and the State. Ph.D. Thesis. The University of Leeds Leeds University Business School Work and Employment Relations Division.
- Xaba, T. N. (2015). The effects of corporate rebranding on employee engagement: evidence from the professional services industry of South Africa. Master's degree of Management in Strategic Marketing. The Faculty of Commerce, Law and Management, Wits Business School, University of the Witwatersrand, Johannesburg, South Africa.

การถอดบทเรียนค่าตอบแทนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ใช้ในการเรียนการสอน The Lesson Learned of Human Resource Compensation Management Instruction.

ทศพร มะหะหมัด¹ สุกัญญา น้อยหอม² และ สมคิด ชัยโพธิ์น้อย³
(Tosaporn Mahamud, Sukanya Noimor and Somkid Chaiponoi)

บทคัดย่อ

การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการจ่ายค่าตอบแทนของนายจ้าง ในรูปแบบที่เป็นสากลที่นำมาใช้ในองค์กรธุรกิจ ที่สร้างกำหนดค่าตอบแทนในส่วนของพนักงานที่ไม่ใช่เงินเดือนและค่าจ้าง การจ่ายเป็นหน่วยรายชิ้น รายวัน ค่าตอบแทนหลักเล็กจ้าง ค่าตอบแทนแบบเป็น ชุดสำเร็จรูป การชำระเงินตามสัญญา กรณีให้การช่วยเหลือที่เป็น สวัสดิการ หรือที่พักอาศัย ทุกประเด็นเนื้อหาแล้วเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนในงานทรัพยากรมนุษย์ ที่มาเป็นตัวเงินและในรูปแบบอื่น

บทความวิชาการเรื่องนี้เป็นสรุปการบรรยายที่เกิดขึ้นในห้องเรียน เรื่อง ค่าตอบแทนงานทรัพยากรบุคคลที่ใช้ในการเรียนการสอน ระดับปริญญาตรี ของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจอันเป็นประโยชน์ต่อการสร้างความพร้อมของนักทรัพยากรบุคคลในอนาคตและผู้สนใจซึ่งมีความเกี่ยวข้องในงานทรัพยากรมนุษย์ เป็นปัจจัยสำคัญในการนำพาเป้าหมายขององค์กรไปสู่ความสำเร็จอันเป็นการจูงใจจิตศรัทธาการทำงานแรงจูงใจสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน เพื่อเป็นการบรรยายให้นักศึกษาเกิดความเข้าใจ ทั้งในส่วนทฤษฎีและปฏิบัติ นำไปสู่ความเข้าใจในรายละเอียดของการปฏิบัติเพื่อองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: ค่าตอบแทน การจัดการ ทรัพยากรบุคคล

¹ คณะบัณฑิตวิทยาลัย สาขา บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต 10250

Graduate School of Business Administration, Kasembundit University 10250

² คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต 10250

Faculty of Business Administration (Modern Trade Business Innovation) Kasembundit University 10250

³ คณะบริหารธุรกิจ สาขา การจัดการทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต 10250

Faculty of Business Administration Human Resource Management, Kasembundit University 10250

Corresponding author: tosaporn.mah@kbu.ac.th

Abstract

Presentation of content about Employer's Compensation in a universal format used in business organizations That creates compensation for employees that are not salary and wages. Paying in unit, piece, daily, main compensation for termination of employment Compensation in sets, contract payments In the case of providing assistance that is welfare or accommodation. All content issues are related to teaching and learning in human resources. which comes in money and in other forms

This academic article is a summary of the lecture that took place in the classroom on the subject of human resource compensation for teaching and learning. The bachelor's degree of students of the Faculty of Business Administration, which is useful for building the readiness of future human resource professionals and those interested in human resource work. It is an important factor in bringing the organization's goals to success, which is to motivate employees work potential, motivation, work environment. In order to describe the students to understand both in theory and practice leading to an understanding of the details of the practice for the organization effectively.

Keywords: compensation, management, human resources

Article history:

Received 30 August 2021

Revised 10 October 2021

Accepted 12 October 2021

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. บทนำ

ค่าตอบแทนทางเศรษฐกิจเป็นส่วนหนึ่งของระบบการให้รางวัลทั้งหมดในองค์กร แต่อย่างไรก็ตามเงินนั้นจะยังคงมีบทบาทสำคัญในความพึงพอใจโดยรวมของพนักงาน ค่าตอบแทนหรือการจ่ายเงินให้กับพนักงานสำหรับการทำงานเป็นแรงจูงใจที่โลกปัจจุบันทำการคิดค้นวิจัยเพื่อหาวิธีการใหม่อันเป็นการสร้างขวัญกำลังใจในการทำงานมากยิ่งขึ้น (วรรณวิชนี ธนอมชาติ 2560; Mosikarat, et al 2019; Ella, Ayeni, & Popoola, 2007) ในส่วนของค่าตอบแทนจึงกลายเป็นความรับผิดชอบหลักของผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคลถึงการจ่ายเงินที่ดีไม่เพียงแต่ช่วยดึงดูดพนักงานที่มีความสามารถที่สุดเท่านั้น แต่ยังช่วยรักษาพวกเขาไว้ในองค์กรเป็นเวลานานอีกด้วย ค่าตอบแทนทางการเงินที่มาพร้อมความมั่นคงกับเสถียรภาพของพนักงาน (พรรณราย ละตา ธัญญ์ นิธิ จิรพัฒนาพรสิน, 2561; สุรารักษ์ สุพัฒน์มงคล และ วันทนา เนาว์วัน, 2562) ค่าตอบแทนเป็นปัจจัยสำคัญในการนำพาเป้าหมายขององค์กรไปสู่ความสำเร็จอันเป็นการจูงใจจิตศักยภาพการทำงานแรงจูงใจสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน (กฤษดา เขียววัฒนสุข นิกร ลีชาคำ มรกต จันทรกระพ้อ 2562; ไฉไล ศักดิพรพงศ์, 2562) อย่างไรก็ตามปัญหาจำนวนมากในอุตสาหกรรมการทำงานขององค์กรบริษัทก็มีสาเหตุมาจากการขาดแคลนและต้นทุนของบริษัทเช่นกัน การหยุดงานสาเหตุโดยรวมอาจจะมาจากความคับข้องใจไปจนถึงความพึงพอใจและความร่วมมือไปจนถึงความขัดแย้งในองค์กรการทำงาน ผู้จัดการส่วนใหญ่เชื่อว่า การใช้แรงจูงใจที่เป็นค่าตอบแทนสามารถทำให้พนักงานตอบสนองต่อความต้องการของงานและความ

คาดหวังโดยรวมขององค์กรได้ (Chan, Huang, & Ng 2007; Kankaew, 2020) อย่างไรก็ตาม ไม่ใช่สิ่งจูงใจทางการเงินเท่านั้น ตามแนวคิดของ Maslow ก็ได้พูดถึงอีกหลายประเด็นที่เกี่ยวข้องกันกับการทำงานในองค์กร แต่คุณค่าที่มีต่อผู้รับรู้เหมือนจะมีอิทธิพลต่อการตอบสนองต่อความต้องการขององค์กร บางทีประเด็นนี้อาจจะถูกสร้างขึ้นมาอย่างดีและสอดคล้องกับช่วงเวลาที่ผ่านมาของการทำงาน (Lester, 2013; sawetwong, tiapat, & Kamnuansilpa, 2020)

หลักแนวคิดพลวัตของสภาพแวดล้อมการทำงานตลอดจนการเปลี่ยนแปลงในความสามารถหรือการมีส่วนร่วมที่อาจเกิดขึ้นของพนักงาน สันนิษฐานว่าพนักงานพยายามสร้างสมดุลในการรับรู้ถึงผลงานและการจ่ายเงินที่เท่าเทียมกัน (Sarakan, Pattanapakdee, & Ounjai, 2020) สิ่งนี้เกิดขึ้นในการเปรียบเทียบของการจ่ายเงินของบุคคลอื่น แนวคิดที่ช่วยเสริมให้บทความมีเนื้อหาสาระมากยิ่งขึ้น ชี้ให้เห็นว่าหากอัตราส่วนของผลลัพธ์ต่อความพยายามในการทำงานของบุคคลหนึ่งถูกมองว่ามากหรือน้อยกว่าอัตราส่วนของอีกคนหนึ่ง ผลลัพธ์ที่ตามมาจะเป็นเหมือน กรณีศึกษา หากการบริการค่าตอบแทน เกิดความไม่เท่าเทียมกันเกิดขึ้นเพราะการดำรงอยู่ของความไม่เท่าเทียมกันนั้นเจ็บปวดทางจิตใจ จึงมีความพยายามในการฟื้นฟูสมดุลโดยการเปลี่ยนแปลง หรือความคาดหวังในผลลัพธ์ การวางแผนทางการเงินของบริษัทที่รอบคอบระมัดระวัง เพราะมีความเสี่ยงต่อความเสื่อมสภาพที่เกิดขึ้นในองค์กรได้โดยเปรียบเทียบสิ่งที่ทฤษฎีนี้พยายามเน้นคือการรับรู้ของคนๆ หนึ่งอาจเป็นพื้นฐานของความไม่พอใจ/ความพอใจกับค่าตอบแทน (เจริญชัย กุลวัฒนาพร, 2564; Kraurat, 2020)

2. การสร้างข้อกำหนดของค่าตอบแทน

การนำเสนอเนื้อหาทางวิชาการ ที่เป็นส่วนหนึ่งของรายละเอียดของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ที่ให้ความหมายเพื่อให้นักศึกษาเกิดความเข้าใจมีจำเป็นอย่างยิ่งต้องเน้นคำจำกัดความบางส่วนเพื่อให้ระดับความชัดเจนของแนวคิด ค่าจ้างและเงินเดือน ที่ใช้แทนกันในความหมาย คือ ค่าจ้างมักจะเรียกว่ามูลค่าของงาน ในขณะที่เงินเดือนเป็นค่าของบุคคล ดังนั้นจึงแนะนำว่าค่าจ้างอาจจะมีการจ่ายที่ผันแปรออกไปในขณะที่เงินเดือนสามารถตรึงได้กับนายจ้าง ในแง่ทีนิยามของทั้งสองกรณีจึงมีความหมายที่ใกล้เคียงในตัวเอง แม้ว่าค่าจ้างจะจ่ายได้ภายในสิ้นสัปดาห์หรือเดือน แต่การคำนวณจะทำการรายชั่วโมง หรือ เป็นหน่วยนั้นสามารถกระทำได้ในทางกลับกัน เงินเดือนจ่ายเป็น รายเดือน หรือรายสองเดือน ค่าจ้างที่เป็น หน่วย เป็นชิ้น เป็นชั่วโมง เพราะประเด็นที่เกิดขึ้นได้ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างคือการเลิกจ้าง ด้วยสาเหตุเช่น ค่าตอบแทนหรือค่าจ้างที่สูงเกินไป (Marchington Wilkinson Donnelly Kynighoum, 2021; อนุวัต ซีค็อต, 2559) ในขณะที่สมมติฐานโดยทั่วไปในเรื่องเงินเดือนคืองานนั้นสามารถอยู่ได้นาน ค่าจ้างอาจหมายถึงการจ่ายเงินให้กับคนงาน ในขณะที่เงินเดือนหมายถึงการจ่ายเงินให้กับระดับการจัดการและการกำกับดูแลโดยค่าจ้างมีข้อกำหนดสำหรับการทำงานล่วงเวลาในขณะที่ไม่มีข้อกำหนดดังกล่าวสำหรับพนักงานที่ได้รับเงินเดือนแม้ว่าพวกเขาอาจได้รับการชดเชยด้วยวิธีอื่น (Hauff Guerci Dul, 2021) (เช่น การลาโดยได้รับค่าจ้างนอกเหนือจากการลาปกติ) ในบริบทของสังคมไทยและการทำงานในองค์กร ค่าจ้างอาจหมายถึงข้อเสนอต่อรองที่สหภาพแรงงานดำเนินการในนามของคนงาน และด้วยเหตุนี้ ความพยายามร่วมกันจึงเกี่ยวข้องกับบริษัทหรือองค์กรที่มีกฎหมายในการรองรับนโยบายในส่วน of ค่าตอบแทน ในทางกลับกัน เงินเดือนที่ตกลงกันไว้จะเป็นผลมาจากความสามารถในการต่อรองของแต่ละบุคคล อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างในทางทฤษฎีไม่ใช่ความแตกต่างโดยสิ้นเชิงในทางปฏิบัติเพราะองค์กรจ่ายเงินเดือนให้พนักงานทุกระดับ (Milkovich, & Newman, 1999)

3. ค่าตอบแทนในส่วนของพนักงานที่ไม่ใช่เงินเดือนและค่าจ้าง

การจ่ายค่าอาหารและพักอาศัยเป็นที่ที่เป็นสิ่งทีบางองค์กรมอบให้อาจจะเป็นการหักเงินบางส่วนออก การเลี้ยงอาหารพนักงาน เนื่องจากเงินถูกกำหนดให้เป็นเครื่องมือในการแลกเปลี่ยน ค่าจ้างที่แท้จริง หมายถึง อัตราค่าจ้างและเงินเดือนที่คำนวณโดยหารด้วยดัชนีค่าครองชีพหรือดัชนีราคาผู้บริโภค ดชนีค่าครองชีพ หมายถึงสิ่งที่เงินสามารถซื้อได้ ประเด็นของค่าตอบแทนและสวัสดิการถือเป็นนโยบาย มิใช่แค่ในประเทศไทย ได้เสนอให้รวมดัชนีคุณภาพชีวิตในขอบเขตทั่วไปของค่าจ้างที่แท้จริงด้วย ดัชนีคุณภาพชีวิต หมายถึง ที่อยู่ อาศัย การคุ้มครองจากองค์ประกอบที่เป็นนโยบายขององค์กร สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการศึกษาและการดูแลสุขภาพ ที่องค์กรมอบให้พนักงาน (Suttisart, 2021)

ค่าคอมมิชชั่นเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของค่าตอบแทน กล่าวคือ ค่าคอมมิชชั่น ซึ่งหมายถึงมูลค่าของเงิน ที่มาจากการขายไม่ว่าบุคคลจะได้รับเงินเดือนประจำหรือไม่ก็ตาม พนักงานขาย ตัวแทนประกันภัย และ นายหน้ามักจะได้รับค่าคอมมิชชั่นเท่านั้นและไม่มีเงินเดือน ในขณะที่ในบางกรณี ค่าคอมมิชชั่นอาจจะเกินและ สูงกว่าเงินเดือนที่จ่ายให้กับพนักงาน (Waiser, 2021) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในองค์กรธุรกิจในเรื่อง ค่าตอบแทนอีกรูปแบบหนึ่งของการชำระเงินคือการชำระเงินแบบเดียวกับที่คนอื่นจ่ายการจ่ายเงินโดยองค์กร อื่นที่คล้ายคลึงกันสำหรับงานเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันกลายเป็นเกณฑ์มาตรฐานสำหรับเงินเดือนนักศึกษาที่ จบใหม่หรือผู้สำเร็จการศึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมักจะได้รับเงินตามอัตราตลาดที่กำลังดำเนินอยู่ อย่างไรก็ตาม อัตราเหล่านี้อาจผันผวนทั้งขึ้นและลงขึ้นอยู่กับอุปสงค์และอุปทานสำหรับตำแหน่งดังกล่าว อัตราค่าตอบแทนขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง ความสามารถที่ตอบโจทย์การทำงานและประสิทธิภาพจนถึง ความน่าเชื่อถือของสถาบันการศึกษานั้นๆ แต่ในความเป็นจริงอาจจะหมายถึงช่วงที่สามารถปรับเงินเดือนที่ ต่อดำรงได้ (Thomas, 2002) การจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายขึ้นระบบการจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายขึ้นหรือเป็น หน่วย การจ่ายโดยหน่วยที่ผลิต ตามทัศนะของ Singh ได้กล่าวว่า ของความพยายามของบุคคลนั้นถูก ขับเคลื่อนด้วยผลตอบแทน ดังนั้นวิธีที่ดีที่สุดคือการเชื่อมโยงการผลิตเข้ากับสิ่งจูงใจให้เกิดการทำงาน เนื่องจากปัจเจกบุคคลต้องการเงินมากขึ้นและองค์กรต้องการผลผลิตมากขึ้น บุคคลนั้นจะผลิตมากขึ้นเพราะ แต่ละหน่วยการผลิตจะรับประกันเงินพิเศษ ในการวิเคราะห์ขั้นสุดท้าย บุคคลจะได้รับเงินมากขึ้นและองค์กร จะได้รับผลงานมากขึ้น แม้ว่าระบบเหล่านี้หรือวิธีการจ่ายเป็นขึ้นหรือเป็น จะเป็นอย่างไรเห็น เช่น กรณี โรงงานอุตสาหกรรม ระบบลูกจ้างทางการเกษตร การนำเป็น กระสอบ เป็นต้น แต่ระบบนี้ยังคงแพร่หลายใน อุตสาหกรรมโดยรวมแล้วเป็นระบบที่น่าจ้างยังคงใช้และเป็นที่ยอมรับและความพอใจต่อลูกจ้างทั้งใน ประเทศไทยและอื่นๆ (Singh, 2021) การชำระเงินตามสัญญาการชำระเงินอีกรูปแบบหนึ่งเรียกว่าการชำระ ตามสัญญา ในระบบนี้จะมีการจ่ายเงินสำหรับงานทั้งหมดโดยไม่คำนึงถึงเวลา ชำระเงินเมื่องานเสร็จสิ้น อย่างไรก็ตาม ในบางกรณี เวลาาก็กลายเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาด้วย ซึ่งบ่งชี้ว่างานทั้งหมดควรจะเสร็จสิ้น ภายในช่วงเวลาที่กำหนดซึ่งล้มเหลว ซึ่งพนักงานจะถูกเรียกเก็บค่าธรรมเนียม/ค่าธรรมเนียม demarrage ตัวอย่างการชำระค่าสัญญาสามารถพบได้ในอุตสาหกรรมก่อสร้าง ร้านซ่อม และชุดช่างฝีมือชำระเงินใน ประเภท นี่เป็นระบบการชำระเงินที่เก่าแก่ที่สุดระบบหนึ่งซึ่งแทนที่จะใช้เงิน การชำระเงินจะทำในรูปของ สินค้าและสินค้าโภคภัณฑ์ แม้ว่าโดยทั่วไปแล้ววิธีการชำระเงินนี้จะไม่ได้รับการฝึกฝน แต่ก็ยังแพร่หลายในภาค เกษตรกรรม โดยที่แรงงานชั่วคราวยังคงรับเงินค่าผลิตผลทางการเกษตรโดยเฉพาะในเวลาเก็บเกี่ยว เป็นการ แลกเปลี่ยนระหว่างบริการที่ให้เพื่อแลกกับชนิดที่ผลิต (Jiannan, & Jia, 2021)

4. แพ้เคจค่าตอบแทน

แพ้เคจค่าตอบแทนประกอบด้วยการจ่ายเงินสองประเภทระหว่างการจ้างงานและหลังเลิกงาน ระหว่างแพ้เคจการจ้างงานโดยพื้นฐานแล้วจะประกอบด้วยสิ่งประกอบ ได้แก่ เงินเดือนพื้นฐาน เบี้ยเลี้ยง เงินสด โบนัส และข้อกำหนดอื่นๆ ที่ไม่ใช่เงินสด เงินเดือนทั่วไป เป็นองค์ประกอบหลักของแพ้เคจ ค่าตอบแทนการจ้างงาน เงินเดือนพื้นฐานคำนวณจากการประเมินงานและปรับขึ้นเนื่องจากการจำแนกประเภทใหม่หรือการเปลี่ยนแปลงในดัชนีค่าครองชีพ เงินเดือนพื้นฐานเป็นช่วงที่มีการกำหนดยอดและฐานไว้ อย่างชัดเจน เรียกอีกอย่างว่ามาตราส่วน มาตราส่วนแสดงถึงช่วงเวลาที่บุคคลไปถึงจุดสูงสุดของมาตราส่วน เช่น เบี้ยเลี้ยงที่รู้จักกันดีบางส่วน ได้แก่ ค่าเบี้ยเลี้ยง ค่าเช่าบ้าน ค่าเดินทาง เบี้ยเลี้ยงรายวันในกรณีการเดินทางในสถานี การทำงานเป็นกะเวลา ฯลฯ แนวคิดของค่าตอบแทนในส่วนนี้ขึ้นอยู่กับดัชนีค่าครองชีพเป็น ค่าเพื่อความพึงพอใจต่อความพยายามพิเศษที่จำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่ตามปกติ ค่าเพื่อสามารถเพิ่มลงใน พื้นฐานได้ขึ้นอยู่กับภาระผูกพันของงาน บางองค์กรจ่ายค่าเพื่อความเสี่ยงสูงสำหรับงานที่เสี่ยงอันตรายและไม่ ปกติธรรมดา เช่น ในอุตสาหกรรมปิโตรเลียมหรือการดับเพลิงป่า หรืองานที่จำเป็นต้องเดินทางไปในที่ เสี่ยงใน ความรุนแรง เพราะเบี้ยเลี้ยงส่วนใหญ่มักจะเชื่อมโยงกับเงินเดือนพื้นฐานเนื่องจากเป็นเปอร์เซ็นต์ของ ค่าตอบแทนในขั้นพื้นฐาน (Ali, & Anwar, 2021)

โบนัสการจ่ายเงินนี้เป็นการแสดงเจตจำนงที่ดีเหนือค่าจ้างที่กำหนดโดยปกติแล้วจะคิดเป็น 8.33% ของเงินเดือนหรือตามแต่ศักยภาพของบริษัท หรือตามนโยบายรายได้ของบริษัทในแต่ละปี ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว จะเท่ากับเงินเดือนหนึ่งเดือน นี่คือขั้นต่ำและองค์กรมีอิสระที่จะจ่ายมากกว่าขั้นต่ำขึ้นอยู่กับส่วนเกินที่มีอยู่ โดยหลักสากลและจะเป็นนโยบายที่ใกล้เคียงกัน การจ่ายโบนัสถูกควบคุมโดยพระราชบัญญัติการจ่ายโบนัสที่ กฎหมายแรงได้กำหนดไว้ วัตถุประสงค์หลักของพระราชบัญญัตินี้คือ

1. กำหนดภาระผูกพันตามกฎหมายให้กับนายจ้างของสถานประกอบการทุกแห่งที่กำหนดไว้ใน พระราชบัญญัติเพื่อจ่ายโบนัสให้กับพนักงานที่มีสิทธิ์ทุกคนที่ทำงานในสถานประกอบการ

2. กำหนดหลักเกณฑ์การจ่ายโบนัสตามสูตรที่กำหนดเพื่อจัดให้มีการจ่ายโบนัสขั้นต่ำและสูงสุดและ เชื่อมโยงการจ่ายโบนัสกับรูปแบบ "Set off" และ "Set on" (Hopkins, & Maslen, 2015)

สถานประกอบการทั้งหมดที่มีพนักงานตั้งแต่ 20 คนขึ้นไป ใช้ไม่ได้กับรัฐวิสาหกิจ ยกเว้นกิจการที่ แข่งขันกับกิจการส่วนตัวอื่นที่คล้ายคลึงกันและสถาบันไม่แสวงหาผลกำไร (วรชญา เผือกเดช พูลฉัตร วิชัยดิษฐ สนชัย ใจเย็น, 2558) ผู้ที่มีคุณสมบัติ ได้แก่ ผู้ที่ทำงานด้วยเงินเดือนหรือค่าจ้าง จำนวนโบนัสถูกกำหนดจาก รายได้ของบริษัท (ของเงินเดือนหรือค่าจ้างที่พนักงานได้รับในระหว่างปีเป็นที่น่าสนใจที่จะทราบว่า พระราชบัญญัติไม่ได้กำหนดโบนัส ในกรณีที่ไม่มีค่าจำกัดความ มีการตีความสองประการของการแบ่งปัน โบนัส-กำไรและค่าจ้างรอการตัดบัญชี โบนัสจากการแบ่งปันผลกำไรเป็นมาตรการที่น่ายินดีเนื่องจากมุ่งเน้นใน กลยุทธ์ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานเพื่อประโยชน์ของทั้งนายจ้างและลูกจ้าง (วิชัย โสสุวรรณจินดา 2559)

ภายใต้คำจำกัดความนี้ จะมุ่งความสำคัญที่เปลี่ยนจากการเจรจาต่อรองแบบ "fixed pie" เป็น "expanded pie" โดยอัตโนมัติ ประสิทธิภาพการดำเนินงานกลายเป็นจุดโฟกัส อย่างไรก็ตาม นายจ้างมี จุดยืนว่าหากเป็นการแบ่งปันผลกำไร พวกเขาไม่ควรจ่ายโบนัสใด ๆ เมื่อไม่มีการทำกำไร อันที่จริง พนักงาน ควรมีส่วนร่วมในความสูญเสียขององค์กรด้วย โบนัสเป็นค่าจ้างรอตัดบัญชี ในทางกลับกัน เป็นการฝ่าฝืน พระราชบัญญัติการจ่ายค่าจ้างซึ่งทำให้นายจ้างจำเป็นต้องจ่ายค่าจ้างก่อนหมดอายุวันที่เจ็ดหรือวันที่สิบหาก ลูกจ้างบริษัทที่มีจำนวนมาก โดยไม่คำนึงถึงคำจำกัดความของโบนัส ข้อเท็จจริงยังคงอยู่ที่องค์กรต้องจ่ายของ

ค่าจ้างเป็นโบนัส ไม่ว่าพวกเขาจะทำกำไรหรือไม่ก็ตาม (Bazerman, Moore & Gillespie, 1999; Bruhn, & ALollike, 2021)

สิ่งจำเป็นผลประโยชน์ที่มักจะไม่ได้มาในรูปแบบของเงินสดแต่มีไว้เพื่อรักษาความต้องการและสถานะบางอย่างของพนักงานและภาพลักษณ์ขององค์กร สิ่งเหล่านี้อาจรวมถึงผลประโยชน์ต่างๆ เช่น ที่อยู่อาศัย การชดเชยค่าเล่าเรียนของบุตรธิดา วันหยุดพักผ่อนที่ได้รับค่าจ้าง สวัสดิการทางการแพทย์มากมาย การตกแต่งและการตกแต่งที่อยู่อาศัย และสิทธิประโยชน์อื่นๆ (Davis & Gibson, 1994)

5. ค่าตอบแทนหลังเลิกจ้าง

เมื่อพนักงานออกจากองค์กรด้วยความสมัครใจหรือเงินบำนาญแล้ว เขายังสามารถดึงผลประโยชน์บางประเภทจากองค์กรต่อไปได้ สิ่งเหล่านี้อาจอยู่ในรูปแบบของเงินบำนาญหรือ บำเหน็จ สถานพยาบาลจำกัด บางส่วนเหล่านี้เป็นองค์ประกอบที่เป็นทางการของแพ็คเกจค่าตอบแทนซึ่งตกลงกันไว้ ณ เวลาของการจ้างงาน กำหนดค่าตอบแทน การกำหนดระดับการชดเชยอาจเป็นกิจกรรมที่ยากที่สุดและมักใช้เวลาอันยาวนานของการกำหนดของงานทรัพยากรบุคคลการตัดสินใจกำหนดระดับเฉพาะอาจเป็นหน้าที่ของตัวแปรจำนวนหนึ่ง (Forni, & Novta, 2014)

1. ความเป็นอยู่สภาวะเสถียรภาพในองค์กรอาจเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดระดับของค่าตอบแทนองค์กรที่เป็นภาครัฐหรือที่เป็นเอกชน (สุรมงคล นิมจิตต์ และ ชีระวัฒน์ จันทิก, 2559) แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ด้วยการจ่ายค่าชดเชยที่ดีกว่า ในทางกลับกัน บางครั้งองค์กรอาจถูกบังคับให้จ่ายเงินชดเชยที่ดีขึ้นเพียงเพื่อป้องกันให้อยู่ภายในกฎหมายของประเทศนั้นๆ (วรรณนิศา สุขสวัสดิ์, 2562)

2. หากองค์กรต้องการดึงดูดและรักษาผู้มีความสามารถไว้ พวกเขาต้องเป็น "นายทุนที่มีคุณภาพ" ระดับค่าตอบแทนที่ดีอาจจะได้รับผู้สนใจจำนวนมากและอาจให้ออกาสที่ดีกับองค์กรตรงตามความต้องการ เพราะการเลือกสิ่งที่ดีที่สุดในหมู่ผู้ที่สมัคร เมื่อเข้ามาแล้ว พนักงานส่วนใหญ่อาจไม่เต็มใจที่จะลาออกเพราะได้รับค่าจ้างและเงินเดือนสูง เป็นสิ่งที่คุ้มค่า และภาวะยึดหยุ่นในองค์กรที่ทำให้พนักงานมีความพอใจ (Sarakan, Pattanapakdee, & Ounjai, 2020)

3. ในบริบทสังคมไทย ค่าตอบแทนที่จ่ายตามภาคอุตสาหกรรมจะกลายเป็นเกณฑ์มาตรฐานในการพิจารณาค่าตอบแทนของตนเอง องค์กรไม่สามารถจ่ายเงินได้น้อยกว่าอุตสาหกรรมระดับเดียวกันได้ เพราะกลัวว่าพนักงานที่มีอยู่อาจลาออกเพื่อโอกาสที่ดีกว่า ในทางกลับกัน พวกเขาไม่สามารถจ่ายค่าชดเชยที่ไม่ปกติได้เนื่องจากแรงกดดันจากองค์กรอื่น ค่าตอบแทนที่สูงขึ้นโดยองค์กรหนึ่งอาจทำให้องค์กรอื่นตกอยู่ในสถานการณ์เดียวกันกับที่ควรจะเป็น หากองค์กรอื่นเสนอค่าตอบแทนที่ดีกว่า ความไม่เท่าเทียมกันอย่างมากในการชดเชยยังไม่ได้รับการอนุมัติจากสมาคมนายจ้างและการตั้งคำถามของลูกจ้างในการดำเนินงานสิ่งนี้ถือเป็นเหตุผลในการทำงานที่ลูกจ้างสามารถยื่นข้อเสนอแนะได้

4. ในสภาวะสังคมไทย แม้ว่าเราจะมีพระราชบัญญัติค่าจ้างขั้นต่ำ พรบ แรงงานเป็นเรื่องของรัฐ และค่าแรงขั้นต่ำในทุกกรณีจะขึ้นอยู่กับดัชนีค่าครองชีพ ดังนั้นค่าแรงขั้นต่ำอาจแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศสิ่งที่คนงานที่ใช้แรงงานอาจได้รับจากค่าจ้างรายวันในแรงงานขั้นต่ำในกรุงเทพหรือบางจังหวัดที่เป็น เมืองท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับค่าจ้างในกรุงเทพมหานคร หรือในจังหวัดภูเก็ตในแง่ที่แน่นอน (Deb, 2009)

ดังนั้น มีหลายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและรายละเอียดขั้นสุดท้ายของระดับค่าตอบแทน นอกจากปัจจัยทางเศรษฐกิจแล้ว ส่วนประกอบอื่นๆ ของแพ็คเกจค่าตอบแทนอาจกำหนดค่าตอบแทนขั้นสุดท้ายด้วย ปัจจัยเหล่านี้จะเป็นผลประโยชน์และผลประโยชน์ การจ่ายเงินในรูปแบบต่างๆ โครงสร้างที่ช่วยประหยัดภาษีเงินได้และผลประโยชน์หลังเลิกงาน แพ็คเกจค่าตอบแทนขั้นสุดท้ายแสดงถึงการรวมกันของตัว

แปรจำนวนมากนอกเหนือจากปัจจัยทางเศรษฐกิจเพราะการจ่ายค่าตอบแทนจะเป็นประเด็นที่น้อยจ้างให้ความสนใจที่จะส่งผลต่อการจ่ายภาษีของรัฐและเป็นส่วนลดหากเป็นกรณี โบนัส หรืออื่น (Fall, & Roussel, 2014)

6. วิธีการกำหนดค่าตอบแทน

โดยทั่วไปแล้ว มีสองวิธีที่ได้รับการบริหารการจัดการทางการเงินอย่างกว้างขวางในการพิจารณาการสำรวจค่าตอบแทนและการประเมินงานแบบสำรวจเงินเดือน บางทีวิธีที่รวดเร็วและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของฝ่ายบุคคลให้ประหยัดที่สุด ในการพิจารณาค่าตอบแทนคือการสำรวจสิ่งที่ได้รับคล้ายคลึงกันสำหรับตำแหน่งที่คล้ายคลึงกันทั้งในองค์กรใกล้เคียงกันหรือในกลุ่มประเทศต่าง เพื่อสร้างความเข้าใจในระดับองค์กร มีอาชีพ แผนก HRM เองก็สามารถทำการศึกษาเพื่อหาแพ็คเกจค่าตอบแทนที่เทียบเคียงได้ในอุตสาหกรรมที่คล้ายคลึงกันการสำรวจจากการโฆษณาในหนังสือพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์และอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ รวมถึงเว็บไซต์สำหรับงานที่คล้ายกันให้อุตสาหกรรมที่คล้ายกัน ข้อมูลยังสามารถเก็บรวบรวมจากสมาคมวิชาชีพเช่น สมาคมวิศวกร. สมาคมการจัดการ ธุรกิจขนาดเล็ก หรือองค์กรรัฐที่ให้การช่วยเหลือ ทั้งหมด สถาบันฝึกอบรมและการพัฒนาแห่งชาติ ฯลฯ สมาคมเหล่านี้สามารถเข้าถึงชุดค่าตอบแทนขององค์กรสมาชิกที่ชัดเจนและเป็นธรรมและสามารถให้ข้อมูลแก่องค์กรอย่างแท้จริง (Lowe, Milliman, De Cieri, & Dowling, 2002)

แผนก HRM ยังสามารถดำเนินการศึกษาวิจัยโดยทำแบบสำรวจเงินเดือนอย่างเป็นทางการ อย่างไรก็ตาม ตามความพยายามดังกล่าวต้องใช้ความรู้อย่างเป็นทางการเกี่ยวกับวิธีการวิจัย ความเข้าใจและการฝึกอบรมในญาณวิทยา (ปรัชญาวิทยาศาสตร์) ในส่วนของผู้จัดการ HRM ที่ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการศึกษานี้ ในกรณีที่ไม่มีความรู้ดังกล่าว ผลลัพธ์อาจถูกตีความเพื่อให้ข้อสรุปที่ทำให้เข้าใจผิด การวิจัยเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนมันต้องมีความเต็มใจที่จะยอมรับผลลัพธ์ที่อาจไม่เอื้ออำนวยต่อตำแหน่งและจุดยืนของตนเอง ความเป็นกลางและการขาดอคติเป็นหลักประกันความจริงในการวิจัย หากไม่เต็มใจในการยอมรับผลลัพธ์ของงานวิจัยก็เป็นเรื่องที่น่าเสียดาย ปัจจัยที่สองคือเวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการวิจัย หากองค์กรกำลังมองหาคำตอบอย่างรวดเร็ว การวิจัยอาจไม่ใช่แนวทางในอุดมคติ ตัวอย่างเช่น ในการดำเนินการสำรวจเงินเดือน ขั้นแรกจะต้องมีการพัฒนาแบบสอบถาม จากประสบการณ์ผู้เขียนพบว่า อัตราผลตอบแทนของแบบสอบถามทางทางออนไลน์ เมื่อได้รับแบบสอบถามที่กรอกแล้วบางส่วน จะต้องได้รับการวิเคราะห์ และต้องเน้นย้ำถึงข้อสรุปและความหมาย ทั้งหมดนี้ต้องใช้เวลาและเงิน แม้ว่าการวิจัยแบบสอบถามจะมีราคาถูกที่สุด ทั้งในแง่ของเวลาและเงิน และมีวัตถุประสงค์มากกว่าเทคนิคเช่นการสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม หรือการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิเหล่านี้ล้วนเป็นการวิจัยในงานทรัพยากรมนุษย์ ที่มีความจำเป็นในทุกยุคสมัย การวิจัยเพื่อค้นพบและนำมาปรับปรุงใช้ในงานจึงมีความจำเป็น (Bamberger, and Meshoulam, 2000)

7. การประเมินผลงานเพื่อวางสถานนะค่าตอบแทน

การประเมินงานเป็นเทคนิคในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผลงานของพนักงานและค่าตอบแทนสำหรับผลงานนั้นๆ แม้ว่าในความเป็นจริง เป็นเรื่องยากมากที่จะได้คุณค่าที่แม่นยำของการมีส่วนร่วมของพนักงาน เนื่องจากปัจจัยจำนวนมากที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของงาน การประเมินงานอาจเป็นกลไกที่เหมาะสมที่สุดที่จะทำเช่นเดียวกัน (พลิศา รุ่งเรือง, 2562) ทักษะของผู้เขียนที่จะพยายามสอดแทรกสถานการณ์ที่การประเมินงานมีโอกาสดีที่จะประสบความสำเร็จ เหล่านี้คือเมื่อไม่รบกวนเส้นทางการเลื่อนตำแหน่งที่มีอยู่หรือรูปแบบค่าจ้างแบบเดิมเมื่อองค์กรจ่ายค่าจ้างค่อนข้างสูงและการฝึกประเมินงานก็ไม่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนโครงสร้างที่มีอยู่มากเกินไปเมื่อองค์กรค่อนข้างเป็นอิสระจากการเปรียบเทียบเนื่องจากความโดดเด่นทางภูมิศาสตร์หรือข้อกำหนดของงานเมื่อความสัมพันธ์กับสภาพแรงงาน

8. การให้ทัศนะของผู้เขียนโดยอ้างอิงเนื้อหาจากมีวิธีหลักในการประเมินงานได้ดังนี้

1. วิธีที่ง่ายที่สุดในการประเมินงาน ที่งานทั้งหมดหรือ "ทั้งหมด" ถูกจัดอันดับเทียบกับงานอื่นโดยพิจารณาจาก "ระดับความยาก" ไม่มีการกำหนดคะแนนหรือค่าคะแนนที่วัดได้ มันเป็นเพียงการจัดเรียงงานในลำดับชั้น เนื่องจากงานโดยรวมถูกนำมาพิจารณา จึงไม่มีความพยายามที่จะแบ่งงานแต่ละงานออกเป็นส่วนๆ อันดับแรก การจัดอันดับจะทำตามขอบเขตหน้าที่ จากนั้นจะนำมารวมกันเพื่อพัฒนาระบบระดับองค์กร วิธีนี้มีประโยชน์ในองค์กรขนาดเล็กที่มีโครงสร้างค่อนข้างแบน อย่างไรก็ตาม ข้อเสียเปรียบที่สำคัญประการหนึ่งของการจัดอันดับใดๆ คือตำแหน่งและระยะทางที่สัมพันธ์กันของงานหนึ่งเมื่อเทียบกับงานอื่นๆ กล่าวอีกนัยหนึ่ง เมื่องานถูกจัดอันดับในระดับความยากโดยรวม จะบอกว่าการโดยยากกว่างานอื่น ไม่ได้ระบุระดับความยากซึ่งมักสร้างพื้นฐานสำหรับการไม่เห็นด้วยกับราคางาน (Sison, 1991)

2. การจำแนกประเภทงาน ส่วนใหญ่ใช้โดยหน่วยงานและหน่วยงานของรัฐ การจัดประเภทงาน ประกอบด้วยการระบุชั้นเรียน ประเภท หรือเกรดก่อน หลังจากนั้นระดับความยากของงานจะถูกระบุโดยการกำหนดข้อกำหนด จากนั้นงานแต่ละงานจะจัดอยู่ในหมวดหมู่/เกรดเหล่านี้ งานแต่ละงานอาจมาจากส่วนงานต่างๆ ที่มีหน้าที่และงานร่วมกัน ระดับคำตอบแทนสำหรับแต่ละเกรด/หมวดหมู่จะได้รับการจัดสรร และพนักงานที่ทำงานในแผนกและส่วนต่างๆ อาจได้รับคำตอบแทนในระดับเดียวกันตราบเท่าที่พวกเขาอยู่ในเกรด/หมวดหมู่เดียวกัน เช่นเดียวกับวิธีการจัดอันดับ ในงานระบบนี้โดยรวมจะถูกนำมาพิจารณาโดยไม่สนใจส่วนประกอบส่วนประกอบเพียงเล็กน้อยหรือไม่มีเลย ระบบนี้เหมาะสมที่สุดสำหรับองค์กรขนาดเล็กที่มีโครงสร้างค่อนข้างแบน (Armstrong, Baron, 2002)

3. ระบบการให้คะแนน วิธีการประเมินงานนี้ประกอบด้วยการพัฒนาปัจจัยหลักที่สามารถชดเชยได้ในขั้นแรก ซึ่งแต่ละงานต้องได้รับการประเมิน การรวบรวมปัจจัยสำคัญเหล่านี้เรียกว่าคู่มือหรือปทัศฐาน คู่มือเหล่านี้สามารถพัฒนาได้โดยอาศัยประสบการณ์ขององค์กรเองหรือที่พัฒนาขึ้นโดยองค์กรทั่วทั้งอุตสาหกรรม แต่ละปัจจัยที่ชดเชยได้หลักเหล่านี้มีค่ามาตราส่วนซึ่งกำหนดระดับการมีอยู่ของปัจจัยนั้น งานแต่ละงานได้รับการจัดอันดับตามปัจจัยสำคัญเหล่านี้และมีการมอบหมายค่า ในตอนท้ายของแบบฝึกหัดนี้ ค่าในแต่ละปัจจัยจะถูกเพิ่มเพื่อให้ได้คะแนนรวมซึ่งจะถูกแปลงเป็นระดับคำตอบแทน ได้พัฒนาวิธีการแก้ไขในการประเมินงาน ในกรณีศึกษาของ วิธีการประกอบด้วยสามปัจจัยหลัก - ความรู้ (ผลรวมของประสบการณ์ทางเทคนิคและทักษะการปฏิบัติเพื่อประสิทธิภาพการทำงานที่ยอมรับได้) การแก้ปัญหา (ปริมาณดั้งเดิม การคิดเริ่มต้นในตนเองเพื่อวิเคราะห์ ประเมิน และตัดสินใจ) และความรับผิดชอบ (วัด ผลของงานต่อผลลัพธ์สุดท้าย) แต่ละปัจจัยเหล่านี้แบ่งออกเป็นองค์ประกอบย่อยเพิ่มเติม ดังนั้นองค์ความรู้จึงประกอบด้วยภูมิหลังทางวิชาการ ประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้อง และทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ การแก้ปัญหามีสามองค์ประกอบย่อยคือ แนวทางการแก้ปัญหา ลักษณะของการควบคุมหรือคำแนะนำจากหัวหน้างานและหน้าที่ประสานงาน สุดท้าย ความรับผิดชอบประกอบด้วย การตัดสินใจและการสนับสนุนวัตถุประสงค์ขององค์กร องค์ประกอบย่อยทั้งหมดได้รับการประเมิน (Armstrong, & Baron, 2002)

4. ระบบเปรียบเทียบปัจจัย วิธีนี้ซับซ้อนและมีค่าใช้จ่ายสูง ต้องการคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อเปรียบเทียบและประเมินงาน ต่างจากระบบคะแนน ปัจจัยที่สามารถชดเชยได้สองสามอย่างจะถูกเลือกโดยพิจารณาจากการวิเคราะห์งาน ปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่พบในงานทั้งหมดในระดับหนึ่ง ปัจจัยเหล่านี้มาจากการตัดสินใจของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในงานสำคัญๆ และไม่เป็นไปตามอำเภอใจเหมือนในระบบคะแนน อัตราค่าจ้างปัจจุบันถูกใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการพัฒนาน้ำหนักสำหรับแต่ละองค์ประกอบของปัจจัยที่ชดเชยได้สำหรับงานหลักทั้งหมด เมื่อมีการวิเคราะห์งานหลักทั้งหมด การถ่วงน้ำหนักสำหรับองค์ประกอบต่างๆ จะได้รับการพัฒนาโดยการรับช่วงเกินในงานหลัก ดังนั้นมูลค่าเงินของปัจจัยหนึ่งในงานหนึ่งจึงเปรียบเทียบกับมูลค่าเงินของปัจจัย

เดียวกันในงานอื่น นี่คือนี่สิ่งที่ทำให้วิธีนี้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น เนื่องจากเป็นไปตามโครงสร้างค่าตอบแทนที่กำหนดไว้วิธีการประเมินงานขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้ประเมินงาน ซึ่งอาจนำไปสู่ระดับความลังเลใจในการยอมรับแบบทดสอบการประเมินงาน อย่างไรก็ตาม หากไม่มีเทคนิคทางวิทยาศาสตร์เพิ่มเติม พวกเขาให้แนวทางที่ดีที่สุด อันที่จริงด้วยซอฟต์แวร์ที่มีความซับซ้อนซึ่งขณะนี้ให้ใช้งานแล้ว วิธีการนี้สามารถปรับให้ละเอียดเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น (Swanepoel, Erasmus, Wyk, 2008)

การใช้กลวิธีที่ขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างค่าตอบแทนของงานที่ได้รับค่าตอบแทนสูงสุดและต่ำสุดในองค์กร งานที่ได้รับค่าตอบแทนต่ำที่สุดจะกลายเป็นพื้นฐานสำหรับการเพิ่มมูลค่าค่าตอบแทนสำหรับปัจจัยที่ชัดเจนได้ หรือการลงจากตำแหน่งในกรณีที่งานที่ได้รับค่าตอบแทนสูงสุดถูกใช้เป็นเกณฑ์มาตรฐาน ในทั้งสองกรณีสถานการณ์ใหม่อาจเกิดขึ้น จากโครงสร้างค่าตอบแทนใหม่ พนักงานอาจได้รับเงินเดือน/ค่าจ้างสูงกว่าเดิม ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่น่ายินดี พนักงานอาจได้รับเงินเดือน/ค่าจ้างเท่าเดิมหรือต่ำกว่า เนื่องจากแนวคิดทั้งหมดของการฝึกประเมินงานคือการกระตุ้นให้พนักงานทำงานได้ดีขึ้น การลดค่าจ้างใดๆ อาจส่งผลเสีย ดังนั้น เงินเดือน/ค่าจ้างที่แก้ไขแล้วต้องขึ้นเกรดโดยใช้ส่วนเพิ่ม ในกรณีที่มูลค่าที่แก้ไขแล้วน้อยกว่ามูลค่าที่มีอยู่ (เรียกว่า อัตราวางกลมสีแดง) จะต้องจัดให้มีการคุ้มครองตามอัตราที่มีอยู่ ผลลัพธ์ทั้งหมดภายใต้อัตราจะต้องได้รับการแก้ไขโดยโครงการช่วยเหลือพนักงานผ่านการเพิ่มขึ้นหรือการจ่ายเงินก้อน

การถอดบทเรียนเนื้อหาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ผู้เขียนทำการสรุปจากผลงานวิจัยทั้งในส่วนของคุณภาพและปริมาณเพื่อความพร้อมของการเรียนการสอนในอนาคตประเด็นความสำคัญที่สามารถปรับให้เหมาะสมกับความต้องการขององค์กรและสังคมการทำงานของประเทศไทยในปัจจุบัน ผู้เขียนประเด็นเนื้อหาได้สร้างความชัดเจนในการทำงานกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในปัจจุบันและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนและการทำงานในองค์กร

9. บทสรุป

ค่าตอบแทนทางเศรษฐกิจเป็นส่วนหนึ่งของระบบการให้รางวัลการสร้างข้อกำหนดของค่าตอบแทนก่อนที่จะบรรยายให้นักศึกษาเกิดความเข้าใจจำเป็นต้องเน้นคำจำกัดบางส่วนค่าตอบแทนในส่วนพนักงานที่ไม่ใช่เงินเดือนและค่าจ้าง การเลี้ยงอาหาร ค่าคอมมิชชั่น ค่าตอบแทนเป็นรายชิ้น ค่าตอบแทนตามสัญญาที่มีหลายรูปแบบ ตามความเหมาะสมของงาน วิธีการจัดอันดับการจัดประเภทงาน ระบบคะแนน ระบบเปรียบเทียบตัวประกอบ การสำรวจสภาพแวดล้อมในองค์กรธุรกิจที่ใกล้เคียงกัน กฎหมายแรงงาน เพื่อเป็นการวางระบบการทำงานขององค์กรและการบริหารงานทรัพยากรบุคคล การตัดค่าจ้างภายใต้กฎหมายที่รองรับและการตัดค่าจ้างภายใต้เหตุผลที่ชัดเจนถือเป็นการสร้างปัจจัยค่าจ้างให้พนักงานในองค์กรทุ่มเทการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงมากขึ้นและคุ้มค่ากับต้นทุนอย่างมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎา เขียววัฒนสุข นิกร สีชาคำ และมรกต จันทร์กระพ้อ. (2562). สภาพแวดล้อมในการทำงาน และแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพทีมงาน: ข้อมูลเชิงประจักษ์จากบริษัทผลิตอุปกรณ์คอมพิวเตอร์แห่งหนึ่ง. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี**, 8(2), 219-230.
- เจริญชัย กุลวัฒนาพร (2564). การประยุกต์ใช้หลักพุทธธรรมกับการบริหารจัดการความขัดแย้ง ในองค์กร. **วารสารวิจัยวิชาการ**, 4(3), 283-296.
- ไฉไล ศักติวรพงศ์ (2562). บทแนะนำหนังสือ 65 ปัญหาคำตอบแทน. **วารสารสังคมศาสตร์และ มนุษยศาสตร์** 45(1): 395-417
- วรรณวิชนี ฅนอมชาติ (2560) คำตอบแทน . **Journal of Business Management. Burapha University**, 6(2), 127-128.
- วิชัย โสสุวรรณจินดา (2559). การวิเคราะห์สวัสดิการแรงงานของไทย :ศึกษาเปรียบเทียบกับประเทศในอาเซียน. **KASEM BUNDIT JOURNAL**, 17(1), 178-194
- พลิศา รุ่งเรือง . (2562) การพัฒนาทักษะ วิธีการประเมินผลงาน การให้ข้อมูลย้อนกลับ และโอกาสความก้าวหน้าในอาชีพของพนักงาน องค์กรเอกชน กลุ่ม Generation Y ในองค์กรที่ต้นสังกัด (เขตกรุงเทพมหานคร). สารนิพนธ์ ปริญญาการศึกษาระดับบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- พรรณราย ละตาธัญญ์ และ นิธิ จิรพัฒน์พรสิน(2561). ความไม่สมมาตรของข้อมูล แผนการจ่าย คำตอบแทนแบบจูงใจ ความผูกพันต่อองค์กรอย่างยั่งยืน และประสิทธิภาพการบริหารจัดการ : หลักฐานเชิงประจักษ์จากกิจการในนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. **RMUTT Global Business and Economics Review**, 13(2), 101-116.
- วรรณนิศา สุขสวัสดิ์. (2562). ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิผู้เสียหายในคดีอาญาตามพระราชบัญญัติค่าตอบแทนผู้เสียหายและค่าทดแทนและค่าใช้จ่ายแก่จำเลยในคดีอาญา พ.ศ. 2544 (แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2559). วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มวิชากฎหมายอาญาและกระบวนการยุติธรรมทางอาญา คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วรรษญา เพ็ญเดช พูลฉัตร วิชัยดิษฐ์ และ สนชัย ใจเย็น. (2558) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ.2518 ของแรงงานไทยในภาคอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปกรณีศึกษาจังหวัดสุราษฎร์ธานี. **วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี**. 2(1) 2-15
- สุรมงคล นิมจิตต์ และ ธีระวัฒน์ จันทิก.(2559).การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์กับการเป็นองค์การศักยภาพสูง. **Veridian E-Journal, Silpakorn University (ฉบับภาษาไทย)** 9(2) 1-13
- สุรารักษ์ สุพัฒน์มงคล และ วันทนา เนาว์วัน (2562) ปัจจัยคำตอบแทนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทนิโปร (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. **วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์** .21 (1). 17-24
- อนวัต ชีคอต (2559) แนวคิดทางทฤษฎีและเรื่องที่ปรากฏ: การเลิกจ้างเมื่อค่าจ้างสูง. **วารสาร วิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย**. 11(36) 35-41
- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). An Empirical Study of Employees' Motivation and its Influence Job Satisfaction. **International Journal of Engineering, Business and Management**, 5(2), 21–30.

- Armstrong, M.C & Baron, A.G. (2002.) **The Job Evaluation Handbook**. (UK) British Library Cataloguing-in-Publication.P59-60
- Bamberger, P. & Meshoulam, I. (2000). **Human Resource Strategy: Formulation, Implementation, and Impact**, Thousand Oaks, CA: Sage.p 25-26
- Bazerman, M. H., Moore, D. A., & Gillespie, J. J. (1999). The Human Mind as a Barrier to Wiser Environmental Agreements. **American Behavioral Scientist**, 42(8), 1277–1300.
- Bruhn, K.N & Alollike, A.S (2021) Retrospective reserves and bonus, **Scandinavian Actuarial Journal**,:6, 457-475, DOI: 10.1080/03461238.2020.1809509
- Chan, K., Huang, X., & Ng, M. P. (2007). Managers' conflict management styles and employee attitudinal outcomes: The mediating role of trust. **Asia Pacific Journal of Management**, 25(2), 277-295.
- Davis, A. & Gibson, L. (1994). Designing Employee Welfare Provision. **Personnel Review**, 23 (7), 33-45. <https://doi.org/10.1108/00483489410072208>
- Deb, T.M. (2009). **Compensation Management**. Excel Book New Delhi .
- Ella, A., Ayeni, C.O., & Popoola, S.O. (2007). Work Motivation, Job Satisfaction, and Organisational Commitment of Library Personnel in Academic and Research Libraries in Oyo State, Nigeria. **Library Philosophy and Practice (e-journal)**, 118:1-16.
- Fall, A., & Roussel, P. (2014). Compensation and work motivation: Self-determination theory and the paradigm of motivation through incentives. In M.Gagné (Ed.), **The Oxford handbook of work engagement, motivation, and self-determination theory** (pp. 199–217). Oxford University Press.
- Forni, L., & Novta, N. (2014). **Public employment and compensation reform during times of fiscal consolidation**. In IMF working paper WP/14/192. Washington, DC: International Monetary Fund.
- Hopkins, A & Maslen, S. (2015).**Risky Rewards: How Company Bonuses Affect Safety**. London: Routledge.
- Hauff S, Guerci M, & Dul J, (2021) van Rhee H. Exploring necessary conditions in HRM research: Fundamental issues and methodological implications. **Hum Resour Manag Journal**. 31, 18–36
- Jiannan Shen & Jia Qian (2021) The impact of insufficient cash flow on payment and supply chain contracts, **International Journal of Systems Science: Operations & Logistics**, 9 (2),224-240 .DOI: 10.1080/23302674.2021.1871982
- Kankaew, K.N. (2020) Strategic Compensation for Talent Group and Expatriates. The Golden Teak: **Humanity and Social Science Journal**. 26(3), 40-52
- Kraurat, V. (2020). Equality of human rights and the rights to receive the compensation of criminal victims. **Journal of MCU Nakhondhat**, 7(7), 39-55.
- Lester, D. (2013). Measuring Maslow's Hierarchy of Needs. **Psychological Reports**, 113(1), 15–17

- Lowe, K. B. , Milliman, J. , De Cieri, H. & Dowling, P.J. (2002).International compensation practices: A ten-country comparative analysis. **Human Resource Management. 4(1)**, 45—66.
- Milkovich, G.T. ,& Newman, J. M. (1999). **Compensation**. (6th ed.). Homewood, IL: BPI/Irwin.
- Mosikarat, S., Sombatwattana, P., Junprasert, T., Saenubol, K., & Kongchaimongkhon, W. (2019). Money meaning making from Buddhist Counseling. **Journal of Behavioral Science for Development, 11(2)**, 136-150.
- Marchington, Wilkinson, Donnelly & Kynighou (2021) **Human Resource Management at Work: The Definitive Guide**. (NY) Kogan Page published
- Sarakran, P., Pattanapakdee, N., & Ounjai, B. (2020). Acceptance of co-worker and satisfaction with compensation predicting work motivation of Myanmar labors in Bangkok. **Suthiparithat Journal, 30(93)**, 71-85
- Sawetwong, tiapat, & Kamnuansilpa, P. (2020). The Relationships between Fiscal Autonomy, Responsiveness, and Accountability of Local Governments. **Academic Journal of Mahamakut Buddhist University Roi Et Campus, 10(1)**, 599-611.
- Singh, S. (2021). Nature and Dynamics of Farm Labour Work: A Case Study of Cotton in the Indian Punjab. **Ind. Journal Labour Econ. 64**, 447–459
- Sison, P.S. (1991). **Personnel and Human Resources Management**. (6th ed.). (PH) Rex Book Store.
- Suttisart, R.W. (2021) The Development of Remuneration in Labor Protection Law to Support ASEAN Economic Community. **EAU HERITAGE JOURNAL Social Science and Humanity. 11(2)** 138-148
- Swanepoel, B. Erasmus, B.N Marius & Wyk, M.V (2008) **South African Human Resource Management: Theory and Practice**. (SA) Frameset Epping Cape town.
- Thomas W. M. (2002). **Incomplete Compensation for Takings**. NY: New York University
- Waiser, R. (2021). Involving Sales Managers in Sales Force Compensation Design. **Journal of Marketing Research, 58(1)**, 182–201

การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มการจัดการโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรใบเตยหอม ในบริบทพื้นที่จังหวัดนครปฐม

The Increasing potential competition , value added and supply chain management of pandan leaves agricultural products in Nakhon Pathom province.

สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์*

(Sudarat Pimonrattnakan)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับความสามารถในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม และการจัดการโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรใบเตยหอม ในบริบทพื้นที่จังหวัดนครปฐม ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ วิจัยแบบปรากฏการณ์วิทยา ผู้ให้ข้อมูลหลักคือเกษตรกรหรือประธานวิสาหกิจชุมชน จำนวน 25 ท่าน ใช้การเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลวิธีวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า แนวทางความสามารถในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม และการจัดการโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรใบเตยหอมที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของเกษตรกร 1) ศักยภาพการแข่งขันมีความสำคัญและมีผลต่อการจัดการโซ่อุปทานในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรใบเตยหอม 2) การสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญและมีผลต่อการจัดการโซ่อุปทานในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรใบเตยหอม 3) การจัดการโซ่อุปทานมีความสำคัญและมีผลต่อผลการดำเนินงานของเกษตรกร โดยเป็นการยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการแปรรูปผลิตภัณฑ์ใบเตยหอมตามภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใบเตยหอมตามภูมิปัญญาท้องถิ่นจำนวน โดยใช้แอปพลิเคชันเพจใบเตยหอม และมีเกษตรกรต้นแบบในการจัดการโซ่อุปทานในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรใบเตยหอมของจังหวัดนครปฐม ซึ่งประโยชน์ที่ได้ทำให้เกิดการจัดการโซ่อุปทานในความคิดสร้างสรรค์ของภูมิปัญญาท้องถิ่นกลุ่มเกษตรกรต่อไป

คำสำคัญ: การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม การจัดการโซ่อุปทาน

* อาจารย์ประจำวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. 73170

Lecturer at College of Logistics and Supply Chain Suan Sunandha Rajabhat University.73170

Corresponding Author; sudarat.pi@ssru.ac.th

Abstract

This research aims to elevate ability the increasing potential competition, value-added and supply chain management of pandan leaves agricultural products in Nakhon Pathom province. Using qualitative research, phenomenological Approach. The key informants were 25 farmers or the president of community enterprise, tools such as in-depth interviews and non-engaging observations, together with studying data from documents. Data collection and data analysis with content analysis methods. The findings showed that the guidelines for ability the Increasing potential competition , Value-added and supplt chain management of pandan leaves agricultural products that will affect farmers Performance. 1) The potential competition is important and affects the supply chain management of local wisdom in pandan leaves agricultural products. 2) The value-added is important and affects the supply chain management of local wisdom in pandan leaves agricultural products. 3) The supply chain management is important and affects the farmers Performance. By upgrading product development by processing pandan products according to local wisdom by developing products including distribution channels of pandan products according to local wisdom by using the application of the pandan leaf page And there are model farmers in supply chain management in pandan agricultural products of Nakhon Pathom province. In which the benefits of supply chain mangement and creativity of local wisdom to farmers

.

Keywords: Increasing potential competition, value added, supply chain management

Article history:

Received 31 July 2021

Revised 18 October 2021

Accepted 20 October 2021

SIMILARITY INDEX = 2.95 %

1. บทนำ

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้จัดทำบนพื้นฐานของกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ซึ่งเป็นแผนหลักของการพัฒนาประเทศและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) รวมทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย 4.0 ที่ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9-11 ซึ่งเป็นการเตรียมพร้อมด้านกำลังคนและการพัฒนาศักยภาพของประชากร มุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพทุนมนุษย์ของประเทศ ส่งผลให้การพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลและยั่งยืนได้อย่างมั่นคงยั่งยืน และหนึ่งในแนวทางการดำเนินการคือ เพิ่มการใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นเครื่องมือหลักในการขับเคลื่อนพัฒนาประเทศในทุกภาคส่วนของประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) และหนึ่งในหลักการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ คือในภาคส่วนของผู้ประกอบการสินค้าเกษตรที่เป็นผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศไทย

สภาพในปัจจุบันของประเทศไทยนั้นมีการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบชะลอตัวและอยู่ในระดับต่ำ โดยมีปัจจัยสำคัญจากการพึ่งพาต่างประเทศสูงทั้งด้านการค้า การลงทุน และเทคโนโลยี จึงทำให้ความผันผวนของเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าสำคัญ อาทิ สหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น ส่งผลกระทบต่อสถานะเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุนในไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นอกจากนั้นทิศทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศเพื่อการก้าวพ้นจากประเทศรายได้ปานกลางสู่ประเทศรายได้สูงนั้น ไม่สามารถใช้วิธีการผลิตในปริมาณมากด้วยแรงงานต้นทุนต่ำแบบเดิมได้ แต่ต้องปรับสู่การยกระดับการผลิตสินค้าและบริการที่เน้นการใช้ทุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม และทุนมนุษย์มากขึ้น ดังนั้นประเทศจึงต้องมีการลงทุนด้านนวัตกรรมและทุนมนุษย์ที่สูงขึ้น เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการตั้งแต่ระดับต้นทางถึงปลายทาง เพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลาย ทั้งแบบทั่วไปและแบบเฉพาะเจาะจง ปัจเจกบุคคลและองค์กร ครอบคลุมมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนรองรับความต้องการทั้งภายในประเทศและต่างประเทศได้เสมือนเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่าของโลก (Global Value Chain) ดังนั้นประเทศไทยจึงจำเป็นต้องยกระดับประเทศไปสู่การผลิตและบริการในระดับที่สูงขึ้น (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2560) และส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนของภาคส่วนคือผู้ประกอบการสินค้าเกษตรที่ปลูกใบเตยหอมเป็นผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศไทย

ซึ่งจากแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐมใบเตยหอมอยู่ในประเภทเป็นพืชผักที่มีการขายเป็นใบสดและมีการส่งออกใบเตยอบแห้งจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์ชาใบเตยและทำการส่งออกในตลาดประเทศญี่ปุ่น และประเทศจีน ซึ่งจังหวัดนครปฐมจึงเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีเกษตรกรปลูกใบเตยหอม กำลังประสบปัญหาคือด้านศักยภาพและการควบคุมคุณภาพในการผลิตให้มีประสิทธิภาพ (แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม ปี พ.ศ. 2561- พ.ศ. 2565, 2561) อย่างไรก็ตาม หากเกษตรกรหันมาผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า ก็เชื่อว่ น่าจะเป็นช่องทางที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้มากขึ้นได้อีก จะต้องให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพของ จึงต้องให้ความสำคัญกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพื่อการเก็บรักษา แต่ต้องสร้างมูลค่าเพิ่มอื่นๆ ได้ อาทิ ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ รวมถึงกระบวนการจัดเก็บสินค้า การคมนาคมขนส่ง เพื่อให้มีคุณภาพดีตามมาตรฐานการได้ ขณะที่ความต้องการของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

อย่างไรก็ตามเกษตรกรและผู้ประกอบการควรมีการหาแนวทางการผลิตใหม่ที่จะช่วยลดต้นทุนการผลิตลง ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ รวมถึงการเพาะปลูก โดยนำเอาเทคโนโลยีมาใช้เพื่อสร้างความหลากหลาย และหมุนเวียน หากปรับตัวและพัฒนาศักยภาพสินค้าของตนได้ตามที่กล่าวก็น่าจะเป็นข้อได้เปรียบ ที่จะเป็พื้นฐานการผลิตที่สำคัญในการเป็นศูนย์กลางกระจายการใบเตยหอมไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลกซึ่งในการผลิตธุรกิจ

หรือเพื่อการค้าจะต้องมีการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเป็นการเบื้องต้นก่อน รวมถึงเรื่องเทคโนโลยี และนวัตกรรม การผลิต การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง และการตลาด ซึ่งเกษตรกรและผู้ประกอบการส่วนมากจะละเลย ก่อให้เกิดปัญหาที่ตามมา อันได้แก่ ต้นทุนในการผลิตสูง การสูญเสียผลผลิตระหว่างการขนส่ง และราคาที่ขาย ได้ไม่สูงนัก สิ่งสำคัญคือผู้ที่เกี่ยวข้องต้องเริ่มตระหนักคือสิ่งที่ต้องเผชิญการแข่งขันที่โดยต้องเร่งพัฒนาการผลิตเพื่อมุ่งเพิ่มคุณภาพของใบเตยหอมกำลังเผชิญความท้าทายใหม่โดยที่ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องเร่งปรับตัวเพื่อรักษา ตลาดเดิมและเร่งขยายตลาดใหม่

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ของสินค้าเกษตรใบเตยหอม เกี่ยวกับศักยภาพ และการควบคุมคุณภาพในการผลิตให้มีประสิทธิภาพ ตั้งแต่ระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ของสินค้าเกษตรใบเตยหอม ตั้งแต่การจัดซื้อจัดหา การผลิต การจัดการ ภายใน การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดการสารสนเทศ การจัดการการขนส่ง การกระจายสินค้าเพื่อนำส่งสินค้าให้ลูกค้าด้วยต้นทุนต่ำ เพื่อการปรับโครงสร้างการปลูกใบเตยหอมเพื่อให้ได้ตามมาตรฐานที่สำคัญต่างๆ ได้แก่ GAP เพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยส่งผลต่อผลการดำเนินงานของเกษตรกรที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะเนื่องจากใบเตยหอม เป็นพืชเศรษฐกิจที่นับว่ามีความสำคัญอย่างหนึ่งของไทยที่จะเพิ่มมูลค่าให้มีความยั่งยืนรวมถึงการเพิ่มรายได้ของเกษตรกรที่มากขึ้นและสามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อยกระดับเพื่อยกระดับความสามารถในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม และการจัดการโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรใบเตยหอม ในบริบทพื้นที่จังหวัดนครปฐม

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยศึกษาทฤษฎีที่สามารถใช้เป็นกรอบในการอธิบายการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม และการจัดการโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรใบเตยหอม ในบริบทพื้นที่จังหวัดนครปฐม ซึ่งทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีที่สามารถนำมาใช้เป็นกรอบในการอธิบาย ศักยภาพองค์กร แห่งการเรียนรู้ ประกอบด้วย ทฤษฎีฐานทรัพยากรของกิจการ (Resource Base View of the Firm) ที่มุ่งเน้น การบริหาร ทรัพยากรขององค์กรเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและการสร้างความ ได้เปรียบเชิงการแข่งขัน โดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎีมาสังเคราะห์เพื่อใช้เป็นกรอบในการอธิบายการวิจัยได้ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน (Increasing potential competition)

ศักยภาพการแข่งขันเป็นความสามารถสูงสุดที่เป็นไปได้ของบุคคลนั้นหรือองค์กรในการพัฒนาธุรกิจ และถ้าหากบุคคลนั้นได้รับการบำรุงส่งเสริมอย่างเต็มที่และถูกทางทั้งทางกายและทางจิตก็จะนำพาองค์กรสู่ การพัฒนาในธุรกิจได้ต่อไปในอนาคต (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่าย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2559) รวมถึงศักยภาพของผู้ประกอบการเป็นศักยภาพในการรับรู้โอกาส การ เริ่มต้นธุรกิจใหม่ การสร้างความสำเร็จและการจัดการเพื่อการเติบโตและการเก็บเกี่ยวผลตอบแทนจากการ ลงทุน โดยประยุกต์จากกระบวนการการเป็นผู้ประกอบการที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป (Baron & Shane, 2008)

อีกทั้งแนวคิดการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดยใช้แบบจำลองระบบเพชร (Diamond Model) (Porter, 1990) ในการพัฒนาโมเดลในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองไดมอนด์เพื่อใช้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ มี 4 ด้าน คือ 1) ปัจจัยนำเข้า ซึ่งเป็นปัจจัยด้านทรัพยากรที่เข้าไปในส่วนหนึ่งของวัตถุดิบที่เข้าสู่กลุ่มอุตสาหกรรม 2) กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันขององค์กร 3) กิจกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นการมีอยู่ของธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรในกลุ่มอุตสาหกรรม 4) สถานะอุปสงค์ ได้แก่ ทศนคติ รสนิยม และความต้องการของผู้บริโภคในประเทศต่อสินค้าและบริการ (Porter, 1990)

จากที่กล่าวมาผู้วิจัยสรุปได้ว่า การพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน หมายถึงความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในการประเมินศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ ในปัจจัยด้านการผลิตปัจจัยด้านอุปสงค์การแข่งขันและกลยุทธ์รวมถึงนโยบายของภาครัฐ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับมูลค่าเพิ่ม (Value-added)

แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม มีวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด ได้ 4 รูปแบบด้วยกัน ได้แก่ 1) การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มียี่ห้อสินค้าการค้าและมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเหมาะในการจัดจำหน่าย 2) การแปรรูปผลิตภัณฑ์ บรรจุของจำหน่าย การพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมเพื่อให้เกิดความเป็นสากล 3) การจัดหาสถานที่จำหน่าย โดยมีการจัดจำหน่ายทางสื่อออนไลน์ การออกร้านจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าและการวางจำหน่ายให้แก่ภัตตาคาร 4) การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ อีกทั้งมีการใช้ช่องทางออนไลน์ที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ (กัลยรัตน์ คุณชมพู่, 2554) จากที่กล่าวมาผู้วิจัยสรุปได้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การสร้างมูลค่าเพิ่มสามารถให้กับผลิตภัณฑ์ ในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การจัดหาสถานที่จำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด

2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโซ่อุปทาน (Supply chain management)

โซ่อุปทาน หรือ Supply Chain เป็นกระบวนการในการรวมหรือบูรณาการขององค์กรต่าง ๆ ที่มีส่วนร่วมการเปลี่ยนวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปและส่งผ่านสินค้าเหล่านั้นให้แก่ผู้บริโภคคนสุดท้าย โซ่อุปทานยังรวมเอาต้นทุน เวลา การขนส่ง การบรรจุ และการจัดเก็บทั้งหมด และเกี่ยวกับขั้นตอนต่าง ๆ ในกระบวนการผลิต เพื่อให้สามารถส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าได้อย่างเหมาะสม และในปัจจุบันโซ่อุปทานยังรวมถึงสินค้าที่ถูกส่งกลับคืนหลังจากที่ใช้งานเสร็จแล้ว ซึ่งได้แก่วัสดุทดแทน บรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาให้ใหม่ (Re-useable) รวมถึงการนำเศษของเสียมาใช้ประโยชน์ (Vogel, 2005) อีกทั้งการจัดการโซ่อุปทานมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาขอบเขตงานวิจัยที่จะปรับปรุงความเข้าใจในการจัดการโซ่อุปทาน และสามารถช่วยให้นักวิจัยได้ศึกษาโครงสร้างที่สำคัญของการบริหารโซ่อุปทานและผลกระทบที่เกิดกับความสามารถในการโซ่อุปทานทั้งจากทฤษฎีและการสังเกต แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วนคือส่วนที่ 1 เป็นการนำเสนอที่สอดคล้องและจัดลำดับความรู้ที่เป็นโครงสร้างหลักในการบริหารโซ่อุปทาน ส่วนที่ 2 เป็นการพัฒนารอบการวิจัยของการบริหารโซ่อุปทาน ส่วนที่ 3 เป็นการตอบสนองต่อความต้องการสร้างทฤษฎีในงานบริหารที่แสดงให้เห็นว่าธุรกิจที่ดำเนินการโดยไม่มีความร่วมมือกับผู้อื่นจะไม่สามารถทำการแข่งขันในระยะยาวได้ แต่จะสามารถแข่งขันแข่งขันได้หากมีการดำเนินการธุรกิจในลักษณะของโซ่อุปทาน (Chen & Paulraj, 2004)

จากที่กล่าวมาผู้วิจัยสรุปได้ว่า การจัดการโซ่อุปทาน หมายถึง กระบวนการในการรวมหรือบูรณาการที่มีส่วนร่วมการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปและทำการส่งผ่านสินค้าเหล่านั้นให้แก่ผู้บริโภคคน

สุดท้ายประกอบด้วยต้นทุน เวลา การขนส่ง การบรรจุ การจัดเก็บ และเกี่ยวกับขั้นตอนในกระบวนการผลิต เพื่อให้สามารถส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

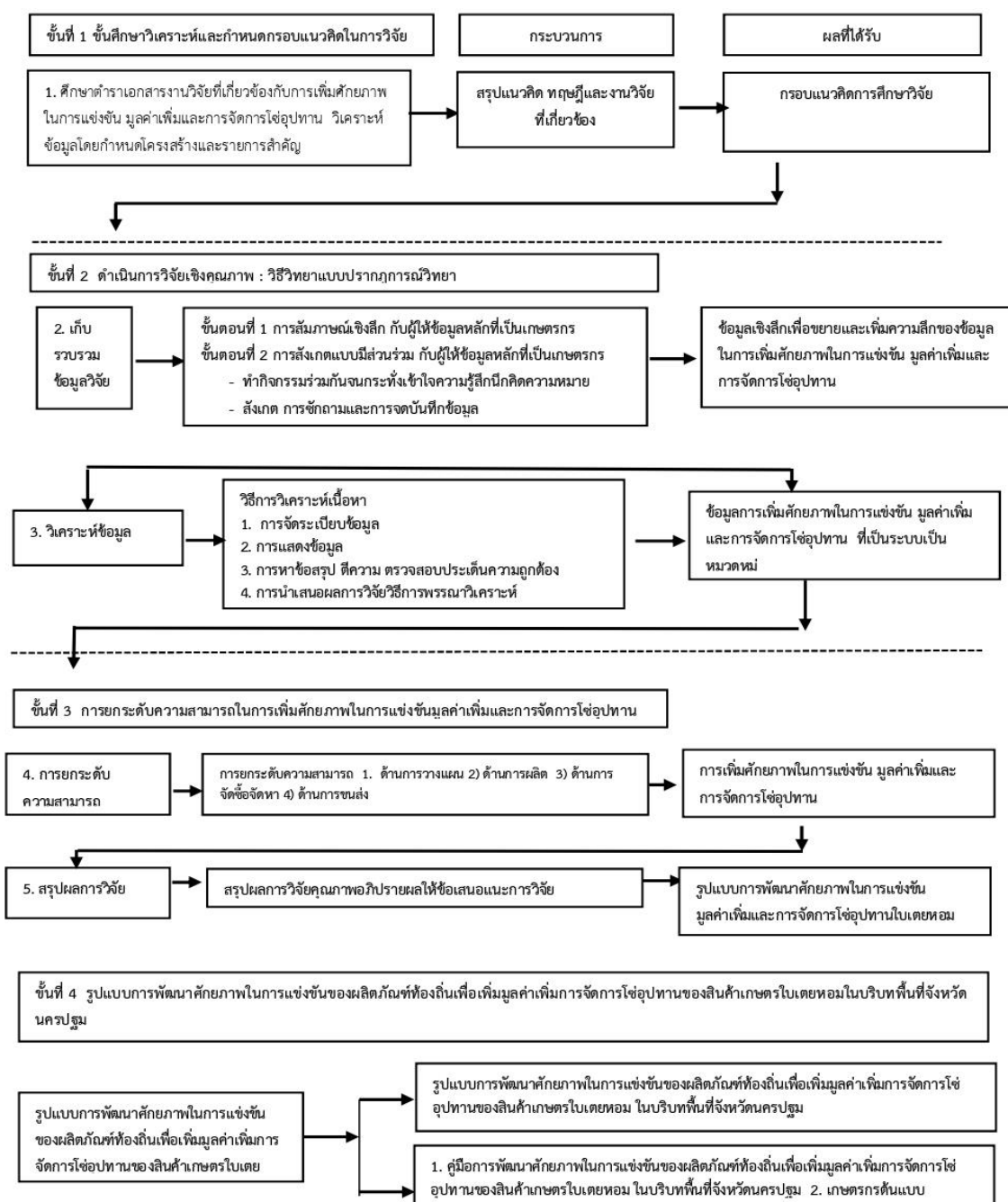
2.4 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของเกษตรกร (Performance)

ระบบการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรที่มีประสิทธิภาพสามารถวัดผลได้อย่างองค์รวมทั้ง 2 ด้าน ได้แก่การวัดผลทางด้าน เศรษฐกิจที่มีตัววัดเช่น อัตราส่วนทางการเงิน ความสามารถในการสร้างกำไร การเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด และการวัดผลทางด้านการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของพนักงาน ผลประกอบการด้านสังคม และผลประกอบการด้านสิ่งแวดล้อม (Santos & Brito, 2012 ; Huang 2012)

จากที่กล่าวมาผู้วิจัยสรุปได้ว่า ผลการดำเนินงานของเกษตรกร หมายถึง ผลการดำเนินงานของเกษตรกรในด้านผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน ได้แก่ กำไร ยอดขาย รายได้ ในการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย และผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน ซึ่งได้แก่ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ลูกค้าเก่ากลับมาซื้อซ้ำ หรือการมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่

โดยสรุปทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีฐานทรัพยากร สามารถเชื่อมโยงและประยุกต์ให้เหมาะสมกับการวิจัยนี้ การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม และการจัดการโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรใบเตยหอมในบริบทพื้นที่จังหวัดนครปฐม ด้วยมุมมองบนพื้นฐานทรัพยากร พบว่าทฤษฎีนี้จะมีมุมมองจากฐานทรัพยากรโดยเอาทรัพยากรทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้และความสามารถมาบูรณาการร่วมกัน และเมื่อนำมารวมเข้ากับความรู้เดิมของแล้วก็จะเกิดการสร้างความรู้ใหม่ เมื่อมีความรู้เพิ่มขึ้น สามารถที่นำไปสู่ความสำเร็จได้โดยการอาศัยการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม การจัดการโซ่อุปทานที่เกิดขึ้นส่งผลให้มีผลการดำเนินงานของเกษตรกรดีขึ้นก็จะทำให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้มากขึ้น นำไปสู่การสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาวและผลการดำเนินงานที่ดีต่อไป

กรอบดำเนินการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบดำเนินการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพวิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา ซึ่งเป็นวิธีการแสวงหาความรู้ความจริงจากการศึกษาปรากฏการณ์และประสบการณ์ชีวิตของมนุษย์ โดยมุ่งทำความเข้าใจความหมายประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลได้ประสบเป็นหลัก (ชาย โพธิ์สีตา, 2556) ตลอดจนความรู้ ของความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วงเพื่อการส่งออกในบริบทพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยดำเนินการศึกษาตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก เกษตรกรหรือประธานวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยเลือกประชากรตัวอย่างในงานวิจัยเชิงคุณภาพ เลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 25 ท่าน ใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีความหลากหลายที่ให้งานมองและการตอบคำถามที่สามารถตอบได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีคุณสมบัติต่างๆ ที่เป็นตัวอย่างที่ดีในการศึกษาได้ (ชาย โพธิ์สีตา, 2556) กำหนดเกณฑ์การเลือก คือ เป็นเจ้าของสวนเกษตรไบเบิ้ลที่มีความหลากหลายมีความแตกต่างกันตามจำนวนเนื้อที่การเพาะปลูก คือ 5-10 ไร่ 11-15 ไร่ 16-20 ไร่ และมากกว่า 20 ไร่

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยวิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา ตามแนวคิดปรากฏการณ์วิทยาตามแนวทางของ ไฮเดกเกอร์ ที่เน้นการหาความหมายโดยการมองผ่านจากสิ่งที่ปรากฏ ไปยังความหมายที่อยู่เบื้องหลังของสิ่งนั้น โดยมุ่งทำความเข้าใจความหมายประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลได้ประสบเป็นหลัก (Heidegger, 1962) โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเครื่องมือที่สำคัญเพื่อช่วยให้สามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนตรงตามวัตถุประสงค์

3.3 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า พิสูจน์ว่าข้อมูลนั้นได้มาถูกต้องหรือไม่ โดยการตรวจสอบแหล่งของข้อมูลและแหล่งที่มาเพื่อนำมาพิจารณาในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ได้แก่ การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี การตรวจสอบสามเส้าด้านแหล่งข้อมูล เป็นการใช้อยู่ข้อมูลจากหลายแหล่งภายใต้วิธีการเดียวกันด้วยการสัมภาษณ์ การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล คือการใช้วิธีการเก็บข้อมูลมากกว่า 1 วิธี โดยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักคือเกษตรกรและประธานวิสาหกิจชุมชน ร่วมกับวิธีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมให้ข้อมูลหลักคือเกษตรกร เพื่อเป็นการยืนยันและหาข้อมูลเพื่อความชัดเจน

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล ศึกษาจากบทความ เอกสาร หนังสือ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโดยใช้แนวคิดการจัดการโซ่อุปทานอุตสาหกรรมเกษตรเพื่อให้ทราบถึงความหมายและหลักการของแนวคิดนี้ โดยมีขั้นตอนการวิจัยดังนี้ ขั้นตอนหนึ่ง ดำเนินการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 25 คน ได้แก่ เจ้าของสวนเกษตรไบเบิ้ลหอม ขั้นตอนที่สอง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีที่หลากหลายโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ขั้นตอนที่สาม เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ตัวผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเป็นผู้ที่ออกแบบแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างทำหน้าที่ในการสัมภาษณ์ขั้นตอนที่สี่ การพิทักษ์สิทธิ์ผู้ให้ข้อมูลหลักผู้วิจัยจึงนำเสนอข้อมูลโดยใช้นามสมมติของผู้ให้ข้อมูลหลักโดยไม่เปิดเผยชื่อจริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ประกอบด้วย 1) การจัดระเบียบข้อมูล เป็นการทำให้ข้อมูลมีความเป็นระบบเพื่อสะดวกในการจัดเก็บและนำไปใช้งานสามารถแบ่งเป็นการจัดระเบียบทางกายภาพข้อมูล 2) การแสดงข้อมูล เป็นการนำเอาข้อมูลที่ใส่รหัสแล้วนั้นกลับเข้ามารวมกันใหม่ให้เป็นกลุ่ม โดยจำแนกตามประเด็นหัวข้อในการวิเคราะห์ 3) การหาข้อสรุป ดีความ และตรวจสอบประเด็นความถูกต้องของผลงานวิจัย 4) การนำเสนอผลการวิจัยใช้วิธีการพรรณนาวิเคราะห์ เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และเรียบเรียงเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (ชาย โพธิ์สีตา, 2556)

4. ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

4.1 ศักยภาพการแข่งขัน ลักษณะด้านศักยภาพการแข่งขัน มีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ในการประเมินศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ ในปัจจัยด้านการผลิตปัจจัยด้านอุปสงค์การแข่งขันและกลยุทธ์รวมถึงนโยบายของภาครัฐ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าศักยภาพการแข่งขันซึ่งถ้าเป็นด้านปัจจัยนำเข้าโดยการที่เกษตรกรมีการคัดเลือกใบเตยหอมที่มีคุณภาพ อีกทั้งเกษตรกรยังมีความรู้ความสามารถในการในด้านการใช้เครื่องมือในการแปรรูปใบเตยหอม แต่สัดส่วนของยอดขายจะน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ทำให้มีผลกระทบต่อยอดขาย ด้านการแข่งขันและกลยุทธ์เกษตรกรได้มีการวางกลยุทธ์ในการนำผลิตภัณฑ์ลงสู่โซเชียลมีเดีย และด้านนโยบายภาครัฐโดยที่หน่วยงานภาครัฐได้มีการส่งเสริมและพัฒนาในด้านต่างๆ โดยมีการนำองค์ความรู้การสร้างและการใช้แอปพลิเคชันในการพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ที่หลากหลาย รวมถึงในด้านการผลิต การแปรรูป ผลิตภัณฑ์ใบเตยหอม

4.2 การสร้างมูลค่าเพิ่ม ลักษณะการสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถให้กับผลิตภัณฑ์ในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การจัดหาสถานที่จำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด แสดงให้เห็นว่าการสร้างมูลค่าเพิ่ม เกษตรกรมีการปรับตัวสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน ซึ่งถ้าเป็นด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์จะเป็นการแปรรูป และได้ทำการเพิ่มศักยภาพให้กับกลุ่มเกษตรกรโดยการแปรรูป อีกทั้งด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จะเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าโดยเน้นความสะดวก ความสวยงาม ความทันสมัย และออกแบบผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทให้ สวยงาม เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ใบเตยหอม และสำหรับด้านการจัดหาสถานที่จำหน่าย เป็นการนำผลิตภัณฑ์ใบเตยหอมที่ผ่านการแปรรูปแล้วและได้ออกแบบผลิตภัณฑ์มาทำการจำหน่ายในช่องทางโซเชียลมีเดียที่เป็นแอปพลิเคชันในการพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ที่หลากหลาย ทำการประชาสัมพันธ์กับชุมชนเพื่อทำการสร้างการรับรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรใบเตยหอม

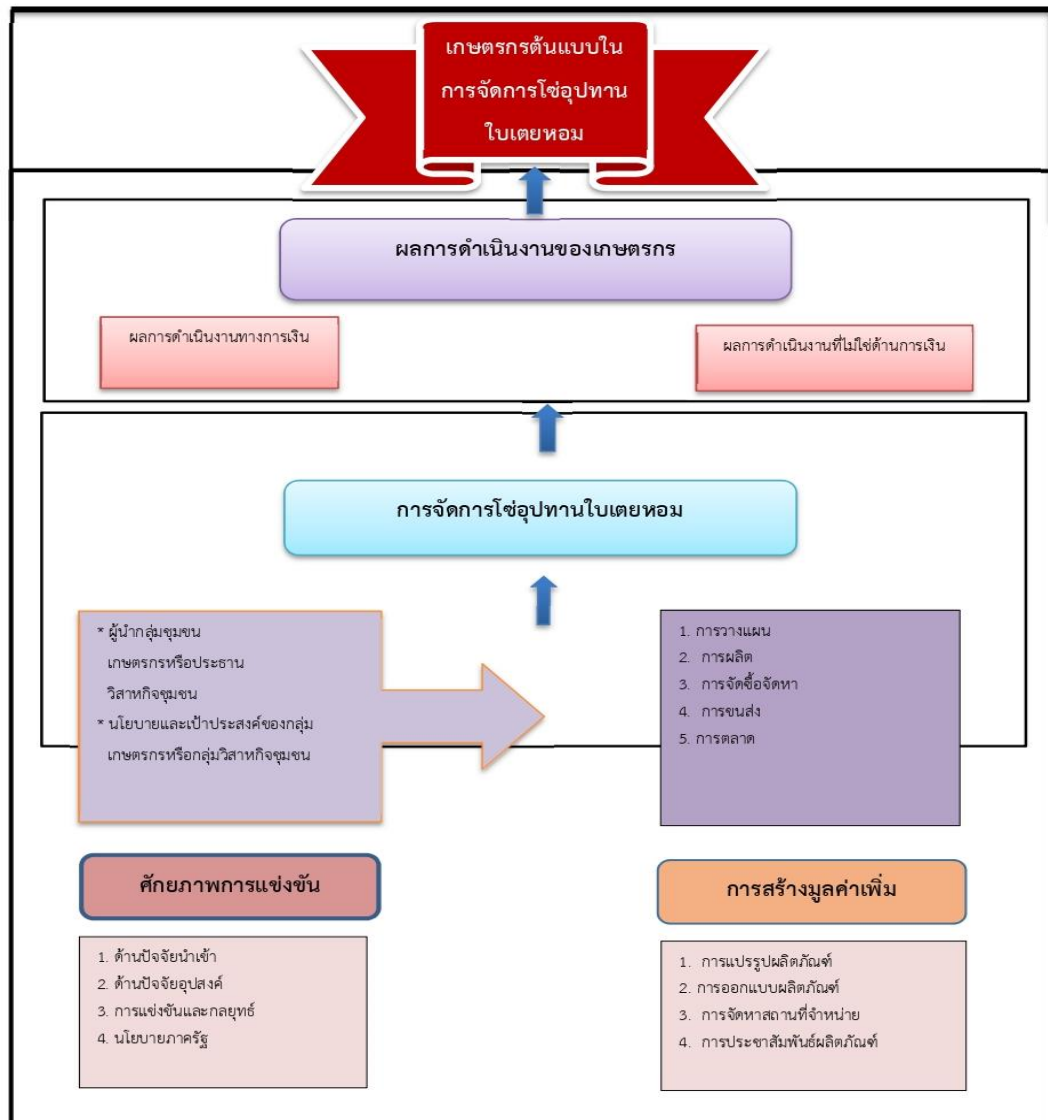
4.3 การจัดการโซ่อุปทาน ลักษณะของการจัดการโซ่อุปทาน การนำการจัดการโซ่อุปทานมาพัฒนาและปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการรวมถึงการสร้างความสะดวกเพิ่มบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและที่สำคัญได้มาซึ่งผลกำไรของที่เพิ่มขึ้นหรือผลการดำเนินงานของเกษตรกรที่ดีขึ้น ซึ่งถ้าเป็นด้านผลิตภัณฑ์มีการพัฒนาคิดค้นการดูแลรักษาใบเตยหอมรักษาคุณภาพ โดยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ออกแบบบรรจุภัณฑ์เอง เพื่อเป็นการยกระดับการโซ่อุปทานในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรใบเตยหอมรวมถึงการสร้าง ความอัตลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่นของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรใบเตยหอม สำหรับด้านการผลิต กลุ่มเกษตรกรมีการใช้อุปกรณ์เครื่องมือมาช่วยอำนวยความสะดวกในกระบวนการการผลิตและกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

4.4 ผลการดำเนินงานของเกษตรกร ลักษณะของผลการดำเนินงานของเกษตรกร เป็นความสามารถในการสร้างผลกำไร การมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายฐานลูกค้ารายใหม่ และการสร้างความเชื่อมั่นกับลูกค้า แสดงให้เห็นว่ามีผลการดำเนินงานของเกษตรกร ซึ่งถ้าเป็นผลการดำเนินงานทางการเงินจะเป็นรายได้ในรูปแบบความสามารถในการทำกำไรที่มีการเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นรายได้ที่ได้มาจากส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสำหรับผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ด้านการเงิน จะเป็นรายได้ในรูปแบบการขยายฐานลูกค้ารายใหม่ที่มีการเพิ่มขึ้น และความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นและการมีสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้าในระยะยาวต่อไป

ตารางที่ 1 สรุปผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก เกษตรกรปลูกใบเตยหอม

ประเด็น	สรุป
1. การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน ผู้ปลูกใบเตยหอม	การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันผู้ปลูกใบเตยหอมมีความสำคัญเนื่องจากเกษตรกรที่ปลูกใบเตยหอมนั้นทราบถึงการเปลี่ยนแปลงในภาวะปัจจุบันต้องมีการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันธุรกิจที่ต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดอย่างยั่งยืน มีความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการประเมินศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบันด้านการผลิตปัจจัยด้านอุปสงค์การแข่งขันและกลยุทธ์รวมถึงนโยบายของภาครัฐ
2. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ผู้ปลูกใบเตยหอม	การสร้างมูลค่าเพิ่มผู้ปลูกใบเตยหอมมีความสำคัญ เนื่องจากเกษตรกรนั้นทราบถึงการสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถให้กับผลิตภัณฑ์ใบเตยหอมในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ใบเตยหอม การจัดหาช่องทางการจำหน่ายที่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันโดยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่เป็นออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น
3. การจัดการโซ่อุปทาน ผู้ปลูกใบเตยหอม	การจัดการโซ่อุปทานผู้ปลูกใบเตยหอมมีความสำคัญเนื่องจากการนำการจัดการโซ่อุปทานมาพัฒนาและปรับปรุงขั้นตอน คือ 1) ขั้นตอนการวางแผน 2) การผลิต 3) การจัดซื้อจัดหา 4) การขนส่ง 5) การตลาด เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า อีกทั้งการจัดการโซ่อุปทานช่วยตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าและได้มาซึ่งมีผลการดำเนินงานของเกษตรกรที่เป็นด้านการเงินและที่ไม่ใช่ด้านการเงินหรือกำไรของเกษตรกรที่เพิ่มขึ้น
4. ผลการดำเนินงานของเกษตรกรปลูกใบเตยหอม	ลักษณะของผลการดำเนินงานของเกษตรกรผู้ปลูกใบเตยหอมมีความสำคัญ เนื่องจากเป็นความสามารถในการสร้างผลกำไรในระยะยาว และการขยายฐานลูกค้ารายใหม่และการสร้างความเชื่อมั่นกับลูกค้าทั้งรายใหม่และรายเก่า รวมถึงการที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นด้วย

จากการวิจัย ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย โดยมีรูปแบบองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการจัดการโซ่อุปทานใบเตยหอม ประกอบไปด้วย ศักยภาพการแข่งขัน และการสร้างมูลค่าเพิ่ม ด้านที่ 2 การยกระดับการจัดการโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรใบเตยหอม ประกอบด้วย 1) ด้านการวางแผน 2) ด้านการผลิต 3) ด้านการจัดซื้อจัดหา 4) ด้านการขนส่ง ซึ่งในด้านนี้เป็นองค์ความรู้การพัฒนาด้านการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์โดยการแปรรูปผลิตภัณฑ์ใบเตยหอม จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการแปรรูปผลิตภัณฑ์ใบเตยหอมตามภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) ไข่เค็มเพื่อสุขภาพใบเตยหอม Organic 2) น้ำยาล้างจาน Organic กลิ่นใบเตยหอม ด้านที่ 3 ผลลัพธ์ของการจัดการโซ่อุปทานใบเตยหอม ประกอบด้วย ผลการดำเนินงานของเกษตรกร ซึ่งในด้านนี้เป็นผลิตภัณฑ์โดยการการผลิตในขั้นตอนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ใบเตยหอมตามภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรใบเตยหอม 2 ผลิตภัณฑ์ ที่มีแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชุมชนบ้านศาลาดิน ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม และด้านที่ 4 เกษตรกรต้นแบบในการจัดการโซ่อุปทานในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรใบเตยหอมของจังหวัดนครปฐม โดยในด้านนี้เป็นช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใบเตยหอมตามภูมิปัญญาท้องถิ่นจำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ โดยใช้แอปพลิเคชันเพจใบเตยหอม และมีเกษตรกรต้นแบบในการจัดการโซ่อุปทาน ในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรใบเตยหอมของจังหวัดนครปฐม



แผนภาพที่ 2 การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มการจัดการโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรในเขตหอม ในบริบทพื้นที่จังหวัดนครปฐม

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปและอภิปรายผล

1. ศักยภาพการแข่งขันมีความสำคัญและมีผลต่อการจัดการโซ่อุปทานในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรในเขตหอม ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรนั้นทราบถึงการเปลี่ยนแปลงในภาวะปัจจุบันต้องมีการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันธุรกิจที่ต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดอย่างยั่งยืน มีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ รวมถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในการประเมินศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจัยด้านการผลิตปัจจัยด้านอุปสงค์การแข่งขันและกลยุทธ์รวมถึงนโยบายของภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Craciun (2015) ที่แสดงให้เห็นว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ คือ ปัจจัยนำเข้า ซึ่งเป็นปัจจัยด้านทรัพยากรที่เข้าไปในส่วนของวัตถุดิบ ทรัพยากรมนุษย์ ความสามารถด้านเทคโนโลยี กลยุทธ์โครงสร้างและ

สภาพการแข่งขันขององค์กร กิจกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง และสถานะอุปสงค์ได้แก่ ความต้องการของผู้บริโภคในประเทศต่อสินค้าและบริการ ทักษะคนและรสนิยมของผู้บริโภค

2. การสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญและมีผลต่อความสามารถจัดการโซ่อุปทานในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรใบเตยหอม ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรนั้นทราบถึงการสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถให้กับผลิตภัณฑ์ในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การจัดหาสถานที่จำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pruneau, (2014) โดยในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาดในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม การแปรรูปผลิตภัณฑ์บรรจุของจำหน่ายเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์การจัดจำหน่ายผ่านทางสื่อออนไลน์

3. การจัดการโซ่อุปทานมีความสำคัญและมีผลต่อผลการดำเนินงานของเกษตรกร ทั้งนี้เนื่องจากการนำการจัดการโซ่อุปทานมาพัฒนาและปรับปรุงขั้นตอนการผลิต อีกทั้งที่ได้จากการผลิตและพัฒนา การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ด้านเทคโนโลยีช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและที่สำคัญได้มาซึ่งผลกำไรของกลุ่มเกษตรกรที่เพิ่มขึ้นหรือผลการดำเนินงานของเกษตรกรที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Basadur & Gelade (2006) ; Lawson & Samson (2011) ผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสามารถวัดผลได้อย่างองค์รวม 2 ด้าน ได้แก่การวัดผลทางด้าน เศรษฐกิจที่มีตัววัด ได้แก่ อัตราส่วนทางการเงิน ความสามารถในการสร้างกำไร การเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด และการวัดผลทางด้าน การสร้างความพึงพอใจแก่ผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของท้องถิ่นให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรใบเตยหอมอย่างยั่งยืนด้วยตนเอง ต้องยกระดับศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่มและการจัดการโซ่อุปทานในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรใบเตยหอมอันนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการส่งออก และได้ส่งเคราะห์ตัวแบบขึ้นรูปเพื่อนำตัวแบบถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติในการยกระดับศักยภาพเพื่อส่งเสริมการส่งการผลิตใบเตยหอมให้มีคุณภาพตามมาตรฐานของตลาดโลก

2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องกำหนดให้มีความสามารถในการจัดการโซ่อุปทานของภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับกลุ่มเกษตรกรภายในเครือข่ายของผู้ประกอบการสินค้าเกษตร เพื่อสร้างความร่วมมือเพื่อทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้และความคิดเห็น จัดตั้งระบบฐานข้อมูลกลาง เพื่อทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้และความคิดเห็น

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

ผู้ที่สนใจ อาจนำผลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้นำไปทำการศึกษาในธุรกิจอื่น หรืออุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบและยืนยันผลการศึกษา รวมถึง ทำการศึกษาโดยแยกเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมของธุรกิจ เพื่อทำการทดสอบว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไรในเรื่องการจัดการโซ่อุปทานของอุตสาหกรรม

เอกสารอ้างอิง

- กัลยารัตน์ คุณชมภู. (2554). การสร้างมูลค่าราคาให้กับผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องอำเภอแม่ทาจังหวัดลำพูน. **รายงานการค้นคว้าอิสระ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต**. วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชาย โพธิ์สีตา. (2556). **ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ**. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม ปี พ.ศ. 2561- พ.ศ. 2565. (2561). **ข้อมูลการปลูกพืชเศรษฐกิจจังหวัดนครปฐม**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2563 จาก [https://sme.go.th/](http://www.nakhonpathom.go.th/สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่ายมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2559). การศึกษาศักยภาพในการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) เพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้า กรณีศึกษา : จังหวัดสงขลา. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2563 จาก <a href=)
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **สรุปสาระสำคัญร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 -2564)**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2563 จาก <http://www.nesdb.go.th>
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2560). **รายงานการศึกษาค่าความเหมาะสมการ (Feasibility Study) การจัดตั้งเขตส่งเสริมเศรษฐกิจพิเศษ เขตนวัตกรรมระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2563 จาก <https://www.eeci.or.th>
- Baron, R., & Shane S. (2008). **Entrepreneurship: A process Perspective**. (2nd ed). Canada: Thomson South-Western.
- Basadur, M & Gelade, G.A. (2006). The Role of Knowledge Management in the Innovation Process, **The Authors Journal compilation**, 15(1), 59-75.
- Chen, I. J., & Paulraj, A. (2004). Towards a theory of supply chain management: the constructs and measurements. **Journal of operations management**, 22(2), 119-150.
- Craciun, E. (2015). Human capital-A quality factor for the competitiveness of IT companies. **Manager**, (21), 44-51.
- Heidegger, M. (1962). **Being and time**. In J. Macquarrie, & E. Robinson, (Trans.), New York, NY: Harper & Row.
- Huang,P.A. (2012). **The Effect of human resource practices on firm performance in chinese Smes : an empirical study in service sector**. Degree of Philosophy, UNIVERSITE DU QUEBEC.
- Lawson, B., & Samson, D. (2011). Developing innovation capability in organizations: A dynamic capabilities approach. **International Journal of Innovation Management**, 5, 377.
- Porter, M. E. (1990). **The Competitive Advantage of Nations**. London: Macmillan.
- Prunea, A. (2014). Competitive Advantage in the Enterprise Performance. **Annals of the University of Oradea. Economic Science Series**, 23(1), 524-531.

- Santos, J. B. & Brito, L. A. L. (2012). Toward a subjective measurement model for firm performance. *Brazilian Administration Review*, 9(6), 95-117.
- Vogel, D. J. (2005). Is There a Market for Virtue? The Business Case for Corporate Social Responsibility. *California Management Review*, 47(4), 19-45.
- .

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารใน เขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

Factor Effecting to Select Food Delivery Service in Nakhon Ratchasima Province.

ชัชดาภรณ์ จอมโคกกรวด¹ และ ชมพูนุท อำช้าง^{2*}

(Chatchadaporn Jomkokkrud and Chompoonut Amchang)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) รูปแบบการให้บริการจัดส่งอาหารในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 2) ลำดับของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน โดยการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก จากนั้นประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคกระบวนการวิเคราะห์ลำดับชั้นแบบคลุมเครือ (Fuzzy Analytic Hierarchy Process : FAHP) เพื่อหา ลำดับของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารในเขตพื้นที่ศึกษา ผลการศึกษาพบว่า

1. รูปแบบการให้บริการจัดส่งอาหารในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่ร้านอาหารรายใหญ่จะเป็นผู้ให้บริการขนส่งอาหาร แต่ในปัจจุบันรูปแบบการให้บริการจัดส่งอาหารมีการขยายตัวของร้านอาหารรายย่อยเพิ่มมากขึ้น เพราะเนื่องจากมีผู้ให้บริการขนส่งอาหารที่เป็นตัวกลางประสานระหว่างร้านอาหารและผู้บริโภค พบว่าสัดส่วนการเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารของผู้ให้บริการขนส่งอาหาร ได้แก่ Grab มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.7 รองลงมา Food Panda คิดเป็นร้อยละ 28.5 และผู้ให้บริการรายอื่นอีกเพียงเล็กน้อย แสดงให้เห็นว่าพื้นที่กรณีศึกษามีความนิยมใช้บริการจัดส่งอาหารเพิ่มมากขึ้น

2. ปัจจัยที่มีลำดับสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารในพื้นที่กรณีศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารมากที่สุด (0.150) รองลงมาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (0.146) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (0.144) ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย (0.142) ปัจจัยด้านกระบวนการ (0.141) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (0.140) และลำดับสุดท้าย ปัจจัยด้านบุคคล (0.136)ตามลำดับ ซึ่งอิทธิพลของปัจจัยดังกล่าวสามารถใช้เป็นแนวทางของผู้ให้บริการจัดส่งอาหารสามารถนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

คำสำคัญ: การตัดสินใจ ส่วนประสมการตลาด การขนส่งอาหาร กระบวนการวิเคราะห์ลำดับชั้นแบบคลุมเครือ

¹ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา 20131

Master of Science Faculty of Logistics Burapha University 20131

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา 20131

Lecturer in the Program of Logistics and Supply Chain Management Faculty of Logistics Burapha University 20131

* Corresponding author: chompoonut@go.buu.ac.th

Abstract

The objectives of this research were 1) to study food delivery service model in Muang district, Nakhon Ratchasima Province 2) to evaluate factors influencing to decision of choosing a food delivery service in Mueang District, Nakhon Ratchasima Province. The sample group was 400 people were obtained by Convenience Sampling. The research tool was a questionnaire. Data analysis was applied from the Fuzzy Analytic Hierarchy Process (FAHP) technique to weigh the importance of criteria influencing the decision to select food delivery service in the study area.

The results showed 1. The food delivery service model in Mueang District, Nakhon Ratchasima Province has been a change from the original. Large restaurants lunched their own food delivery service. Nowadays, the food delivery service model has been expanding for more small restaurants because food delivery service provider becomes the intermediary between small restaurants and consumers. It found that Grab was the largest food delivery service provider with 67.7 percent, followed by Food Panda at 28.5 percent, and a small percentage of other service providers. This delivery service model has increased in popularity for food delivery.

2. However, this research found that the Price factor (0.150) is the most influential to select food delivery service, followed by the Product factor (0.146, Marketing promotion factor (0.144), Distribution Channel factors (0.142), Process factor (0.141), Physical environmental factors (0.140) and Personal factors (0.136), respectively. The influence factors can be used as a guideline for food delivery service providers and to be used as a guideline to develop services to meet customer needs.

Keywords: decision making, marketing mix, food delivery, Fuzzy AHP

Article history:

Received 17 August 2021

Revised 25 October 2021

Accepted 27 October 2021

SIMILARITY INDEX = 2.32 %

1. บทนำ

ปัจจุบันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบไปทุกภาคส่วนทั้งภาคธุรกิจ และภาคบริการที่ร้านค้าไม่สามารถเปิดให้บริการนั่งทานในร้านได้ ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและร้านค้าที่ต้องปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์ดังกล่าวเพื่อให้ยังสามารถดำเนินธุรกิจของตนเองได้ โดยเฉพาะในกลุ่มของร้านอาหารที่รูปแบบการจัดส่งอาหาร (Food Delivery) ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ประกอบกับถ้าสถานการณ์การแพร่ระบาดมีจำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มมากขึ้น รัฐบาลจำเป็นต้องยกระดับของมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดที่มีมาตรการกำหนดต่อผู้ประกอบการร้านอาหาร ในการให้บริการนั่งทาน และเน้นเป็นการส่งกลับบ้านเท่านั้น จะเห็นได้ว่าสิ่งที่เกิดขึ้นนี้เป็นความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า ต้องรับมือและหาแนวทางในการปรับรูปแบบการให้บริการของตนเองเพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น ทำให้รูปแบบการบริการจัดส่งอาหารเป็นที่นิยมในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาด ด้วยเหตุนี้ช่องทางการส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันและมีคนกลางเป็นผู้ดำเนินการจัดส่งอาหารให้ (Food Delivery Service) กลายเป็นช่องทางที่สำคัญต่อผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร Brand inside (2563) พบว่าคนไทยสั่งอาหารผ่านบริการจัดส่งอาหารมากกว่าช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโควิด-19 คิดเป็นร้อยละ 38 ซึ่งมีผู้ให้บริการส่งอาหารถึงบ้านหรือเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันเพิ่มมากขึ้น ผู้ให้บริการจัดส่งอาหารมีหลายค่าย ได้แก่ Grab Food, Line Man, Get Food, Food Panda ซึ่งแต่ละผู้ให้บริการจะมีลักษณะในการให้บริการคล้ายกัน แต่จะมีความแตกต่างกันในข้อเสนอหรือโปรโมชั่นทำให้มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงเพื่อดึงดูดผู้บริโภครายใหม่ให้เข้ามาทดลองใช้บริการ ในช่วงการแพร่ระบาดและการปรับตัวของรูปแบบการให้บริการส่งอาหารที่ได้รับความนิยมมากขึ้น ผู้ใช้บริการยังต้องคำนึงถึงความปลอดภัย สุขอนามัย ของอาหารที่ตนเองจะได้รับประทาน

การพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งอาหาร จึงต้องมองให้รอบด้านเพื่อภาคธุรกิจการบริการจะได้สร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อผู้ที่ใช้บริการขนส่งอาหารได้ ส่วนประสมทางการตลาดจึงมีความสำคัญในการกำหนดปัจจัยหรือเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการได้ นอกจากนี้การศึกษารูปแบบการให้บริการจัดส่งอาหารในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่มีประชากรอาศัยอยู่ จำนวนทั้งสิ้น 248,574 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) ถือได้ว่าเป็นเมืองที่มีขนาดใหญ่ ที่จะสามารถทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการบริการจัดส่งอาหารจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนที่เปลี่ยนไปในยุคโควิด 19 ได้ดี ดังนั้นงานวิจัยนี้ต้องการศึกษารูปแบบการให้บริการขนส่งอาหาร (food delivery) และศึกษาลำดับปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการขนส่งอาหาร ด้วยเทคนิคกระบวนการวิเคราะห์ลำดับชั้นแบบคลุมเครือ (Fuzzy Analytic Hierarchy Process : FAHP) เพื่อผู้ให้บริการขนส่งอาหารสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาารูปแบบการบริการให้สามารถตอบสนองต่อผู้บริโภคและเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐสามารถหามาตรการในการกำกับดูแลการให้บริการขนส่งอาหารในอนาคตได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการให้บริการจัดส่งอาหารในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อวิเคราะห์ลำดับปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหาร ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีกระบวนการวิเคราะห์ลำดับชั้นแบบคลุมเครือ (Fuzzy Analytic Hierarchy Process: FAHP)

Process: FAHP)

กระบวนการวิเคราะห์ลำดับชั้นแบบคลุมเครือ (Fuzzy Analytic Hierarchy Process : FAHP) เป็นเครื่องมือที่สามารถตัดสินใจภายใต้ความชัดเจนและความไม่แน่นอน จุดเด่น คือ สามารถนำไปใช้ได้ในการตัดสินใจหลายคนหรือการตัดสินใจแบบหลายเกณฑ์ สิริธร วิรัชพันธุ์ และ ปราโมทย์ ลีอนาม (2563) กล่าวว่า เป็นศาสตร์ในการคำนวณการตัดสินใจได้คล้ายความคิดในการตัดสินใจของมนุษย์ มีลักษณะพิเศษกว่าตรรกะแบบจริงแท้ วิธีนี้จึงช่วยให้การตัดสินใจมีประสิทธิภาพมากขึ้นและถูกนำมาประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลาย อีกทั้งการวิเคราะห์นี้ยังมียืนยันและตรวจสอบความถูกต้องของคะแนนที่ได้สำรวจด้วยการตรวจสอบค่าความสอดคล้อง(Consistency Ratio) ก่อนนำข้อมูลไปวิเคราะห์อีกด้วย จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ธัญญรัตน์ ดิยอภิสิทธิ์ และ อรรถพล สมทุพบุต (2559) ได้ประยุกต์ใช้กระบวนการตัดสินใจเชิงลำดับชั้นและทฤษฎีฟuzzy เอเอชพี มาเป็นเครื่องมือช่วยในการจัดความสำคัญระหว่างเกณฑ์การตัดสินใจและผลกระทบที่มีต่อกัน และกัน อติศักดิ์ ธรานุพัฒนา และคณะ (2559) กล่าวว่า การคัดเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์โดยใช้กระบวนการตัดสินใจแบบวิเคราะห์ลำดับชั้นและทฤษฎีฟuzzy ในการระบุลำดับความสำคัญของเกณฑ์หลักและเกณฑ์ย่อยที่ใช้ในการคัดเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ แสดงให้เห็นว่าวิธีนี้เป็นวิธีการที่ช่วยให้สามารถตัดสินใจภายใต้ความไม่ชัดเจนหรือความไม่แน่นอนและมีความคล้ายคลึงกับความคิดของมนุษย์ ซึ่งแตกต่างจากเครื่องมือวิเคราะห์องค์ประกอบ (Exploratory Factor Analysis :EFA) ที่เป็นหาความสัมพันธ์ของตัวแปรเข้าเป็นองค์ประกอบเดียวกัน จากองค์ประกอบที่ไม่ทราบมาก่อน และต้องหาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบเหล่านั้นว่าตัวแปรใดส่งผลต่อตัวแปรใด และค่าน้ำหนักที่ได้คือค่าความสำคัญของตัวแปรที่แสดงถึงความสัมพันธ์และความน่าเชื่อถือ (เพชรน้อย สิงห์ช่างชัย, 2549) แต่การวิเคราะห์ด้วยลำดับชั้นแบบคลุมเครือ จะเป็นการหาค่าน้ำหนักเพื่อจัดลำดับปัจจัยที่ได้มีการสำรวจมาแล้ว และนำมาวิเคราะห์ว่าปัจจัยใดมีลำดับความสำคัญในการตัดสินใจของผู้ใช้บริการนั้น และเครื่องมือนี้ยังมีความเหมาะสมภายใต้การตัดสินใจที่คลุมเครือและคล้ายกับการตัดสินใจของมนุษย์อีกด้วย (สิริธร วิรัชพันธุ์ และ ปราโมทย์ ลีอนาม, 2563)

โดยกระบวนการวิเคราะห์ลำดับชั้นแบบคลุมเครือ (Fuzzy Analytic Hierarchy Process : FAHP) จะมีวิธีโดยการสร้างตารางเมตริกเพื่อหาค่าถ่วงน้ำหนักของเกณฑ์เปรียบเทียบการตัดสินใจแบบเป็นคู่ (Pair-wise Comparison) ผู้ตัดสินใจต้องระบุคะแนนค่าความสำคัญ 1-9 ซึ่งจะทำให้เห็นค่าความชัดเจนมากขึ้น ในตารางเมตริกจะกำหนดให้ตัวเลขฟuzzyแบบสามเหลี่ยม (Triangular Fuzzy Number) ที่เป็นเส้นตรงและกระจายตัวแบบสมมาตร แทนค่าด้วยพารามิเตอร์ 3 ตัว คือ l, m, u (อาสาพหะ จันทน์คร และ ปราโมทย์ ลีอนาม, 2558) แทนดังสมการที่ 1

$$f(x) = \begin{cases} 0, & x < l \\ \frac{x-l}{m-l}, & l \leq x \leq m \\ \frac{u-x}{u-m}, & m \leq x \leq u \\ 0, & x > u \end{cases} \quad \text{สมการที่ (1)}$$

โดยที่ l แทนค่าที่น้อยที่สุดที่เป็นไปได้ m แทนค่าที่มีแนวโน้มเป็นไปได้มากที่สุด u แทนค่าที่มากที่สุดที่เป็นไปได้

การหาค่าน้ำหนักของเกณฑ์ เป็นการหาค่าถ่วงน้ำหนักโดยทำการเปรียบเทียบเป็นคู่ แล้วนำผลการเปรียบเทียบมาแปลงเป็นคะแนนเพื่อคำนวณหาค่าถ่วงน้ำหนัก การให้ค่าน้ำหนักหรือคะแนนต่างๆ อาจเกิดความแตกต่างกันไปตามการรับรู้ของผู้ประเมินแต่ละคน (Buckley,1985) จากนั้นนำคะแนน Fuzzy มาสร้างเมตริกเพื่อคำนวณหาค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัยหลักและปัจจัยรอง ดังตารางที่ 1 และคำนวณหาค่า CR ดังสมการที่ 7

ตารางที่ 1 สร้างเมตริกที่ใช้ในการเปรียบเทียบเชิงคู่

เป้าหมาย	เกณฑ์หลัก (j)			
	เกณฑ์ที่ A_1	เกณฑ์ที่ A_2	เกณฑ์ที่ A_3	เกณฑ์ที่ A_4
เกณฑ์ที่ A_1	1,1,1	$\tilde{a}_{12}$	$\tilde{a}_{13}$	$\tilde{a}_{1n}$
เกณฑ์ที่ A_2	$\tilde{a}_{21}$	1,1,1	$\tilde{a}_{23}$	$\tilde{a}_{2n}$
เกณฑ์ที่ A_3	$\tilde{a}_{31}$	$\tilde{a}_{32}$	1,1,1	$\tilde{a}_{3n}$
เกณฑ์ที่ A_4	$\tilde{a}_{n1}$	$\tilde{a}_{n2}$	$\tilde{a}_{n3}$	1,1,1

$$\text{โดยที่ } \tilde{a}_{ij}^{-1} = (l, m, u)^{-1} = \left(\frac{1}{u}, \frac{1}{m}, \frac{1}{l} \right)$$

คำนวณค่าเฉลี่ยทางเรขาคณิตของแต่ละเกณฑ์ Geometric Mean ($\tilde{r}$)

$$\tilde{k} = [\tilde{a}_1 \times \dots \times \tilde{a}_n]^{\frac{1}{n}} \quad \text{สมการที่ (2)}$$

$$\tilde{r} = (\tilde{k}_l, \tilde{k}_m, \tilde{k}_u) \quad \text{สมการที่ (3)}$$

การหาค่าถ่วงน้ำหนักเกณฑ์ (w_j) แบบฟัชซีโดย Normalization

$$w_i = \tilde{r}_i \times [\tilde{r}_1 + \tilde{r}_2 + \dots + \tilde{r}_n]^{-1} \quad \text{สมการที่ (4)}$$

การหาค่า Center of Area (COA)

$$COA = \frac{l, m, u}{3} \quad \text{สมการที่ (5)}$$

ปรับค่าคะแนนให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดย Normalization

$$W_i = \frac{COA_i}{\sum_{i=1}^n COA} \quad \text{สมการที่ (6)}$$

การตรวจสอบความสอดคล้อง (Consistency Ratio) เป็นการคำนวณอัตราค่าความสอดคล้องกันของเหตุผล เพื่อยืนยันความถูกต้องของคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม ก่อนนำข้อมูลไปวิเคราะห์ ได้กำหนดอัตราค่าความสอดคล้องที่ยอมรับได้ ขนาดเมตริก A แบ่งได้ดังนี้ ถ้าขนาดที่ $n \geq 5$ ค่าความสอดคล้อง $CR < 0.1$ ถ้าขนาดที่ $n \geq 4$ ค่าความสอดคล้อง $CR < 0.09$ ถ้าขนาดที่ $n \geq 3$ ค่าความสอดคล้อง $CR < 0.05$ และ ถ้าขนาดที่ $n \geq 2$ ไม่มีปัญหาความไม่สอดคล้อง จึงไม่จำเป็นต้องพิจารณา

สามารถคำนวณได้ด้วยสูตร $CR = \frac{CI}{RI}$ สมการที่ (7)

การคำนวณหาค่า Eigen Values หรือ λ_{max}

$$\lambda_{max} = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n a_{ij} w_j$$

สมการที่ (8)

ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Consistency Index : CI)

$$CI = \frac{\lambda_{max} - n}{(n - 1)}$$

สมการที่ (9)

หาค่าดัชนีการสุ่มตัวอย่าง (Random Index : RI) สามารถประมาณค่าได้จากตารางตามขนาดมิติ (n) ของเมตริกเทียบเคียงฟิชชี ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 2 แสดงค่าดัชนีสุ่ม (Random Index : RI)

n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RI	0.00	0.00	0.58	0.90	1.12	1.24	1.35	1.41	1.45	1.49

2.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางตลาด

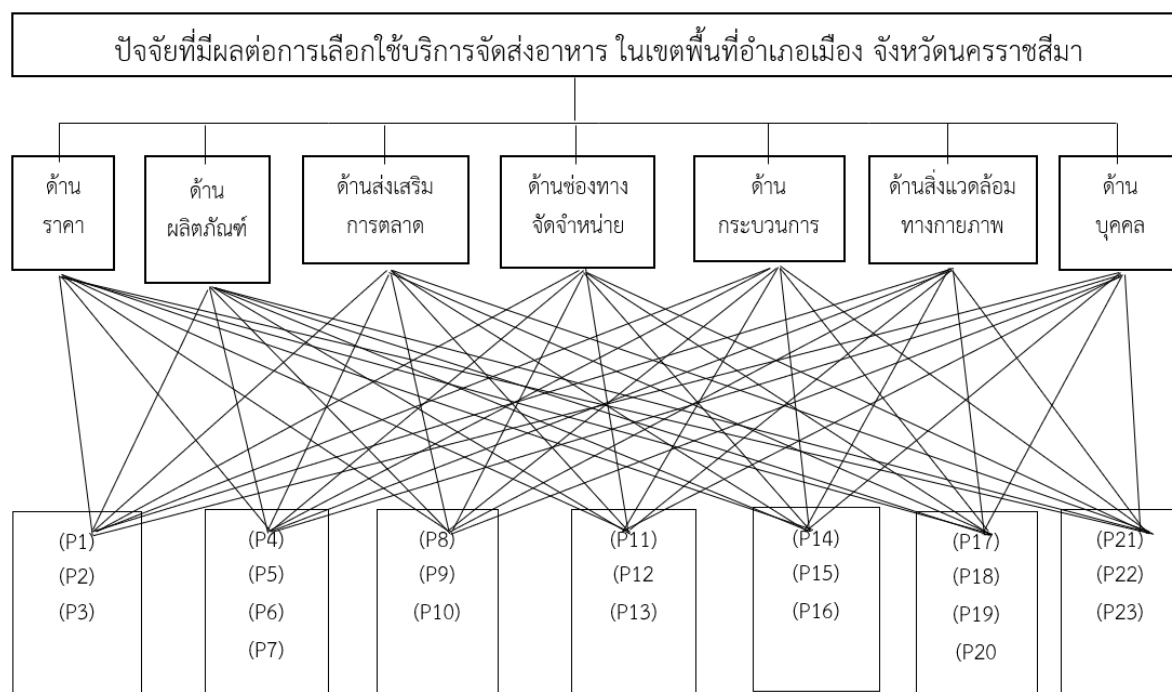
ทฤษฎีส่วนประสมทางตลาด เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดหรือลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ ซึ่งเป็นกลยุทธ์พื้นฐานที่ทำให้ธุรกิจมั่นคงและพัฒนาไปได้ต่อเนื่อง หากมีเทคนิคหรือแนวทางที่เป็นรูปธรรมในการเริ่มต้นที่ดีจะช่วยเพิ่มมุมมองในการขยายธุรกิจได้กว้างและครอบคลุมมากขึ้น จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2549) ได้นำส่วนประสมการตลาด 7 ปัจจัย (7Ps) ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านบุคคล มาประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจความต้องการของลูกค้าและเพื่อปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจให้ตรงสถานการณ์ วีระพงษ์ ภู่อสง (2560) นำส่วนประสมทางการตลาดมาประยุกต์ใช้เพื่อศึกษาความพึงพอใจของร้านอาหาร และเครื่องดื่มชุมชนตรอกวังหลัง กรุงเทพมหานคร พบว่าแนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญช่วยกำหนดแผนทางการตลาดให้รับรู้ถึงความต้องการและแนวโน้มของผู้ใช้บริการได้ ณัฐศาสตร์ ปัญญานะ และ วิชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ (2562) ได้นำส่วนประสมการตลาดเป็นส่วนสำคัญในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารตามสั่งแบบจัดส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ เช่น ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านราคา รวมถึงปัจจัยในด้านอื่นๆ พิมพุมผกา บุญนาพิริชต์ (2560) ส่วนประสมทางการตลาดไปใช้ในการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อนำผลการวิจัยไปประยุกต์เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการบริการได้อย่างครบวงจร ธนาศักดิ์ ชัยกระโทก และคณะ (2563) ศึกษากระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งอาหารและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งอาหารในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ทำให้เห็นว่าทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดมีบทบาทสำคัญต่อการนำมาพิจารณาการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และยังพบว่าการศึกษาที่ผ่านมาจะมุ่งเน้นอยู่แค่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการนำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดมาประยุกต์เป็นปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์การให้บริการจัดส่งอาหารสามารถครอบคลุมทุกด้านของการให้บริการได้ และยังพบว่าส่วนประสมทางการตลาดมีความน่าเชื่อถือจึงถูกนำไปใช้เป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกการบริการอย่างแพร่หลายเช่นกัน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และแบบสอบถามลำดับชั้นแบบคลุมเครือที่ผู้ตอบต้องระบุคะแนนค่าความสำคัญ 1-9 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยแบบเป็นคู่ (Pair-wise Comparison) 3 ส่วนได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 เป็นการเปรียบเทียบลำดับความสำคัญของปัจจัยหลัก และส่วนที่ 3 เป็นการเปรียบเทียบลำดับความสำคัญของปัจจัยรอง โดยนำปัจจัยจากส่วนประสมทางการตลาดมาทำแบบสอบถาม ซึ่งผ่านตรวจสอบดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิ และวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคส์ได้ค่าความเชื่อมั่นระดับที่ยอมรับได้ จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาลำดับปัจจัยด้วยเทคนิคกระบวนการวิเคราะห์ลำดับชั้นแบบคลุมเครือ (Fuzzy Analytic Hierarchy Process : FAHP)

3.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก ตามทฤษฎีของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% คิดเป็นความคลาดเคลื่อนที่ 5% โดยสามารถคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ 400 คน

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล ผลการตอบแบบสอบถามจะถูกนำมาคำนวณหาค่าความสอดคล้อง CR (Consistency Ratio) ของปัจจัยก่อน จึงจะสามารถวิเคราะห์ด้วยเทคนิคกระบวนการวิเคราะห์ลำดับชั้นแบบคลุมเครือ (Fuzzy Analytic Hierarchy Process: FAHP) ตามลำดับการเปรียบเทียบทีละคู่จากโครงสร้างแผนภูมิลำดับชั้น แสดงให้เห็นว่า วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์คือเพื่อหาลำดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารในเขตพื้นที่การศึกษา โดยประกอบด้วย ปัจจัยหลัก (Main criteria) ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านบุคคล ซึ่งการวิเคราะห์จะเป็นการเปรียบเทียบทีละคู่ของปัจจัยหลัก จากนั้นจะทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบทีละคู่ของปัจจัยรอง (Sub-criteria) ที่อยู่ในลำดับชั้นถัดลงมา แสดงในแผนภาพที่ 1



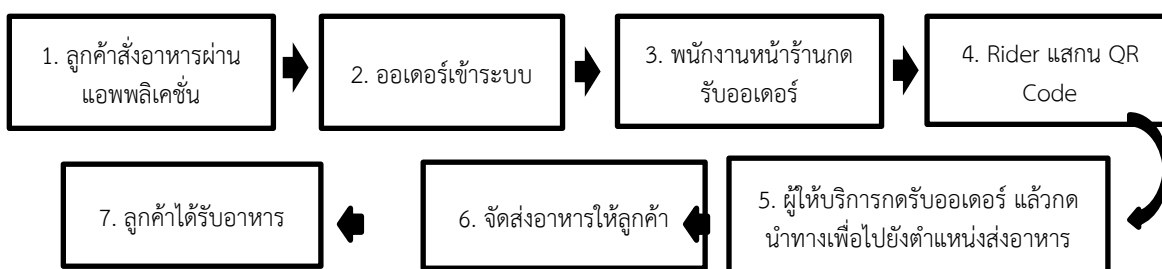
แผนภาพที่ 1 โครงสร้างแผนภูมิลำดับชั้นการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

4. ผลการวิจัย

4.1 รูปแบบการให้บริการจัดส่งอาหารในพื้นที่กรณีศึกษา

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2563) อธิบายว่า วิกฤตโควิด-19 จะเป็นปัจจัยกระตุ้นความต้องการใช้บริการขนส่งไม่สิ้นสุดท้ายของผู้บริโภค ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการจัดส่งทั้งพัสดุและอาหารเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก เช่น ด้านความเร็วในการจัดส่ง ค่าบริการที่ถูกลง หรือแม้แต่การควบคุมคุณภาพในการให้บริการของพนักงานจัดส่งสินค้าและได้นำเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการด้วย การเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจทำให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น ในระยะทางที่สั้นด้วยระยะเวลาที่รวดเร็วจากจุดให้บริการที่ใกล้ผู้ใช้บริการที่สุด ซึ่งรูปแบบการขนส่งของไม่สิ้นสุดท้าย (last mile delivery) คือรูปแบบการขนส่งระยะสั้นที่ให้บริการขนส่งในระยะทางที่ไม่ไกลตามแนวคิดการให้บริการไม่สิ้นสุดท้ายอยู่ที่ 10-15 กิโลเมตร การเผชิญความท้าทายจากโควิด-19 ส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคจากการเดินทางมาร้านอาหารลดลง แต่ในทางกลับกันเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มใช้บริการผ่านช่องทางออนไลน์หรือการสั่งซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นวิถีชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal) จึงเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้การบริการขนส่งสินค้าแบบ last-mile delivery ขยายการบริการขนส่งเพิ่มขึ้น (การเงินธนาคารประเทศไทย, 2563)

ดังนั้นธุรกิจการบริการจัดส่งอาหาร เป็นธุรกิจที่ประยุกต์รูปแบบการขนส่งไม่สิ้นสุดท้ายกับการขนส่งอาหาร ประกอบกับความทันสมัยของเทคโนโลยีการสื่อสาร การคมนาคมขนส่งและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่จากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่มีข้อจำกัดด้านเวลาและการเข้าถึงการบริการแต่ต้องการความสะดวกสบายและต้องการหลีกเลี่ยงปัญหาจราจร ส่งผลให้การใช้บริการจัดส่งอาหารเพิ่มมากขึ้น ทำให้ปัจจุบันธุรกิจบริการจัดส่งอาหารสามารถขยายพื้นที่การให้บริการได้ครอบคลุม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2560) กล่าวว่า ปี 2562 ธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่มีมูลค่าสูงถึง 26,276 ล้านบาท และคาดว่า 2-3 ปี จะขยายตัวร้อยละ 2.4 ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารได้เข้าร่วมจัดส่งอาหารกับผู้ให้บริการจัดส่งอาหาร เช่น Food panda, Grab, Line man, Uber eats ที่นำเทคโนโลยีในการสร้างแพลตฟอร์มที่มีแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์เป็นตัวกลางการสั่งซื้ออาหารและเป็นตัวกลางของผู้ให้บริการจัดส่งอาหาร ทำให้ผู้บริโภคสามารถติดตามการสั่งซื้อได้ แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการให้บริการจัดส่งอาหารมีความแตกต่างจากเดิม เพราะมีทั้งการสื่อสาร ช่องทางการชำระเงินที่สะดวกและเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งจะสามารถตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในปัจจุบัน แสดงดังแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 รูปแบบการบริการจัดส่งอาหาร (พิมพ์พมผกา บุญธนาพิริษฐ์, 2560)

หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา (2563) ได้ศึกษาธุรกิจการบริการจัดส่งอาหารที่ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จากเดิมที่ส่วนมากการจัดส่งอาหารเป็นการจัดส่งจากร้านอาหารแบรนด์ใหญ่เท่านั้น ซึ่งแต่ละร้านอาหารจะมีบริการจัดส่งเป็นของตัวเอง จะเห็นได้ว่าร้านอาหารรายเล็กไม่สามารถให้บริการจัดส่งอาหารได้ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 พบว่าในช่วงปี 2562 ถึงปี 2563 ธุรกิจ

การบริการจัดส่งอาหารมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง สาเหตุที่ทำให้การขยายตัวของบริการขนส่งอาหารในพื้นที่กรณีศึกษาเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีผู้ให้บริการขนส่งอาหารที่เป็นคนกลางระหว่างร้านอาหารรายเล็กกับผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น โดยร้านอาหารไม่จำเป็นต้องลงทุนในให้บริการขนส่งด้วยตนเอง แต่สามารถสมัครเข้าร่วมแพลตฟอร์มการให้บริการขนส่งอาหารที่เป็นตัวกลางในการขนส่งเท่านั้น จึงทำให้พบว่า การขยายพื้นที่การให้บริการขนส่งอาหารของผู้ให้บริการหลากหลายค่ายเพิ่มมากขึ้น ในพื้นที่กรณีศึกษาพบว่า ร้านอาหารหันมาใช้บริการจัดส่งอาหารเพิ่มขึ้นด้วยเหตุผล ดังนี้ 1.ร้านอาหารที่เข้าร่วมช่องทางออนไลน์สามารถเพิ่มยอดขายได้หลายช่องทาง 2. การสั่งซื้อมีความสะดวกมากทำให้มีฐานลูกค้าที่มากขึ้นส่งผลต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจ 3. ผู้คนออกจากบ้านไปทานอาหารน้อยลง เพราะมีความสะดวกสบายในการสั่งอาหารมารับประทาน 4. มีสมาร์ตโฟนที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตก็สามารถสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันเพิ่มความสะดวกสบาย 5. มีประเภทของอาหารให้เลือกหลากหลายและมีทางเลือกในการใช้จ่ายการสั่งอาหารหลายช่องทาง นอกจากนี้พบว่า เหตุผลที่ทำให้รูปแบบบริการขนส่งอาหารขยายตัวขึ้นคือ เป็นรูปแบบการทำงานที่สร้างอาชีพผู้ให้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ และสามารถสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นได้ อีกทั้งผู้ใช้บริการมีเพิ่มมากขึ้นเพราะการใช้บริการขนส่งอาหารทำให้ผู้ใช้บริการมีเวลาอยู่ร่วมกันกับครอบครัวมากขึ้น นอกจากนี้การศึกษารูปแบบการจัดส่งอาหารในเขตพื้นที่กรณีศึกษา ยังพบว่าสัดส่วนการเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารในพื้นที่อำเภอ จังหวัด นครราชสีมา ของผู้ให้บริการขนส่งอาหารมีความแตกต่างกัน เช่น Grab มีสัดส่วนการเลือกใช้บริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.7 รองลงมาคือ Food Panda มีสัดส่วนการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 28.5 เป็นต้น โดยหอการค้าจังหวัดนครราชสีมา (2563) ได้ศึกษาความนิยมของการเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารของผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรณีศึกษาที่มีมากขึ้น พบว่าการให้บริการขนส่งอาหารสามารถตอบโจทย์ลูกค้าในพื้นที่กรณีศึกษาได้ใน 1.ด้านสภาพอากาศ โดยผู้ใช้บริการเลือกรูปแบบการจัดส่งอาหารเพราะต้องการหลีกเลี่ยงอากาศที่มีสภาพร้อนอบอ้าว 2.ด้านสภาพการจราจร โดยผู้ใช้บริการเลือกรูปแบบการจัดส่งอาหารเพื่อหลีกเลี่ยงสภาพจราจรที่ติดขัดในพื้นที่กรณีศึกษา 3. ด้านระยะเวลา ซึ่งผู้เลือกใช้รูปแบบการจัดส่งอาหารพบว่าสามารถประหยัดเวลาในการรับประทานอาหารได้ 4. ด้านความหลากหลายของร้านอาหาร ผู้ใช้บริการสามารถเลือกร้านอาหารที่มีความหลากหลายทั้งร้านอาหารและความหลากหลายของประเภทของอาหารได้ 5. ด้านการใช้เทคโนโลยี พบว่าผู้ใช้บริการขนส่งอาหารรู้สึกถึงความสะดวกสบายในการใช้สมาร์ตโฟนเพื่อสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ดังนั้นจะพบว่ารูปแบบการให้บริการขนส่งอาหารของพื้นที่กรณีศึกษามีการเปลี่ยนแปลงจากเดิม

4.2 ลำดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจัดส่งอาหาร

จากการวิเคราะห์แบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 53.25 อายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.25 ระดับการศึกษาปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 49.50 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 71.00 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 74.50 จำนวนผู้ใช้บริการจัดส่งอาหาร คิดเป็นร้อยละ 100.00 และจำนวนน้อยกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 42.25 จากนั้นนำมาวิเคราะห์ลำดับชั้นแบบคลุมเครือ (Fuzzy Analytic Hierarchy Process : FAHP) โดยตรวจสอบค่าความสอดคล้องของปัจจัยหลัก พบว่าค่าความสอดคล้องอยู่ที่ 0.022 ซึ่งค่า $CR \leq 0.1$ แสดงว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จึงได้นำมาวิเคราะห์ลำดับความสำคัญของปัจจัยหลัก (Main criteria) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารในพื้นที่กรณีศึกษา พบว่า ด้านราคา (0.150) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกผู้ให้บริการขนส่งอาหารมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (0.146) ด้านการส่งเสริมการตลาด (0.144) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (0.142) ด้านกระบวนการ (0.141) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (0.140) ด้านบุคคล (0.136) ตามลำดับ แสดงผลในตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับเรื่องของราคา เมื่อต้องการจะใช้บริการจัดส่งอาหารเป็นครั้งแรก ดังนั้นผู้ให้บริการแต่ละรายจำเป็นต้องให้

ความสำคัญต่อการแข่งขันในเรื่องของราคา นอกจากนี้ความหลากหลายของอาหาร เมนูหรือร้านอาหารในด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการที่แตกต่างกันด้วย เพราะร้านอาหารบางร้าน หรือเมนูอาหารบางเมนูจะปรากฏในแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการขนส่งอาหารไม่เหมือนกัน เพื่อพิจารณาให้ชัดเจนมากขึ้น งานวิจัยนี้จึงได้ศึกษาความสำคัญของปัจจัยรองที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเช่นกัน

ตารางที่ 3 ค่าน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยด้วยการวิเคราะห์จาก Fuzzy AHP

เกณฑ์หลัก	ค่าน้ำหนัก ความสำคัญ	ปัจจัยรอง	ค่าน้ำหนัก ความสำคัญ	ค่าน้ำหนัก ความสำคัญ ทั้งแผนภูมิ	ลำดับ
ด้านราคา	0.150	(P1) ราคาอาหารไม่แตกต่างจากที่ร้าน	0.364	0.055	1
		(P2) ค่าจัดส่งมีความเหมาะสมกับระยะทาง	0.335	0.050	3
		(P3) แสดงราคาชัดเจน	0.301	0.045	13
ด้านผลิตภัณฑ์	0.146	(P4) เมนูอาหารมีการอัปเดตตลอดเวลา	0.260	0.038	16
		(P5) ร้านอาหารที่เข้าร่วมมีความหลากหลาย	0.252	0.037	17
		(P6) ร้านอาหารที่เข้าร่วมมีชื่อเสียง	0.245	0.036	19
		(P7) อาหารที่ได้รับมีความถูกต้อง	0.243	0.036	20
ด้านส่งเสริม การตลาด	0.144	(P8) ส่วนลดค่าจัดส่งอาหาร	0.352	0.051	2
		(P9) การสะสมแต้มเมื่อใช้บริการ	0.333	0.048	7
		(P10) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึง	0.315	0.045	12
ด้านช่องทางจัด จำหน่าย	0.142	(P11) การสมัครใช้บริการที่ง่ายและสะดวก	0.349	0.050	4
		(P12) ช่องทางชำระเงินที่หลากหลาย	0.327	0.046	9
		(P13) เส้นทางบริการครอบคลุมหลายพื้นที่	0.324	0.046	10
ด้าน กระบวนการ	0.141	(P14) ตรวจสอบสถานะจัดส่งสินค้าได้ตลอดเวลา	0.350	0.049	5
		(P15) จัดส่งได้รวดเร็วและทันระยะเวลาที่กำหนด	0.333	0.047	8
		(P16) จัดส่งได้ตามสถานที่ที่ระบุไว้	0.317	0.045	14
ด้านสิ่งแวดล้อม กายภาพ	0.140	(P17) แอปพลิเคชันใช้งานง่าย	0.259	0.036	18
		(P18) การแต่งกาย/เครื่องแบบของพนักงานจัดส่ง	0.251	0.035	21
		(P19) บรรจุภัณฑ์ใส่อาหารเพื่อป้องกันการเสียหาย	0.247	0.035	22
		(P20) จำนวนรถและพนักงานเพียงพอต่อการ ให้บริการ	0.243	0.034	23
ด้านบุคคล	0.136	(P21) พนักงานบริการด้วยความเป็นมิตร	0.358	0.049	6
		(P22) พนักงานมีทักษะในการบริการและแก้ปัญหา	0.336	0.046	11
		(P23) พนักงานมีความกระตือรือร้น	0.306	0.042	15

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักความสำคัญทั้งแผนภูมิ พบว่าลำดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจัดส่งอาหาร 5 ลำดับแรกที่เรียงตามค่าน้ำหนักจากมากไปน้อยได้แก่ ราคาอาหารไม่แตกต่างจากที่ร้าน (0.055) เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการจะดูว่าราคาอาหารเมื่อสั่งผ่านคนกลางที่เป็นผู้ให้บริการจัดส่งอาหารกับราคาเมื่อไปสั่งที่ร้านอาหารเองจะต้องมีราคาอาหารที่ไม่ต่างกันมาก อีกทั้งเรื่อง ส่วนลดค่าจัดส่งอาหาร (0.051) ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ถูกพิจารณาว่าการใช้บริการครั้งนั้นจะได้รับส่วนลดในการสั่งอาหารเท่าไร นอกจากนี้ยังพบว่า ค่าจัดส่งมีความเหมาะสมกับระยะทาง (0.050) เป็นสิ่งที่ถูกพิจารณาเช่นกัน ถึงแม้ว่าผู้ใช้บริการจะชอบความสะดวกสบายแต่ยังคงดูเรื่องของความเหมาะสมของราคาค่าขนส่งกับระยะทางด้วย อีกทั้งการสมัครใช้บริการที่

ง่ายและสะดวก (0.050) เป็นอีกสิ่งที่สำคัญที่ทำให้คนเลือกที่จะใช้บริการผู้ให้บริการรายใด เพราะว่าการเข้าถึงแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่ายจะเพิ่มความรวดเร็วในการสั่งซื้ออาหาร นอกจากนี้การตรวจสอบสถานะจัดส่งสินค้าได้ตลอดเวลา (0.049) เป็นอีกลำดับปัจจัยที่ถูกนำมาพิจารณาต่อการเลือกใช้บริการขนส่งอาหาร เมื่อทำการสั่งซื้ออาหารแล้ว ผู้ใช้บริการต้องสามารถติดตามคำสั่งซื้อของตนเองเพื่อให้วางใจได้ว่าคำสั่งซื้อนั้นจะมาถึงอย่างแน่นอน เป็นต้น แสดงผลตามตารางที่ 3 จะเห็นว่าการพิจารณาลำดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการขนส่งอาหารในเขตพื้นที่กรณีศึกษานี้ เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ให้บริการสามารถทราบความต้องการและเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างดี นอกจากนี้ยังทำให้เห็นว่าด้านราคาเป็นสิ่งสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชนควรให้ความสำคัญและการกำกับดูแลความยุติธรรมต่อทั้งผู้ให้บริการและผู้ให้บริการด้วย

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปและอภิปรายผล

1. ผลการศึกษารูปแบบการให้บริการจัดส่งอาหาร ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงจากเดิม เนื่องจากเดิมจะเป็นการบริการขนส่งอาหารจากร้านอาหารขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง และเป็นให้บริการขนส่งของร้านอาหารเอง ซึ่งปัจจุบันในเขตพื้นที่กรณีศึกษามีพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป ประกอบกับการกระตุ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ที่มาตรการของภาครัฐกำหนดเรื่องการห้ามนั่งทานที่ร้าน และการออกจากบ้าน ทำให้ผู้คนต้องหาทางเลือกอื่นๆ ดังเช่นร้านอาหารต้องปรับตัวในการให้บริการอาหารแบบ delivery มากขึ้นเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภค จึงส่งผลให้มีคนกลางเข้ามาเป็นตัวเชื่อมระหว่างร้านอาหารที่มีขนาดเล็กและผู้บริโภค เพื่อนำอาหารจากร้านไปส่งให้ การจัดส่งอาหารไปส่งยังที่พัก (Food Delivery) ผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ จึงเข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่อผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัชชา แจ่มสัมฤทธิ์ และ ชนิตา ยาระณะ (2564) ที่ศึกษาปัจจัยในการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจจัดส่งอาหารในยุคโควิด-19 พบว่า มีรูปแบบปัจจัยการพัฒนาการให้บริการขนส่งอาหารของผู้ให้บริการ ที่มีรูปแบบการให้บริการและประเภทการใช้บริการ เพื่อจัดส่งอาหารในยุคโควิด-19 ต้องมีคุณภาพและสามารถตอบสนองตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างทันทั่วทั้งที่

2. การตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหาร ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี ซึ่งเป็นกลุ่ม Gen Y ที่มีการใช้บริการมากที่สุด ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2564) ได้ศึกษาการใช้บริการการจัดส่งอาหารของคนไทยท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 พบว่า กลุ่ม Gen Y มีการใช้บริการมากที่สุดถึง คิดเป็นร้อยละ 51.09 โดยลำดับปัจจัยที่ผู้ให้บริการในพื้นที่กรณีศึกษานำมาใช้พิจารณาในการเลือกผู้ให้บริการจัดส่งอาหารโดยคำนึงถึง ด้านราคา เป็นเกณฑ์หลักที่สำคัญที่สุด เช่น ราคาอาหารไม่แตกต่างจากที่ร้าน ค่าจัดส่งมีความเหมาะสมกับระยะทาง และการแสดงราคาที่ชัดเจน ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาศักดิ์ ช่างกระโทก และคณะ (2563) ที่ศึกษากระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งอาหารในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ที่ได้ศึกษาว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจส่งอาหารมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ด้านราคา ด้านการตลาดและด้านผลิตภัณฑ์

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. เมืองขนาดใหญ่ที่มีการขยายตัวของรูปแบบการให้บริการจัดส่งอาหารที่มากขึ้น เช่นในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จะพบเห็นได้ว่าผู้ให้บริการมีความหลากหลาย ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐของแต่ละท้องถิ่นควรมีการออกมาตรการในการกำกับดูแล เช่นเรื่องของราคาค่าขนส่ง การกำหนดราคาการให้บริการ อีกทั้งควรมีการกำกับกับการขี้อ้างอิงของผู้ให้บริการขนส่งอาหารด้วยเพื่อเสริมสร้างความปลอดภัยในอาชีพที่จะมีการแข่งขันของผู้ให้บริการรายอื่นเพิ่มขึ้นในอนาคต และการติดตามเรื่องอุปกรณ์ขนส่งอาหารเพื่อส่งเสริมเรื่องสุขอนามัยของผู้บริโภคด้วย

2. แนวทางการพัฒนาบริการขนส่งอาหารให้สามารถตอบสนองความต้องการใช้บริการนั้น ผลจากการวิเคราะห์เน้นย้ำเรื่องราคา ความเหมาะสมในการกำหนดราคาค่าขนส่งกับระยะทาง และความสะดวกสบายในการใช้บริการ สิ่งเหล่านี้จึงเป็นลำดับปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้คนเลือกใช้บริการขนส่งอาหารจากผู้ประกอบการแต่ละรายต่างกัน ดังนั้นผู้ให้บริการขนส่งแต่ละรายสามารถออกแบบกลยุทธ์ในด้านต่างๆเพื่อดึงดูดความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เพื่อให้สามารถเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันในธุรกิจนี้ได้

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. งานวิจัยดังกล่าว มุ่งเน้นแต่การศึกษาในภาพกว้างของการให้บริการขนส่งอาหารเท่านั้น หากผู้วิจัยสนใจจะต่อยอดงานอาจทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารในรูปแบบขนส่งอาหารที่ต่างกันและจะพิจารณาถึงประเภทของสินค้าที่ให้บริการ เช่น การขนส่งอาหารสด แช่แข็ง เบเกอรี่ เพื่อจะทำให้เกิดองค์ความรู้ที่ต่างจากเดิม

2. การศึกษาควรเจาะจงเฉพาะผู้ให้บริการขนส่งอาหารแต่ละรายในพื้นที่ศึกษาเดียวกัน เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบปัจจัยการให้บริการว่าผู้ให้บริการรายใดสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในด้านไหนได้

3. งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อบ่งชี้ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาเท่านั้น เป็นการศึกษาจากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่เป็นการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก ผู้ที่สนใจพัฒนางานวิจัยอาจพัฒนาโดยการคํานึงขนาดประชากรที่ระบุถึงการใช้บริการขนส่งอาหารที่ชัดเจนขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- เพชรน้อย สิงห์ช่างชัย. (2549). **หลักการและการใช้สถิติการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับการวิจัยทางการพยาบาล**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). สงขลา: ชานเมืองการพิมพ์.
- การเงินธนาคารประเทศไทย. (2563). **ธุรกิจ Last-mile Delivery ปี '63 โต 15-18% ท่ามกลางการแข่งขันที่เข้มข้น** [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2564 จาก <https://www.moneyandbanking.co.th/article/news/kresearch-last-mile-delivery-1106/>.
- ณัชชา แจงสัมฤทธิ์ และ ชนิตา ยาระณะ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจจัดส่งอาหารในยุคโควิด-19. **โครงการนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2564**. คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร (100-113).
- ณัฐศาสตร์ ปัญญาณะ และ วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารตามสั่งแบบจัดส่ง. **วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ**, 11(1), 53-66.
- ธนาศักดิ์ ข่ายกระโทก สิริมา บุรณกุลศล อรุณ หงส์ทอง และ ศรัณย์ ตันวัฒนะพงษ์. (2563). กระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งอาหารในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี. **การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 5**. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี (263-274).
- ธัญรัตน์ ดิยอภิสิทธิ์ และ อรรถพล สมุทคุปต์. (2559). ตัวแบบในการคัดเลือกผู้ให้บริการการบำรุงรักษายานพาหนะโดยอาศัยเทคนิคฟuzzy เอเอชพี. **วารสารวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**, 24 (3), 127-141.
- พิมพ์พมผกา บุญนาพิรัชต์. (2560). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วีระพงษ์ ภู่ว่าง. (2560). **ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารและเครื่องดื่มชุมชนตรอกวังหลัง กรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2549). **การวิจัยการตลาด**. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). **Covid-19 โอกาสและความท้าทายการพัฒนาธุรกิจ Last-mile Delivery** [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2564 จาก <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Last-mile-FB230420.aspx>.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2560). **ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร** [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2564 จาก <http://fic.nfi.or.th/about.php>.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). **การใช้บริการ Online Food Delivery ของคนไทย** [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2564 จาก <https://www.etda.or.th/th/https://www-etda-or-th/th/newsevents/pr-news/Online-Food-Delivery-Survey-2020.aspx>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). **รายงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา**. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สิริธร วิรัชพันธุ์ และ ปราโมทย์ สื่อนาม. (2563). การเลือกบริการเทคโนโลยีการเงินแบบไม่ใช้บัตรของธนาคารไทยพาณิชย์ที่เหมาะสมด้วยกระบวนการลำดับขั้นเชิงวิเคราะห์แบบฟuzzy. **วารสารสถิติประยุกต์และเทคโนโลยีสารสนเทศ**, 5(1), 25-36.

- หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา. (2563). **ผลสำรวจ Food Delivery กับผลกระทบต่อเมืองโคราช**. นครราชสีมา: หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา.
- อดิศักดิ์ ธีรานุพัฒนา บุญสิตา กิตติศรีวรพจน์ และ วราพร บุญจอม. (2559). การคัดเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ โดยใช้กระบวนการตัดสินใจแบบวิเคราะห์ลำดับขั้นและทฤษฎีฟัซซีเซต. **วารสารบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**, 39(152), 1-29.
- อาสาฬหะ จันทน์คร และ ปราโมทย์ ลีอนาม. (2558). การคัดเลือกเครือข่ายสังคมเพื่อการสื่อสารภายในองค์กรโดยใช้กระบวนการลำดับขั้นเชิงวิเคราะห์แบบฟัซซี. **วารสารการจัดการสมัยใหม่**, 13(1), 82-92.
- Brand inside. (2563). **โควิดเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค อาหารสำเร็จรูปขายดี นิยมสั่งเดลิเวอรี่เพิ่มขึ้นกว่า 38%** [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2563 จาก <https://brandinside.asia/customer-behavior-covid-19/>.
- Buckley, J. J. (1985). Fuzzy Hierarchical Analysis. **Fuzzy Sets and Systems**, 17, 233-247.
- Yamane.T. (1973). **Statistics: an introductory analysis**. New York: New York: Harper. & Row.

ตัวแบบที่เหมาะสมกับนโยบายการจัดการที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุของประเทศไทยในมุมมอง
ของการจัดการภาครัฐ เอกชน และชุมชน
The suitable model for the elderly housing management policy for Thailand
in the management perspective of the public, private
and community sectors

ชนมณี ทะนันแสง^{1*} และ รัตพงษ์ สอนสุภาพ²
(Chonmani Tananpang ^{1*}, Rattaphong Sonsuphap ²)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานโยบายการจัดการด้านที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุในมุมมองการจัดการของภาครัฐ เอกชน และชุมชน โดยการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนโยบายด้านการจัดการด้านที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุ ลักษณะการพึ่งพาของผู้สูงอายุ และลักษณะการดำเนินงานในแต่ละโครงการ ผ่านการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค SWOT Analysis และ TOWS Matrix Model ที่เป็นการวิเคราะห์ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก เพื่อสังเคราะห์นโยบายที่มีความเหมาะสมการจัดการด้านที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุในประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า นโยบายการจัดการที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุในปัจจุบันและการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค SWOT Analysis และ TOWS Matrix Model ไม่ใช่วิธีรับมือที่ยั่งยืนนัก เป็นเพียงนโยบายที่แก้ไขปัญหาที่ปลายเหตุ งานวิจัยนี้ชี้ชัดว่าควรเพิ่มการกำหนดมาตรฐานที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ ที่ประกอบไปด้วย ชุมชนผู้สูงอายุ ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ สถานบริการผู้สูงอายุ สถานดูแลผู้สูงอายุสมอเหลื่อม สถานดูแลผู้สูงอายุระยะท้าย และชุมชนของผู้สูงอายุ นอกจากนี้สถานการณ์โควิด-19 และสภาวะเศรษฐกิจส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป การต่อยอดโครงการจากภาคเอกชนในลักษณะของการพัฒนาที่อยู่อาศัยเดิมเป็นการช่วยแก้ปัญหาที่ต้นเหตุได้ดี ซึ่งหากได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐทั้งงบประมาณ นโยบาย ข้อกฎหมายต่าง ๆ ร่วมกับเอกชนและชุมชน ทางด้านการให้บริการและเทคโนโลยี ร่วมกับการส่งเสริมการเก็บออมเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุ ก็จะช่วยให้การจัดการด้านที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุภายในประเทศไทยมีการพัฒนาที่ดีอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: การจัดการที่อยู่อาศัย ผู้สูงอายุ นโยบายการจัดการที่เหมาะสม

^{*1,2} วิทยาลัยนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต ปทุมธานี 12000

College of Social Innovation, Rangsit University, Pathum Thani 12000

Corresponding author: chonmani.t@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to study the elderly housing management policy through the management perspective of the public, private and community sectors. each project operational process. Data was analyzed through SWOT Analysis and TOWS Matrix models.

The study results revealed that the current elderly housing management policy and analysis by SWOT Analysis and TOWS Matrix Model is not a sustainable solution, instead it is just a policy to solve the symptom rather than the root cause of the problem. This research clearly indicated that there is a need of an increase in setting a housing standard for the elder population including the elderly care center, the elderly nursing home, the elder with dementia residential care, palliative care, and the elderly community. The project extension of private sector in housing modification was a good solution to solve the problem at the root cause. If this project can get a support by the government including budget, policy, law and other regulations, together with the collaboration from the private sector and the community in providing services and technology as well as an encouragement on savings to prepare Thai citizens before entering the elderly age. This will enhance the elderly housing management in Thailand to be able to have a well-developed sustainability further in the future.

Keywords: Housing Management policy, Elderly, The suitable model

Article history:

Received 31 July 2021

Revised 20 November 2021

Accepted 26 November 2021

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. Introduction

Ageing Society is the change in nature of social structures that is the number of populations over the age of 60 is larger than the population of other ages. Recently, with the rise of the elderly population, there are more than 11.6 million elderly population in 2020, accounting for 17.57 percent of the total population (Department of Older Persons 2020) which is likely to increase. In 2015, the number of elderly populations was estimated as high as 20.42 million people, accounted for 31.28 percent. While year 2019 was the first year that the child population reported to have equal number as the elderly population of 11.3 million people. Since then, the number of child population is continuously lower than of the elderly population. (InfoQuest News 2020) The government has scheduled becoming the ageing society as a national agenda because there is a confident data of the number of elderly people in the future will have an even higher rate. Thus, Thailand will become a full-fledged ageing society in the near future when the number of elderly populations aged over 60 will be more than 20 percent of the total population. This will affect the overall structure of the

national society, especially in the residential property that will lead to the rise in real estate projects for assisting the increasing elderly population through both public and private sectors. Yet the growth in assistance is lower when compared to the relevant growth in demand. Habitat is fundamental to human life, but due to the limitation of economy or administrative obligations, the housing accessibility is difficult for people in the society living in Thailand. Moreover, the government policy has not covered the rise of elder population in becoming a full-fledge ageing society. (Thaipost 2019) This creates a gap of both in numbers and quality housing related to the elderly population. The government has been implementing the policies related to the elderly housing management both direct and indirect, such as 1) The 2nd National Plan on The Elderly 2002-2021(the 1st revised of 2009), 2) Strategy 2: promotion and support of Elderly Person Strategy as well as The Act on Older Persons B.E. 2546 (2003 A.D.) as amended by Derivatives Act (No.2), B.E. 2553 (2010) and (No.3), B.E. 2560 (2013). All of these policies were written in the purpose of health care and promoting better living quality of the elderly. Currently, various different forms of elderly housing projects are being seen among public, private, and community sectors, such as: 1) public projects including Ban Bang Khae Social Welfare Development Center for Older Persons 2) private projects such as Kamala Senior Living Project 3) public and private projects such as Senior Complex Project 4) public and community initiatives such as Bang Khae Home for Older Persons 5) private and community projects such as Udomsuk housing for Elderly 6) public, private, and community projects such as the comfortable housing project for grandparents by National Housing Authority. It can be seen that the government and various public agencies have started to support more housing for the elderly. Although, the elderly housing management policy is operating by the government sector, however private and community policies are also played a crucial role of effective development, accessibility, and meets the needs of the elderly as much as possible.

Therefore, the researcher realized the importance of the study on housing management policy in the area of differences in management perspective of public, private and community sectors. The internal factors were analyzed through SWOT Analysis and synthesized the suitable model for the changing social structure at present. The external factors were analyzed through the TOWS Matrix Model. These two theories are universal models and are easy to understand and implement to deal with the situation of entering the aging society completely that will arise in the future and to recommend for policy planning of the appropriate housing for the elderly.

Objectives

1. To study the management perspective of the public, private and community sectors toward the elderly housing management policy.
2. To analyze a suitable policy for the elderly housing management policy for Thailand.

2. Literature Review

The study titled 'the suitable model for the elderly housing management policy for Thailand in the management perspective of the public, private and community sectors' has reviewed the literature on policies related to elderly housing management to answer research questions according to the research objectives in the management perspective of the public, private and community sectors are consisting of:

2.1 Elderly

2.1.1 Definition: The Royal Institute Dictionary defined the term "elderly" refers to the ages that follows the middle age with aged over 60. According to Elderly Person Act, B.E. 2546 (2003) (Phookaew, 2015) section 3 defined the elderly as a person aged over 60 years old, holding Thai nationality. World Health Organization classified ageing societies into 3 levels: Aged society, Completed Aged Society, and Super Aged Society.

2.1.2 Department of Older Persons discussed on Thai elderly situation and trends in 2018 found that there were 11.7 million elderly people aged over 60 years or accounted for 17.6 percent of the total population and is expected to continue growing. It is expected that in the next 20 years or in 2038, the elderly population in Thailand will increase to 20 million or accounting for 30 percent of the total population. The proportion of child will be reduced to 9 million, working age (15-59 years) down to 37 million, which will affect the future structure of Thai population as well as the economy and society. Therefore, the welfare management system has been affected more due to the changing on social structure.

from the above two meanings It can be concluded that the elderly are an important group that the government and The private sector should be aware of and give importance to it because it is a group that tends to increase every year. Issuing policies to support the number of elderly people will improve the quality of life of the population in the future.

2.2 The relatability of the elderly housing policy and cabinet resolution

2.2.1 Department of Older Persons policy in 2016 on the project of the safe and suitable elderly housing as well as environmental development, the project that support the operation of Center for Quality-of-Life Development and Career Promotion for the Elderly. (Department of Older Persons 2016)

2.2.2 Elderly Person Act, B.E. 2556 (2013) (Department of Older Persons 2013), (Phookaew, 2015) with the protection of elderly rights in terms of medical and public health, education, religion, as well as information that is useful for living. In accordance with the law and to obtain laws that cover all aspects for the elderly and other matters as specified by the cabinet resolution.

2.2.3 Adjustment of ministerial regulation prescribing the facilities in the building for disabled, and old persons B.E. 2548 (2005) (Ministry of Interior 2003), Ministry of Interior, on the adjustment of the home environment, community, and original infrastructure

to be more assistive and conducive for the living of elderly. By emphasizing on the participation of the public, private, and community sectors through setting the criteria that can induce the private sector to become a driving mechanism and adjusting ministerial regulation prescribing the facilities in the building for disabled, and old persons.

2.2.4 National Housing Authority's Baan Eur Arthorn Project (1973- present) aims on building housing for the elderly, the underprivileged, and low-income group includes low-income civil servants and government officers (Office of welfare promotion protection and empowerment of vulnerable groups. 2019) to be able to acquire their own housing leasing at affordable prices. In addition, it is a project to strengthen the security of living and improve the quality of life for the underprivileged persons to have their own housing that meet the living standard within the community. The housing is built for affordable prices that the target group can bear the burden of installments. The project is scheduled to start building for the only target group whose household monthly income is not exceed 15,000 baht (annual income of year 2003) but current monthly income per household is adjusted not exceed 40,000 baht.

2.3 The Review of Theory and Concept

2.3.1 Concept of the elderly housing management consists of physical environment, social, location, and services. (An appropriate environment for elderly and disabled people research unit 2010)

1. Physical environment: providing an appropriate housing for the elderly must consider the deterioration, malfunction, and the condition of the problem that the elderly is experiencing. For instance, improving the equipment and facilities that are appropriate and prevent snagging, such as handrails, ramps, sanitary ware, bedding, tiles or floors that are difficult to slip and fall. Moreover, home decor has a relationship towards the living and mental rehabilitation of the elderly, sufficiency of home lighting and selecting the furniture that can assist life of the elderly, etc.

2. Providing an appropriate housing for the elderly to interact with other people is also improving the elderly health both physically and mentally. It is also one of the methods of psychological therapy because it is a channel that the elderly can expose their deep feeling within which sometimes do not want to tell grandchildren in the family. They may feel more comfortable and open with peers who may provide additional perspectives and help relieve tension within their mind. In addition, the interaction can help forming a group for various recreational activities together.

3. Elderly housing management, especially in response to social participation, “location” of the residence is also an important factor that must be taken into account as it allows the elderly to open up opportunities in applying their skills and abilities that benefits the community. It is fully encouraging the elderly to fully utilize their existing potential and

the community will also benefit from the talent of the elderly. A decision on the location of the elderly housing as follows: 1) dispersed throughout the community, 2) the location designed close to various services within the walking distance, 3) located in conjunction with other projects attached to opportunities for contribution 4) easily the accessible for public transportations and close to the current community which conveniently revisiting by relatives. 5) a visual fit with local housing to prevent the elderly feeling of being separated from each other and able to live alone. The housing must fulfill the physical and mental needs of the elderly by providing appropriate medical assistance, social services, and public transportation. The housing of elderly who are disabled persons should be located close to their community because they are hardly adaptable.

2.3.2 The elderly housing model with dependency can be classified according to the characteristics of dependency. (Department of Older Persons 2017)

1. The independent elderly who do not need of housing. This elderly group will be close to people of other ages, but may want a suitable design for their living to prevent accidents.

2. Elderly semi-reliance. housing for elderly in this stage must begin with the preparation of special treatment service and caregiver in their daily life.

3. The dependent elderly is those who are in need of close monitoring by a doctor or nurse to take care of life and withdrawal symptoms.

4. The majority of elderly in the final stage of life prefer to die at home. In some countries, a place called Hospice Care is palliative care or end-of-life nursing homes for patients who are expected to live at less than 6 months.

2.3.3 The concept of creating age-friendly cities was paid attention by World Health Organization as it is important to create the cities that are convenient and equally accessible by elder people. The concept of creating age-friendly cities for older people requires friendly environments including quality of life, easy usage, accessible and safety. (Bureau of Elderly Health 2021)

2.3.4 SWOT Analysis is a tool used in the analysis of a situation or a current situation of the project to find its Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats in an operation or the ability to compete for achieving the desired position or the goals in the future. (Niumluang, 2015) The meaning of SWOT is defined as "S" stands for strength which is the characteristic of an organization that is a factor contributing to the success of an organization, "W" stands for weakness which is the characteristic of bad organization hinder the success of an organization, "O" stands for opportunity which is external factors conducive to the success of an organization, "T" stands for threats which is outside factors that threaten or cause problems to the success of an organization.

The principle of SWOT Analysis is a situation analysis through exploring the two aspects: internal situation (Strengths and Weaknesses) and external situation. (Opportunities

and Threats) to help understand the factors that influence the organizational operation. SWOT Analysis is a tool which can use in an analysis of the project at all levels, hence, it can also be applied with this research titled “the suitable model for the elderly housing management policy for Thailand in the management perspective of the public, private and community sectors”.

2.3.5 Tows Matrix Model is a concept built on SWOT Analysis which brought out the strengths, weaknesses, opportunities and threats derived from the analysis of organizational environment both external and internal, or paired SWOT Analysis elements together (Hongchintakul, 2019) Four elements are divided through prior analysis of SWOT Analysis as follows.

SO is a strategy that results from a match between the positive internal environment (Strength) and the positive external environment (Opportunity), which is the combination of organizational strengths and advantages with opportunities to defined as SO strategy for the organization.

WO is the strategy of matching between the external negative environment that is Weakness and the external positive environment that is Opportunity to take advantage of any good opportunity to defend the weak spots of the organization or lowering its weaknesses.

ST is the strategy resulting from a match between the positive internal environment that is Strength and the negative external environment that is Threat to strengthen an organizational advantage and defenses against threats which concluded as using its strengths to avoid threats.

WT is the strategy resulting from a match between the external negative environment that is Weakness and negative external environment is Threat as a strategy to reduce the weaknesses and avoid threats. The main purpose is to prevent or avoid the situation of the organization to not be worse than its current position.

TOWS Matrix Model can define suitable strategies for the organization in each and different situations efficiently. In each model, additional strategies can be obtained from external and internal factors of the organization through SWOT Analysis. All of the above are fundamental analyzes to study and compile concepts from other perspectives, and ultimately, the results of the study are summarized for a decision-making on appropriate action plan or policy. This has therefore led to the analysis using TOWS Matrix Model in the study of external factors of the elderly housing management policy to study the suitable model for the elderly housing management policy for Thailand in the management perspective of the public, private and community sectors.

Conceptual Framework

This research studied the elderly housing management policy in the management perspective of the public, private and community sectors to synthesize the suitable policy of the elderly housing management in Thailand. Data was collected through requesting information from the relevant state departments and searching via online system to synthesize the suitable policy of the elderly housing management in Thailand.

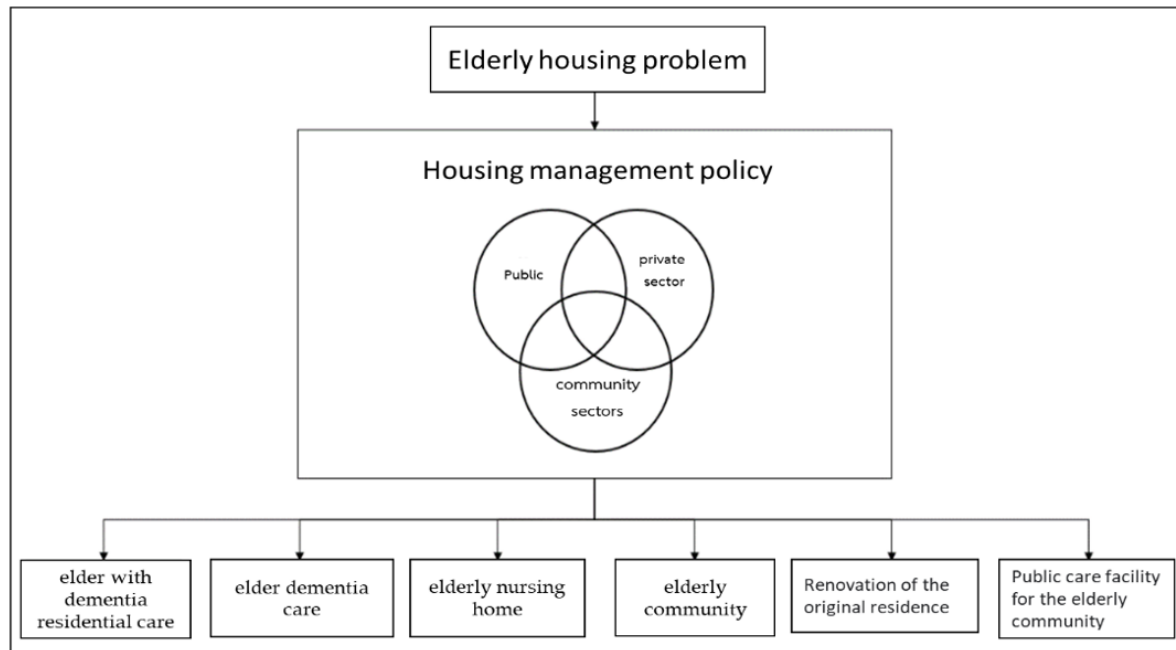


Figure 1 Conceptual Framework

3. Research Methodology

This research is a descriptive research, and the data was gathered from the secondary data to study the elderly housing management policy for Thailand in the management perspective of the public, private and community sectors. Data was technically analyzed through SWOT Analysis and Tows Matrix Model to analyze internal and external factors and to synthesize the suitable model the elderly housing management policy for Thailand. Recommendations and suggestions are provided to find an appropriate policy solution with details as follows.

3.1 Scope of contents

This research is to study the elderly housing management policy in the management perspective of the public, private and community sectors, as well as the dependence of the elderly and operating characteristics of the projects to synthesize the suitable model the elderly housing management policy in the country.

3.2 Scope of area and sampling

This research aims to study the elderly housing management policy for Thailand in the management perspective of the public, private and community sectors.

3.3 Data collection

Researchers collected data used in the study from both secondary data and primary data. Secondary data was gathered from books, research, dissertation, articles in journals, electronic information, official information such as policy, laws, protocols, regulations, ministerial regulations, legislation, various projects from relevant agencies that contained data on aging population from the past, present and future. Furthermore, the government policies related to the elderly housing as well as the housing projects for the elderly, concepts, theories, the elderly housing management, and related research. Primary data was gathered from current elderly housing conditions (Observe Survey) which contains data on the elderly housing management policy in the management perspective of the public, private and community sectors, as well as characteristics on the dependence of the elderly and project operation.

3.4 Research Analysis

3.4.1 Data collection and relevant documentation. The collection process includes:

1. Gathering of concepts and theories, policies, laws, protocols, regulations, ministerial regulations, Act, various projects from relevant documents and agencies on the elderly housing to provide suitable guidance on the elderly housing management in the country.

2. The relevant data was gathered on the elderly housing management policy for Thailand in the management perspective of the public, private and community sectors as well as the dependency characteristic of the elderly, and the project operation process by requesting data from various agencies.

3.4.2 The data was processing from the collection of concepts and theories, policies, laws, protocols, regulations, ministerial regulations, Act, various projects, and performance in relevant with the elderly housing management policy in the management perspective of the public, private and community sectors. Moreover, further data on the dependency characteristic of the elderly, and the project operation process was analyzed based on the SWOT Analysis technique to study the internal factors that occur and affect towards the elderly housing management policy.

3.4.3 Synthesize the study results on the elderly housing management policy in the management perspective of the public, private and community sectors that are suitable with the elderly housing management in Thailand. The study employed Tows Matrix Model technique to study the external factors that occur and affect towards the elderly housing management policy to find appropriate solutions.

4. Research Results

From data collection and literature reviews on relevant policies, the elderly housing management policy can be classified based on the dependence of the elderly into 1) independence living or active aging; 2) assisted living. The researchers have conducted the study on the elderly housing management policy in the management perspective of the public, private and community sectors together with a cooperation of various sectors, found that there were different characters in different policies. The study employed SWOT Analysis to analyze each policy to understand the overall as well as gap of the policies. Strengths and weaknesses were analyzed in each policy from the management perspective of the public, private and community sectors together with a cooperation of various sectors. Whereby opportunities and threats were analyzed using TOWS Matrix Model techniques to analyze with details as follows:

4.1 Public sector deals with the elderly housing problem through the direct related policies, agencies, or laws including budget management that must be allocated each part and distributed to the regions. The project was established by the government with sufficiency and covering in most areas across the country. This is enabling more feasible in an accessibility of the elderly with lower budgets. There are currently a total of 14 projects involved under the administration of the Department of Older Persons 12 projects includes the Elderly Social Welfare Development Center of Baan Bang Khae, Ban PhuKet, Ban Bang Lamung (Chonburi Province), Ban Buriram, Ban Thaksin (Yala Province), Ban Thammapakorn (Chiang Mai Province), Wassana Wet Social Welfare Development Center for Older Persons (Phra Nakhon Si Ayutthaya Province), the Elderly Social Welfare Development Center in Lampang, Songkhla, NakhonPhanom, PathumThani, and KhonKaen provinces, which can accommodate more than 1,770 seniors. Furthermore, the Ministry of Education conducts a project to establish the elderly care and hospice center while the Ministry of Social Development and Welfare is currently handling the shelter for children and families project of 77 areas nationwide. The research findings revealed that 14 projects manage the elderly housing management policy differently in accordance with the elderly dependence. It was found that more than 11 projects have a policy on housing allocation in the form of the elderly care centers and nursing homes. There is only one project focusing on the palliative care center for the elderly regarding the establishment of the elderly care and hospice center.

An overview of the strengths of public operations are: Coverage of the elderly in all areas (77 provinces nationwide), an accessibility of the elderly at all levels, Low-cost for living. However, the findings also revealed that there is a weakness in the project location and the sufficiency of number and quality of life of the elderly. The results of the TOWS Matrix Analysis of the elderly housing policy in the management of the public sector, are shown in Table 1.

Table 1. TOWS Matrix Analysis of the elderly housing management policy of the public sector.

SO Strategy	WO Strategy
Both legal support and the housing projects had a direct positive impact on the elderly. Thus, housing development projects from the public sector should be increased to meet the demand. The policy of the Department of Older Persons was adopted to proactively cover the elderly in all areas (77 provinces all over the country). Therefore, the elderly at all levels would have access to housing projects of the public sector, such as the comfortable housing project for grandparents by National Housing Authority and the elderly housing project for the retirement age of Mahidol Hospital. Moreover, there are jobs for people around the areas of the elderly housing policy, and residential units for the elderly increase.	The housing project development was distributed in both location and adequacy. It also supports the areas around the project to be a source of jobs and residential areas to provide job opportunities that improve the quality of people's lives in the community. This will solve the social structure problem from elderly housing problem. The elderly will have access to housing at all levels and reduce their dependency on family members. Also, there will be jobs available for people around the areas of the elderly housing policy.
EXTERNAL FACTORS	
ST Strategy	WT Strategy
Problems that cause limitations on the elderly housing from many factors are as follows. 1. Policy problem: Increased budget allocation for the elderly housing policy and the public operational system that takes time to process affect budget management for developing other parts of the country, such as land ownership/housing problems in the areas allocated by the public sector. 2. The problem in problem management: The number of units is large but it is inadequate to the demands. Society/environment is unsuitable for the elderly with different characteristics and backgrounds affecting the elderly health. This includes the modernization of technology applied in project management. The number of projects that are widespread and distributed across the country impacts the inadequacy of monitoring and supervision processes. Hence, it is important to prioritize the project regulatory oversight, legal, and supporting the budget to increase the development of better social and environmental conditions for the elderly wellbeing to cover the elderly in all areas (77 provinces all over the country). The project must be accessible to the elderly at all levels with a focus on the cost of living as well as increase the number of residential units for the elderly.	The solutions to policy problems and management problems include land ownership/housing problems in the areas allocated by the public sector, the public operational system takes time to process, an increase in budget allocation for the housing management policy affected to budget management for developing other parts of the country, society/environment unsuitable for the elderly with different characteristics and backgrounds affecting the elderly health, and modernization of technology applied in the project management that improves the quality of life of the elderly and adequacy for the current number of the elderly. Following the expectation that there will be an increase in the elderly population, but the banks offer such loans or credits that are still limited. Moreover, the criteria available for approval include only properties located in Bangkok and metropolitan areas. Therefore, it should seek more cooperation from private banking and an approach to increase the number of locations to expand the status of the holders.

4.2 Private sector is more specific in the manner of the elderly housing that differs from the public sector. This sector focuses on either a group of people or having a certain goal of consumers. They may have different levels for targeting the group of the elderly. There are differences in term of cost, several units, location, as well as the service quality. However, there is some limitation in the management perspective on the coverage of all areas and the inaccessible to the elderly at all levels. There are currently a total of 48 elderly housing projects that are regulated by different agencies which are either of companies and leading real estate organizations such as L.P.N. Development Plc., of Nusasiri Plc., SC Asset Plc., or Wellness City Group Company Limited. Moreover, the projects are also found in arising among other organizations such as Salaya Hospital, Mission Hospital, Thonburi Hospital, and Saint Camillus Foundation of Thailand. In addition, there are many projects from various subsidiaries in the form of individual management and joint venture. Overall, there have been projects that met the housing needs of the elderly over 8,000 units in the past, resulted in substantially grew in the residential real estate market. This has drawn an attention of entrepreneurs who are interested to invest in the elderly property development, all of which benefit consumers. Currently, the 48 projects are managing the elderly housing policies differently in accordance with the dependency. The findings revealed that more than 33 projects to have a policy to support the elderly community. In addition, it was found that other policies that differ in each project, such as the elderly care center, the elderly nursing home, the dementia care, and the palliative care etc.

An overview of the strengths of the operation by the private sector showed that having a good life quality, many choices in residential projects to choose from, appropriated housing location (in Districts or tourist provinces) that respond to the needs of a particular group of elderly, and a variety of services. Nevertheless, the weaknesses were found in price and in providing potential access of the elderly inequality. The TOWS Matrix Analysis results of the elderly housing management policy by the private sector are presented in Table 2.

Table 2. TOWS Matrix Analysis of the elderly housing management policy by the private sector.

SO Strategy	WO Strategy
The private sector should provide comprehensive services in both nursing and housing with numerous choices of the housing project and an appropriate location (city areas or tourism provinces). This is to stimulate the growth of the elderly property market. Better social and quality of life, as well as the reduction of the dependency of the elders on their family members, can improve well-being and the better health of the elderly. The private sector must focus on service development in housing such as more suitable furniture, a regular caregiver, or medical practice. For example, there must be a general physician and a doctor who is on an aging society project. Further services include environmental development, public parks, recreational activities, online social media learning school, craft school, fitness, swimming pool, modern medical management tools, and technology to meet the needs of the elders as well as stimulate the growth and competitiveness in the real estate market.	Due to the limited number of projects/units unable to respond to the assessment of the elderly at all levels and relatively high project budget, the elderly housing projects did not cover countryside areas and other provinces. The private sector should provide housing projects across multiple levels to meet the needs of different consumer needs which may include lower, median, and high levels by offering different services or developing the housing projects for specific groups in relevance with disease or ages for ease of project controlling. This reduces the dependency of the elders on their family members. Quality well-being affects the better health of the elders. New technology development resulted from increased competitiveness among entrepreneurs led to a good result for consumers and stimulated the growth of the elderly property market.
EXTERNAL FACTORS	
ST Strategy	WO Strategy
Based on Thailand's legal restrictions on building the elderly housing projects in each category, the Covid-19 situation affects the property growth rate within the country, and the economic condition resulted in a decrease in consumer demand and reduced existing residential improvements that have led to real estate development problems. The private sector should reduce the construction of the new housing project, instead develop the current or existing housing of the elders to its maximization. Nevertheless, they can create a policy to provide services related to elderly care in terms of service delivery at home in which this idea is considered to be an adaptation to the economic condition, situation, and direction of today's consumer demand with emphasis on comprehensive services in both nursing and housing in an appropriate location (city areas or tourism provinces), resulting in better social and quality of life.	With a high budget required together with the current economic conditions, there are limitations in number of projects/units, unable to respond to the assessment of the elderly at all levels. This did not cover in either of countryside areas and other provinces. The private sector should have an investment allocation or managing expenses within the project due to relatively high project and personnel budgets. Therefore, financial policy with appropriate service allocation is necessary according to legal restrictions on building the elderly housing projects in each category with an adaptation to the Covid-19 situation affecting the property growth rate within the country.

4.3 Public and private sectors are the collaboration in developing immovable land and properties to be more beneficial and to meet the housing needs of the elderly. It may operate by either the private sector or the public sector. There are 14 elderly housing projects that are supervised by various agencies, with 8 projects are handled under the supervision of the Treasury Department consisting of immovable land and property development in Chiang Mai province, Chiang Rai province, Prachuap Khiri Khan Province, Nan Province, Maha Sarakham Province, Nakhon Nayok Province, Suphanburi Province, and Surat Thani Province. In addition, the Treasury Department with collaboration among other organizations in developing the elderly housing. For example, 1) Treasury Department and Department of Older Persons In Chonburi province; 2) Treasury Department and Ramathibodi Hospital in Samut Prakan Province are all projects that are supported the land and property management policy in various forms. For instance, the elderly community, the elderly care center, and nursing home are considered as sufficiency with good services of private standards; and 3) Department of Older Persons, Treasury Department and Thai Red Cross Society established the old age housing project to support middle-level government officers in Chonburi Province. The findings showed that there is only support on the policy of the elderly land management in community. Likewise, this was also found in the project that supervised by National Housing Authority and Ministry of Social Development and Human Security on NHA Katanyu housing project in Nonthaburi Province and Klongluang 1 area, as well as the Sawang Khaniwet project of Thai Red Cross Society.

An overview of the strengths of the operation by the public and private sector found that a comprehensive of various medical services, the development on the immovable land and property led to lower budget spending, and the location is easy to access. However, the weaknesses are found in having a small number of operators led it insufficient to meet demand. The TOWS Matrix Analysis results of the elderly housing management policy by the public and private sectors are presented in Table 3

Table 3. TOWS Matrix Analysis of the elderly housing management policy the public and private sectors.

SO Strategy	WO Strategy
The public sector should use the approved immovable land and properties for further development on additional elderly housing or a public residence suitable for the elderly activities with the cooperation with the private sector (hospitals) to use those areas as a research development center or a place that serves particularly specialized patients. This reduces the dependency of the elders for their family members and covers various types of convenient services and utilities provided, such as elderly community, elderly care center, and nursing homes, and quality well-being affects the better health of the elders.	Currently, there is a limited number of projects/units. Laws and regulations that support the building approval on immovable land and properties for the elderly housing project. The approved immovable land and properties should be used for further development on the elderly housing to meet the current inadequate needs. This covers various types of convenient services and utilities provided, such as elderly communities, elderly care centers, and nursing homes. Private sector cooperation (hospitals) affects the development of various medical technologies for numerous choices of the housing project and the reduction of the dependency of the elders on their family members.
EXTERNAL FACTORS	
ST Strategy	WT Strategy
Since the project budget is not very high, the elderly housing project is not effective for the aging society. So, the public sector should utilize immovable land and properties which are the area where the properties are owned by the country which in the future can be utilized for other benefits. Additionally, they should adjust the law of the future usage in immovable land and properties areas by specifying the category of immovable properties that are unable to be exempt or changed for the future land use which will eliminate problems of the housing security, such as Ban Eur Arthorn elderly care, etc. This is to cover a wide range of medical services with accessibility for the elders to a certain level.	The approved immovable land and properties should be used for further development on additional elderly housing or develop the existing housing of the elders to have a suitability of, the environment, health, and public utilities which solves the problem at the root cause.

4 Public and community sectors, a policy from the government to develop the elderly housing at the micro level to meet the housing needs for people in the community who may not be able to the current availability of housing accessibility. This collaboration provides an advantage of accessibility to all levels of citizens, but it may not have a good service quality as well as incomprehensive. There are 19 elderly housing projects supervised by different agencies which are comprising more than 13 nursing homes scattered in different areas. For example, Ban Bang Khae 2, Ban Nakhon Pathom, Ban Ratchaburi, Ban Thammapakorn (Nakhon Ratchasima), Ban Lopburi, Ban Maha Sarakham, Wai Thong Niwet, Ban U Thong Phanang Tak (Chumphon province), Ban Khao Bo Kaew (Nakhon Sawan province), Ban Thammapakorn (Pho Klang), Chalerm Rajakumari (Luang Por Poen Upatham) and Chalerm Rajakumari (Luang Por Lamyai Upatham). Moreover, the elderly care centers are found in Dindang and Sri Sukhot (Phitsanulok province). In addition to this, there are Senior Rehabilitation Center (Luangbu Thamma Phithaksa), Community Care Center (Ban Klang elderly project), Nursing Home for Women (Pathum Thani province), and the Mitrapap Songkhro Foundation for Elderly Women, Tiwanon. The projects are operated by the policy from public and community sectors want to focus on the elderly housing care in the perspective of the elderly care center in particular which hasn't been operated in another part of services due to the limitations in budget and management.

An overview of the operational strengths under public and community sectors is found in an increase of accessibility for the elderly in the community (micro level), low project budget spending, low cost of living, deeply understand of the needs of the elderly. However, the weaknesses are found in the diversity of services provided, especially the housing when the elderly stage shift to a dependency. The TOWS Matrix Analysis results of the elderly housing management policy by the public and community sectors are presented in Table 4

Table 4. TOWS Matrix Analysis of the elderly housing management policy the public and community sectors.

SO Strategy	WO Strategy
An increase in accessibility in the elderly community (micro-level) and an increase in the distributional authorization directly for both in administration and budget to the community for developing the housing project efficiently for each community which faces different problems can solve the problem of elderly housing management at the root cause. Project budget is low with a low cost of living, and this solves social structure problems which are caused by the elderly housing management, to allow the individual accessibility for the elders as well as reduce the dependency of the elders on their family members.	Due to the problems in the services that are not comprehensive and few varieties, living quality of the elders, limited number in housing, unable to meet the needs of the elders, public and community sectors should cooperate to increase the budget support for the housing management, infrastructure, suitable housing for elders with a caregiver, and provide medical services as well as adding a greater number of units to accommodate future needs. The budget is allocated to the community to support an operation of the elderly housing management, with the distribution of the authorization to the communities or regions in managing the elderly housing project.
EXTERNAL FACTORS	
ST Strategy	WT Strategy
Access to the elders in the community in terms of expenses and budget support will be a factor to attract more senior citizens entering into the public housing care system by increasing accessibility in the elderly community (micro-level). Therefore, the project budget is low with a low cost of living. Land ownership/housing problems in the areas that are allocated by the public sector, the public operational system, accessibility to the medical services, and the limited number of projects/units, unable to meet the needs of elders must be addressed.	There must be the increases in the accessibility of the housing project in the community including location and services and the number of housing to meet the needs of elders to solve overall problems, including land ownership/housing that are allocated by the public sector, the public operational system, accessibility to the medical services, and comprehensive and few varieties for the elderly at all levels.

4.5 Private and community sectors, the elderly housing management policy under the operation of private sector which focuses on developing the community in different areas. There are advantages in terms of policy, in addition to a housing already but also nursing home and care center as currently becoming an aging society within the community. With this consideration, it is concluded that this policy is a sustainable and quality housing management for the elderly. Besides, there are 16 projects of the elderly housing that are supervised by various agencies, which differ according to the organizational operation in the form of foundation, companies, and various groups of health promotion development. With more than 15 projects run under the elderly housing management policy that emphasized on setting up the elderly care centers. There is also an additional project to serve in accordance with the different needs of consumers. For example, 1) the elderly care centers and nursing homes are including the Camillian Social Center project in Samphran District, nursing home center at Baan Koh Kaew in Suphanburi Province, a nursing home for Muslims (Foundation for Morality) in Bangkok, the the Elderly Care Development and Restoration Center of Luang Pu Thammapituksa at Sangruang temple in Sisaket Province; 2) elderly care centers and communities are including McKean Rehabilitation Centre in Chiang Mai, and the Payaika project; and 3) the elderly care centers and condominium renovation are including in health promotion program for the elderly and the disabled (Bureau of Health Promotion, Health

Center 5, Nakhon Ratchasima). Each of the projects that has completed, is considered as a direct operation under the elderly housing management policy

An overview of the operational strengths under private and community sectors is found in an increase of accessibility for the elderly in the community (micro level), covering the diversity of services provided, having good society and living quality, responding to the needs of the group of elderly who have income, as well as renovation of the condominium so that the elderly does not need much of adaptability in life and society. In the contrary, the weaknesses are found regarding the cost of services that accessible by only a specific group of the elderly. The TOWS Matrix Analysis results of the elderly housing management policy by the private and community sectors are presented in Table 5.

Table 5. TOWS Matrix Analysis of the elderly housing management policy the private and community sectors.

SO Strategy	WO Strategy
Private and community sectors must mainly offer variety of services to the elderly at the community level as an extension of the projects of private sector in the community in the form of an existing residential development such as the housing renovation project, an environmental management, as well as providing services delivery in food, medical staff and equipment.	The key problems in housing that private and community sectors must solve together include the limited number of projects/units, unable to meet the accessibility of elders at all levels, relatively high project and personnel budgets. The solutions are to increase the number of projects to meet the demands or to categorize the projects in different levels from high to bottom to meet the needs of the elderly in all forms together with the development of technology to suit different levels of needs of the elderly. Stimulating the growth of the elderly property market in the community would result in competitiveness among entrepreneurs leading to a good result for consumers, or existing housing should be developed which has resulted in the development of real estate within the community and modernization of tools and technologies used in the elderly medical care.
EXTERNAL FACTORS	
ST Strategy	WT Strategy
Legal restrictions on the elderly housing project development at a community level should be studied. The service quality should be upgraded to remain standard at all times so that the project can be carried on in the current economic conditions and situations. Currently, the Covid-19 situation affects the property growth rate within the country. The economic condition resulted in a decrease in consumer demand along with a high cost of project management. However, elderly housing is specific, so the demand is at a certain level.	The problems of elderly housing include the limited number of projects/units unable to respond to the accessibility of the elderly at all levels and relatively high project and personnel budgets. Also, the Covid-19 situation affects the property growth rate within the country, and the economic condition resulted in a decrease in consumer demand with a high cost of project management. Private and community sectors must work together to examine and study Legal restriction on building the elderly housing projects at a community level and maintain the standard of existing projects to preserve consumers together with controlling the allocation of expenses within the project appropriately under the current situation.

4.6 Public, private, and community sectors, the elderly housing management policy are operating under the cooperation among in different sectors which aims to specifically develop a policy on the elderly housing management. This coordination has led to forming of a strong elderly community consisting of 4 elderly housing management projects by the various agencies under the supervision of the National Housing Authority. The projects consist of 1) the comfortable housing for grandparents project within the areas of Phetchaburi Province, Singburi Province, Chiang Mai Province, Rayong Province, Amnat Charoen Province, Ubon Ratchathani Province, Songkhla Province, Chanthaburi Province, Phrae Province, Lopburi Province, Loei Province and Surin Province; 2) commercial residential development project to support the elderly population in Mueang District, Saraburi Province which is currently under the process of being implemented; and 3) commercial residential development project to support the elderly population in other areas across the country. Furthermore, there is also a project that is a collaboration between the National Housing Authority and the Mass Rapid Transit Authority of Thailand in developing the condominium projects for the elderly in the land near the Green Line Metro Repair Center within the bearing range in Samut Prakan Province. This is considered as maximizing benefit of land used for the project. However, weakness on this section showed that the elderly housing management policy under an administration of public, private, and community sectors are found to only focus on building the elderly community without providing any other services, etc.

An overview of the operational strengths under public, private, and community sectors is found in providing comprehensive services to many provinces across the country, the emergence of an elderly community in a convenient location, responding to the elderly housing needs at all levels, various types of housing projects are available. The TOWS Matrix Analysis results of the elderly housing management policy by the public, private and community sectors are presented in Table 6.

Table 6. TOWS Matrix Analysis of the elderly housing management policy the public, private, and community sectors.

SO Strategy	WO Strategy
The public, private, and community sectors must formulate policies to cover a wide range of services across the country, and the public sector should prioritize the quality living standard promotion of the elderly in terms of laws, exempt the urban law in the immovable areas to be able to build the elderly housing to protect the entitled rights of the elderly with land development of the agencies for building the elderly housing as well as the allocation of policies in term of public health and finance to allocate budget and immovable property appropriately. This is to push forward the administration decentralization into the community for sustainable development in the needed areas. The private sector has various types of housing projects to meet the housing needs of the elderly at all levels by utilizing modern technology in medical practice, and the elderly community has led to solving social problems and creating employment, creating an effective aging society.	No elderly medical administration has been found. Type of residence (commercial buildings, condominium) was not suitable for the living of the elderly. The emergence of the aging community is still difficult to manage and spread among families, making it difficult to control. The public sector must exempt the urban law in the immovable areas to be able to build the elderly housing and land development of the agencies for building the elderly housing. The private sector stimulates the growth of the elderly property market and develops suitable housing for the elderly, such as a single-story house, or a single-story commercial building with open-air and furniture which provide convenience and suitable for the elderly to able to help themselves. Moreover, providing medical services must be driven within the project through collaboration between public or private hospitals to allocate permanent personnel in the project. The community must create a community of the elderly to respond to the housing needs of the elderly at all levels.
EXTERNAL FACTORS	
ST Strategy	WT Strategy
Elderly housing should be upgraded under the supervision of the Department of Older Persons to have better standards to cover a wide range of services across the country. The law about immovable land and properties should be modified to be able to build elderly housing or permanent shelters along with an increasing number of projects/units to respond to the housing needs of the elderly at all levels. Housing in various forms should be adjusted and modified to be more suitable for the elderly with the adoption of modern medical technology, resulting in the aging community characterized by the dependence of each community.	There should be a law to protect immovable land and properties in the areas where the properties are owned by the country which in the future can be utilized for other benefits. The existing project's establishment should be improved to be suitable for the elderly and to maintain standards and fix the sections that may change according to the need and time, such as furniture. The improvement includes a training course for care staffs, an environment, and modern and adequate medical services and equipment along with community decentralization for convenience, covering all areas over the country.

5. Conclusion and Discussion

The research revealed match with the concept of the World Health Organization Principles of creating a livable community for the elderly (Age-Friendly Cities), that the policy related to the elderly housing management is found to be different, but the research observation showed that it faced similar problems. Public and private policies clearly have different patterns of operation both in terms of the number of projects, location, the services and expenses of the projects. The public policy focuses on the projects that serve the elderly at all levels with low cost while getting numerous units. However, the project's outputs come with either of lower quality of life or the services received and also fewer doctors. The research findings revealed that it is only the foundation policy for the primary care of the elderly population. It is unlike the elderly care centers and nursing homes supervised by the private sector that focuses on providing all types of services for this particular group such as, the elderly care center, the elderly nursing home, the elder with dementia residential care, palliative care, and the elderly community. However, expenses are quite high and reachable by only some groups of elderly with enough income to afford this high level of expenses, or persons who have planned for their retirement or are supported by the family members. Regarding the differences between pros and cons, the policies under the cooperation of the public and private sectors are an interesting choice in which can be concluded that a project that combines the advantages of both sectors together and can manage the elderly housing at higher level. These projects are including the elderly care centers, nursing homes, the elderly communities. In addition, there are projects that focus on the community and accomplished by the cooperation of people and agencies within the community under the operational policy between the public and the community with only elderly care center is found, including social welfare centers and elderly homes, the elderly social services center etc. While the private and community sectors can provide elderly nursing home, the elder with dementia residential care, as well as support the renovation of the condominium. The elderly housing management policy under the cooperation of public, private and community are found to mainly focus on the elderly community development policy.

It can be concluded that the elderly housing management policy is not a very sustainable response, instead it is just a policy that did not solve the problem at the root cause and led to weakness and threats. Regarding TOWS Matrix Model Analysis of the elderly housing problems, therefore, this study has synthesized a policy that prioritizes to the quality of the elderly life in term of both laws to protect the elderly rights. This is including the establishment of the elderly housing on the immovable land and properties project have pushed for legal reforms to be able to either build housing for the elderly and elderly care center permanently. The establishment should focus on the development of suitable housing particularly for the elderly, such as a single-story house, or a single-story commercial building, open a foyer with furniture that are appropriately facilitates for the elderly to help

themselves if needed. In addition, pushing forward the provision of medical services within the project which may be possible by the collaboration between the public hospitals or private hospitals to allocate permanent personnel handling this project. Moreover, the standardization of the elderly housing management must have these policies as the primary factors in its important implementation. The factors are elderly community, elderly care center elderly nursing home, the elder with dementia residential care, as well as palliative care. For other factors are the government budget that will push forward the administrative decentralization to the community for the development of each local area accurately and sustainably.

Suggestions

In addition, according to the COVID-19 situation and the economic conditions that occurred, resulting in the change of consumer behavior. The investment for the new residence at old age may be a good solution. Therefore, to solve the problem at the root cause is giving priority to the former residence of the elderly, meaning that to continue extending the project from private sector in developing the former residence of the elderly within the communities. These can be done through, such as the house renovation project, the allocation of various environments, delivery services in forms of housemate, medical personnel, food, medical equipment, etc. With this approach, it will help to make problems that arise, both the elderly project inadequate needs and accessibility problems among the elderly may be finally eliminated. With the support of the government, including budget, policies, legal regulations, and the collaboration from private sector in services and technology, will help the management of the elderly housing within the country achieve sustainable development in the future. In addition, the research found that the total number of policies and elderly care services are inadequate to meet the needs or to solve the problems that arise. It may neither be just making policy nor building and developing of the elderly housing, but the need of an additional policy in preparation management before entering seniority or before retirement, such as promoting savings, financial planning, health and housing arrangements are also available in advance for each of the living conditions of the elderly life.

Suggestions for next research from collecting information on the model of housing management policy for the elderly has conducted a review of government, private and community policies in finding ways to care for the elderly which for the next research The researcher proposes to study the legal framework. Technology trends for the elderly and the construction of housing for the elderly should compare prices and analyze the suitability of housing for and analyze the trend of the elderly population.

Reference

- An appropriate environment for elderly and disabled people research unit. 2010. **Handbook for managing an appropriate and safe environment for the elderly**. Retrieved February 19,2021, from <http://www.oic.go.th/>. (in Thai)
- Bureau of Elderly Health. (2021). **The principle of creating age-friendly cities**. Retrieved July 8, 2021, from <https://eh.anamai.moph.go.th/download/Manual/Age%20friendly%20manual.pdf>. (in Thai)
- Department of Older Persons. (2013). **The situation and trends in the aging society of Thailand, BE 2556 - 2573**. Retrieved February 19,2021, from <http://www.dop.go.th/th/know/side/1/1/47/>. (in Thai)
- Department of Older Persons. (2016). **The policy of Department of Older Persons BE 2559**. Retrieved June 19,2021, from <http://www.dop.go.th/download/laws/lawth201607071427571.pdf> (in Thai)
- Department of Older Persons. (2017). **Project of the study project on service, administration and housing management for the elderly**. Retrieved February 19, 2021, from <http://www.dop.go.th/download/knowledge/th1512636145-109.pdf>. (in Thai)
- Department of Older Persons. (2020). **Statistics on the elderly in Thailand, 77 provinces as of 31 December 2020**. Retrieved February 21,2021, from <http://www.dop.go.th/th/know/1>. (in Thai)
- Hongchintakul, A. (2019). **TOWS Matrix and organizational strategy**. Retrieved February 20,2021, from <https://www.tereb.in.th/erp/tows-matrix/>. (in Thai)
- InfoQuest News. (2020) . **In 20 years, the proportion of elderly in Thailand will reach 31.28% from 18% of this year**. Retrieved February 20,2021, from <https://www.infoquest.co.th/2020/1837>. (in Thai)
- Ministry of Interior. (2003). **Ministerial Regulation. Prescribing accessible facilities for persons with disabilities and the elderly B.E. 2548**. Retrieved February 25,2021, from http://www.dop.go.th/download/laws/regulation_th_20152509163042_1.pdf. (in Thai)
- Niumluang, T. (2015). **SWOT Analysis, organization and personnel**. Retrieved February 25,2021, from <http://pakphananghealth.com/data2558/top/SWOT1.pdf>. (in Thai)
- Office of welfare promotion protection and empowerment of vulnerable groups. (2019). **A Guide to Setting Up a Safe and Appropriate Environment For the elderly**. Retrieved February 25,2021, from <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER18/DRAWER003/GENERAL/DATA0000/000000064.PDF>. (in Thai)
- Phookaew, M. (2015). **Elderly Person Act, B.E. 2546 (2003)**. Retrieved February 19,2021, from <https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/elawparcy/ewtdllink.php?nid=1536>. (in Thai)
- Thaipost. (2019). **World Habitat Day 2019 " Home Security, home by the community, all togetherbuild" (Collective Housing)**. Retrieved February 25,2021, from <https://www.thaipost.net/main/detail/47827>. (in Thai)

ความรู้ทางการเงิน ปัจจัยและแรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุนที่มีผลต่อพฤติกรรมการ
ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ของนักลงทุนในกรุงเทพมหานคร
Financial Literacy, Factors and Motivations of Investment Decision
influencing on Investment Behavior in the Stock Exchange of Thailand
among investors in Bangkok.

สุภาพร เฟ่งพิศ^{1*} และ ณัฐดนัย อลีนจิตพงศ์²
(Supaporn Phengpis¹ and Natdanai Aleenajitpong²)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะประชากรของนักลงทุนในกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาความรู้ทางการเงินที่มีผลต่อปัจจัยในการตัดสินใจลงทุน แรงจูงใจในการลงทุนและพฤติกรรมการลงทุน (3) เพื่อศึกษาการตัดสินใจลงทุนที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุน และ (4) เพื่อศึกษาแรงจูงใจการลงทุนที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างเป็นนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกรุงเทพมหานคร โดยการสุ่มตัวอย่าง 460 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ และการวิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า (1) ลักษณะประชากรกับพฤติกรรมการลงทุน พบว่า นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีช่วงอายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ประสบการณ์การลงทุน ระยะเวลาในการถือครอง จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองวิธีการชำระเงิน สถานที่และปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน ที่แตกต่างกันมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการลงทุนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (2) ความรู้ทางการเงินมีผลเชิงบวกต่อปัจจัยในการตัดสินใจลงทุน แรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุน และพฤติกรรมการลงทุน (3) การตัดสินใจลงทุนมีผลต่อแรงจูงใจในการลงทุนและพฤติกรรมการลงทุน และ (4) แรงจูงใจการลงทุนที่มีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: ความรู้ทางการเงิน การตัดสินใจในการลงทุน แรงจูงใจในการลงทุน พฤติกรรมการลงทุน

^{1,2}อาจารย์ประจำหลักสูตร วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 73170
Lecturer in College of Innovative Management Program, Rajamangala University of Technology
Rattanakosin 73170

Corresponding author: Supaporn.Phe@rmutr.ac.th

Abstract

The objectives of this study were (1) to examine the differences of demographic characteristics and their association with investment behavior, (2) to study financial literacy and its relationship with factors of investment decision, motivation of investment decision and investment behavior, (3) to study factors of investment decision and its relationship with investment behavior, and (4) to study motivation of investment decision and its relationship with investment behavior in the stock exchange of Thailand among investors in Bangkok.

This study employed a quantitative approach. Data were collected from questionnaires with a sample of 460 investors, and they were statistically analyzed by bivariate analysis, analysis of variance, and a structural equation modeling.

Major Results: (1) demographic characteristics, consisting of age, status, occupation, income, experience, holding period, the number of stocks, payment method, place, and amount of money used for investment, were associated with investment behavior, (2) financial literacy was positively related to factors of investment decision, motivation of investment decision and investment behavior, (3) factors of investment decision was related to investment behavior, and (4) motivation of investment decision was positively related to investment behavior, with a significance level of 0.05.

Keywords: Financial Literacy, Investment Decision, Motivation of Investment Decision, Investment Behavior

Article history:

Received 3 October 2021

Revised 27 November 2021

Accepted 29 November 2021

SIMILARITY INDEX = 3.02 %

1. บทนำ

ในปัจจุบันการออมในรูปแบบเงินฝากได้รับผลตอบแทนในรูปของดอกเบี้ยเงินฝากนั้นมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง และไม่สามารถจูงใจผู้ที่มีเงินออมได้ การลงทุนจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้ที่ต้องการออมเงินและมีความประสงค์จะบริหารเงินออมของตนให้มั่นคงขึ้น การลงทุนมีหลากหลายรูปแบบ เช่น หุ้นสามัญ กองทุน ตราสารหนี้ การลงทุนในหุ้นสามัญก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการลงทุนที่ผู้ลงทุนสามารถได้ผลตอบแทนจากการทำกำไรจากการขายหุ้นหรือจากปันผล ปัจจุบันมีนักลงทุนลงทุนในหุ้นสามัญเพิ่มมากขึ้นทุกปี จากจำนวนผู้ลงทุนในการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2551 มีจำนวน 1,652,320 คน จนถึงปี 2556 มีนักลงทุนเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 5,059,549 คน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2557) ซึ่งเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 206.21 ในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา แสดงให้เห็นได้ว่าบุคคลทั่วไป มีความสนใจทางด้านการลงทุนเพิ่มขึ้น ทั้งนักลงทุนรายใหม่และนักลงทุนรายเดิมที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ อย่างไรก็ตาม ผลสำรวจทางสถิติพบว่านักลงทุนไทยยังขาดความรู้ทางด้านการเงินและการลงทุนเท่าที่ควรเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ จากผลการทดสอบความรู้ความเข้าใจทางด้านการเงินของนักเรียนนานาชาติในหลากหลายประเทศทั่วโลกจากองค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Organization for Economic Co-operation and Development, OECD) (OECD Economic Surveys Thailand economic assessment, 2020).

จากกระบวนการตัดสินใจ ความรู้ความเข้าใจมีผลต่อเนื่องกับการตัดสินใจและมีผลต่อพฤติกรรมเมื่อเปรียบกับการลงทุนแล้ว นักลงทุนจะมีแรงจูงใจและปัจจัยในการตัดสินใจลงทุนที่แตกต่างกัน และนั่นก็อาจจะสะท้อนไปถึงพฤติกรรมการลงทุนที่แตกต่างกันด้วย และนั่นก็อาจจะสะท้อนไปถึงพฤติกรรมการลงทุนที่แตกต่างกันด้วย จากกระบวนการดังกล่าว จึงมีความสนใจศึกษาถึงปัจจัยการตัดสินใจลงทุนและแรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนไทย ซึ่งอาจจะส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนในหุ้นสามัญ ประกอบกับปัจจัยในด้านความรู้ความเข้าใจทางด้านการเงิน ซึ่งควรศึกษาพฤติกรรมของนักลงทุนในด้านความรู้ความเข้าใจของนักลงทุนในด้านการลงทุนและการเงินด้วย ผลการศึกษาจากงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์กับผู้กำกับดูแล และผู้เกี่ยวข้องในตลาดหลักทรัพย์ ที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ทางด้านประชากรศาสตร์และบุคลิกภาพของนักลงทุน รวมถึงความรู้ความเข้าใจด้านการเงิน ปัจจัยอื่น ๆ และแรงจูงใจใดที่อาจจะส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนในหุ้นสามัญ เพื่อที่จะส่งเสริมและพัฒนา นำไปปรับใช้เป็นกลยุทธ์ แรงจูงใจเพื่อแนวโน้มให้นักลงทุนไทยสนใจในการลงทุนมากขึ้น ด้วยความน่าสนใจเกี่ยวกับการเชื่อมโยงของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจการลงทุนของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะประชากรของนักลงทุนในกรุงเทพมหานคร และพฤติกรรมการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความรู้ทางด้านการเงิน ที่มีผลต่อปัจจัยในการตัดสินใจลงทุน แรงจูงใจการลงทุนและพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ของนักลงทุนในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจลงทุน ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุนและพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ของนักลงทุนในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการตัดสินใจการลงทุน ที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ของนักลงทุนในกรุงเทพมหานคร

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดที่เกี่ยวกับความรู้ด้านการเงิน ความรู้ด้านการเงิน หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับมูลค่าของเงินตามกาลเวลา การคำนวณดอกเบี้ยเงินเชื่อ การคำนวณเงินต้นและดอกเบี้ยเงินฝาก การคำนวณดอกเบี้ยเงินฝากทบต้น นิยามเงินเฟ้อ ความเสี่ยงและผลตอบแทน การกระจายความเสี่ยงในการลงทุน (OECD, 2005) ทักษะทางการเงิน หมายถึง การตระหนัก ความรู้ความเข้าใจ ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ ทักษะคติ และพฤติกรรม ในลักษณะที่มีผลให้บุคคลเกิดการตัดสินใจทางการเงินที่ดีและในที่สุดจะช่วยส่งผลให้บุคคลมีสุขภาพทางการเงินที่ดี (Organization for Economic Co-operation and Development : OECD) ประกอบด้วยทักษะ 3 ด้าน คือ (1) ความรู้ทางการเงิน (financial knowledge) (2) พฤติกรรมทางการเงิน (financial behavior) (3) ทักษะคติทางการเงิน (financial attitude) (OECD, 2019)

แนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจลงทุน ปัจจัยการตัดสินใจลงทุน ประกอบด้วย (1) ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสาร (2) ด้านปัจจัยพื้นฐาน ประกอบด้วย (2.1) ปัจจัยพื้นฐานด้านเศรษฐกิจ (2.2) ปัจจัยพื้นฐานด้านอุตสาหกรรม (2.3) ปัจจัยพื้นฐานด้านบริษัท (3) ด้านผลตอบแทน (4) ด้านความเสี่ยง มีข้อสรุปถึงความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีนัยสำคัญของการใช้เครื่องมือทางการเงิน การตัดสินใจลงทุนจะมีบทบาทในการสร้างความตระหนักให้กับนักลงทุน (Qureshi, Rehman & Hunjra, 2012)

แนวความคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุน แรงจูงใจในการลงทุนด้านโอกาสการเพิ่มรายได้ สภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน ทำให้นักลงทุนไม่มั่นใจในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ว่าจะมีโอกาสเพิ่มรายได้ในการลงทุนได้ (คมสันต์ สันติประดิษฐ์กุล, 2563) แรงจูงใจของนักลงทุน ที่สอดคล้องกับงานวิจัยของนักลงทุนในสหรัฐอเมริกา เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขายหุ้นโดยใช้ Factor Analysis (Investment Decision Factor) พบว่าปัจจัยที่สำคัญที่เป็นแรงจูงใจในการลงทุน คือ เงินปันผลที่คาดหวัง และความเข้มแข็งทางการเงินของกิจการ (Baker and Haslem, 1974, pp.469-476) แนวความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุน ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ ตามที่ Kotler (2003) ได้เสนอแบบจำลองของกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค 5 ขั้นตอน ประกอบไปด้วย (1) การตระหนักถึงความต้องการ (2) การเสาะหาข้อมูล (3) การประเมินทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ (5) พฤติกรรมหลังการซื้อ

แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พฤติกรรม หมายถึง การกระทำ หรือการแสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า (ราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2546) พฤติกรรมที่ผู้บริโภคจะทำการค้นหา ซื้อ ใช้ ประเมินผลใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการให้บริการซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของตน ดังนั้น ผู้ลงทุนที่ทำการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เพื่อตอบสนองความต้องการ ได้แก่ ผลตอบแทน การตัดสินใจลงทุน รวมถึงใช้ข้อมูลจากแหล่งใดช่วยในการตัดสินใจ (Schiffman and Kanuk 1994) แนวคิดด้านความรู้ ซึ่งเป็นสิ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลกระบวนการตัดสินใจ (Buying Decision Process)

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร (population) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้นรวม 1.45 ล้านราย ณ สิ้นเดือนกันยายน 2563 (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2563) **กลุ่มตัวอย่าง (sample)** บุคคลสัญชาติไทยที่มีประสบการณ์ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Hair, Anderson, Tatham and Black (2010: 163) ซึ่ง ได้เสนอแนวทางสำหรับการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง คือ 5 ถึง 20 หน่วย ตัวอย่างต่อ 1 จำนวนตัวชี้วัด ทั้งนี้อัตราส่วนที่เหมาะสมควรมีขนาดตัวอย่าง อย่างน้อย 10 เท่า จากตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างของวิจัยในครั้งนี้มีจำนวนตัวแปรสังเกตได้ทั้งสิ้น 47 ตัวแปร ดังนั้น ขนาดตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ควรมีขนาดตัวอย่าง 470 คน ในการเก็บกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ เก็บตัวอย่างได้ 460 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 98

3.2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ด้วยการใช้แบบสอบถามและแบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire)

3.3. การตรวจสอบเครื่องมือ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน การตรวจสอบคุณภาพดำเนินการใน 2 ลักษณะ คือ การตรวจสอบก่อนนำไปทดลองใช้ (try-out) และตรวจสอบผลที่เกิดขึ้นหลังจากการไปทดลองใช้ คือ การตรวจสอบความเที่ยง (reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ของแต่ละตัวแปรควรมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010) และค่าจำแนกรายข้อ (corrected item-total correlation) ของแต่ละข้อคำถามควรมีค่าตั้งแต่ 0.3 หากมีข้อคำถามใดทำให้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของตัวแปรใด ๆ ต่ำกว่า 0.70 และมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อคำถามใด ๆ ต่ำกว่า 0.30 ต้องทำการปรับปรุงแก้ไข หรือตัดข้อคำถามนั้นออก ผลการตรวจสอบความเที่ยงสำหรับข้อมูลทดลองใช้ (try-out) ผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด แต่ค่าอำนาจจำแนกรายข้อพบว่า มีข้อคำถามด้านความรู้ทางการเงิน ตัวชี้วัด FL32 มีอยู่ที่ 0.1638 ซึ่งมีค่าต่ำกว่า 0.30 ส่วนตัวชี้วัดอื่นๆ มีค่าระหว่าง 0.39-0.82 ผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด การตรวจสอบความเที่ยงสำหรับข้อมูลจริงจำนวน 460 ราย ($n = 460$) ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของข้อมูลที่เก็บจริงจากผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของแต่ละตัวแปรได้ ระหว่าง 0.85-0.89 ผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดทั้งหมด

3.4. การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ โดยกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยโดยแบบสอบถาม และการกรอกข้อมูล Online ผ่าน Google form **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่สนับสนุนข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้

3.5. การวิเคราะห์ข้อมูล (1) การทดสอบสมมุติฐานที่ 1 นักลงทุนชาวไทยที่มีลักษณะประชากรต่างกัันน่าจะมีมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการลงทุนที่แตกต่างกันด้วย โดยจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) (2) การทดสอบสมมุติฐานที่ 2-7 ในเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ทางการเงิน ปัจจัยและแรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุน กับพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุน สถิติที่ใช้คือ การวิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling--SEM)

4. ผลการวิจัย

4.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับพฤติกรรมการลงทุน

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ที่ว่านักลงทุนชาวไทยที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมการลงทุนที่ต่างกัน ด้วยสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของเพศ วัตถุประสงค์ในการลงทุน และวิธีการชำระเงิน และ ใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance : One-way ANOVA) กับลักษณะประชากรอื่นๆ ที่มีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ยกเว้นกลุ่มหลักทรัพย์ที่สนใจ ซึ่งได้สำรวจเป็นลักษณะเลือกตอบได้หลายข้อ ได้ผลสรุปตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับพฤติกรรมการลงทุน

ลักษณะประชากร	F-test/T-test	P-value	แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ
1. เพศ	-1.60	0.054	ไม่มีนัยสำคัญ
2. อายุ	6.74	0.001**	มีนัยสำคัญ
3. สถานภาพ	7.91	0.000**	มีนัยสำคัญ
4. การศึกษา	21.81	0.561	ไม่มีนัยสำคัญ
5. อาชีพ	6.81	0.000**	มีนัยสำคัญ
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.02	0.012**	มีนัยสำคัญ
7. แหล่งที่มาของเงินทุน	3.84	0.064	ไม่มีนัยสำคัญ
8. ประสบการณ์ที่เข้ามาลงทุนซื้อ/ขายหลักทรัพย์	6.87	0.000**	มีนัยสำคัญ
9. วัตถุประสงค์ในการลงทุน	1.50	0.067	ไม่มีนัยสำคัญ
10. ระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์	7.89	0.050**	มีนัยสำคัญ
11. จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครองภายในพอร์ตการลงทุน	3.48	0.000**	มีนัยสำคัญ
12. ช่องทางในการซื้อหาหลักทรัพย์	0.32	0.610	ไม่มีนัยสำคัญ
13. วิธีการชำระเงิน	2.61	0.004**	มีนัยสำคัญ
14. สถานที่ลงทุน	4.36	0.000**	มีนัยสำคัญ
15. ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน	9.20	0.000**	มีนัยสำคัญ

หมายเหตุ: ** = P-value น้อยกว่า 0.05 ถือว่ามีนัยสำคัญที่ระดับ 5%

จากตารางที่ 1 พบว่า ลักษณะประชากรด้าน อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ประสบการณ์การลงทุน ระยะเวลาในการถือครอง จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครอง วิธีการชำระเงิน สถานที่และปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน ที่แตกต่างกันมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการลงทุนที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

4.2 การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์และการทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์ตัวแบบจำลองเชิงโครงสร้าง

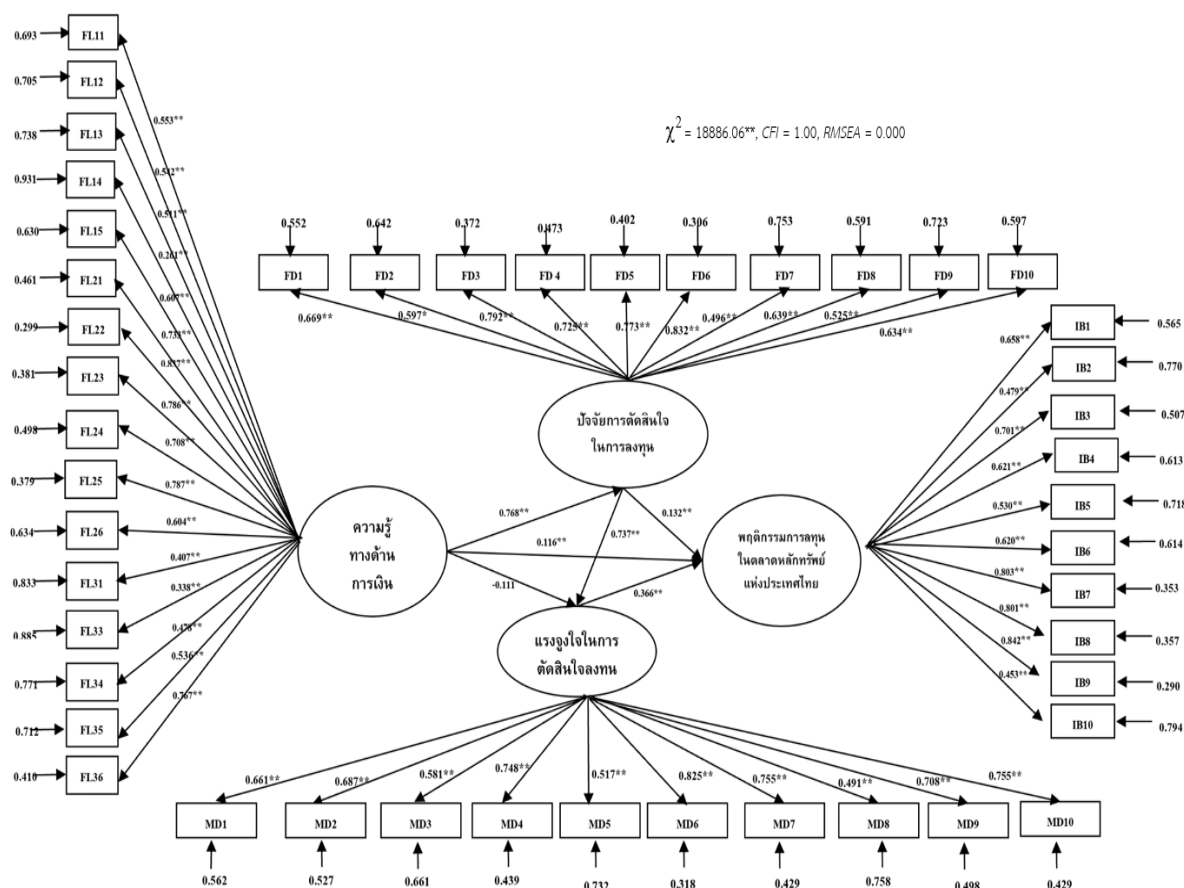
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างที่ปรับเปลี่ยน แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนไทย ซึ่งประกอบด้วย ตัวแปรแฝงได้แก่ ความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) ปัจจัยในการตัดสินใจลงทุน (Factors of Investment Decision) แรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุน (Motivation of Investment Decision) และ ด้านพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Investment Behavior) การปรับตัวแบบจำลองเพื่อให้กรอบแนวคิดสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยยอมให้ค่าความคลาดเคลื่อน (error variance) มีความสัมพันธ์กันได้ตามความเป็นจริง ค่าความคลาดเคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กัน รายละเอียดของการวิเคราะห์ ดังแสดงในแผนภาพที่ 1 โดยมีอักษรย่อที่ใช้แทนตัวแปรและสัญลักษณ์ทางสถิติ ดังนี้

FL	แทน	ตัวแปรแฝง ความรู้ความเข้าใจทางการเงิน
FD	แทน	ตัวแปรแฝงของ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุน
MD	แทน	ตัวแปรแฝง ของ แรงจูงใจในการลงทุน
IB	แทน	ตัวแปรแฝง ของ พฤติกรรมการลงทุน
R ²	แทน	ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (squared multiple correlation) หรือ สัมประสิทธิ์พหุคูณ (ค่าความเที่ยง)
χ^2	แทน	ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square)
CFI	แทน	ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative fit index)
RMSEA	แทน	ดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root mean square error of approximation)

สรุปตามเส้นทางของแบบจำลอง ความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) ส่งผลกับปัจจัยในการตัดสินใจลงทุน (Factors of Investment Decision) และส่งผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุน (Motivation of Investment Decision) และส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Investment Behavior) ในที่สุด พฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนนั้น ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยทั้ง 3 อย่างคือ ความรู้ทางการเงิน ปัจจัยในการตัดสินใจลงทุน และ แรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุน

ข้อมูลของผลทางสถิติ ด้านความรู้ความเข้าใจทางการเงิน พบว่า นักลงทุนเข้าใจการไม่กู้เงินเพื่อนำมาใช้จ่ายฟุ่มเฟือยมากที่สุด และนักลงทุนมีความเข้าใจในอันดับสุดท้ายว่าหุ้นมีความเสี่ยงในการได้รับผลตอบแทนน้อยกว่าหุ้นสามัญ **ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุน** พบว่า ปัจจัยด้านภาวะเศรษฐกิจสถานการณ์โรคระบาด COVID-19 มีบทบาทกับการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน เช่นเดียวกันกับความมีเสถียรภาพของรัฐบาล ที่นักลงทุนเห็นว่ามีส่วนต่อการเติบโตในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ **ด้านแรงจูงใจในการลงทุน** พบว่า นักลงทุนเห็นถึงความอวกะในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ **ด้านพฤติกรรมการลงทุน** พบว่า นักลงทุนใช้เงินออมมาลงทุน โดยไม่ใช้เงินกู้ยืม ส่วนใหญ่นำไปในด้านมูลค่าหลักทรัพย์ ให้ความสำคัญกับการพิจารณาการลงทุนด้วยการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของบริษัทเศรษฐกิจ และ กลุ่มอุตสาหกรรมในอันดับแรก

สรุปตามเส้นทางของแบบจำลอง ความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) ส่งผลกับปัจจัยในการตัดสินใจลงทุน (Factors of Investment Decision) และส่งผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุน (Motivation of Investment Decision) และส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Investment Behavior) ในที่สุด พฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนนั้น ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยทั้ง 3 อย่างคือ ความรู้ทางการเงิน ปัจจัยในการตัดสินใจลงทุน และ แรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุน



แผนภาพ 1 แบบจำลองโครงสร้าง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนไทย

ตัวแปร สาเหตุ	ตัวแปรผลลัพธ์								
	FD			MD			IB		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
FL	0.768**	-	0.768**	-0.111	0.566**	0.454**	0.116**	0.268**	0.385**
FD				0.737**	-	0.737**	0.132**	0.270**	0.403**
MD							0.366**	-	0.366**
ค่าความเที่ยง R^2	0.719			0.615			0.788		

หมายเหตุ: $R^2 = 18886.06^{**}$, $CFI = 1.00$, $RMSEA = 0.000$, DE=Direct effect, IE= Indirect effect, TE=Total effect.

จากตารางที่ 2 และภาพที่ 1 เมื่อพิจารณาค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝง ความรู้ความเข้าใจทางการเงิน พบว่า นักลงทุนมีวิธีการออมเงินที่เหมาะสมกับตัวเอง (FL22) มีค่าความเที่ยงสูงสุดเท่ากับ 0.700 รองลงมา คือ นักลงทุนตั้งเป้าหมายทางการเงินในระยะยาวและพยายามทำให้ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ (FL25) มีค่าความเที่ยง เท่ากับ 0.620 และลำดับที่ 3 คือ นักลงทุนจะไตร่ตรองอย่างถี่ถ้วนว่ามีเงินพอจ่ายได้ (FL23) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ของ ปัจจัยในการตัดสินใจลงทุน พบว่า นักลงทุนเห็นว่าการวิเคราะห์เศรษฐกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศ ช่วยในการลดความเสี่ยงจากการลงทุนของพวกเขาได้ (FD6) มีค่าความเที่ยงสูงสุด เท่ากับ 0.693 รองลงมา คือ เลือกลงทุนในหลักทรัพย์ของบริษัทที่มีผลประกอบการเติบโตและมั่นคง (FD3) มีค่าความเที่ยง เท่ากับ 0.627 และลำดับที่ 3 คือ นักลงทุนใช้ผลประกอบการที่ผ่านมาของบริษัท เพื่อประเมินความเสี่ยง ก่อนตัดสินใจลงทุน (FD5) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ของ แรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุน พบว่า นักลงทุนคิดว่าการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ทำให้รู้ทันข่าวสารต่าง ๆ มากขึ้น (MD6) มีค่าความเที่ยงสูงสุด เท่ากับ 0.681 รองลงมา มีค่าความเที่ยงสูงสุด 2 ค่า ได้แก่ การลงทุนในหลักทรัพย์ต่าง ๆ ทำให้นักลงทุนรู้จักบริษัทต่าง ๆ มากขึ้น (MD7) และ นักลงทุนคิดว่าการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เป็นการกระจายความเสี่ยงทางการเงิน (MD10) มีค่าความเที่ยง เท่ากับ 0.570 และลำดับที่ 3 คือ นักลงทุนเห็นว่าการลงทุนในหลักทรัพย์เป็นโอกาสในการเพิ่มรายได้จากการเก็งกำไรของราคาหลักทรัพย์ได้ (MD4) ตามลำดับ

ผลการวิจัยพบว่า ตัวแบบแบบจำลองโครงสร้าง ที่มีการปรับแก้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดี เมื่อพิจารณาค่า R^2 พบว่า ความรู้ทางการเงิน (FL) สามารถอธิบายตัวแปรปัจจัยในการตัดสินใจลงทุน (FD) ได้ร้อยละ 71.9 อธิบายตัวแปรแรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุน (MD) ได้ร้อยละ 61.5 และอธิบายตัวแปรพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (IB) ได้ร้อยละ 78.8

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปและอภิปรายผล

การวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอภิปรายผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของนักลงทุนชาวไทย และความเกี่ยวข้องต่อพฤติกรรมการลงทุน พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 40-49 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป และมีแหล่งของการลงทุนที่มาจากเงินออม สอดคล้องกับทฤษฎีหรือปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการลงทุน นักลงทุนส่วนใหญ่ส่งคำสั่งผ่านอินเทอร์เน็ตสะท้อนให้เห็นถึงเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในการเงินการลงทุนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (กนกมล สิริวิชัย และ อิทธิกร ขำเดช, 2557) ส่วนใหญ่ส่งคำสั่งที่บ้านอาจจะเพราะช่วงที่เก็บตัวอย่างเป็นช่วงที่เกิดโรคระบาดโควิด19 ด้วย และสอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักลงทุนหรือผู้บริโภค ของ Stanton and Futrell (1987) พบว่า ปัจจัยของผู้ลงทุน (เช่น อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ประสบการณ์ในการลงทุน) มีอิทธิพลในการตัดสินใจลงทุน ในขณะนั้น (Stanton & Futrell, 1987) ส่วนในบริบทของประเทศไทย วิไล เอื้อปิยฉัตร (2560) พบว่า ปัจจัยด้านประชากรมีผลต่อระดับความรู้ทางการเงินและระดับความรู้ทางการเงินที่เพิ่มขึ้นก็มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของระดับการออมหรือพฤติกรรมการลงทุนด้วย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความรู้ทางการเงิน ที่มีผลต่อปัจจัยในการตัดสินใจลงทุน แรงจูงใจการลงทุนและพฤติกรรมการลงทุน พบว่า ความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) ส่งผล

โดยตรงกับปัจจัยในการตัดสินใจลงทุน (Factors of Investment Decision) และ พฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Investment Behavior) ในเชิงบวก แต่ส่งผลทางอ้อมต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุน (Motivation of Investment Decision) อีกนัยหนึ่ง นักลงทุนที่มีความรู้ทางการเงินมาก จะส่งเสริมให้เกิดการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจลงทุนที่มากขึ้นด้วย รวมถึงส่งเสริมให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการลงทุน ในขณะที่อาจจะทำให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุนมากขึ้นอีกด้วย สอดคล้องกับแนวคิด Gould (2016) และงานวิจัย ของ วิไล เอื้อปิยฉัตร (2560) แสดงหลักฐานว่า ระดับความรู้ทางการเงินที่เพิ่มขึ้นก็มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของระดับการออมหรือพฤติกรรมการลงทุนด้วย ยังพบว่านักลงทุนที่มีทักษะทางการเงินที่สูงขึ้น จะมีความสามารถในการจับจังหวะของตลาด (Market timing) ได้ดีกว่า (Van Rooij, Lusardi & Alessie, 2011; Almenberg & Dreber, 2012) ในงานวิจัยของ Calcagno and Monticone (2015) แนะนำว่า การที่นักลงทุนมีทักษะทางการเงินที่แย่ เพราะมีระดับทักษะทางการเงินที่ไม่ดีนั้นอาจทดแทนได้โดยการใช้คำแนะนำด้านการเงินการลงทุน หรือผู้ให้บริการทางการเงินซึ่งจะทำให้ผลกระทบของทักษะทางการเงินที่ไม่ดีที่มีต่อการตัดสินใจทางการเงินที่ผิดพลาดนั้นลดลงได้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจลงทุน ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุน และพฤติกรรมการลงทุน พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจลงทุน (Factors of Investment Decision) ส่งผลทางตรงต่อไปกับแรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุน (Motivation of Investment Decision) ในเชิงบวก และส่งผลทางตรงต่อ พฤติกรรมการลงทุน (Investment Behavior) ในเชิงบวกด้วย อธิบายได้ว่า นักลงทุนที่มีการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจลงทุนที่มากขึ้น ทำให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุนมากขึ้นด้วย รวมถึงส่งเสริมให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนนั้น ๆ ได้ผลที่เกิดขึ้นนี้ สอดคล้องกับแนวความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุน ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจของ Kotler (2003) กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค 5 ขั้นตอน การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นจะถูกมองผ่าน ทัศนคติของผู้อื่น และปัจจัยสถานการณ์ที่คาดไม่ถึง รวมถึงความรู้ในด้านนั้น ๆ ด้วย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาแรงจูงใจการลงทุน ที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุน พบว่า แรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุน (Motivation of Investment Decision) ส่งผลทางตรงต่อ พฤติกรรมการลงทุน (Investment Behavior) ในเชิงบวก นักลงทุนที่เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุนมากขึ้นอาจส่งเสริมให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนได้ พบผลเช่นเดียวกันนี้กับงานวิจัยของ กนกวรรณ ศรีนวล (2558) พบว่า ด้านพฤติกรรมการลงทุนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และแรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุน แต่ก็มีผลขัดแย้งกับผลการศึกษาของ คมสันต์ สันติประดิษฐ์กุล (2563) พบว่า แรงจูงใจในการลงทุนด้านโอกาสการเพิ่มรายได้ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุน ทำให้เห็นถึงเหตุผลว่า อาจเป็นเพราะช่วงเวลาที่เก็บแบบสอบถามมีส่วนประกอบด้านความเสี่ยงในการลงทุน และสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันที่ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจอยู่ ทำให้นักลงทุนไม่มั่นใจในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ว่าจะมีโอกาสเพิ่มรายได้ในการลงทุนได้

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ควรมีการส่งเสริมให้ประชาชนทั่วไปหรือนักลงทุน ให้มีความรู้ความเข้าใจในด้านการเงินแก่ประชาชนในรูปแบบต่างๆ ผ่านวิธีการหลากหลายรูปแบบ เช่น มีการจัดอบรมความรู้ การสัมมนา การเรียนรู้สิ่งใหม่ สร้างเวทีสาธารณะเพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนได้สอบถาม แลกเปลี่ยนให้เกิดความรู้ความเข้าใจในด้านการเงิน เพื่อจะช่วยให้ประชาชนทั่วไปมีความเข้าใจในด้านการเงินมากขึ้น โดยเน้นความเข้าใจในการวางแผนทางการเงินรายได้ ค่าใช้จ่าย การมีวินัยในการชำระค่าใช้จ่าย การตั้งเป้าหมายทางการเงินระยะยาวและความพยายามทำให้ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ การจัดสรรรายได้ และการให้ความสำคัญกับการเก็บออม ทำให้ประชาชนรู้จักการออมเพื่อลงทุน

2. ควรจัดทำ การสรุปข้อมูลเกี่ยวกับหลักทรัพย์ในสื่อสาธารณะ ให้เข้าถึงกลุ่มนักลงทุนและประชาชนโดยทั่วไป เช่น ทวีต ข่าว สื่อสังคมออนไลน์ Facebook สร้างกลุ่มline เพื่อกระตุ้นให้มีการพิจารณาผลประกอบการในหลักทรัพย์ที่เติบโตและมั่นคง สถานการณ์ต่าง ๆ ผลการวิเคราะห์เศรษฐกิจ แนวโน้มทางด้านต่าง ๆ อย่างแพร่หลาย เป็นปัจจัยที่ทำให้ให้นักลงทุนตัดสินใจลงทุน

3. ควรสร้างแรงจูงใจในการลงทุนโดยให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ เกี่ยวกับผลตอบแทนที่ได้รับ ความมั่งคั่งในการลงทุน ข้อมูลเกี่ยวกับงบการเงินของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ การวางแผนทางการเงินหลังเกษียณอายุ การกระจายความเสี่ยง ซึ่งทั้งหมดจะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่มีแนวโน้มทำให้เกิดความสนใจในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมากขึ้น จะเสริมสร้างสถานะการเงินของนักลงทุนให้เติบโตได้ เป็นการส่งเสริมการระดมทุนของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ให้แข็งแกร่ง และสามารถแข่งขันในเวทีโลกได้

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการใช้เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย เช่น การทำการวัดผลระดับความรู้ด้านการเงินของกลุ่มตัวอย่างเดียวกันก่อนและหลังการอบรมความรู้ด้านการเงิน และสัมภาษณ์เชิงลึกถึงพฤติกรรมการลงทุนก่อนและหลังการอบรมมาเปรียบเทียบกัน เพื่อให้ทราบถึงสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการรับรู้ความรู้ความเข้าใจด้านการเงินอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น เพื่อที่จะนำไปพัฒนารูปแบบกิจกรรม หรือสิ่งสนับสนุนให้ตรงวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

2. ควรเพิ่มกลุ่มตัวอย่างนักลงทุน ในต่างจังหวัด หรือในภูมิภาค เพื่อเป็นการสนับสนุนข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งผลจากการศึกษานี้ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักลงทุนในกรุงเทพมหานคร ไม่ได้กระจายไปยังต่างจังหวัดทั่วประเทศ ซึ่งมีนักลงทุนการกระจายตัวในจังหวัดต่างๆ ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตสามารถเข้าถึงนักลงทุนหลากหลายกลุ่มในหลายจังหวัดทั่วประเทศได้มากขึ้น ทั้งในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ทำให้เป็นการเพิ่มข้อมูลและหลักฐานเชิงประจักษ์ เพื่อการพัฒนาการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ต่อไป

6. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ในการสนับสนุนทุนวิจัย และการเผยแพร่บทความวิจัย ในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ ศรีนวล.(2558). การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการลงทุน และแรงจูงใจในการลงทุน ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.การค้นคว้าอิสระ.บริหารธุรกิจ มหาวชิราวุธ.มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- กนกมล สิริวัฒนชัย และอิทธิกร ข้าเดช. (2557). การตัดสินใจลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18 - 48 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการเงินการลงทุนการตลาดและการบริหารธุรกิจ, 4(1),521-542.
- คมสันต์ สันติประดิษฐ์กุล. (2563). การตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยรามคำแหง. การค้นคว้าอิสระ.คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2557). ข้อมูลตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 14 สิงหาคม 2564 จาก http://www.set.or.th/th/products/equities/equities_p1.html.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2563). สรุปภาพรวมตลาด. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 14 สิงหาคม 2564 จาก <https://marketdata.set.or.th/mkt/marketsummary.do>
- วิไล เอื้อปิยฉัตร (2560).ความรู้ทางการเงิน : ตัวกำหนดผลกระทบที่มีต่อพฤติกรรมการออม.วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 25(47), 67-93.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์.
- Almenberg, J., & Dreber, A. (2012). Gender, Stock Market Participation and Financial Literacy. SSE/EFI Working Paper Series No. 737, Retrieved July 23, 2021, from SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1880909> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.188090>
- Baker, H. K., & Haslem, J. A. (1974). The impact of investor socioeconomic characteristics on risk and return preferences. *Journal of Business Research*, 2(4),469- 476.
- Calcagno, R., & Monticone, C. (2015). Financial literacy and the demand for financial advice. *Journal of Banking & Finance*, 50(1), 363-380.
- Gould, D. (2016). *Quality coaching counts*. Retrieved July 23, 2021, from <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0031721716647012>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler P. (2003). *Marketing Management*. (11th ed.). New Jersey: Prentice Hall. Upper Saddle River.
- OECD. (2005). *Improving Financial Literacy: Analysis of issues and policies*. Paris, France. Financial Education: Preliminary International Guidance. Retrieved July 23, 2021, from <http://www.OECD.org/finance/financial-education/48212634.pdf>
- OECD. (2019). Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study,16-20.
- OECD (2020). Economic Surveys Thailand economic assessment of Thailand. The

Assessment is Published under the responsibility of Secretary-General of the
OECD. Retrieved July 23, 2021, from [https://www.oecd.org/economy/surveys/ -
Economic-assessment-thailand-overview-2020.pdf](https://www.oecd.org/economy/surveys/-Economic-assessment-thailand-overview-2020.pdf)

Qureshi, S. A., Rehman, K. U., & Hunjra, A. I. (2012). Factors Affecting Investment Decision
Making of Equity Fund Managers. **Wulfenia Journal**, 19(10), 280-291.

Schiffman, L. G; & Kanuk, L. L. (1994) **Consumer Behavior**. (5th ed.). New Jersey.

Stanton,W. J., & Futrell,C. (1987). **Fundamentals of Marketing**. (8th ed.) New York :McGraw-
Hill

Van Rooij, M., Lusardi, A., & Alessie, R. (2011). Financial literacy and stock market participation.
Journal of Financial Economics, 101, 449-472

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารของประชากรวัยทำงาน
ในกรุงเทพมหานคร

Factor Affecting the Decision in Consuming Vegetarian Food
of People in Bangkok

ภควดี เจริญรัตน์*
(Pakavadee Jaroenrat)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาปัจจัยจิตวิทยาส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

วิธีการดำเนินการวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลแบบทุติยภูมิและข้อมูลแบบปฐมภูมิ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตวัยทำงานในกรุงเทพฯ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยอาศัยแบบสอบถามที่มีความเที่ยงตรงและด้านความเชื่อมั่น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบแบบ และการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า (1) ค่าเฉลี่ยการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพ (2) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านราคา ตามลำดับ (3) ปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความสะอาด การลดการทารุณสัตว์ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม คุณภาพดีปลอดภัย ตามลำดับ

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจ ทัศนคติ ร้านอาหารมังสวิรัต

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี 10250 วิทยานิพนธ์ภายใต้การควบคุมของ ดร.สุพิชา บุณยะวิทยาภรณ์

Master of Business Administration Thesis in Hospitality Business Management Dusit Thani College 10250

Corresponding author: pakavadee24@gmail.com

ABSTRACT

The objective of this research 1) To compare the average differences about vegetarian food consumption decisions in restaurants of the working-age population in Bangkok which were classified by personal factors 2) Study the marketing mix factors (7Ps) toward vegetarian food consumption decisions in restaurants of the working-age population in Bangkok and 3) To study the psychological factors affecting the decision to consume vegetarian food in restaurants among working age populations in Bangkok.

Methods of this research is quantitative research using secondary data and primary data. The sample group used in this research consisted of 400 working-age vegetarian consumers living in Bangkok. The research instrument was a questionnaire with accuracy and validity. The statistics used for data analysis were frequency distribution, percentage and standard deviation, One-Way ANOVA, and Pearson's correlation analysis at a level of statistical significance of 0.05

The results of the research were found that (1) the average of vegetarian food consumption decisions in restaurants of the working-age population in Bangkok was significantly different on demographic factors; genders, ages, education levels, incomes, and marriage status (2) the marketing mix factors (7Ps) which influence vegetarian food consumption decisions in restaurants of the working-age population in Bangkok consisted of physical area, personnel factor, product factor, process factor, marketing promotion factor, channel of distribution factor, and pricing factor, respectively. (3) attitude factors also influence vegetarian food consumption decisions in restaurants of the working-age population in Bangkok which were considered on cleanness, reducing animal cruelty, remaining environmental resources, food's high quality and safety.

Keywords: Marketing Mix Factors, Making Decision, Attitude, Vegetarian Restaurant

Article history:

Received 8 December 2021

Revised 4 January 2022

Accepted 7 January 2022

SIMILARITY INDEX = 5.76 %

1. บทนำ

ในปัจจุบันความนิยมบริโภคอาหารมังสวิรัติดขยายตัวเพิ่มขึ้นออกไปอย่างกว้างขวางในกลุ่มคนรุ่นใหม่ทั่วโลก ทั้งนี้เพราะปรากฏว่ามีผู้ป่วยและเสียชีวิตจากโรคเรื้อรัง เช่น โรคหัวใจ มะเร็ง หลอดเลือดในสมอง ความดันโลหิตสูง เพิ่มขึ้นทุกปี จากสถิติผู้เสียชีวิตจากโรคสำคัญในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2558-2560 (กองยุทธศาสตร์และแผนงานสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข, 2561) ปรากฏว่าใน 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) มะเร็งและเนื้องอก 2) โรคหลอดเลือดในสมอง 3) โรคหัวใจ 4) โรคเบาหวาน และ 5) ความดันโลหิตสูง ซึ่งโรคเหล่านี้ข้อมูลทางการแพทย์เป็นที่แน่ชัดว่าเกิดจากการสะสมของไขมันประเภทอีมตัว (LDL) ที่เป็นไขมันเลว และพบมากในอาหารเนื้อสัตว์ (Red Meat) ในทางตรงข้ามอาหารจากพืชผัก ผลไม้ จะช่วยป้องกันและรักษาโรคเหล่านี้

จากการศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด Harvard University ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1979 ปัจจุบันเกี่ยวกับความเสี่ยงของการเกิดโรคเรื้อรังของผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตแบบเคร่งครัด พบว่าผู้บริโภคมังสวิรัตเสี่ยงต่อการเกิดโรคหัวใจน้อยกว่าคนทั่วไปร้อยละ 25 เช่นเดียวกับการศึกษาของมหาวิทยาลัยฮอกไกโดในกรณีเดียวกันพบว่าผู้กินมังสวิรัตลดความเสี่ยงจากการเสียชีวิตจากโรคหัวใจน้อยกว่าคนทั่วไป ร้อยละ 19 (แก้ว กังสภาคอำไพ, 2561) ด้วยเหตุผลนี้คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญต่อการมีสุขภาพที่ดี จึงเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคอาหารโดยการเลิกกินเนื้อสัตว์หันมาบริโภคอาหารมังสวิรัต ซึ่งอาจมีหลายกลุ่ม เช่น แบบกึ่งมังสวิรัต (semi-vegetarian) แบบแมคโคไบโอติก (macrobiotic) ซึ่งเป็นกลุ่มที่ไม่บริโภคเนื้อสัตว์ 4 เท่า 2 เท่า แต่ยังบริโภคสัตว์น้ำขนาดเล็ก ซึ่งแตกต่างจากมังสวิรัตแบบเคร่งครัด strict-vegetarian or Vegan) ที่ไม่บริโภคเนื้อสัตว์ และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ทุกอย่าง

แนวโน้มความนิยมบริโภคอาหารมังสวิรัตเพิ่มขึ้นทุกปีทั่วโลก มีผลทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหารมังสวิรัต รวมถึงมูลค่าทางการตลาดขยายตัวมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในประเทศไทย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2562) ทำการสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายของคนกรุงเทพฯ ในช่วงเทศกาลกินเจในช่วงปี พ.ศ. 2557-2561 พบว่ามีเม็ดเงินค่าใช้จ่ายในช่วงเทศกาลกินเจเพิ่มเฉลี่ยปีละ 7.9 โดยมีมูลค่าเฉลี่ยปีละ 5,000 ล้านบาท เม็ดเงินเหล่านี้กระจายไปสู่ธุรกิจต่าง ๆ เกี่ยวกับอาหารมังสวิรัต อาทิ ธุรกิจเครื่องดื่มน้ำผลไม้ เครื่องดื่มสมุนไพรของขบเคี้ยวต่าง ๆ เป็นต้นจำนวนผู้นิยมอาหารมังสวิรัต ในปัจจุบันแนวโน้มการนิยมบริโภคอาหารมังสวิรัตเพิ่มขึ้นทุกปีซึ่งเป็นไปตามกระแสของความนิยมการรักสุขภาพของคนรุ่นใหม่

ธุรกิจร้านอาหารมังสวิรัตเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่ขยายตัวตามกระแสความนิยมการบริโภคอาหารมังสวิรัต ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีธุรกิจร้านอาหารที่ขออนุญาตจัดตั้งกับหน่วยงานของกรุงเทพมหานครทั้งหมด 139 ร้าน กระจายอยู่ในเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร 43 เขต ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีทั้งผู้ผลิตและผู้จำหน่าย จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการมีความสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องรู้จักปรับใช้กลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ผสมผสานกับการดำเนินการภายในองค์กรอย่างเหมาะสม นั่นคือ ผู้ประกอบการต้องเข้าใจคุณลักษณะของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับลูกค้า เพื่อการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Kotler & Armstrong, 2003)

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยเป็นผู้นิยมบริโภคอาหารมังสวิรัต สนใจที่จะศึกษาการประกอบธุรกิจร้านอาหารมังสวิรัต เพราะเห็นว่าธุรกิจร้านอาหารมังสวิรัตมีความสำคัญต่อผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น เกษตรกร ผู้ผลิตพืชผัก ผลไม้ ผู้ประกอบธุรกิจค้าขายผักผลไม้ปลอดสารพิษ ผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมังสวิรัต นำไปปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด กระบวนการบริการและผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า สามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างดี ซึ่งจะเป็นประโยชน์กับผู้เกี่ยวข้องที่

กล่าวมาข้างต้น รวมทั้งยังจะเป็นผลดีต่อลูกค้าที่จะได้บริโภคอาหารมังสวิรัตที่มีคุณภาพและได้รับการบริการที่ดีอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยจิตวิทยาส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับช่องพฤติกรรมผู้บริโภค

Solomon, (2004: 4) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การศึกษาถึงกระบวนการ ที่เกี่ยวข้องเมื่อผู้บริโภคเลือกซื้อ ใช้หรือไม่ใช้สินค้าหรือบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับ ความต้องการของตน เช่นเดียวกับ Sheth & Mittal (2004: 3) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคนั้นเป็นการศึกษา ปัจจัยทางจิตวิทยาและด้านกายภาพของผู้บริโภค ที่มีผลการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่นักการตลาดจำเป็นต้องเข้าใจเพื่อปรับเข้ากับเครื่องมือสื่อสารที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550: 3) อธิบายว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่บุคคลค้นหา (Searching) ซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) ในสินค้าและบริการที่โดยที่ธุรกิจจะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรืออีกความหมายหนึ่งคือ ขั้นตอนหรือกระบวนการของการตัดสินใจของแต่ละบุคคล ตามลักษณะของกิจกรรมที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

จากนิยามข้างต้นสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการจัดหาและการบริโภคสินค้าและบริการ ซึ่งประกอบด้วย การหาข้อมูล การซื้อ การใช้ การประเมินหลังการใช้ รวมทั้งการกำจัดสินค้าและบรรจุภัณฑ์หลังการใช้สินค้า ซึ่งต้องผ่านกระบวนการตัดสินใจ ความพึงพอใจและความต้องการของผู้บริโภค

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค นักวิชาการทางการตลาดได้กล่าวถึง ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ดังนี้

Levitt, (1988: 197) กล่าวว่า ผู้บริโภคจะแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมา จะต้องมียิ่งกระตุ้นทำให้เกิดความต้องการและจากความต้องการดังกล่าว จะทำให้เกิดแรงจูงใจแสดงพฤติกรรมออกมาจากทฤษฎีดังกล่าวสามารถนำมาอธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ดังนี้

1. พฤติกรรมผู้บริโภคจะเกิดได้ก็ต่อเมื่อมีสาเหตุมากระตุ้นทำให้เกิดความต้องการขึ้น
2. พฤติกรรมผู้บริโภคจะเกิดขึ้นได้ต้องมีสิ่งจูงใจให้แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา
3. พฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดขึ้นย่อมมีเป้าหมายของการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคสรุปได้ว่า เป็นกระบวนการพิจารณาเลือกสินค้าหรือบริการสนองความต้องการของตน ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ลักษณะส่วนบุคคลและปัจจัยทางจิตวิทยา โดยผู้ซื้อจะพิจารณาเลือกตามความสนใจของตน

2.2 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่นักการตลาดนำมาใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันมาแต่เดิม คือ 4 P's (Kotler & Armstrong, 2003) แต่ถ้าเป็นธุรกิจเกี่ยวกับการบริการจะมีส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มขึ้นอีก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร กระบวนการบริการและด้านกายภาพ หรือเรียกว่า 7 P's (Kotler & Keller, 2006: 28) ปัจจัยเหล่านี้จะถูกนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ให้สินค้าหรือบริการของตนมีคุณค่าแตกต่างจากสินค้าหรือบริการอื่น รู้สึกพึงพอใจและพร้อมจะตัดสินใจเลือกซื้อ เช่นเดียวกับ (Payne' 1993 อ้างถึงใน ธรรีธร ธีรขวัญโรจน์ และ สุพจน์ ภูษณาธาร (2563) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของสินค้านั้น โดยพื้นฐานจะมีอยู่ 4 ตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (Kotler, 2003) แต่จะมีความแตกต่างของส่วนประสมทางการตลาด และส่วนประสมของตลาดสินค้าทั่วไป

กล่าวคือส่วนที่เป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มการส่งมอบการบริการที่ดีที่ต้องเน้นถึงพนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมที่ สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้หรือสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอันเป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบการบริการที่ดี

สรุปแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's ที่สำคัญที่นักการตลาดใช้เป็นกลยุทธ์ในการดำเนินงานเพื่อให้สินค้า ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพควบคู่กับการบริการที่รวดเร็ว สะดวกสบายให้กับผู้ใช้บริการ สื่อสารให้ครอบคลุม โดยใช้สื่อทางอินเทอร์เน็ตการใช้บุคลากรในองค์กร ที่มีความรู้มีศักยภาพให้มีความเหมาะสม ถูกต้องเกิดความประทับใจในสินค้าและบริการนั้นและทำให้ผู้บริโภคเกิดความจงรักภักดีในสินค้าในการเข้ามาใช้บริการในร้านอาหารผู้บริโภคจะต้องได้รับความสะดวกสบาย มีสถานที่สะอาดเป็นระเบียบ พร้อมด้วยการต้อนรับ การส่งมอบและการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้ดี

2.3 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ

ในปัจจุบันซึ่งเป็นยุคดิจิทัล เส้นทางผู้บริโภค (customer journey) เปลี่ยนแปลงไปผู้บริโภคหันมาบริโภคทางออนไลน์มากขึ้น (ณงลักษณ์ จารุวัฒน์ 2564) กล่าวว่า Kotler, Kartajaya and Setawan ได้เสนอโมเดล 5 A ที่ใช้วิเคราะห์การตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน ดังนี้

- ขั้นที่ 1 การรับ (A1 = Aware)
- ขั้นที่ 2 การดึงดูดใจ (A2 = Appeal)
- ขั้นที่ 3 สอบถาม (A3 = Ask)
- ขั้นที่ 4 การซื้อ (A4 = Act)
- ขั้นที่ 5 การสนับสนุน (A5 = Advocate)

มุมมองใหม่ด้านการตลาดต่อเนื่องจากการตลาด 4.0 ของคอตเลอร์ ฟิลิป, จนมีผลงานเพิ่มในหนังสือการตลาด 5.0 คอตเลอร์ได้กล่าวว่า โมเดลเส้นทางลูกค้า 5A's ในยุคปัจจุบันผู้บริโภคมีการแบ่งปันประสบการณ์กันทุกวินาทีสะท้อนให้เห็นได้ว่าการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจำเป็นต้องหันไปพึ่งแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือมากที่สุด ส่วนใหญ่ก็คือคนใกล้ชิด เช่น เพื่อน หรือบุคคลในครอบครัวเมื่อเกิดกระแสที่มีความนิยมแรงและรวดเร็วมากขึ้น การประมวลผลของผู้บริโภคเร็ว ชัดเจนเกิดข้อมูลที่มากมายและประสบการณ์จากการสอบถาม ผู้บริโภคเริ่มสนใจ จนมีความมั่นใจและเชื่อถือในสินค้าได้เร็ว จนถึงการตัดสินใจใช้บริการ และเกิดความรู้สึกดีต่อสินค้าและผลิตภัณฑ์และการซื้อซ้ำ มาเป็นการสนับสนุนผลิตภัณฑ์แทน

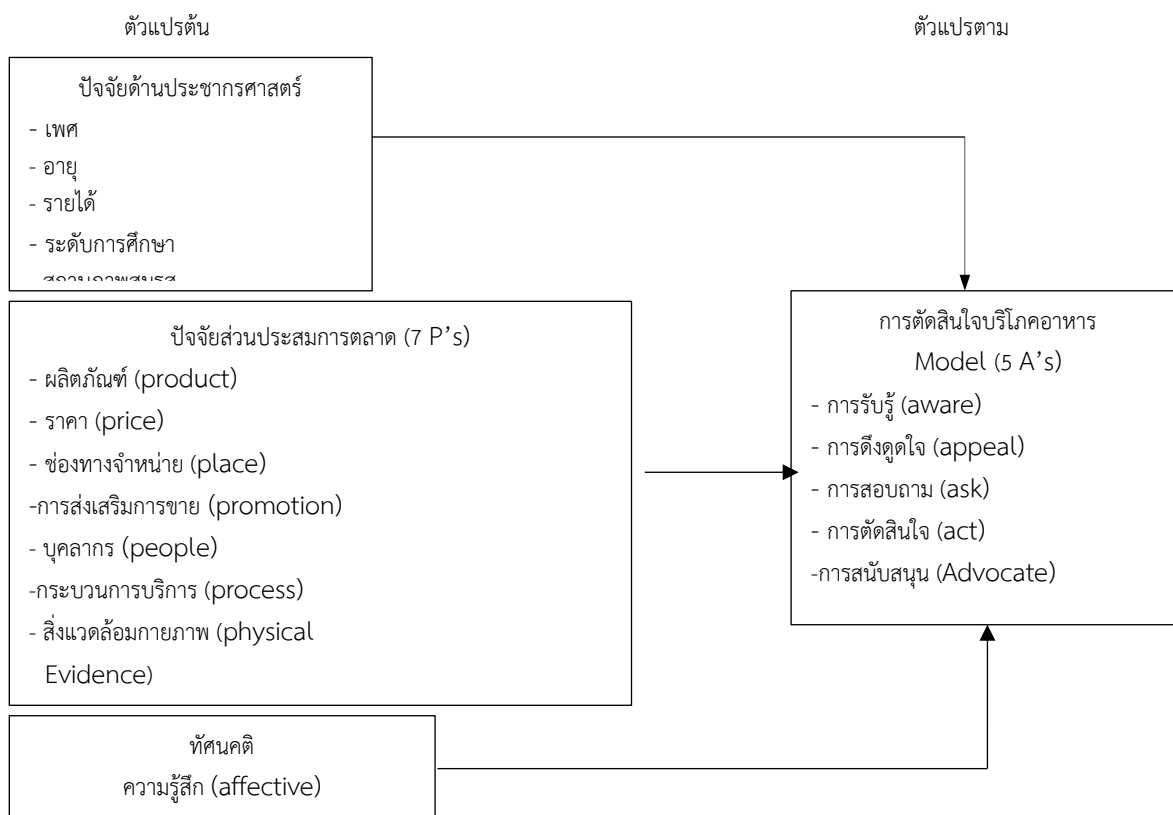
จากแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีกระบวนการที่คล้ายคลึงกัน คือ จะเริ่มจากการรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือกและตัดสินใจซื้อ การใช้และ

พฤติกรรมหลังการใช้ ในการวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารของ ประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานครนี้จะนำแนวคิดการตัดสินใจซื้อในยุคปัจจุบันของ Kotler, Kartajaya and Setawan มาใช้เป็นตัวแปรตามวัดการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารมังสวิวัติของลูกค้า (ฟิลิป คอตเลอร์, เหมะวัน การตะจายา และ ไอ์วัน เซเตียวาน 2564)

สรุปแล้วจากแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรบริโภคการตัดสินใจซื้อ รวมทั้งกลยุทธ์ทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดเป้าหมายสำคัญก็เพื่อให้ผู้บริโภคทั่วไป กลายเป็นลูกค้า มีความผูกพันระหว่าง ผู้บริโภคกับแบรนด์หรือตราสินค้าโดยมุ่งใช้ปัจจัยทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ ราคา กระบวนการ ให้บริการ และองค์ประกอบอื่น ๆ นั้น มาช่วยสร้างคุณค่าให้แบรนด์หรือตราสินค้าให้มีความโดดเด่นแตกต่าง จากคู่แข่ง และเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ธุรกิจร้านอาหารมังสวิวัติเป็นธุรกิจบริการที่ให้บริการผู้บริโภคเฉพาะ กลุ่มซึ่งมีจำนวนจำกัด ดังนั้นจำเป็นต้องสร้างแบรนด์ของตนให้เป็นที่รู้จัก ไม่ว่าจะเป็นชื่อ สัญลักษณ์ สโลแกน การตกแต่งอาคาร สถานที่ คุณภาพผลิตภัณฑ์ และการบริการที่ดี รวมทั้งการสื่อสารให้เกิดการรับรู้ไปสู่ กลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนั้น จะต้องมีการ ส่งเสริมการตลาดดึงดูดลูกค้าให้กลับมาใช้การซ้ำ เช่น การเป็นสมาชิก การสะสมคะแนนเพื่อการลดราคาใน ครั้งต่อไป รวมทั้งมีการตรวจสอบความรู้สึกของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นระยะ ๆ เพื่อการปรับปรุงการบริการ ต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอยู่เสมอ

กรอบแนวคิดในการท้าววิจัย

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎี เหล่านี้มาประยุกต์กำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการท้าววิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัติในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัติของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ที่มาบริโภคอาหารมังสวิรัติในร้านอาหารมังสวิรัติที่ถูกสุ่มมาเป็นแหล่งเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริโภคอาหารมังสวิรัติในกรุงเทพมหานคร จำนวน 1.2 ล้านคน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2562) ประชากรวัยทำงาน อายุ 18 – 60 ปี ทั้งนี้เพราะประชากรวัยทำงานมักจะออกทำงานนอกบ้าน เป็นเจ้าหน้าที่ พนักงาน ลูกจ้าง หน่วยงานราชการหรือเอกชน มีเวลาว่างไม่มากนักมักอาศัยการบริโภคในร้านอาหารมังสวิรัติในบริเวณใกล้เคียง ผู้วิจัยขอกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน

แบ่งเขตการปกครองกรุงเทพมหานครทั้งหมด จำนวน 50 เขต ออกเป็น 5 กลุ่ม ตามพื้นที่เขตที่ตั้ง คือ กลุ่มตอนกลาง กลุ่มเหนือ กลุ่มตะวันออก กลุ่มตะวันตก และกลุ่มใต้ ซึ่งในแต่ละส่วนจะสุ่มเขตการปกครองมา 1 เขต ด้วยการสุ่มแบบง่ายรวมทั้งหมด 5 เขตปกครอง ในแต่ละเขตการปกครองที่สุ่มได้จะสุ่มร้านอาหารมังสวิรัติที่ขึ้นทะเบียนไว้กับกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 139 ร้าน กระจายอยู่ในเขตต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กรุงเทพมหานคร) มาเขตละ 1 ร้านด้วยการสุ่มแบบง่าย จะได้ร้านอาหารมังสวิรัติทั้งหมด 5 ร้าน (โดยขอสงวนชื่อร้านอาหารมังสวิรัติที่ถูกสุ่มและยอมให้เก็บข้อมูล) ใช้เป็นแหล่งเก็บข้อมูล แต่ละร้านอาหารมังสวิรัติที่ถูกสุ่ม จะสุ่มเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่สมัครใจตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 80 คน ผลการสุ่มปรากฏ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 กลุ่มพื้นที่เขตปกครอง เขตปกครอง ร้านอาหารมังสวิรัติที่ถูกสุ่มและจำนวนตัวอย่าง

กลุ่มเขตปกครอง	เขตปกครอง	จำนวนร้านอาหารมังสวิรัติ	จำนวนตัวอย่าง
กลุ่มตอนกลาง	บางรัก	1	80
กลุ่มเหนือ	บางเขน	1	80
กลุ่มใต้	คลองสาน	1	80
กลุ่มตะวันออก	พระโขนง	1	80
กลุ่มตะวันตก	จตุจักร	1	80
รวม	5	5	400

ผลการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ พบว่าแบบสอบถามผ่านความตรงเชิงเนื้อหา และความเชื่อมั่น สามารถนำแบบสอบถามไปจัดเก็บเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลได้

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่า T การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว การวิเคราะห์ถดถอยพหุ

4. ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง (ร้อยละ65.00) มีอายุ 41-50 ปี (ร้อยละ37.50) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ60.00) รายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท (ร้อยละ29.00) สถานภาพโสด (ร้อยละ 61.00)

2. การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวม และปัจจัยด้านกายภาพโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

3. การวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกพอใจในการรับประทานอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารที่สะอาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกว่าการรับประทานอาหารมังสวิรัตทำให้ได้รับสารอาหารครบ 5 หมู่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

4. การวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตัดสินใจบริโภค ด้านการรับรู้ พบว่ารู้จักร้านอาหารมังสวิรัตเพราะเคยมาใช้บริการร้านอาหารมังสวิรัตด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการดึงดูด พบว่าเห็นว่าการรับประทานอาหารมังสวิรัตช่วยลดภาวะโลกร้อนลดและลดการทารุณสัตว์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการสอบถาม พบว่าค้นหาข้อมูลร้านอาหารมังสวิรัตในสื่อสังคมออนไลน์ โซเชียลมีเดีย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการซื้อ พบว่ามีความพร้อมเสมอที่จะรับประทานอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารที่สะอาดและรสชาติดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการสนับสนุน พบว่ามีความประทับใจที่ได้รับประทานอาหารมังสวิรัตมีคุณภาพและรสชาติดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

5. ผลการเปรียบเทียบและการวิเคราะห์ความแปรปรวน ในกลุ่มผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตที่มี เพศ,อายุ,รายได้ แตกต่างกัน พบว่ามีการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหาร โดยรวมและรายด้าน ไม่ต่างกัน ส่วนในกลุ่มผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกัน พบว่ามีการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหาร โดยรวม ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่ไม่ต่างกันมี 3 ด้าน คือ ด้านการสอบถาม ด้านการซื้อ และด้านการสนับสนุน ส่วนด้านที่มีความต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 2 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ และด้านการดึงดูด และในกลุ่มผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตที่มี สถานภาพ แตกต่างกัน พบว่าผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารที่มีสถานภาพที่แตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหาร โดยรวม ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่ไม่ต่างกันมี 4 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ ด้านการดึงดูด การสอบถาม และด้านการซื้อ ส่วนด้านที่มีความต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 1 ด้าน คือ ด้านการสนับสนุน

6. ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกายภาพ มีค่า (P-value) น้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า (P-value) เท่ากับ 0.007, 0.004, 0.033, และ 0.000 ตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่า (P-value) เท่ากับ 0.090, 0.142, และ 0.122 ตามลำดับ มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 แสดงว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านกระบวนการ ไม่ส่งผลต่อระดับความสำคัญของการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการ

ทำงานการเปลี่ยนแปลงของระดับความสำคัญของการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ได้ดีที่สุดคือ ปัจจัยด้านกายภาพ ($\beta=0.192$) ปัจจัยด้านราคา ($\beta=0.156$) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ($\beta=0.142$) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\beta=0.124$) ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ค่าขนาดความผันแปรของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (Adjust $R^2=0.543$) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 54.30

7. ผลการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีแบบปรกติ (Enter Regression) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นการยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธ สมมติฐานรอง H_1 ก็ต่อเมื่อความน่าจะเป็น (P-value) มีค่ามากกว่า 0.05 และปฏิเสธ สมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับ สมมติฐานรอง H_1 ก็ต่อเมื่อมีความน่าจะเป็น (P-value) มีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของระดับความสำคัญของการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานครได้ดีที่สุด ($\beta=0.766$) เมื่อวิเคราะห์ค่าขนาดความผันแปรของความสัมพัทธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (Adjust $R^2=0.585$) พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติ ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 58.50

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

1. ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานครเมื่อจำแนกตามปัจจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าปัจจัยด้านเพศอายุ รายได้ต่อเดือน ไม่มีผลทำให้การตัดสินใจแตกต่างกัน ผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับการศึกษาของ ศศิอรียา แสงทรัพย์ (2561) ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดของธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับผู้หญิงวัยทำงาน จังหวัดราชบุรี

2. จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับการวิจัยของ ดลนัสมิ์ โพธิ์ฉาย (2562) ที่ศึกษา เรื่อง การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลไม้พรีเมียม : กรณีศึกษาผู้บริโภคในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการรับรู้ปัญหา และด้านการประเมินผลทางเลือกอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมหลังการขายอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับการวิจัยของ จิตตวุฒิ รัตตกุล (2560) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละองค์ประกอบต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากตามลำดับ คือ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ ช่องทางจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ผลที่ได้จากการวิจัยสามารถระบุปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พร้อมทั้งได้ระบุถึงระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย ซึ่งจากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ สำคัญอยู่ที่ระดับการศึกษา และสถานภาพเป็นปัจจัยเชิงบวกที่สำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิวัติในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัยดังกล่าวนี้มีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านอาหารมังสวิวัติสามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดจัดทำแผนเพื่อให้ลูกค้ากลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2. กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิวัติในร้านอาหารของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญอันประกอบด้วย (1) ด้านระดับการศึกษา ให้ความสำคัญกับสุขภาพและคุณประโยชน์จากการได้รับสารอาหารที่ครบในแต่ละมื้อและได้รับแคลอรีที่สมดุลต่อร่างกาย (2) ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการควรจะมีการจัดสถานที่ให้สะอาด มีความโปร่ง ดูร่มรื่น มีการเว้นระยะห่างตามความเหมาะสม (3)ด้านผลิตภัณฑ์และราคา ร้านอาหารควรพัฒนาให้สินค้ามีคุณภาพดี รสชาติอร่อย มีความหลากหลาย เหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณ (4)ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการควรพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์เพิ่มขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากร้านค้าได้รวดเร็ว

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการขยายขอบเขตของงานวิจัยนี้ให้มากขึ้น โดยการขยายกลุ่มตัวอย่างออกไปยังต่างจังหวัดเพื่อให้ครอบคลุมประชากรที่บริโภคอาหารมังสวิวัติในร้านอาหารได้มากขึ้น

2.ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆเพิ่มเติมโดยอาจเลือกศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวกับลักษณะเชิงธุรกิจหรือรายละเอียดกลไกทางการตลาด เพื่อหากกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเพื่อพัฒนากลยุทธ์เพื่อให้สามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันได้

3. ควรเพิ่มเติมเครื่องมือในการเก็บข้อมูลอื่น ๆ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการตัดสินใจบริโภคอาหารมังสวิวัติในร้านอาหารของผู้บริโภคที่หลากหลายหรือเฉพาะเจาะจงมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กองยุทธศาสตร์และแผนงานสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข.(2561).สถิติสาธารณสุข 2561.[ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 6 กรกฎาคม 2564 , จาก <http://www.pcko.moph.go.th/Health-Statistics/statistics61.pdf>
- แก้ว กันสากดอไฟ. (2561). มุลนิธิโลกสีเขียว “กินดีอยู่ดี”. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 6 กรกฎาคม 2564, จาก www.greenworld.or.th (doi.org/10.1136/4131).
- จิตตวุฒิ รัตตกุล. (2560). การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานบริษัทเอกชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ดลนัสม์ โพธิ์ฉาย. (2562). การศึกษาปัจจัยทางการตลาดต่อการตัดสินใจบริโภคผลไม้พรีเมียม : กรณีศึกษาผู้บริโภคในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธีรวัชร ธีรขวัญโรจน์ และ สุพจน์ กฤษณาสถาร . (2563). การตลาดบริการ Services Marketing. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น
- ฟิลิป คอตเลอร์, เหมะวัน การตะจายา และ ไວັນ ເຂດີຍວນ. (2564) การตลาด 5.0 (ณงลักษณ์ จารุวัฒน์, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์.(2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไทมอนด์ธุรกิจ.
- ศศิธรียา แสงทรัพย์. (2561). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดของธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับผู้หญิงทำงาน จังหวัดราชบุรี. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 5(2), 30–44. <https://doi.org/10.14456/jmsnpru.2018.19>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2562). Analysis SME. ไม่จำใจปรับกลยุทธ์รับเทศกาลกินเจ ค้นเมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2564 จาก www.kesikornresearch.com (vegetarian.pdf kasikornresearch.com)
- Kotler, P. and Armstrong G. (2003). **Marketing: An Introduction**. (6 th ed). Upper Saddle River, NJ. Prentice-Hall.
- Kotler, P. (2003). **Marketing management**. (11 th ed). NJ. Pentic - Hall.
- Kotler. P. and Keller. L.K. (2006). **Marketing Management**. NJ. Pearson Education.
- Leavitt, J.H. (1988). **Managerial Psychology: Managing Behavior in Organization**. (5 the ed). NY. Prentice-Hall.
- Seth, J.N. and Mittal. B. (2004). **Consumer Behavior. A Managerial Perspective**. (2 nd.ed) Manson, OH. Thomson South-West.
- Solomon, M.R., (2004). **Consumer Behavior. Buying, Having and Buying**. Upper Saddle River, NJ.Prentice-Hall.

แรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในหลักสูตรที่จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ

Motivations to Choose the Bachelor of Accountancy (International) Program Among the Senior High School Students Studying in International Programs

ธนิดา อุทยาพงษ์* และคณะ
(Thanida Uthayapong et al.)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในหลักสูตรที่จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษในประเทศไทย โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 289 ตัวอย่างจากหลักสูตรที่จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษทั้งสิ้น 154 หลักสูตร และมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล งานวิจัยนี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และวิธีการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก

ผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก พบว่า แรงจูงใจที่สำคัญที่สุดของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่หลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) ควรพิจารณา คือ “การประชาสัมพันธ์” เพราะการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงนักเรียนกลุ่มเป้าหมายจะเพิ่มความสนใจในหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) อย่างมีนัยสำคัญ ผลงานวิจัยยังพบว่า สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัย และรูปแบบการเรียนการสอน เป็นปัจจัยสำคัญที่อยู่ในการพิจารณา และมีแนวโน้มที่จะทำให้นักเรียนสนใจเรียนในหลักสูตรนี้ ผลการวิจัยยังบ่งชี้ว่า ในการประชาสัมพันธ์หลักสูตร เนื้อหาที่สำคัญที่ควรเน้นคือ รูปแบบการเรียนการสอนและกิจกรรมในหลักสูตร เนื่องจากทั้งสองด้านนี้มีแนวโน้มที่จะเพิ่มความสนใจของนักเรียนต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: หลักสูตรบัญชีบัณฑิต โรงเรียนนานาชาติ แรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกเรียนระดับปริญญาตรี

* อาจารย์ประจำหลักสูตรการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40002

Lecturer in the Department of Accountancy, Khon Kaen Business School, Khon Kaen University 40002

** คณะผู้วิจัยประกอบด้วย 1. ธนิดา อุทยาพงษ์ 2. ปิ่นประภา แสงจันทร์ 3. ปิยดา ดาวดึงษ์ 4. อนรรักษ์ ทองสุโขวงศ์ และ 5. ศิริลักษณ์ ศุภธชัย

(Thanida Uthayapong, Pinprapa Sangchan, Piyada Daowadueng, Anurak Thongsukhowong and Siriluck Sutthachai)

Corresponding author: Thanut@kku.ac.th

ABSTRACT

This research aims to investigate the senior high school students' motivations in selecting the Bachelor of Accountancy (International) Program (B.Acc International Program) for their undergraduate education. The research samples are the students who are studying in the international/English programs, which are taught in 154 schools in Thailand. The questionnaires were sent to these schools and 289 respondents answered. The descriptive statistics (such as frequency, percentage, mean, and standard deviation) and the logistic regression method were employed to analyze data.

The results show that the most significant motivation that the B.Acc program should pay attention is 'advertisement and public relations', because it could significantly increase the interest of the senior high school students toward the B.Acc program, consequently the students possibly choose the program for their undergraduate level. Furthermore, findings indicate that the location and learning system including extracurricular activities could increase the students' interest in the B.Acc International Program.

Keywords: Bachelor of Accountancy Program, International school, Motivations in selecting undergraduate programs

Article history:

Received 8 December 2021

Revised 7 January 2022

Accepted 10 January 2022

SIMILARITY INDEX = 2.36 %

1. บทนำ

การทำการค้าระหว่างประเทศ (Cross-Border) ที่ทวีความสำคัญในยุคธุรกิจไร้พรมแดน (Borderless-Business Globalization) ส่งผลโดยตรงต่อความต้องการแรงงานที่มีศักยภาพเพียงพอในการทำงาน พร้อมทั้งจะปรับตัวให้เข้ากับยุค Borderless-Business (ธุรกิจแบบไร้พรมแดน) และมีความเป็นสากล ดังนั้น ภาครัฐจึงเริ่มมีความต้องการบุคลากรที่มีทั้งความสามารถเชิงวิชาชีพและภาษา โรงเรียนในระดับมัธยมศึกษาได้มีการปรับตัวเพื่อรองรับการเจริญเติบโตในลักษณะของ Cross-Border เช่นกัน ตามข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ ณ วันที่ 26 เมษายน 2560 ประเทศไทยมีจำนวนโรงเรียนนานาชาติ (International schools) ที่เปิดในระดับมัธยมศึกษาจำนวน 43 โรงเรียน และมีโรงเรียนจำนวน 111 โรงเรียน ที่มีการเรียนการสอนภาคภาษาอังกฤษ (English Program: EP) ควบคู่กับการเรียนการสอนภาคภาษาไทย (สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สพฐ., 2560: 1) เพื่อผลิตนักเรียนที่มีคุณสมบัติพร้อมสำหรับการเจริญเติบโตของสภาพแวดล้อมแบบ Cross-Border

นอกเหนือจากระดับมัธยมศึกษา สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาก็ได้ทำการเปิดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรีเป็นหลักสูตรนานาชาติเพิ่มมากขึ้น ทั้งมหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชน โดยที่หลักสูตรนานาชาติที่เปิดมาแล้วจากอดีตถึงปัจจุบันมีหลากหลายสาขาและความเชี่ยวชาญ อาทิเช่น วิศวกรรมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และบริหารธุรกิจ เป็นต้น (วัลลภา สัมฤทธิ์, 2560: 63) จำนวนหลักสูตรนานาชาติในระดับอุดมศึกษามีจำนวนเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะหลักสูตรด้านบริหารธุรกิจสาขาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสาขาการตลาด สาขาการจัดการระหว่างประเทศ สาขาการเงิน รวมทั้งสาขาการบัญชี โดยในส่วนของสาขาบัญชีนั้น สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ได้มีการเปิดหลักสูตรนานาชาติทั้งในรูปแบบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บัญชี) และบัญชีบัณฑิต (งานวิจัยนี้ใช้ตัวย่อ “หลักสูตรฯ” แทนคำว่า “หลักสูตรนานาชาติสาขาบัญชีทั้งในรูปแบบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บัญชี) และบัญชีบัณฑิต) การเปิดหลักสูตรเหล่านี้สอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการบุคลากรด้านการเงินและบัญชีทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจะเห็นได้จากรายงานของ International Federation of Accountants (2020: 1) ที่กล่าวไว้ว่า การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจจะยังคงมีอยู่อย่างสืบเนื่อง ดังนั้น ธุรกิจจะต้องปรับตัวให้เติบโตและประสบความสำเร็จท่ามกลางความไม่แน่นอนของสิ่งแวดล้อมทางด้านธุรกิจให้ได้ ทรัพยากรบุคคลถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะขับเคลื่อน โดยเฉพาะบุคลากรด้านการเงินและการบัญชีที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถประเมินสถานะทางการเงิน และผลการดำเนินงาน เพื่อการตัดสินใจเชิงธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม FJWilson Talent Services ซึ่งเป็นบริษัท Recruitment ที่มีชื่อเสียงได้แสดงผลการสำรวจที่ทำให้เห็นว่า ในปัจจุบันภาคธุรกิจขาดแคลนนักการเงินและการบัญชี (Accounting and Finance Professionals) ที่มีพร้อมทั้งทักษะด้านเทคนิค (Technical Skill) ด้านธุรกิจ (Business Skill) และด้านอารมณ์และสังคม (Soft Skill) (Robert Half, 2020: 1)

ในปี 2562 ประเทศไทยมีจำนวนหลักสูตรนานาชาติสาขาบัญชีทั้งในรูปแบบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บัญชี) และบัญชีบัณฑิตทั้งสิ้น 11 หลักสูตร ประกอบด้วยหลักสูตรที่มีการจัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ จำนวน 3 หลักสูตร และหลักสูตรนานาชาติ จำนวน 8 หลักสูตร (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2562: 1) ซึ่งจะเห็นว่า จำนวนหลักสูตรฯ ในประเทศไทยยังมีจำนวนจำกัด ดังนั้น แนวโน้มความต้องการบุคลากรด้านการเงินและบัญชีของธุรกิจที่เพิ่มขึ้น น่าจะทำให้หลักสูตรฯ เหล่านี้เป็นที่ต้องการของนักเรียนระดับมัธยมปลายจำนวนมากในการเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี อย่างไรก็ตาม หลักสูตรฯ เหล่านี้ก็มี การเปิดสอนในต่างประเทศเช่นกัน ทำให้นักเรียนระดับมัธยมปลายไม่ได้มีทางเลือกเฉพาะหลักสูตรฯ ในประเทศไทยเท่านั้น แต่มีทางเลือกที่จะไปทำการศึกษาในต่างประเทศด้วยเช่นกัน กาญจนา สมมิตร และจิณห์ นิภา สุทธิกุล (2554: 45) ได้กล่าวไว้ว่า จุดเด่นของการศึกษาต่อระดับปริญญาตรีหลักสูตรนานาชาติใน

ประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบกับการศึกษาในต่างประเทศ คือค่าใช้จ่ายในการเรียนและการอยู่อาศัยต่ำกว่า และมีโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจเพื่อประโยชน์ในการทำงานในอนาคตสูงกว่า ซึ่งเหตุผลนี้อาจทำให้หลักสูตรฯ ในประเทศเป็นทางเลือกของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาที่ต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาตรี นานาชาติก็ได้ แต่กระนั้นก็ตาม เหตุผลดังกล่าวอาจจะยังไม่มากพอที่จะทำให้หลักสูตรฯ ในประเทศไทยเป็นทางเลือกอันดับต้น ๆ ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ดังนั้น การหาแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาจะทำให้หลักสูตรฯ ในประเทศได้มีแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อดึงดูดให้นักเรียนระดับมัธยมศึกษาเลือกหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) ในการศึกษาต่อสำหรับระดับปริญญาตรี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในหลักสูตรที่จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยจำนวนมากได้มีการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรในระดับปริญญาตรี เพื่อหาแนวทางในการดึงดูดกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของสถาบันการศึกษา และใช้ในการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรให้มีความน่าสนใจมากขึ้น งานวิจัยนี้พิจารณาว่าปัจจัยต่างๆ ที่งานวิจัยที่ผ่านมาทำการศึกษา มีนัยยะที่คล้ายคลึงกับแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรต่างๆ ตามวัตถุประสงค์งานวิจัยนี้ ดังนั้น งานวิจัยที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรในระดับปริญญาตรีจึงเป็นประโยชน์ในการให้แนวทางในการทำวิจัยครั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยในด้านนี้สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่โดยใช้เกณฑ์ประเภทของกลุ่มตัวอย่างในการแบ่งกลุ่ม

กลุ่มแรกทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาปัจจุบันของหลักสูตร โดยทำการสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษาที่ได้ตัดสินใจเลือกเรียนในหลักสูตรระดับปริญญาตรีแล้ว งานวิจัยในกลุ่มนี้ เช่น ฉันทกร ช่วยทุกข์เพื่อน (2558 : 266) ที่ได้สอบถามนักศึกษาจาก 12 คณะของมหาวิทยาลัยบัณฑิตธุรกิจเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาเลือกเรียนมหาวิทยาลัยนี้โดยให้ความสำคัญกับ 3 ปัจจัยคือ 1) ด้านหลักสูตร 2) ด้านอาจารย์ผู้สอน และ 3) ด้านสวัสดิการและบริการ นอกจากนี้ยังมีพิมพ์พร ธรรมวิหาคคุณและภักตรา ประเสริฐวงศ์ (2552: 129) ที่ทำการสอบถามนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมเพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเรียนสาขาวิชาการบัญชี หลักสูตรบริหารธุรกิจของนักศึกษา และพบว่า ปัจจัยทางสังคมด้านทัศนคติต่อสถาบัน ค่านิยมในสาขาวิชา และค่าตอบแทนที่จะได้รับจากการประกอบวิชาชีพและความมั่นคงในอาชีพ เป็นปัจจัยที่นักศึกษาพิจารณาในการตัดสินใจเลือกเรียนสาขาวิชาบัญชีของมหาวิทยาลัย ภัทรสุดา จารุธีรพันธุ์ (2558: 41) ก็ได้ทำการศึกษาในลักษณะเดียวกัน โดยทำการสอบถามนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยถึงปัจจัยในการเลือกเรียนระดับปริญญาตรีของนักศึกษา ผลการวิจัยของภัทรสุดาพบว่า นักศึกษาให้ความสำคัญปัจจัย 5 ด้านเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ด้านคุณลักษณะของสาขาวิชาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ด้านสถานที่ (ได้แก่ ด้านภูมิทัศน์ ด้านอาคารสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการเดินทาง) ด้านการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียน (ได้แก่อิทธิพลของครูในสถานศึกษา

ระดับมัธยม อิทธิพลของครอบครัว และอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน) และด้านค่าใช้จ่ายเป็นลำดับสุดท้าย และทั้ง 5 ด้านมีความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญกับตัวแปรสาขาวิชาที่เลือกเรียน

ส่วนกลุ่มที่สองทำการศึกษากลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งเป็นกลุ่มที่อยู่ในระหว่างการตัดสินใจเลือกเรียนหลักสูตรในระดับปริญญาตรี งานวิจัยในกลุ่มนี้ เช่น วิทวัส เหล่ามะลอ (2562 : 38) ได้ทำการสอบถามนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 755 คน เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 ผลการวิจัยพบว่า ในความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยทางด้านสถาบันการศึกษาได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือปัจจัยด้านหลักสูตร และปัจจัยทางด้านสังคม ตามลำดับ และเมื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้านสถาบันการศึกษาเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด โดยเฉพาะเรื่องของความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยและเป็นที่ยอมรับของสังคม รวมทั้งสังคมให้การยกย่องในความรู้ความสามารถของผู้ที่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยขอนแก่น

นอกจากวิทวัส เหล่ามะลอ (2562) แล้ว วัลภา สัมฤทธิ์ (2560: 64) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อปริญญาตรี หลักสูตรนานาชาติของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนด้านองค์ประกอบของสถานศึกษามีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน และด้านบุคคลที่เกี่ยวข้องกับนักศึกษา ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกันนักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลผลิตและคุณภาพของนักเรียนในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อปริญญาตรีหลักสูตรนานาชาติแตกต่างกัน นอกจากนี้ นักเรียนที่ต้องการศึกษาหลักสูตรที่ต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคคลที่เกี่ยวข้องกับนักศึกษาต่างกัน

ผลการวิจัยของงานวิจัยที่ผ่านมามุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรระดับปริญญาตรีที่เปิดสอนเป็นภาษาไทยเป็นหลัก มีเพียงวัลภา สัมฤทธิ์ (2560: 64) เท่านั้นที่มีการศึกษาสำหรับหลักสูตรนานาชาติ แต่เป็นการศึกษาสำหรับหลักสูตรนานาชาติ หลากหลายสาขา ทำให้อาจยังไม่ตอบโจทย์สำหรับหลักสูตรนานาชาติเฉพาะสาขาใดสาขาหนึ่ง ซึ่งต้องการพัฒนาแนวทางที่ชัดเจนในการกระตุ้นความสนใจของนักเรียนกลุ่มเป้าหมายต่อหลักสูตร งานวิจัยนี้จึงได้ศึกษาแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักเรียนกลุ่มเป้าหมายต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิตโดยเฉพาะ แต่ได้พัฒนาวิธีการวิจัยตามแนวทางของงานวิจัยก่อนๆ โดยทำการศึกษาแรงจูงใจในการตัดสินใจทั้งสิ้น 13 ปัจจัยได้แก่ ตนเอง ผู้ปกครอง เพื่อนร่วมชั้นเรียน ครูแนะแนว รุ่นพี่ที่สำเร็จการศึกษา สถานที่ตั้งมหาวิทยาลัย ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย การประชาสัมพันธ์ รูปแบบการเรียนการสอน ลักษณะรายวิชาในหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน สื่อการเรียนการสอน และกิจกรรมในหลักสูตร ซึ่งทั้ง 13 ปัจจัยนี้สามารถจัดกลุ่มเป็น 3 ด้านใหญ่ๆ คือ ด้านสถาบันการศึกษา ด้านบุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ตัดสินใจ และด้านหลักสูตร และใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการถดถอยโลจิสติกส์ เพื่อระบุแรงจูงใจในการตัดสินใจให้มีความชัดเจน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้เป็นนักเรียนมัธยมปลายทั้งในโรงเรียนนานาชาติและในโรงเรียนที่มีหลักสูตร EP รวมทั้งสิ้น 154 โรงเรียน และทำการเลือกเฉพาะโรงเรียนที่มีหลักสูตรสอนถึงระดับมัธยมปลาย ทำให้จำนวนโรงเรียนกลุ่มเป้าหมายเหลือเพียงจำนวน 87 โรงเรียน หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการประสานงานกับอาจารย์แนะแนว และ/หรือ อาจารย์ที่ปรึกษาชั้นมัธยมปลาย เพื่อขอความร่วมมือ ในการแจ้ง

ให้นักเรียนระดับมัธยมปีที่ 6 หรือเทียบเท่าของโรงเรียนได้ทำแบบสอบถามผ่านระบบ google form และได้ทำการติดตามการตอบแบบสอบถามจำนวน 2 ครั้งผ่านทางอาจารย์ที่ปรึกษา และ/หรือ อาจารย์แนะแนว เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างที่เพียงพอต่อการวิเคราะห์ทางสถิติ เมื่อดำเนินการติดตามเสร็จสิ้น มีผู้ตอบแบบสอบถามในระบบ google form ทั้งสิ้น 289 คน โดยกลุ่มตัวอย่างอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด และโดยส่วนใหญ่เรียนในโรงเรียนที่มีหลักสูตร EP ควบคู่กับหลักสูตรภาคภาษาไทย ข้อมูลเป็นไปตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามพื้นที่และหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนปลายที่เรียน

ส่วนที่ 1 : ภูมิศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม		
ภูมิภาค	N	ร้อยละ
ภาคกลาง	41	14.20
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	168	58.10
ภาคตะวันออก	21	7.30
ภาคตะวันตก	59	20.40
รวม	289	100.00

ส่วนที่ 2: หลักสูตรที่กำลังศึกษา		
หลักสูตร	N	ร้อยละ
หลักสูตร EP	247	85.00
หลักสูตรนานาชาติ	29	10.00
อื่นๆ	13	4.00
รวม	289	100.00

3.2 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test) กับนักเรียนระดับมัธยมปลายจำนวน 35 คน เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability test) พบว่า ข้อคำถามมีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's alpha) มากกว่า 0.7 ในทุกด้าน ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับในเชิงวิชาการด้านการวัดคุณภาพของเครื่องมือวิจัย (อารยา องค์เอี่ยม และ พงศ์ธรา วิจิตเวชไพศาล, 2561: 42) ดังนั้น แบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) ในส่วนนี้จะให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าคะแนนความสำคัญของปัจจัยที่ระบุในแบบสอบถามว่ามีผลต่อการตัดสินใจระดับใด โดยมีคะแนนตั้งแต่ 0 (หมายถึง ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ) ถึง 5 (หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด) อาทิเช่น ปัจจัยด้านรูปแบบการจัดการเรียนการสอน (Project-based-learning และ Lecture and Discussion เป็นต้น) สื่อการเรียนการสอน อาจารย์ผู้สอน และกิจกรรมการเรียนการสอนในหลักสูตร เป็นต้น นอกจากนี้ ส่วนนี้ยังให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าคะแนนสำหรับปัจจัยที่จะมีผลทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจในหลักสูตรฯ มากขึ้น โดยมีคะแนนตั้งแต่ 1 (หมายถึง ความสนใจไม่เพิ่มขึ้น) ถึง 3 (ความสนใจเพิ่มขึ้นมาก) เช่น การสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ (สื่อ social media Roadshow และ Open House เป็นต้น)

3.3 การใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการสถิติเชิงพรรณนา อันได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อพิจารณาลักษณะโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนนักเรียนที่สนใจและไม่สนใจที่จะศึกษาต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) รวมทั้งค่าคะแนนความสำคัญของปัจจัยที่นักเรียนพิจารณาในการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) และค่าคะแนนของปัจจัยที่จะส่งผลให้นักเรียนมีความสนใจในหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) เพิ่มขึ้น

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีสถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) คือ การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) เพื่อระบุว่า ปัจจัยใดบ้างที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจที่จะเลือกศึกษาต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) โดยกำหนดให้ตัวแปรตาม (ตัวแปร Y) ในการวิเคราะห์คือ 1 หมายถึง “สนใจศึกษาต่อในหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ)” และ 0 หมายถึง “ไม่สนใจศึกษาต่อในหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ)” และตัวแปรต้น ผู้วิจัยใช้เครื่องมือ Factor Analysis ในการสร้างองค์ประกอบแต่ละด้านจากข้อคำถามย่อยเพื่อเป็นตัวแปรต้น จะได้ป้องกันการวัดข้อมูลหรือนับปัจจัยที่ซ้ำกันใน Logistic Regression Model โดยผลของการวิเคราะห์ด้วยวิธี Factor analysis แสดงค่า Factor loading ของแต่ละข้อคำถามย่อยในแต่ละองค์ประกอบอยู่ระหว่างค่า 0.70 – 0.88 ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขทางสถิติ ผู้วิจัยจึงนำองค์ประกอบเหล่านั้นมาเป็นตัวแปรต้นในการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก ซึ่งตัวแปรต้นเหล่านี้แสดงให้เห็นแรงจูงใจที่จะทำให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) ได้ ดังนั้น สมการ Logistic Regression ที่ใช้ในการศึกษาจึงเป็นดังนี้

$$Y(1,0) = \beta_0 + \beta_1 \text{ตนเอง} + \beta_2 \text{ผู้ปกครอง} + \beta_3 \text{เพื่อนร่วมชั้น} + \beta_4 \text{ครูแนะแนว} + \beta_5 \text{รุ่นพี่ที่สำเร็จการศึกษา} + \beta_6 \text{สถานที่ตั้งโรงเรียน} + \beta_7 \text{ชื่อเสียงมหาวิทยาลัย} + \beta_8 \text{การประชาสัมพันธ์} + \beta_9 \text{รูปแบบการเรียนการสอน} + \beta_{10} \text{ลักษณะรายวิชาในหลักสูตร} + \beta_{11} \text{อาจารย์ผู้สอน} + \beta_{12} \text{สื่อการเรียนการสอน} + \beta_{13} \text{กิจกรรมในหลักสูตร} + \epsilon$$

4. ผลการวิจัย

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในการศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี หลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) ประมาณร้อยละ 40 ในขณะที่มีจำนวนร้อยละผู้ที่ไม่สนใจประมาณร้อยละ 60 แสดงให้เห็นว่า มีจำนวนผู้ที่สนใจน้อยกว่าจำนวนผู้ที่ไม่สนใจ และเมื่อพิจารณารายได้ของครอบครัวของทั้งสองกลุ่มพบว่า มีความใกล้เคียงกัน ค่าเฉลี่ยรายได้ของครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างประมาณ 91,000-93,000 บาทต่อเดือน ซึ่งถือว่าเป็นรายได้เฉลี่ยที่สูงกว่ารายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนของทั้งประเทศที่อยู่ประมาณ 26,000 บาทต่อเดือน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) เท่านั้น

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 1: ความสนใจในการศึกษาต่อในหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ)		
สนใจ	116	40%
ไม่สนใจ	173	60%
รวม	289	100%

ส่วนที่ 2: รายได้เฉลี่ยของครอบครัว (บาท/เดือน)					
รายการ	N	Min	Max	Mean	Std.
รายได้เฉลี่ยของครอบครัว (กลุ่มผู้สนใจ)	116	10,000	1,000,000	91,142	135,057
รายได้เฉลี่ยของครอบครัว (กลุ่มผู้ไม่สนใจ)	173	8,000	1,000,000	93,693	144,614

4.2 ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา

จากตารางที่ 3 ด้านตัวบุคคล (ข้อ 1-5) จะเห็นว่า ตัวนักเรียนเองมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเรียนหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) มากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ยของ “ตนเอง” ของกลุ่มที่สนใจ เท่ากับ 4.04 และกลุ่มที่ไม่สนใจ เท่ากับ 3.86) ในขณะที่ผู้ปกครองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในลำดับถัดมาของทั้งสองกลุ่ม สำหรับปัจจัยด้านมหาวิทยาลัย (ข้อ 6-8) กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งและชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยไม่แตกต่างกันนัก โดยค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับอยู่ระหว่าง 3.00-3.40 แสดงว่าชื่อเสียงและสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยเป็นแรงจูงใจอย่างหนึ่งที่อาจดึงดูดนักเรียนมาศึกษาในหลักสูตรฯ เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านลักษณะของหลักสูตร (ข้อ 9-13) พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวมน้อยกว่าด้านอื่นๆ แสดงว่า ลักษณะของหลักสูตรไม่น่าจะเป็นแรงจูงใจที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกเรียนหลักสูตรฯ และเมื่อพิจารณาลักษณะของหลักสูตรในแต่ละเรื่อง กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มให้ระดับความสำคัญที่เท่าๆ กัน โดยคะแนนเฉลี่ยเท่าๆ กันทั้งในเรื่องลักษณะรายวิชาในหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน สื่อการเรียนการสอน และ กิจกรรมในหลักสูตร แต่กลุ่มที่สนใจหลักสูตรฯ (2.6-2.7) มีค่าคะแนนเฉลี่ยที่สูงกว่ากลุ่มที่ไม่สนใจหลักสูตรฯ (2.3-2.4) เล็กน้อย

ตารางที่ 3 ค่าคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลหรือส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) จำแนกตามกลุ่มที่สนใจและไม่สนใจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลหรือส่งผลต่อการตัดสินใจ	สนใจ		ไม่สนใจ	
	Mean	SD	Mean	SD
1. ตนเอง	4.04	1.38	3.86	1.43
2. ผู้ปกครอง	3.22	1.34	3.20	1.52
3. เพื่อนร่วมชั้นเรียน	2.09	1.47	2.11	1.65
4. ครูแนะแนว	2.15	1.42	2.24	1.54
5. รূนพีที่สำเร็จการศึกษา	2.23	1.50	2.22	1.51
6. สถานที่ตั้งมหาวิทยาลัย	3.46	1.30	3.09	1.45
7. ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย	3.22	1.46	3.20	0.45
8. การประชาสัมพันธ์	2.58	0.41	2.09	0.45
9. รูปแบบการเรียนการสอน	2.45	0.44	2.10	0.53
10. ลักษณะรายวิชาในหลักสูตร	2.70	0.41	2.39	0.50
11. อาจารย์ผู้สอน	2.64	0.44	2.29	0.51
12. สื่อการเรียนการสอน	2.70	0.41	2.40	0.52
13. กิจกรรมในหลักสูตร	2.69	0.37	2.41	0.52

หมายเหตุ จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น (N) 289 ตัวอย่าง ประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่างที่สนใจหลักสูตรฯ จำนวน 116 ตัวอย่าง และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สนใจหลักสูตรฯ 173 ตัวอย่าง

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธี Logistic Regression Analysis

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) ก่อนการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก โดยใช้เทคนิค Pairwise-Correlation ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามเป็นเบื้องต้น และเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระเพื่อไม่ให้เกิดปัญหา Multicollinearity ในการวิเคราะห์ Logistic Regression Analysis

ค่าสหสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเชิงบวกที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติต่อความสนใจศึกษาต่อในหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ > 0.01 ประกอบด้วยปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัย การประชาสัมพันธ์ รูปแบบการเรียนการสอน ลักษณะรายวิชาในหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน สื่อการเรียนการสอน และกิจกรรมในหลักสูตร ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกัน ตัวแปรอิสระหลายๆ ตัวก็มีความสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความน่าเชื่อถือ 99 เปอร์เซ็นต์ เช่น การประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญกับรูปแบบการเรียนการสอน อย่างไรก็ตาม ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมดยังไม่เกิน 0.8 ดังนั้น ปัญหา Multicollinearity ระหว่างตัวแปรจึงไม่น่ากังวลในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการถดถอยโลจิสติก

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในหลักสูตรที่จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ จากค่า Coefficient ที่ปรากฏสามารถเรียงลำดับความมีนัยสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับความสนใจในการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) ได้ดังนี้

1. ด้านการประชาสัมพันธ์หลักสูตรฯ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อตัวแปรตาม (coefficient = 2.531, $p < 0.01$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการคำนวณผลกระทบจากค่า Adjusted Odd Ratio (OR) พบว่าการประชาสัมพันธ์หลักสูตรฯ สามารถเพิ่มโอกาสที่กลุ่มเป้าหมายจะสนใจในการศึกษาต่อในหลักสูตรฯ ได้ถึง 12.567 เท่า ผลดังกล่าวเสนอแนะแนวทางในการนำไปพัฒนาหลักสูตรฯ ได้ว่า หากหลักสูตรฯ ทำการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึงและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มนักเรียน EP และนักเรียนในโรงเรียนนานาชาติ) ได้จะเพิ่มโอกาสที่นักเรียนระดับมัธยมศึกษาจะให้ความสนใจในหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) และอาจตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรดังกล่าว

2. ด้านรูปแบบการเรียนการสอนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อตัวแปรตาม (coefficient = 0.801, $p < 0.10$) โดยมีค่า OR เท่ากับ 2.228 เท่า ซึ่งผลดังกล่าวสามารถนำมาพัฒนาหลักสูตรฯ ได้ โดยนำข้อมูลจากคำตอบจากคำถามย่อย เช่น Project based method และ Problem based method เป็นต้น มาออกแบบการเรียนการสอนในหลักสูตรได้ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายสนใจในหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) มากขึ้น

3. ด้านสถานที่ตั้งมหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อตัวแปรตาม (coefficient = 0.282, $p < 0.05$) และสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยมีแนวโน้มเพิ่มโอกาสที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกศึกษาต่อในหลักสูตร 1.326 เท่า แสดงให้เห็นว่า หากทำเลที่ตั้งฯ อยู่ในพื้นที่ที่นักเรียนพึงพอใจหรือสะดวก อาจเพิ่มโอกาสที่นักเรียนจะสนใจเลือกเรียนหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ)

4. ด้านผู้ปกครองมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อตัวแปรตาม (coefficient = -0.252, $p < 0.10$) แสดงให้เห็นว่าผู้ปกครองอาจมีอิทธิพลในการตัดสินใจไม่เลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) เมื่อคำนวณเป็นค่า OR พบว่า ผู้ปกครองอาจลดความน่าจะเป็นที่นักเรียนระดับมัธยมศึกษาจะตัดสินใจเลือก

เข้าเรียนในหลักสูตรฯ 1.2867 เท่า ผลดังกล่าวเสนอแนะได้ว่า การทำให้ผู้ปกครองมีความมั่นใจในหลักสูตร บัณฑิตบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) มากขึ้นอาจช่วยลดสถานะความกังวลของผู้ปกครองได้

5. ด้านกิจกรรมในหลักสูตรฯ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อตัวแปรตาม (coefficient = 0.080, $p=0.10$) กิจกรรมที่จัดโดยหลักสูตรฯ (เช่น การแลกเปลี่ยน การให้ทุนการศึกษา และกิจกรรม outing เป็นต้น) แม้ความสัมพันธ์ดังกล่าวจะอยู่ระดับที่ไม่มากเหมือนเช่นตัวแปรที่กล่าวก่อนหน้านี้ แต่จากผลชี้ให้เห็นว่า กิจกรรมในหลักสูตร (extracurricular activities) ที่น่าสนใจอาจสามารถเพิ่มโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายสนใจ และอาจตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรฯ ได้ 1.083 เท่า

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis)

ตัวแปร	Coefficient	t-statistic
Constant	-8.164***	[-6.00]
ตนเอง	0.028	[0.21]
ผู้ปกครอง	-0.252*	[-1.83]
เพื่อนร่วมชั้นเรียน	0.127	[0.80]
ครูแนะแนว	-0.087	[-0.62]
รุ่นพี่ที่สำเร็จการศึกษา	-0.063	[-0.41]
สถานที่ตั้งมหาวิทยาลัย	0.282**	[1.97]
ชื่อเสียงมหาวิทยาลัย	-0.005	[-0.04]
การประชาสัมพันธ์	2.531***	[4.72]
รูปแบบการเรียนการสอน	0.801*	[1.83]
ลักษณะรายวิชาในหลักสูตร	-0.165	[-0.29]
อาจารย์ผู้สอน	0.378	[0.68]
สื่อการเรียนการสอน	-0.214	[-0.39]
กิจกรรมในหลักสูตร	0.080*	[0.10]
ความสนใจในหลักสูตรฯ	สนใจ (1)/ไม่สนใจ (0)	
No. of obs = 289	LR chi square (13) = 92.60	
Prob > χ^2 = 0.0000	Pseudo R^2 = 0.2379	

* ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance) ระดับ 0.10

** ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance) ระดับ 0.05

*** ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance) ระดับ 0.01

จากผลการวิจัยโดยวิธีการสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ พบว่า นักเรียนระดับมัธยมปลายเห็นว่า การตัดสินใจในการเลือกเรียนหลักสูตรในระดับปริญญาตรีขึ้นอยู่กับตนเองเป็นสำคัญ ลำดับถัดมาคือผู้ปกครอง อย่างไรก็ตามผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์พบว่า ผู้ปกครองมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงความสนใจในหลักสูตรบัณฑิตบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) ของนักเรียนได้ นั่นคือ ถึงแม้ว่านักเรียนจะสนใจหลักสูตรบัณฑิตบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) แต่ถ้าผู้ปกครองมีความคิดเห็นเป็นอย่างอื่น ก็อาจมีแนวโน้มที่จะทำให้นักเรียนลดความสนใจในหลักสูตรดังกล่าว ซึ่งอาจนำไปสู่การตัดสินใจไม่เลือกศึกษาต่อใน

หลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) ดังนั้น ด้านตัวบุคคลแล้ว แรงจูงใจที่สำคัญที่ต้องพิจารณาก็คือ ผู้ปกครองนั่นเอง

นอกจากนี้ ในความคิดเห็นของนักเรียน สถานที่ตั้งและชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกหลักสูตรฯ ในระดับที่เท่าๆ กันจากข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา แต่สมการของ logistic regression analysis แสดงให้เห็นว่า ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อความสนใจในหลักสูตรของนักเรียน ในขณะที่สถานที่ตั้งมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสนใจต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) ของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นหมายความว่า ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยอยู่ในการพิจารณาตัดสินใจเลือกหลักสูตร แต่ไม่ทำให้ความสนใจในหลักสูตรมีการเปลี่ยนแปลงได้ ในขณะที่ สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยอยู่ในการพิจารณาของนักเรียน และมีแนวโน้มที่จะทำให้ความสนใจของนักเรียนต่อหลักสูตรเพิ่มขึ้นได้ หากสถานที่ตั้งนั้นอยู่ในพื้นที่ที่นักเรียนพอใจ ดังนั้น สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยจึงถือเป็นแรงจูงใจอย่างหนึ่งที่จะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกหลักสูตรของนักเรียน

ด้านลักษณะของหลักสูตร สถิติเชิงพรรณนาแสดงให้เห็นว่า ในความคิดเห็นของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาให้ความสำคัญในด้านนี้ไม่มากนักในการตัดสินใจเลือกหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) เมื่อเทียบกับด้านบุคคลและตัวมหาวิทยาลัย และนักเรียนให้คะแนนระดับความสำคัญที่เท่าๆ กันใน 4 เรื่องได้แก่ ลักษณะรายวิชาในหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน สื่อการเรียนการสอน และ กิจกรรมในหลักสูตร อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์ logistic regression แสดงให้เห็นว่า รูปแบบการเรียนการสอนและกิจกรรมในหลักสูตรมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความสนใจในหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) ของนักเรียน ดังนั้น ตัวแปรทั้ง 2 ตัวน่าจะเป็นแรงจูงใจที่จะเพิ่มความสนใจในหลักสูตรของนักเรียนให้มากขึ้นได้ และอาจทำให้นักเรียนตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรดังกล่าว การพัฒนาหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (นานาชาติ) จึงควรมีการออกแบบหลักสูตรในส่วนของคุณภาพการเรียนการสอนและกิจกรรมในหลักสูตรให้มีความน่าสนใจและโดดเด่นเพื่อดึงดูดนักเรียนระดับมัธยมศึกษาให้สนใจและเลือกเรียนในหลักสูตร

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

เนื่องจากในปัจจุบัน Borderless-Business มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้สถาบันอุดมศึกษาหลายแห่งในประเทศไทยได้มีการเปิดการเรียนการสอนหลักสูตรนานาชาติในหลายสาขาและความเชี่ยวชาญ รวมทั้งหลักสูตรนานาชาติ สาขาการบัญชี ที่ทำการเปิดหลักสูตรทั้งที่เป็นหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บัญชี) และหลักสูตรบัญชีบัณฑิต ซึ่งสถาบันการศึกษาในต่างประเทศก็มีการเปิดหลักสูตรเหล่านี้เช่นกัน ดังนั้น นักเรียนระดับมัธยมศึกษาปลายมีโอกาสมากในการเลือกสถาบันการศึกษาในการเรียนต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิตที่มีการจัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษทั้งในและต่างประเทศ สถาบันการศึกษาที่ต้องการเปิดหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) จึงควรต้องทราบแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปลาย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดึงดูดนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปลายและพัฒนาหลักสูตรฯ ให้มีความน่าสนใจ

งานวิจัยนี้จึงได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปลายเพื่อหาแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกเรียนหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เรียนในโรงเรียนนานาชาติและโรงเรียนที่มีหลักสูตร EP โดยในการสำรวจ ผู้วิจัยได้สอบถามความสนใจของนักเรียนที่มีต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) โดยพิจารณาว่า ถ้านักเรียนมีความสนใจในหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) แสดงว่า นักเรียนมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเลือกเรียนในหลักสูตรดังกล่าว นอกจากนี้ ได้ทำ

การสอบถามความคิดเห็นของนักเรียนถึงสิ่งที่ทำให้นักเรียนสนใจ หรือสิ่งที่จะเพิ่มความสนใจของนักเรียนในหลักสูตรนี้มากขึ้น เพื่อหาแรงจูงใจของนักเรียนในการตัดสินใจเลือกเรียนหลักสูตรดังกล่าว และระบุแรงจูงใจที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) ในเชิงสถิติ งานวิจัยนี้ยังได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการถดถอยโลจิสติกส์

ผลจากการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจที่สำคัญที่สุดของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่หลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) ควรพิจารณาคือการประชาสัมพันธ์ถึงแม้ว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะพบว่า ผู้ปกครองอาจจะสามารถลดความสนใจในหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายได้ และอาจทำให้นักเรียนตัดสินใจไม่ศึกษาต่อในหลักสูตร อย่างไรก็ตาม การประชาสัมพันธ์อาจทำให้อิทธิพลด้านลบของผู้ปกครองต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) ลดลงได้ เนื่องจากผลของการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์แสดงให้เห็นว่า การใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย มีโอกาสเพิ่มความสนใจในหลักสูตรของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญ และจะส่งผลต่อเนื่องไปถึงผู้ปกครอง โดยนักเรียนอาจจะใช้ข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวพิสูจน์ให้ผู้ปกครองเห็นด้วยในการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) ดังนั้น การประชาสัมพันธ์หลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) จึงเป็นเรื่องที่หลักสูตรควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังได้ชี้แนะเพิ่มเติมว่า รูปแบบการเรียนการสอนและกิจกรรมในหลักสูตรมีแนวโน้มเพิ่มความสนใจของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายด้วย นั้นหมายความว่า ในการประชาสัมพันธ์หลักสูตร เนื้อหาที่สำคัญที่ควรเน้นคือ รูปแบบการเรียนการสอนและกิจกรรมในหลักสูตร เพื่อเพิ่มความสนใจของนักเรียนต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตร

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

งานวิจัยนี้ทำการศึกษาแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในหลักสูตรที่จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มโอกาสให้กลุ่มเป้าหมาย (ในที่นี้คือนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย) สนใจและตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) ในประเทศไทย ผู้ที่สนใจสามารถนำข้อมูลเชิงนโยบายจากผลงานวิจัยนี้ไปสู่การพัฒนาหลักสูตรให้เป็นที่ต้องการของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในหลักสูตรที่จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษได้

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ผู้ที่สนใจอาจมีการขยายไปยังกลุ่มที่จัดการเรียนการสอนปกติเพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายต่อการตัดสินใจเลือกหลักสูตรในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในอนาคต
2. ผู้ที่สนใจอาจมีการขยายขอบเขตการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้ปกครองของนักเรียนกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้น อาทิเช่น คุณลักษณะของผู้ปกครองของกลุ่มนักเรียนที่สนใจกับกลุ่มที่ไม่สนใจ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา สมมิตร และจิณห์นิภา สุทธิกุล. (2554). ความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ในหลักสูตรนานาชาติของ นักเรียนในจังหวัดเชียงใหม่. *FEU Academic Review*, 4(S), 40-47.
- ธัญกร ช่วยทุกข์เพื่อน. (2558). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี. *สุทธิปริทัศน์*, 29 (90), 256-271.
- พิมพ์พร ธรรมวิหาคณ และภักตรา ประเสริฐวงศ์. (2552). ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเรียนสาขาวิชาการบัญชีหลักสูตร บริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. *วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา*, 3 (1), 126-132.
- ภัทรสุดา จารุธีรพันธุ์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนสาขาวิชา ในระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 10 (32), 35-46.
- วิทวัส เหล่ามะลอ (2562). รายงานการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วัลลภา สัมฤทธิ์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี หลักสูตรนานาชาติ ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนรัฐบาล ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์*, 3 (1), 61-72.
- สำนักงานวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สพฐ. (2560). การประชุมยกระดับมาตรฐานโรงเรียนในโครงการ English Program: EP [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2564 จาก <http://ltu.obec.go.th/english/2013/index.php/th/2012-08-08-10-26-5/194-english-program>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนเป็นรายภาคและรายจังหวัด [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2564 จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/08.aspx>.
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2562). หลักสูตรสถาบันที่ผ่านการรับรองจากสภาวิชาชีพบัญชี หลักสูตรใหม่หรือหลักสูตรปรับปรุงตั้งแต่ พ.ศ. 2556 – ปัจจุบัน [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2564 จาก http://eservice.tfac.or.th/edu/edu_degree_list.php
- อารยา องค์เอี่ยม และพงศ์ธรา วิจิตเวชไพศาล. (2561). การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย. *วิสัยทัศน์*, 44 (1), 36-42.
- International Federation of Accountants. (2020). *Accountancy Skills Evolutions: Impact of COVID-19 & the Path Forward*. Retrieved May 4, 2021, from <https://www.ifac.org/knowledge-gateway/preparing-future-ready-professionals>.
- Robert Half. (2020). *6 reasons to hire an Accountant during the COVID-19 pandemic*. Retrieved January 4, 2021, from <https://www.roberthalf.com.au/blog/employers/6-reasons-hire-accountant-during-covid-19-pandemic>.

บุพปัจจัยต่อการรับรู้การสนับสนุนขององค์การและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ
ที่มีผลต่อการคงอยู่ของผู้แทนยากลุ่มอุตสาหกรรมยาในประเทศไทย

Antecedents of perceived organization support and organizational citizenship
behavior towards medical representative retention in pharmaceutical
industry of Thailand

ทิพสุคนธ์ สืบสายอ่อน^{1*} และ วงศ์ธีรา สุวรรณิน²
(Tipsukhon Suepsaion and Wongtheera Suvannin)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแบบสมการโครงสร้างบุพปัจจัยต่อการรับรู้การสนับสนุนขององค์การและการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การที่มีผลต่อการคงอยู่ของผู้แทนยากลุ่มอุตสาหกรรมยาในประเทศไทย และ (2) ศึกษาความคิดเห็นของผู้แทนยาที่มีความเชี่ยวชาญในประเด็นเกี่ยวกับบุพปัจจัยต่อการรับรู้การสนับสนุนขององค์การและการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การที่มีผลต่อการคงอยู่ของผู้แทนยากลุ่มอุตสาหกรรมยาในประเทศไทย ใช้การวิจัยแบบผสมผสานวิธี โดยงานวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้แทนยา 533 คน สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง งานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 5 คน เลือกตัวอย่างแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีอุปนัย เพื่อสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยพบว่า (1) แบบจำลองเชิงสาเหตุของงานวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สอดคล้องกลมกลืนดี โดยมีค่า $\chi^2/df = 1.30$ $P=0.07$ และ RMSEA=0.02 อธิบายความแปรปรวนของการคงอยู่ของผู้แทนยาได้ร้อยละ 88 และการรับรู้การสนับสนุนขององค์การมีค่าอิทธิพลโดยรวมต่อการคงอยู่ของพนักงานสูงสุดเท่ากับ 0.75 และการมีส่วนร่วมในงานส่งผลทางลบต่อการคงอยู่ของพนักงาน เท่ากับ -0.20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ (2) ผลการวิจัยเชิงคุณภาพสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณทุกประเด็น โดยเฉพาะตัวแปรการมีส่วนร่วมในงานที่มีผลทางลบต่อการคงอยู่ของพนักงาน จากการสัมภาษณ์พบว่า เมื่อผู้แทนยามีส่วนร่วมในการวางแผนยอดขาย การรับรู้ค่าตอบแทนตามเป้าหมาย ทำให้ผู้แทนยาเกิดการเปรียบเทียบกับบริษัทคู่แข่ง เป็นสาเหตุทำให้มีการโยกย้ายไปทำงานบริษัทอื่น

คำสำคัญ: การรับรู้การสนับสนุนขององค์การ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ความพึงพอใจในงาน การมีส่วนร่วมในงาน ความผูกพันองค์กร และการคงอยู่ของพนักงาน

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

Faculty of Business Administration Ramkhamheang University, Hua Mak, Bang Kapi, Bangkok 10240

Corresponding author: heart.tipsukhon@gmail.com

ABSTRACT

The objectives of this research were (1) to study the antecedents of causal factors influencing the perceived organization support and organizational citizenship behavior toward the employee retention of medical representatives of the pharmaceutical industry in Thailand and (2) to study the opinions of specialize medical representatives in the antecedents of casual factors toward the perceived organization support and organizational citizenship behavior influencing the employee retention of medical representatives of the pharmaceutical industry in Thailand. Mixed Method Research were used in this research. Quantitative research data were collected by questionnaires from 533 medical representatives by multi-stage sampling and analyzed by structural equation modeling. Qualitative research data were from five key informants who were random by purposive sampling and analyzed by inductive method to support quantitative research results.

The results indicated that: (1) Research casual model and empirical data were concordant. The variance of medical representative retention was 88 percent, with $\chi^2/df=1.30$ $P=0.07$ and RMSEA=0.02. Perceived organizational support had the highest overall influence on employee retention at 0.75 and job involvement had a negative effect toward employee retention at -0.20 on statistically significant at the 0.05 level. (2) Qualitative research results supported all quantitative results. In particular, job involvement had a negative effect toward employee retention. The finding from the interview found that if the medical representatives were involved in recognizing targeted compensation, they compared it with other companies which caused job transference to other companies.

Keywords: Perceived Organization Support, Organization Citizenship Behavior, Job Satisfaction, Job Involvement, Organizational Commitment and Employee Retention

Article history:

Received 19 December 2021

Revised 26 January 2022

Accepted 28 January 2022

SIMILARITY INDEX = 2.68 %

1. บทนำ

อุตสาหกรรมยาและเวชภัณฑ์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อคุณภาพชีวิตของคนในสังคม และระบบเศรษฐกิจของประเทศ ในปี 2562 ตลาดยาและเวชภัณฑ์ในประเทศไทยมีมูลค่า 177,000 ล้านบาท (มาเก็ตตี้ ออนไลน์, 2563) มูลค่าการซื้อขายรวมคิดเป็นร้อยละ 1.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ผู้ประกอบการมีอัตรากำไรสุทธิเฉลี่ยร้อยละ 17.52 (เอ็มเคทีฟาร์มา, 2563) การจัดจำหน่ายยาและเวชภัณฑ์มีช่องทางผ่านโรงพยาบาลของรัฐร้อยละ 60 โรงพยาบาลเอกชนร้อยละ 20 และร้านขายยาร้อยละ 20 (มาเก็ตตี้ ออนไลน์, 2563) บริษัทฯใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบขายตรง โดยการใช้พนักงานขาย เรียกว่า “ผู้แทนยา” เป็นผู้ให้รายละเอียดกับแพทย์และเภสัชกร ผู้แทนยามีบทบาทสำคัญในการจูงใจให้แพทย์และเภสัชกรสั่งยาของบริษัท ซึ่งจากการวิจัยพบว่า แพทย์ส่วนใหญ่ใช้ข้อมูลจากผู้แทนยาในการสั่งยาให้คนไข้ (สราวุธ สันติวุฒิ กุล และ ตุลยา ตูลาติลก, 2563)

ผู้แทนยามีอัตราการคงอยู่กับองค์กรค่อนข้างต่ำ โดยผู้แทนยาร้อยละ 70 เคยเปลี่ยนบริษัทฯ และเวชภัณฑ์มาแล้วอย่างน้อย 2-3 บริษัท และมีอายุงานเฉลี่ย 3.4 ปีต่อบริษัท มีการย้ายงานจากบริษัทหนึ่งไปยังอีกบริษัทหนึ่งในอัตราที่สูง (นพรัตน์ ตั้งเวนิชเจริญสุข, 2560) บริษัทฯและเวชภัณฑ์จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาองค์ความรู้และความสามารถในการส่งเสริมให้ผู้แทนยาที่มีความสามารถคงอยู่กับองค์กร

จากการทบทวนวรรณกรรมพบปัจจัยที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงาน (Management Study Guide, 2020) ได้แก่ ความพึงพอใจในงาน (Sittisorn, 2020) การมีส่วนร่วมในงาน (Iddagoda et al., 2016) และความผูกพันองค์กร (Jabri and Ghazzawi, 2019) โดยได้รับอิทธิพลจากการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร (Mohamed and Ali, 2015) และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (Alkahtani, 2015) การวิจัยในครั้งนี้จึงทำการศึกษา บุพปัจจัยต่อการรับรู้การสนับสนุนขององค์กรและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรที่มีผลต่อการคงอยู่ของผู้แทนยาในกลุ่มอุตสาหกรรมยาในประเทศไทย ซึ่งเป็นกลุ่มบุคลากรที่มีความสำคัญต่อตลาดยาและระบบเศรษฐกิจของประเทศ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแบบสมการโครงสร้างบุพปัจจัยต่อการรับรู้การสนับสนุนขององค์กรและการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรที่มีผลต่อการคงอยู่ของผู้แทนยาในกลุ่มอุตสาหกรรมยาในประเทศไทย
2. ศึกษาความคิดเห็นของผู้แทนยาที่มีความเชี่ยวชาญในประเด็นเกี่ยวกับบุพปัจจัยต่อการรับรู้การสนับสนุนขององค์กรและการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรที่มีผลต่อการคงอยู่ของผู้แทนยาในกลุ่มอุตสาหกรรมยาในประเทศไทย

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้รวบรวมและสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. การรับรู้การสนับสนุนขององค์กร เป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันผลการปฏิบัติงานของพนักงานไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร ก่อให้เกิดความยึดมั่น ผูกพันกับองค์กร พนักงานมีความรู้สึกที่สัมพันธ์กับงาน ตอบสนองความรู้สึกในด้านความพึงพอใจในงานและอารมณ์ด้านบวกของพนักงาน ผู้ปฏิบัติงาน เป็นความเชื่อเกี่ยวกับระดับของการยอมรับ การให้ความสำคัญ รวมถึงการตระหนักถึงคุณค่าและเป้าหมายส่วนบุคคลที่องค์กรให้กับพนักงาน มี 3 ด้าน ได้แก่ (1) ความยุติธรรมในองค์กร ในการแจกจ่ายทรัพยากร กระบวนการหรือวิธีการที่ได้รับการยอมรับร่วมกัน และการมีปฏิสัมพันธ์กันในการปฏิบัติงาน (2) ผลตอบแทนที่ได้รับจากองค์กร ได้แก่ เงินเดือน เงินประจำตำแหน่ง การรับรู้ในความใส่ใจขององค์กร และ

ความก้าวหน้าในอาชีพ และ (3) สภาพการทำงาน เพื่อรับรองว่าองค์กรจะรักษาความเป็นพนักงานไว้ในอนาคต ความเป็นอิสระในงาน การฝึกอบรม (Mohamed and Ali, 2015)

2. พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร เริ่มต้นโดย Katz (1964) นำเสนอกรอบของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในลักษณะของพฤติกรรมบทบาทพิเศษนอกเหนือจากงานในหน้าที่เกิดขึ้นจากความเต็มใจในการปฏิบัติตามสถานการณ์ของพนักงานโดยไม่ได้รับรางวัลอย่างเป็นทางการ เป็นพฤติกรรมเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ การสนับสนุนและช่วยเหลือ โดยมีผลต่อประสิทธิภาพของบุคคลและองค์กรมี 3 ด้าน ได้แก่ (1) พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือ ซึ่งเกิดขึ้นด้วยความสมัครใจในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน การช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน การช่วยแบ่งเบาภาระของเพื่อนร่วมงาน (2) การมีมารยาท ด้วยการมีพฤติกรรมที่แสดงออกทางกาย วาจา และใจที่เป็นมิตร เป็นลักษณะของอุปนิสัยที่สามารถป้องกันปัญหาที่เกิดจากความขัดแย้งในการทำงาน และ (3) พฤติกรรมความมีน้ำใจ เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการมีทัศนคติทางบวก มีความยินดีที่จะอดทนต่อภาวะที่ไม่เหมาะสมต่าง ๆ โดยไม่บ่นไม่ต่อว่า เช่น การงดเว้นการร้องเรียน งดเว้นการโต้เถียงกันด้วยอารมณ์ ซึ่งเกิดจากความเต็มใจเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม (Alkahtani, 2015)

3. ความพึงพอใจในงาน Kotler and Armstrong (2001) อธิบายว่า การเกิดพฤติกรรมของมนุษย์ต้องอาศัยสิ่งจูงใจ หรือแรงขับเคลื่อน เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน สำหรับความพึงพอใจในงานเป็นสภาวะทางอารมณ์ที่เกิดความรู้สึก รัก ชอบใจ มีความสุขในการทำงาน หากได้รับการตอบสนองด้วยผลตอบแทนที่คุ้มค่า จะเกิดความเต็มใจที่จะปฏิบัติงานให้สำเร็จ มี 3 ด้าน ได้แก่ (1) สภาพแวดล้อมในที่ทำงาน ซึ่งเป็นบรรยากาศของระดับความซับซ้อนในการดำเนินงาน 3 ระดับ คือ สภาพแวดล้อมทั่วไป สภาพแวดล้อมส่วนบุคคล และสภาพแวดล้อมด้านการดำเนินงาน (2) การให้อำนาจพนักงาน เป็นลักษณะของการเพิ่มขีดความสามารถโดยการให้อำนาจและความเป็นอิสระในการดำเนินงาน เพื่อจัดความไร้ความสามารถในการตอบสนองลูกค้า และ (3) การให้ความสำคัญแก่พนักงาน เป็นแนวคิดการให้รางวัลทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินสำหรับผลงานที่บรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร (Sittisorn, 2020)

4. การมีส่วนร่วมในงาน Yoshimura (1996) นำเสนอแบบจำลองการมีส่วนร่วมในงาน โดยให้เหตุผลว่า แนวคิดการมีส่วนร่วมในงานเป็นแนวคิดที่มีหลายมิติ โดยแบ่งเป็น 3 มิติ ได้แก่ (1) อารมณ์ในการมีส่วนร่วมในงาน เป็นความรักงาน ความสนใจในงาน และความปรารถนาในงานที่ถูกต้องเหมาะสม (Robbins and Judge, 2013) (2) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในงาน เป็นความกระตือรือร้นในการมีส่วนร่วม และการรับรู้คุณค่าของตนเอง และ (3) พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในงาน เป็นพฤติกรรมของบุคลากรที่แสดงออกในการทำงาน ได้แก่ การตรงต่อเวลา การเข้าร่วมประชุม ความพยายามในการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร (Iddagoda et al., 2016)

5. ความผูกพันขององค์กร เป็นความรู้สึกผูกพันของพนักงานตามบทบาทหน้าที่ด้วยความเต็มใจ การยอมรับการหล่อหลอมเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรเข้ามาอยู่ในตนเอง มีความภูมิใจในองค์กรเต็มใจที่จะทำงานเพื่อความก้าวหน้าและประโยชน์ขององค์กร รวมถึงมีความตั้งใจที่จะทำงานอย่างต่อเนื่องไม่คิดลาออกไปทำงานที่อื่น Allen and Meyer (1990) ได้นำเสนอแบบจำลองความผูกพันขององค์กร 3 มิติ ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการศึกษาด้านทัศนคติและการรับรู้ส่วนบุคคลของพนักงาน ประกอบด้วย (1) มิติด้านจิตใจ คือ อารมณ์หรือความรู้สึกที่มีต่อองค์กรของพนักงาน (2) มิติด้านความต่อเนื่อง เป็นสัญญาการทำงานในองค์กรของพนักงานแต่ละคน ขึ้นอยู่กับการประเมินผลประโยชน์ที่สร้างให้กับองค์กรกับผลตอบแทนที่ได้รับ และ (3) มิติด้านบรรทัดฐาน เป็นพฤติกรรมการทำงานของบุคคลที่เกิดจากความรู้สึกสำนึกในหน้าที่ ข้อกำหนด และความถูกต้องที่องค์กรที่เกิดจากสามัญสำนึกด้านศีลธรรมของพนักงาน (Singh and Gupta, 2015)

6. การคงอยู่ของพนักงาน เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความมั่นคงในการดำเนินงานในระยะยาวขององค์กร มีอิทธิพลต่อการรักษาความพึงพอใจของลูกจ้าง ประสิทธิภาพขององค์กร การเพิ่มยอดขาย ความพึงพอใจของเพื่อนร่วมงานและทีมงาน รวมถึงการวางแผนการสืบทอดตำแหน่งและอื่น ๆ (Das and Baruah, 2013) องค์ประกอบของการคงอยู่ของพนักงานมีหลากหลาย (Kamalaveni et al., 2019) งานวิจัยในครั้งนี้ศึกษาผู้แทนยาใน 2 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) การประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อทำความเข้าใจความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละคน ใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาและส่งเสริมความก้าวหน้า (Management Study Guide, 2020) และ (2) การสร้างสมดุลในชีวิต เป็นการให้ความสำคัญกับความต้องการของพนักงานทั้งในการทำงานและชีวิตส่วนตัวด้วยการจัดการความไม่สมดุลกันในการต้องการทรัพยากรระหว่างพนักงานกับองค์กร เช่น ทรัพยากรด้านเวลา การสนับสนุนและอื่น ๆ (Brough et al., 2020)

3. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยใช้การวิจัยแบบผสมด้วยการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามและการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก กำหนดวิธีการดำเนินงานวิจัยเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาด้านเนื้อหาเอกสารแนวคิดทฤษฎี (Documentary Study) โดยรวบรวมข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรตามกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อทราบถึงความหมาย แนวคิดความเป็นมา องค์ประกอบ และความสัมพันธ์ของตัวแปร

ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรเป็นผู้แทนยาสังกัดบริษัทที่เปิดดำเนินงานในประเทศไทย รวมถึงสมาชิกสมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์ (PREMA) และสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเครื่องมือแพทย์ไทย (THAIMED) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามกฎของผู้เชี่ยวชาญจำนวนไม่น้อยกว่า 500 ตัวอย่าง (Hair et al., 2014) สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage random sampling)

เครื่องมือ ใช้แบบสอบถาม สร้างแบบสอบถามจากทบทวนวรรณกรรม กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แบบลิเคิร์ตสเกล และเลือกตอบได้เพียง 1 ครั้ง ตามกฎของ Best and Kahn (1995) โดยหมายเลขตัวเลือกเท่ากับค่าคะแนน 1-5 แปลผลโดยใช้ความกว้างของอันตรภาคชั้น (class interval) และค่าเฉลี่ย (mean)

ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดย (1) วัดความตรง (validity) ตามเนื้อหาจากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการ 5 ท่าน ยอมรับข้อคำถามที่มีค่าความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 (Rovinelli, and Hambleton, 1977) และ (2) วัดความเที่ยง (reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบาค โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบกับกลุ่มประชากรที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง 30 ชุด ยอมรับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ไม่ต่ำกว่า 0.5 (Hinkle et al., 1998) ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือพบว่า ความตรงมีค่าระหว่าง 0.60-1.00 และความเที่ยงมีค่า α ระหว่าง 0.66-0.92 ผ่านเกณฑ์ สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล จัดส่งแบบสอบถามผ่านหัวหน้าเภสัชกรประจำศูนย์ ได้แก่ ภาคเหนือผ่านศูนย์จังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือผ่านศูนย์จังหวัดขอนแก่น ภาคใต้ผ่านศูนย์จังหวัดยะลา และภาคกลางผ่านศูนย์จังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 533 ชุด

ขั้นตอนที่ 3 การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึก สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยคัดเลือกผู้แทนยาระดับผู้เชี่ยวชาญโดยดำรงตำแหน่งตั้งแต่ Key Account Management ขึ้นไป จำนวน 5 คน ซึ่งเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ Thomson (1981) อ้างถึงใน สุชาติ ประสิทธิ์รัฐ

สินธุ์, 2555) วิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (analytic induction) โดยนำข้อมูลมาเรียบเรียง จำแนก เชื่อมโยงความสัมพันธ์และสร้างข้อสรุปเพื่อสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณ

4. ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 533 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.90 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 50.70 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 77.70 อายุการทำงานอยู่ระหว่าง 6-10 ปี ร้อยละ 25.50

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

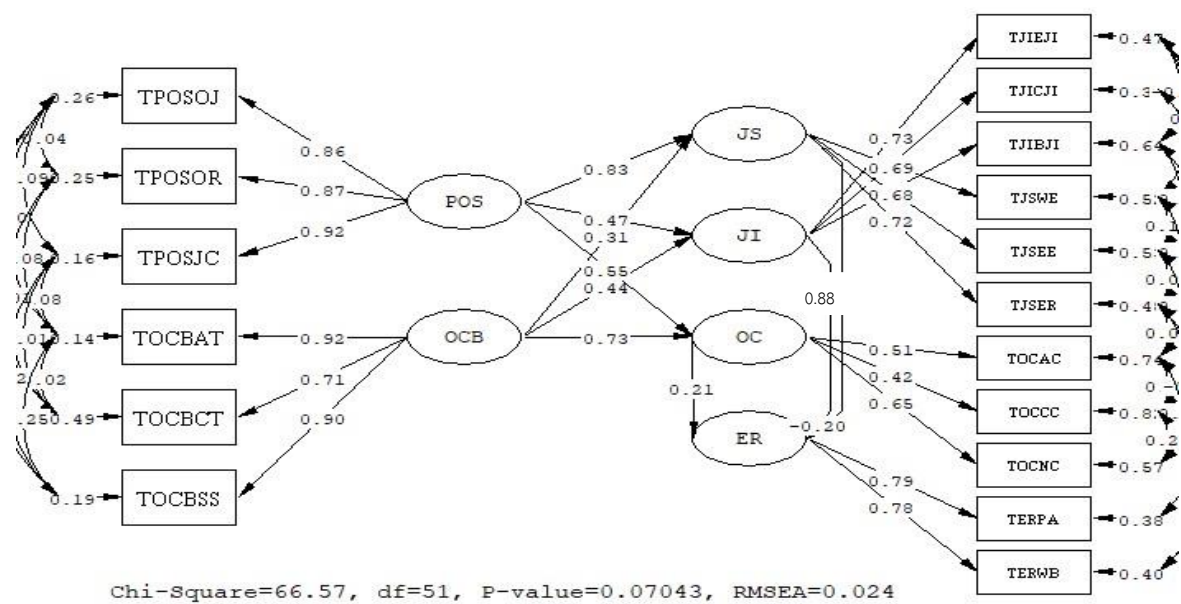
1) ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของตัวแปร พบว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ (OCB) ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($M=4.32$) รองลงมา ความผูกพันองค์การ (OC) ($M=4.15$) การมีส่วนร่วมในงาน (JI) ($M=4.03$) การคงอยู่ของพนักงาน (ER) ($M=4.01$) ความพึงพอใจในงาน (JS) ($M=3.98$) และการรับรู้การสนับสนุนขององค์การ (POS) ($M=3.75$) ตามลำดับ

2) ผลการพิจารณาระดับของค่าเฉลี่ยรายตัวแปร พบว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ (OCB) ให้ความสำคัญกับด้านการมีมารยาท มากที่สุด โดยผู้แทนยาอินดีในการให้ การให้ความสำคัญเคารพตามคุณวุฒิ วัยวุฒิ รองลงมา ความผูกพันองค์การ (OC) ให้ความสำคัญกับ ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน มากที่สุด โดยผู้แทนยาอินดีให้การสนับสนุนด้านการรักษาพยาบาลและสุขภาพของประชาชน การมีส่วนร่วมในงาน (JI) ให้ความสำคัญกับ พฤติกรรมมีส่วนร่วมในงาน มากที่สุด โดยผู้แทนยาให้ความสำคัญกับการนัดหมาย การตรงต่อเวลา การคงอยู่ของพนักงาน (ER) ให้ความสำคัญกับ การสร้างสมดุลในชีวิต มากที่สุด โดยบริษัทกำหนดเวลาทำงานแบบยืดหยุ่นตามความเหมาะสมกับงานให้บริการลูกค้าของผู้แทนยา ความพึงพอใจในงาน (JS) ให้ความสำคัญกับ สภาพแวดล้อมในที่ทำงาน มากที่สุด โดยผู้แทนยารู้สึกพอใจกับการทำงานนอกสถานที่ การเดินทางพบปะลูกค้า และการรับรู้การสนับสนุนขององค์การ (POS) ให้ความสำคัญกับ ความยุติธรรมในองค์การ มากที่สุด โดยมีการจัดสวัสดิการให้กับผู้แทนยาทุกคนตามข้อกำหนดขององค์การ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์โมเดลวัดตัวแปรแฝงโดยการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent validity) ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) มีค่าระหว่าง 0.50-0.60 และค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) มีค่าระหว่าง 0.86-0.93 ผ่านเกณฑ์ตามกฎของ Hair et al. (2014) ซึ่งกำหนดค่า AVE ไม่น้อยกว่า 0.50 และค่า CR ไม่น้อยกว่า 0.60

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างของงานวิจัย

1) ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างของงานวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์จากแบบสอบถามจำนวน 533 ชุด โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังภาพ 1



ภาพ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง หลังปรับโมเดล

2) ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างของงานวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังปรับโมเดล พบว่า ค่าดัชนีผ่านเกณฑ์ทุกค่า โดยมีค่า $\chi^2/df=1.31$, $P=0.07$, $GFI=0.99$, $CFI=1.00$, $AGFI=0.96$, $RMSEA=0.02$ ผ่านเกณฑ์ทุกดัชนี (Hair et al., 2014)

3) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยอิทธิพลและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของตัวแบบสมการโครงสร้างตัวแปรแฝงภายใน พบว่า ตัวแปรการคงอยู่ของพนักงาน (ER) ได้รับอิทธิพลโดยรวมในรูปคะแนนมาตรฐานจากตัวแปรการรับรู้การสนับสนุนขององค์กรที่ส่งผ่านตัวแปรความพึงพอใจในงาน (JS) การมีส่วนร่วมในงาน (JI) และความผูกพันองค์กร (OC) โดยมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.75^{**} ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลรวมที่สูงกว่าตัวแปรพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (OCB) ที่ส่งผ่านบุปปัจจัยดังกล่าว และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของตัวแบบสมการโครงสร้างตัวแปรแฝงภายในมีค่าเท่ากับ 0.88 แสดงว่าตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของการคงอยู่ของผู้แทนยาได้ร้อยละ 88 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง

ตัวแปรแฝงภายนอก	การรับรู้การสนับสนุนขององค์กร (POS)			พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของ องค์กร (OCB)			ตัวแปรผลลัพธ์ การคงอยู่ของพนักงาน (ER)			
	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE	
ความพึงพอใจในงาน (JS)	0.83*	-	0.83*	0.31*	-	0.31*	0.88*	-	0.88*	
การมีส่วนร่วมในงาน (JI)	0.47*	-	0.47*	0.44*	-	0.44*	-0.20*	-	-0.20*	
ความผูกพันองค์กร (OC)	0.55*	-	0.55*	0.73*	-	0.73*	0.21*	-	0.21*	
การคงอยู่ของพนักงาน (ER)	0.75*	0.75*	-	0.34*	0.34*	-	-	-	-	
สมการโครงสร้างของตัวแปร	JS			JI			OC			ER
R-Squared	1.00			0.60			0.84			0.88

หมายเหตุ: TE = อิทธิพลรวม, IE = อิทธิพลทางอ้อม, DE = อิทธิพลทางตรง, * $p < .05$ (t-value ≥ 1.960)

4) ผลการพัฒนาตัวแบบสมการโครงสร้างและการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจในงาน (JS) เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการคงอยู่ของพนักงาน (ER) มากที่สุด รองลงมา ความผูกพันองค์กร (OC) โดยมีค่าอิทธิพลรวม (TE) เท่ากับ 0.88* และ 0.21* ตามลำดับ สำหรับตัวแปรการมีส่วนร่วมในงาน (JI) มีผลกระทบต่อการคงอยู่ของพนักงาน (ER) ในเชิงลบซึ่งเป็นทิศทางที่ตรงข้ามกับทฤษฎี โดยมีค่าอิทธิพลรวม (TE) เท่ากับ -0.20* และอิทธิพลโดยรวมของตัวแปรการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร (POS) ที่ส่งผ่านตัวแปรแฝงภายในไปสู่การคงอยู่ของพนักงาน (ER) มีค่าอิทธิพลโดยรวมเท่ากับ 0.75* สูงกว่าค่าอิทธิพลโดยรวมของตัวแปรพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (OCB) ที่ส่งผ่านบุพปัจจัยไปสู่การคงอยู่ของพนักงาน (ER) และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สนับสนุน ยกเว้นสมมติฐานที่ 8 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สัมประสิทธิ์ เส้นทาง	t value	ผลการ ทดสอบ
H ₁ การรับรู้การสนับสนุนขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจในงาน	0.83*	13.03	สนับสนุน
H ₂ การรับรู้การสนับสนุนขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในงาน	0.47*	9.69	สนับสนุน
H ₃ การรับรู้การสนับสนุนขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันองค์กร	0.55*	8.21	สนับสนุน
H ₄ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจในงาน	0.31*	6.54	สนับสนุน
H ₅ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในงาน	0.44*	8.54	สนับสนุน
H ₆ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันองค์กร	0.73*	8.96	สนับสนุน
H ₇ ความพึงพอใจในงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการคงอยู่ของพนักงาน	0.88*	7.63	สนับสนุน
H ₈ การมีส่วนร่วมในงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการคงอยู่ของพนักงาน	-0.20*	-2.89	ไม่สนับสนุน
H ₉ ความผูกพันองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการคงอยู่ของพนักงาน	0.21*	2.08	สนับสนุน

หมายเหตุ. * $p \leq .05$ (t-value ≥ 1.960)

ขั้นตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งเป็นผู้แทนยาระดับเชี่ยวชาญ 5 คน เพื่อสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักทุกคนมีความเห็นสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณในทุกประเด็น ดังนี้

1) การรับรู้การสนับสนุนขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจในงาน เนื่องจากการปฏิบัติด้วยความยุติธรรมขององค์กร การให้ผลตอบแทนที่จูงใจ การฝึกอบรม การให้เกียรติ การส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาตนเอง รวมถึงการทำงานเป็นทีม การช่วยเหลือกันเป็นปัจจัยที่ทำให้มีความสุขในการทำงานและเกิดความพึงพอใจในงาน สอดคล้องกับผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

2) การรับรู้การสนับสนุนขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในงาน เนื่องจากเมื่อองค์กรให้ความสำคัญ ตระหนักถึงคุณค่า และความต้องการของผู้แทนยา ได้แก่ การให้ความเสมอภาค ผลตอบแทน รางวัล การยกย่องให้เกียรติ มีตารางปฏิบัติงาน มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการติดต่อสื่อสาร ทำให้ผู้แทนยายินดีร่วมการประชุมและกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร สอดคล้องกับผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

3) การรับรู้การสนับสนุนขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันองค์กร เนื่องจากการที่องค์กรให้ความสำคัญยุติธรรม ผลตอบแทน จัดสวัสดิการสนับสนุนการทำงาน มีการยกย่องให้เกียรติพนักงาน ทำให้รู้สึกมีความสุขในการทำงานในองค์กรและเพื่อนร่วมงาน เกิดความรู้สึกผูกพัน และมีความ

คิดเห็นเพิ่มเติมว่า การสนับสนุนขององค์การส่งเสริมให้งานสำเร็จ และเมื่อทำงานสำเร็จแล้วก็อยากทำงานอื่น ๆ ให้สำเร็จต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ สอดคล้องกับผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3

4) พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจในงาน เนื่องจากเมื่อผู้แทนยามีพฤติกรรมการทำงานร่วมกันแบบพี่น้อง มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ถ้อยทีถ้อยอาศัยกัน ทำให้เกิดความรู้สึกรักงาน และมีความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า การมีมารยาทและน้ำใจ การไม่สร้างปัญหาให้กับเพื่อนร่วมงาน ความยุติธรรม ผลตอบแทน รางวัลพิเศษ และความใส่ใจขององค์การเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ผู้แทนยามีความรู้สึกพึงพอใจในงาน สอดคล้องกับผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4

5) พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในงาน เนื่องจากเมื่อผู้แทนยามีพฤติกรรมช่วยเหลือกันในการทำงาน มีเป้าหมายร่วมกัน มีความพยายามในการบรรลุเป้าหมายร่วมกัน ทำให้มีความผูกพันกัน เมื่อมีกิจกรรม หรือมีการประชุมจะเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น และมีความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การทำให้ผู้แทนยาอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ทำให้งานสำเร็จตามเป้าหมายได้ง่ายกว่าการต่างคนต่างทำ สอดคล้องกับผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5

6) พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันขององค์การ เนื่องจากเมื่อผู้แทนยามีน้ำใจต่อกัน มีความสามัคคีช่วยเหลือกันในการทำงาน ทำให้เกิดความผูกพันของเพื่อนร่วมงาน มีความสุขและความพึงพอใจในงาน เกิดความรู้สึกผูกพันขององค์การ และมีความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การทำให้เพื่อนร่วมงานอยากทำงานด้วย สร้างความภักดีต่อองค์การ สอดคล้องกับผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6

7) ความพึงพอใจในงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการคงอยู่ของพนักงาน เนื่องจากเมื่อผู้แทนยาทำงานอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข เกิดความผูกพันกับเพื่อนร่วมงานและองค์การ เพิ่มอัตราการคงอยู่ของผู้แทนยา และมีความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า ผู้แทนยาที่มีความพึงพอใจในงานจะทุ่มเทกำลังในการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ไม่คิดย้ายไปทำงานที่อื่น นอกจากนี้สภาพแวดล้อมในการทำงาน ได้แก่ การมีเพื่อนร่วมงานที่ดี การได้รับการสนับสนุนที่ดีจากองค์การ การให้อำนาจในการตัดสินใจ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในองค์การของผู้แทนยา สอดคล้องกับผลการทดสอบสมมติฐานที่ 7

8) การมีส่วนร่วมในงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการคงอยู่ของพนักงาน งานวิจัยนำเสนอผลทั้งด้านสนับสนุนและคัดค้าน คือ (1) ผลด้านสนับสนุน พบว่า เมื่อผู้แทนยามีทัศนคติและพฤติกรรมด้านดีต่อเพื่อนร่วมงานและองค์การ มีการร่วมกิจกรรมในองค์การอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ผู้แทนยาเกิดความผูกพันกับเพื่อนร่วมงานและองค์การ ช่วยลดอัตราการลาออก ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีตามสมมติฐานการวิจัยที่ 8 และ (2) ผลด้านคัดค้าน สำหรับประเด็นการลาออกของผู้แทนยาที่มีความเชี่ยวชาญในด้านผลิตภัณฑ์และการตลาด ซึ่งเป็นที่ต้องการตัวของบริษัทอื่น และมักจะถูกทาบทามให้ไปทำงานด้วย โดยเมื่อผู้แทนยามีส่วนร่วมในการวางแผนยอด ได้รับรู้การได้รับคำตอบตามเป้าหมาย ทำให้ผู้แทนยาเกิดการเปรียบเทียบกับบริษัทคู่แข่ง เป็นสาเหตุทำให้มีการโยกย้ายไปทำงานบริษัทอื่น สอดคล้องกับผลการทดสอบสมมติฐานที่ 8 ที่มีผลในเชิงลบ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า สิ่งที่ควรปลูกฝังให้เกิดขึ้นในกลุ่มผู้แทนยา คือ ความภักดีต่อองค์การ ซึ่งอาจทำได้ยากในกลุ่มคนรุ่นใหม่ และการเพิ่มโอกาสเติบโตภายในองค์การด้วยขยายกิจการ

9) ความผูกพันขององค์การมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการคงอยู่ของพนักงาน เนื่องจากเมื่อผู้แทนยามีความผูกพันกับเพื่อนร่วมงาน มีความรู้สึกมีความสุขและความพึงพอใจในงาน ทำให้เกิดการยอมรับค่านิยมและเป้าหมายขององค์การ เพิ่มอัตราการคงอยู่ และมีความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า ความห่วงใย

ระหว่างผู้แทนยาทำให้ผู้แทนยาไม่คิดไปทำงานที่อื่น ผู้แทนยาที่มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เป็นผู้แทนขององค์กร มีส่วนช่วยลดการลาออกของผู้แทนยา สอดคล้องกับผลการทดสอบสมมติฐานที่ 9

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแบบสมการโครงสร้างบุปปัจจัยต่อการรับรู้การสนับสนุนขององค์กรและการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรที่มีผลต่อการคงอยู่ของผู้แทนยา กลุ่มอุตสาหกรรมยาในประเทศไทย ผลการวิจัยมีข้อค้นพบดังนี้

1) ผลการวิเคราะห์อิทธิพลค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปรแฝงภายนอกกับตัวแปรแฝงภายใน เรียงลำดับตามอิทธิพลจากมากไปหาน้อย พบว่า การรับรู้การสนับสนุนขององค์กร (POS) กับความพึงพอใจในงาน (JS) มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (OCB) กับความผูกพันองค์กร (OC) และการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร (POS) กับความผูกพันองค์กร (OC) ตามลำดับ

2) ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงภายในกับตัวแปรแฝงภายใน จำนวน 3 คู่ พบว่า (1) ความพึงพอใจในงาน (JS) กับการคงอยู่ของพนักงาน (ER) มีอิทธิพลค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมากที่สุด รองลงมา (2) ความผูกพันองค์กร (OC) กับการคงอยู่ของพนักงาน (ER) และ (3) การมีส่วนร่วมในงาน (JI) กับการคงอยู่ของพนักงาน (ER) ตามลำดับ

3) ความพึงพอใจในงาน (JS) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงาน (ER) มากที่สุด รองลงมา ความผูกพันองค์กร (OC)

4) ตัวแปรการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร (POS) มีอิทธิพลทางตรงส่งผ่านความพึงพอใจในงาน (JS) การมีส่วนร่วมในงาน (JI) และความผูกพันองค์กร (OC) ไปสู่การคงอยู่ของพนักงาน (ER) มีค่าผลรวมอิทธิพล เท่ากับ 0.75 ซึ่งเป็นระดับของค่าผลรวมอิทธิพลที่สูงกว่าตัวแปรพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (OCB) ที่ส่งผ่านบุปปัจจัยดังกล่าวไปสู่การคงอยู่ของพนักงาน (ER) ที่มีค่าผลรวมอิทธิพลเท่ากับ 0.34

5) ตัวแปรโมเดลสมการโครงสร้างสามารถอธิบายความแปรปรวนของการคงอยู่ของผู้แทนยา กลุ่มอุตสาหกรรมยาในประเทศไทยได้ร้อยละ 88

2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้แทนยาที่มีความเชี่ยวชาญในประเด็นเกี่ยวกับบุปปัจจัยต่อการรับรู้การสนับสนุนขององค์กรและการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรที่มีผลต่อการคงอยู่ของผู้แทนยา กลุ่มอุตสาหกรรมยาในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักทุกคนมีความคิดเห็นสอดคล้องกับทฤษฎีตามกรอบแนวคิดการวิจัยและผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยเฉพาะสมมติฐานที่ 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณพบว่า การมีส่วนร่วมในงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อการคงอยู่ของพนักงาน ซึ่งเป็นทิศทางที่ตรงข้ามกับทฤษฎี ผู้ให้ข้อมูลหลักมีความเห็นว่า เมื่อผู้แทนยามีส่วนร่วมในการวางแผนยอด ได้รับการได้รับค่าตอบแทนตามเป้าหมาย ทำให้ผู้แทนยาเกิดการเปรียบเทียบกับบริษัทคู่แข่ง เป็นสาเหตุทำให้มีการโยกย้ายไปทำงานบริษัทอื่น

การอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐาน จำนวน 9 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้การสนับสนุนขององค์กร (POS) มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจในงาน (JS) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สนับสนุนในระดับสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sulistyawati and Sufriadi (2020) และสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า การรับรู้การสนับสนุนขององค์กรมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงาน เนื่องจากมีการปฏิบัติต่อผู้แทนยาด้วยความยุติธรรม มีการให้ผลตอบแทนที่จูงใจ และมีการจัดสภาพแวดล้อมในที่ทำงานที่ส่งเสริมให้เกิดขวัญกำลังใจ

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้การสนับสนุนขององค์การ (POS) มีอิทธิพลทางตรงต่อการมีส่วนร่วมในงาน (JI) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สนับสนุนในระดับปานกลาง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Karim et al. (2019) และสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า การรับรู้การสนับสนุนขององค์การมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในงาน เนื่องจากองค์การให้ความสำคัญกับบุคลากรกลุ่มผู้แทนยา ตระหนักถึงคุณค่าและความต้องการของผู้แทนยาอย่างสอดคล้อง

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้การสนับสนุนขององค์การ (POS) มีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันขององค์การ (OC) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สนับสนุนในระดับปานกลาง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Albalawi et al. (2019) และสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า การรับรู้การสนับสนุนขององค์การมีอิทธิพลต่อความผูกพันขององค์การ เนื่องจากองค์การให้การสนับสนุนที่ดีแก่ผู้แทนยาทำให้รู้สึกมีความสุขในการทำงานเกิดความรู้สึกผูกพันกับองค์การและเพื่อนร่วมงาน

สมมติฐานที่ 4 พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ (OCB) มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจในงาน (JS) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สนับสนุนในระดับต่ำ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Soetjipto et al. (2021) และสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงาน เนื่องจากผู้แทนยามีพฤติกรรมการทำงานร่วมกันแบบพี่น้อง เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ถ้อยทีถ้อยอาศัยกันให้ความช่วยเหลือกันในการทำงาน

สมมติฐานที่ 5 พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ (OCB) มีอิทธิพลทางตรงต่อการมีส่วนร่วมในงาน (JI) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สนับสนุนในระดับปานกลาง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Mirzaee and Beygadeh (2017) และสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในงาน โดยผู้แทนยามีพฤติกรรมช่วยเหลือกันในการทำงาน มีส่วนร่วมในงานและกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์การ

สมมติฐานที่ 6 พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ (OCB) มีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันขององค์การ (OC) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สนับสนุนในระดับสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Saed and Hussein (2019) และสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การมีอิทธิพลต่อความผูกพันขององค์การ เนื่องจากการที่ผู้แทนยามีน้ำใจต่อกัน มีความสามัคคีช่วยเหลือกันในการทำงาน ทำให้เกิดความผูกพันของเพื่อนร่วมงาน

สมมติฐานที่ 7 ความพึงพอใจในงาน (JS) มีอิทธิพลทางตรงต่อการคงอยู่ของพนักงาน (ER) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สนับสนุนในระดับสูง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Alias et al. (2019) และสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ความพึงพอใจในงานมีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงาน เนื่องจากการที่ผู้แทนยาทำงานอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข เกิดความรู้สึกพึงพอใจในงานเพิ่มอัตราการคงอยู่ของผู้แทนยา

สมมติฐานที่ 8 การมีส่วนร่วมในงาน (JI) มีอิทธิพลทางตรงต่อการคงอยู่ของพนักงาน (ER) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ไม่สนับสนุน โดยมีอิทธิพลทางตรงในระดับต่ำเชิงลบซึ่งเป็นทิศทางที่ขัดแย้งกับทฤษฎี โดยจากการทบทวนวรรณกรรมตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันพบว่า การมีส่วนร่วมในงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการคงอยู่ของพนักงาน (Al-Maabadi, 2020) และเมื่อพิจารณาข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้แทนยาที่มีความเชี่ยวชาญ พบว่า เมื่อผู้แทนยาทำงานอยู่ในองค์การจนมีความเชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์และการตลาด จะถูกทาบทามให้ไปทำงานในบริษัทอื่น แสดงให้เห็นว่า ผู้แทนยายังมีส่วนร่วมในการวางแผนยอดการได้รับการได้รับค่าตอบแทนทำให้ผู้แทนยาเกิดการเปรียบเทียบกับบริษัทคู่แข่ง เป็นสาเหตุทำให้มีการโยกย้ายไปทำงานบริษัทอื่น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจึงขัดแย้งกับทฤษฎี

สมมติฐานที่ 9 ความผูกพันองค์กร (OC) มีอิทธิพลทางตรงต่อการคงอยู่ของพนักงาน (ER) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สนับสนุนในระดับต่ำ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Soenanta et al. (2020) และ สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ความผูกพันองค์กรมีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงาน เนื่องจากการที่ผู้แทนยามีความผูกพันกับเพื่อนร่วมงานจะเกิดความพึงพอใจในงานยอมรับค่านิยมและเป้าหมายขององค์กรเพิ่มอัตราการคงอยู่ของพนักงาน

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยที่พบว่า เส้นทางอิทธิพลโดยรวมของการรับรู้การสนับสนุนขององค์กรต่อความพึงพอใจในงาน การมีส่วนร่วมในงาน และความผูกพันองค์กรที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานมีอิทธิพลรวมสูงสุด โดยผ่านความพึงพอใจในงาน รองลงมา ความผูกพันองค์กร งานวิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1) องค์กรควรมีนโยบายให้ความสำคัญกับการจัดสวัสดิการให้ผู้แทนยาตามข้อตกลง ให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ อย่างเสมอภาคกัน และจัดให้มีเทคโนโลยีสนับสนุนการปฏิบัติงานที่ทันสมัยและทั่วถึง ควบคู่กับนโยบายที่ส่งเสริมความพึงพอใจของผู้แทนยา ได้แก่ การออกทำงานนอกสถานที่ การทำงานเป็นทีม การมีเครือข่ายสื่อสารติดต่อกันอย่างทั่วถึง และมีการกำหนดเป้าหมายของงานอย่างสมเหตุสมผล และควรควบคู่กับการมีนโยบายส่งเสริมการคงอยู่ของผู้แทนยา ได้แก่ การกำหนดเวลาการทำงานที่ยืดหยุ่นตามลักษณะงาน ผลตอบแทนที่คุ้มค่า และจัดสรรเวลางานและเวลาส่วนตัวของผู้แทนยาให้สมดุลเพื่อให้ผู้แทนยามีเวลาพักผ่อนอย่างเพียงพอ

2) นอกจากนโยบายตามข้อ 1) ข้างต้นแล้ว องค์กรควรเพิ่มเติมนโยบายด้านการส่งเสริมความผูกพันองค์กร ได้แก่ การสร้างจิตสำนึกผู้แทนยาเกี่ยวกับการมีบทบาทหน้าที่ในการเป็นผู้สนับสนุนด้านการรักษาพยาบาลและสุขภาพของประชาชน ความผูกพันกับเพื่อนร่วมงาน และค่านิยมเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

3) จากผลการวิจัยที่พบว่า การมีส่วนร่วมในงานมีอิทธิพลเชิงลบต่อการคงอยู่ของพนักงาน ซึ่งเกิดในกรณีที่ผู้แทนยาถูกทาบทามให้ไปทำงานที่บริษัทอื่น องค์กรควรส่งเสริมให้ความรักดีต่อองค์กรกลายเป็นค่านิยมร่วม รวมถึงควรใช้กลยุทธ์เติบโต เช่น การเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ทำตลาดในประเทศไทย เพื่อสร้างโอกาสในการเติบโตของผู้แทนยาด้วยการเป็นผู้บริหารผลิตภัณฑ์ใหม่ ตามข้อเสนอแนะของผู้แทนยา

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า อิทธิพลของการมีส่วนร่วมในงานต่อการคงอยู่ของพนักงานมีผลทางตรงเชิงลบซึ่งเป็นทิศทางที่ตรงข้ามกับทฤษฎี ประกอบกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า สนับสนุนทั้งด้านทฤษฎีและผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ คือ ผู้ให้ข้อมูลหลักทุกคนเห็นสอดคล้องกันว่า การมีส่วนร่วมในงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการคงอยู่ของพนักงาน และในกรณีการลาออกของผู้แทนยาเกิดมาจากการอยู่ร่วมกับองค์กรเป็นเวลานานทำให้ผู้แทนยาเป็นคนที่มีความรู้และประสบการณ์ในตลาดยาเป็นที่ต้องการตัวของบริษัทอื่น จึงมีการทาบทามไปทำงาน ผู้วิจัยเห็นว่า ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ยังไม่ชัดเจน ควรมีการพิสูจน์อย่างเป็นระบบตามระเบียบวิธีวิจัย ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปจะทำการศึกษากับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ของตัวแปร “การมีส่วนร่วมในงาน และความตั้งใจในการลาออก” ของผู้แทนยา เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการอธิบายปรากฏการณ์ที่ค้นพบ

เอกสารอ้างอิง

- นพรัตน์ ตั้งเวนิชเจริญสุข. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อการลาออกของผู้แทนยา**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มาเก็ตตี้ ออนไลน์. (2563). **ตลาดยาไทยโตรองแค่อินโด AI เทรนด์ใหญ่กำหนดทิศทาง**. [ออนไลน์]. สืบค้น
เมื่อ 27 มิถุนายน 2563, จาก <https://marketeeronline.co/archives/102120>
- สรารุช สันติวุฒิกุล และ ตุลยา ตูลาดิลก. (2563). การวิเคราะห์การดำเนินงานด้านงานขายของหัวหน้าทีม
ขายและผู้แทนยา บริษัท มิลลิเมด จำกัด. **วารสารบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่**, 6(3), 82-90.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2555). **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์** (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ: สามลดา.
- เอ็มเคทีฟาร์มา. (2563). **ทักษะและความรู้ที่จำเป็นสำหรับนักการตลาดยาในปี 2559**. [ออนไลน์]. สืบค้น
เมื่อ 27 มิถุนายน 2563, จาก <https://mktpharma.wordpress.com/>
- Albaliwi, A. S., Naughton, S., Elayan, M. B., & Sleimi, M. T. (2019). Perceived organizational
support, alternative job opportunity, organizational commitment, job satisfaction and
turnover intention: A moderated-mediated model. **Organizacija**, 52(4), 310-324.
- Alias, N. E., Zailan, N. A., Jahya, A., Othman, R., & Sahiq, A. N. M. (2019). The effect of
supportive work environment on employee retention at Malaysia Information,
Communication, and Technology (ICT) Industry. **International Journal of Academic
Research in Business and Social Sciences**, 9(8), 61-77.
- Alkahtani, A. (2015). Organizational citizenship behavior and rewards. **International Business
Research**, 8(4), 210-222.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective,
continuance and normative commitment to the organization. **Journal of
Occupational Psychology**, 63(1), 1-18.
- Al-Maabadi, A. A. (2020). Job Involvement, and career retention rate among nursing
personnel in Saudi Arabia. **SSRG International Journal of Nursing and Health
Science** 6(1), 58-65.
- Best, J. W., & Kahn, J. V. (1995). **Research in education** (7th ed.). New Delhi, India: Prentice
Hall of India.
- Brough, P., Timms, C., Chan, X. W., Hawkes, A., & Rasmussen, L. (2020). **Work-life balance:
Definitions, causes, and consequences**. [Electronic version]. Griffith University,
Queensland, Australia. from <https://research-repository.griffith.edu.au/bitstream/handle/10072/399143/Brough431772Accepted.pdf?sequence=2>
- Das, B. L., & Baruah, M. (2013). Employee retention: A review of literature. **IOSR Journal of
Business and Management (IOSR-JBM)**, 14(2), 8-16.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). **Multivariate data analysis**
(7th ed.). Essex, UK: Pearson Education.
- Hinkle, D. E., William, W., & Stephen, G. J. (1998). **Applied statistics for the behavior
Sciences** (4th ed.). New York: Houghton Mifflin.

- Iddagoda, Y. A., Opatha, H., & Gunawardana, K. D. (2016). Towards a conceptualization and an operationalization of the construct of employee engagement. **International Business Research**, 9(2), 85-90.
- Jabri, B. A., & Ghazzawi, I. (2019). Organizational commitment: A review of the conceptual and empirical literature and a research agenda. **International Leadership Journal**, 11(1), 78-119.
- Kamalaveni, M. A., Ramesh, S., & Vetrive, T. (2019). A review of literature on employee retention. **International Journal of Innovative Research in Management Studies (IJIRMS)**, 4(4), 1-10.
- Karim, D. N., Baset, M. A., & Rahman, M. M. (2019). The effect of perceived organizational support on intention to stay: The mediating role of job involvement. **The Jahangirnagar Journal of Business Studies**, 8(1), 21-30.
- Katz, D. (1964). The motivational basis of organizational behavior. **Behavioral Science**, 9, 13-46.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). **Principles of marketing** (9th ed.). NJ: Prentice-Hall.
- Management Study Guide. (2020). **Performance appraisal**. Retrieved June 27, 2020, from <https://www.managementstudyguide.com/performance-appraisal.htm>
- Mirzaee, M., & Beygzadeh, Y. (2017). Study of the impact of organizational citizenship behavior on job involvement staff self-discipline (A case study case: West Azerbaijan Tax Affairs Office, Iran). **European Journal of Management and Marketing Studies**, 2(1), 111-120.
- Mohamed, S. A., & Ali, M. (2015). The influence of perceived organizational support on employees' job performance. **International Journal of Scientific and Research Publications**, 5(4), 1-6.
- Robbins, S. P. & Judge, T. A. (2013). **Organizational behaviour** (15th ed.). Prentice Hall, United States of America.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion referenced test item validity. **Dutch Journal of Educational Research**, 2(2), 49-60.
- Saed, R. A., & Hussein, A. H. (2019). Impact of organizational citizenship behavior on organizational commitment on Jordanian frontline employees of Arabic Bank. **European Scientific Journal**, 15(10), 184.
- Singh, A., & Gupta, B. (2015). Job involvement, organizational commitment, professional commitment, and team commitment. **Benchmarking: An International Journal**, 22(6), 1192-1211.
- Sittisom, W. (2020). Factors affecting job satisfaction of employees in pharmaceutical industry: A case study of Thailand. **A Multifaceted Review Journal in the Field of Pharmacy**, 11(3), 125-133.

- Soenanta, A., Akbar, M., & Sariwulan, T. (2020). The effect of job satisfaction and organizational commitment to employee retention in a lighting company. **Business Management and Economics**, 8(4), 97-103.
- Soetjipto, N., Priyohadi, N. D., Sulastri, S., & Riswanto, A. (2021). The effect of company climate, organization citizenship behavior, and transformational leadership on work morale through employee job satisfaction. **Management Science Letters**, 11, 1197-1204.
- Sulistyawati, U. S., & Sufriadi, D. (2020). Perceived organization support towards employee engagement and the impact of employee job satisfaction. **International Journal of Social Science and Business**, 4(4), 513-518.
- Yoshimura, A. (1996). A review and proposal of job involvement (Festschrift for Prof. Yoko Sano). **Keio business review**, 33, 175-184.

แนวทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน
ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี

Guideline for Human Resource Management to create competitive advantage
of Community Enterprise in Suphanburi Province

จุฑามาส ศรีชมภู*
(Jutamat Srichompu)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์และ
รายได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้าน
การจัดการทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษา
ปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อรายได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัด
สุพรรณบุรี และ 4) เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของ
วิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี รูปแบบการวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ
คือ ประธานวิสาหกิจชุมชนหรือตัวแทนวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี ในตำแหน่งประธานกรรมการบริหาร
หรือผู้ที่เคยมีประสบการณ์บริหารกลุ่มฯ รวมจำนวน 163 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่
ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหาและความเชื่อมั่นแล้ว สถิติที่ใช้
ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบ
เกี่ยวกับความคิดเห็นด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์และการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันจำแนกตาม
ปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้การทดสอบที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ความสัมพันธ์
ระหว่างปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์และรายได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยการวิเคราะห์ความ
ถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ในส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บ
รวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ประธานวิสาหกิจชุมชนหรือตัวแทนวิสาหกิจชุมชนใน
จังหวัดสุพรรณบุรีจากวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลดีเด่น และให้ความร่วมมือในการวิจัย จำนวน 5 คน ใช้
วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

*จุฑามาส ศรีชมภู สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000
Lecturer Faculty of Management Science (Human resource management). Nakhon Pathom Rajabhat
University 73000

Corresponding author: jsrichompu@gmail.com

ผลการวิจัย พบว่า

1) ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรีอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นของความได้เปรียบในการแข่งขันอยู่ในระดับมาก

2) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ทำงานในวิสาหกิจชุมชน และประเภทของวิสาหกิจชุมชนที่เป็นสมาชิก แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

3) ปัจจัยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ ด้านการสรรหาบุคลากร ด้านการประเมินผลการปฏิบัติ และ ด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีนัยสำคัญ เป็นไปตามสมมติฐาน ทำนายการผันแปรของความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ร้อยละ 80.50 โดยเขียนสมการทำนาย ได้ดังนี้

$$Y = 0.364^{**} X1 + 0.191X2^{**} + 0.398 X5^{**} + 0.308 X6^{**}$$

4) แนวทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนใช้การศึกษาจากองค์การที่ประสบความสำเร็จ แล้วนำมาประยุกต์ใช้กับวิสาหกิจชุมชนของตนเอง หรือการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ก็จะทำให้สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

คำสำคัญ : การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ความได้เปรียบในการแข่งขัน วิสาหกิจชุมชน

ABSTRACT

The objectives of this study were to; 1) study the opinion to human resource management and competitive advantage of Suphanburi Community Enterprise, 2) compare the opinion to human resource management and competitive advantage of Suphanburi Community Enterprise classified by personal factors, 3) investigate factors affecting to Human Resource Management to create competitive advantage of Community Enterprise in Suphanburi Province, and 4) explore the guideline for Human Resource Management to create competitive advantage of Community Enterprise in Suphanburi Province. This study was mixed-method research, and the samples of quantitative research were 163 president or representatives who work as chief executive officers position or have experience in governed field of Suphanburi Community Enterprise using stratified sampling. The collecting instruments used in this study were the questionnaire evaluated the content validity and reliability. The data analysis were percentage, mean, standard deviation, and T-test to compare the factors as personal factors and human resource management factor affecting to competitive advantage of Suphanburi Community Enterprise. Also, the data analysis used Fisher's Least Significant Difference (LSD) in case of statistically significant difference, Stepwise of Multiple Regression Analysis to identify the relationship between factors affecting to Human Resource Management and competitive advantage. For the qualitative study, the data were collected

using the interview. The samples were 5 main informants who are the representative of president or representatives of Suphanburi Community Enterprise who received an outstanding award and cooperated in this research using purposive sampling, and data were analyzed by content analysis.

The results found that;

1) the opinion to Human Resource Management to create competitive advantage of Suphanburi Community Enterprise in overall was at a high level, and in each aspect was at a high level,

2) the different personal factors as age, income per month, experiences in Community Enterprise field, and types of Community Enterprise members affected to the the opinion to Human Resource Management to create competitive advantage of Suphanburi Community Enterprise at the 0.05 statistical significance level followed the hypothesis both in overall and each aspect, and

3) the Human Resource Management factors as Recruitment, Performance Appraisal, and Compensation and Benefits affected to the competitive advantage of Suphanburi Community Enterprise statistically significant followed the predicting hypothesis as 80.50% variation of the competitive advantage of Suphanburi Community Enterprise as the forecasting equation

$$Y = 0.364^{**} + 0.191X_2^{**} + 0.398 X_5^{**} + 0.308 X_6^{**},$$

4) the guideline for Human Resource Management to create competitive advantage of Suphanburi Community Enterprise were to study the management from successful organizations, acknowledged and applied with their own Community Enterprises, or supported from various agencies so that they can make competitive advantage.

Keywords: Human Resource Management, Competitive Advantage, Community Enterprise

Article history:

Received 24 November 2021 Revised 8 May 2022

Accepted 11 May 2022 SIMILARITY INDEX = 2.69 %

1. บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและโลกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งจากเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital disruptive) และสถานการณ์โรคโควิด 19 (Covid-19) สังคมเกิดรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบปกติใหม่ (New normal) ทุกภาคส่วนต้องปรับตัวกับสถานการณ์ การบริหารจัดการในศตวรรษที่ 21 ปีเตอร์ ดรักเกอร์ (Drucker, 1999) ได้กล่าวว่า การบริหารในศตวรรษที่ 21 เป็นการเปลี่ยนแปลง ที่พบกับปัญหาความท้าทายที่สำคัญสำหรับองค์กร นักบริหาร พนักงาน ต้องมีความรู้ ทักษะ ความสามารถที่จะสามารถจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้น และ 1 ใน 6 ประเด็นที่สำคัญ คือ ความสามารถในการผลิตของแรงงานที่ใช้ความรู้ ทักษะ ความสามารถในการปฏิบัติงาน

ประเทศไทยได้มีนโยบาย Thailand 4.0 เป็นโมเดลเศรษฐกิจที่จะนำพาประเทศไทยให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง กับดักความเหลื่อมล้ำ Thailand 4.0 เป็นนโยบายในการพัฒนาเศรษฐกิจ ที่เน้นการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ภาครัฐบาลได้ส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนธุรกิจที่สามารถช่วยเหลือเศรษฐกิจของประเทศและสร้างรายได้ ส่งผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน ปัจจุบันการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ดำเนินการมาแล้ว 15 ปี มีผลการดำเนินงานปี พ.ศ. 2562 (ฐานเศรษฐกิจ, 2563) มีวิสาหกิจชุมชนมาขึ้นทะเบียน 90,757 แห่ง สมาชิก 1,530,766 ราย เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน 540 แห่ง สมาชิก 12,439 ราย นอกจากนี้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) มีนโยบายด้านการส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยสนับสนุนการวิจัยพัฒนา การดัดแปลงและต่อยอดการพัฒนาเทคโนโลยีไปสู่ความเป็นอัจฉริยะ โดยใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและการผสมผสานเทคโนโลยีให้เป็นผู้ประกอบการทางเทคโนโลยี รวมถึงส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำไปการพัฒนาเศรษฐกิจประเทศให้ก้าวหน้า เป็นการสร้างช่องทางในการดำเนินธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ โดยการดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการเพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสามารถสร้างสินค้าผลิตภัณฑ์ การจำหน่ายสินค้า และการให้บริการได้ อีกทั้งช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มกับเศรษฐกิจประเทศ

มนุษย์เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริหารองค์กร การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพนำไปสู่การพัฒนาและการเจริญเติบโตขององค์กร การจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นกลยุทธ์ และแนวปฏิบัติที่สำคัญของผู้นำองค์กร นักบริหาร นักทรัพยากรมนุษย์จำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจในแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารคน ตามแนวคิดของ Noe et al (2020: 5) ได้กล่าวว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์หมายถึง นโยบาย แนวการดำเนินงานและระบบการบริหารที่มีผลต่อพฤติกรรมบุคลากร เจตคติและผลการปฏิบัติงานของบุคลากร ซึ่งการจัดการทรัพยากรมีความเกี่ยวข้องกับการบริหารคน เป็นการจัดการเกี่ยวกับบุคลากรตั้งแต่ การวิเคราะห์งาน การวางแผนอัตรากำลังคน การสรรหา การคัดเลือกบุคลากร การอบรมและพัฒนาบุคลากร การจัดการค่าตอบแทน การประเมินผลการปฏิบัติงาน และแรงงานสัมพันธ์ซึ่งส่งผลต่อศักยภาพการเติบโตขององค์กร และแนวคิดของณัฐพันธ์ เขจรนันท์ (2555) ได้กล่าวว่างค์ประกอบของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ การสรรหาบุคลากร การคัดเลือกบุคลากร การพัฒนาบุคลากร การประเมินผลงาน ค่าตอบแทนและสวัสดิการ นอกจากนี้ในธุรกิจที่มีศักยภาพการแข่งขัน เป็นปัจจัยสำคัญในเชิงเปรียบเทียบที่ใช้วัดความสามารถหรือสมรรถนะของตนเองเทียบกับคู่แข่ง การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันให้อยู่เหนือกว่าคู่แข่งจึงเป็นเป้าหมายที่องค์กรมุ่งไปสู่ความสำเร็จ อีกทั้งความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ ตามแนวคิดของ Porter (1998) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบในเชิงแข่งขันชื่อว่า Competitive Advantage ซึ่งได้กล่าวถึงหลักการไว้ว่า หากต้องการให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้ จะต้องใส่ใจในกลยุทธ์การแข่งขัน 3 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ความแตกต่าง กลยุทธ์ต้นทุนต่ำและกลยุทธ์ความแตกต่างเฉพาะกลุ่ม เพื่อให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันและประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

จากงานวิจัยของหลายท่านพบว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญกับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน โดยธีรฉัตร เทียมทอง และเพ็ญณี แร่อท (2561) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่ยั่งยืน พบว่า มีการบริหารจัดการมีปัจจัย 4 ด้าน หรือ 4 M's ประกอบด้วย กำลังคน งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ และวิธีการบริหาร และการจัดสรรผลประโยชน์อย่างทั่วถึง ผู้นำกลุ่มมีภาวะผู้นำ โครงสร้างทางสังคม ค่านิยมทางสังคม ช่วยส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จ และนิภาพรรณ เจนสันติกุล (2562) ได้ศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน พบว่า วิสาหกิจชุมชนควรมีแนวทางในด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันในประชาคมอาเซียนได้ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ประกอบการ SMEs มีปัญหาด้านบุคลากร โดยขาดทักษะในการแก้ปัญหาทางด้านทรัพยากรมนุษย์ในการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย องค์กรยังไม่มีโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน จึงทำให้ยากในการบริหารจัดการด้านตำแหน่งงาน หน้าที่ความรับผิดชอบ รวมถึงภาระงานหลักและภาระงานรองของบุคลากรในองค์กร เพื่อควบคุมบุคลากรให้ปฏิบัติตามงานความต้องการขององค์กรได้ รวมถึงการวิเคราะห์งาน (Job analysis) และคำบรรยายลักษณะงาน (Job description) เพื่ออธิบายขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบงานของตำแหน่งงานในองค์กร สิ่งจะสามารถใช้กระบวนการสรรหาว่าจ้างและประเมินงานเพื่อเป็นฐานในการบริหารค่าจ้างเงินเดือนได้อย่างเหมาะสม (ภาคภูมิ ภัควิภาส สุธิมนต์ ทรงศิริโรจน์ และรัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, 2561)

แผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561-2565 ทบพวนปี 2563 มีเป้าหมายการพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรีให้เป็น “เมืองเกษตรกรรมยั่งยืน เศรษฐกิจเข้มแข็ง คุณภาพชีวิตดีสังคมมีสุข” โดยมีประเด็นการพัฒนาที่ 1 ด้านการเพิ่มศักยภาพการผลิตสินค้าเกษตร และอุตสาหกรรมให้ได้มาตรฐาน เพื่อการแข่งขันทางการค้าและการพัฒนาที่ยั่งยืน มีแผนงาน ส่งเสริมธุรกิจเอสเอ็มอี สตาร์ทอัพ ไอทีอุป วิสาหกิจชุมชน และมีกลยุทธ์ส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี, 2563) รวมถึงจากข้อมูลรายงานการประเมินศักยภาพ สรุปลผลการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี ประจำปี พ.ศ. 2563 พบว่าวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด จำนวน 684 ราย ประเด็นภาพรวมผลการประเมินศักยภาพอยู่ในระดับดี จำนวน 275 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.20 ระดับปานกลาง จำนวน 289 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.25 ระดับปรับปรุง จำนวน 120 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.55 (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2564) พบว่าวิสาหกิจชุมชนมีปัญหาด้านการบริหารจัดการ ด้านการวางแผน ด้านบุคลากร ด้านการตลาด เป็นต้น ซึ่งจากสรุปลผลการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี สะท้อนถึงปัญหาที่เกี่ยวกับด้านการบริหารจัดการ ด้านการวางแผน ด้านบุคลากรซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์และส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนได้

จากข้อมูลแสดงให้เห็นถึงปัญหาและผลการวิจัยที่ได้มีผู้ที่ศึกษาพบว่าส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องมีองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการคน การพัฒนาคน หรือการจัดการจัดทรัพยากรมนุษย์ ย่อมนำมาซึ่งการทำธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ ช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนได้ ในงานวิจัยนี้เพื่อให้เกิดผลกระทบกับผู้ที่เกี่ยวข้องจึงทำเป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (mixed method) ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยผลการศึกษาที่ได้จะช่วยให้ทราบว่าความคิดเห็นด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรีอยู่ในระดับใด ความคิดเห็นด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลมีความแตกต่างกันอย่างไร ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์และความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรีมีความสัมพันธ์กันอย่างไร และแนวทางการพัฒนาการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำผลจากงานวิจัยนี้ไป

วางแผนพัฒนาการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี
4. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจังหวัดสุพรรณบุรี

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การจัดการทรัพยากรมนุษย์

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ หรืออาจเรียกว่าการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มนุษย์เป็นทรัพยากรที่สำคัญมีคุณค่า สมรรถนะ ศักยภาพของมนุษย์ ไม่สามารถใช้เครื่องมือเครื่องจักรมาทดแทนได้ มนุษย์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่นำองค์การไปสู่ความก้าวหน้าและสำเร็จองค์การ นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมาย “การจัดการทรัพยากรมนุษย์” ไว้ดังนี้

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ไว้ว่าคือ การดำเนินการบริหารโดยใช้กลยุทธ์ในการสรรหา คัดเลือก พัฒนาบุคลากร การบริหารผลการปฏิบัติงาน การบริหารค่าตอบแทน แรงงานสัมพันธ์ สุขภาพอนามัยและความปลอดภัย เพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การ และ ญัณฐพันธ์ เขจรนนท์ (2555: 15-16) กล่าวว่า องค์ประกอบในการจัดการทรัพยากรมนุษย์มีประกอบด้วย 5 ด้าน คือ 1) การสรรหา คือ การหาบุคลากรที่เหมาะสมทั้งจากภายในและภายนอกองค์การเข้ามาปฏิบัติงานในองค์การ โดยจะต้องมีความรู้ ทักษะ ความสามารถและมีเจตคติ ทศนคติที่ดี เพื่อที่จะได้นำองค์การไปสู่ความสำเร็จ 2) การคัดเลือก คือ กระบวนการคัดเลือกบุคลากรที่คุณสมบัติเหมาะสมตามสมรรถนะขององค์การและเหมาะสมกับตำแหน่งที่ต้องการโดยองค์การจะใช้เกณฑ์การคัดเลือกจากกลุ่มผู้สมัคร โดยใช้กระบวนการทดสอบหรือการสอบสัมภาษณ์เพื่อใช้ในการคัดเลือกบุคลากร เพื่อให้องค์การได้บุคลากรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด 3) การฝึกอบรมและพัฒนา หมายถึง การฝึกอบรม การประชุม สัมมนาหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ความสามารถและทักษะที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน 4) การประเมินผลการปฏิบัติงาน เป็น กระบวนการประเมินผลพฤติกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยการวัดและเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ทางองค์การกำหนดไว้ เพื่อใช้ในการขึ้นเงินเดือน เลื่อนตำแหน่ง และ 5) ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ หมายถึง รางวัลที่พนักงานได้รับในการแลกเปลี่ยนกับงาน ได้แก่ ค่าจ้าง เงินเดือน โบนัส เป็นต้น คือสิ่งจูงใจรวมถึงสิทธิประโยชน์อื่น ๆ เพื่อเป็นรางวัลเพิ่มเติม เพื่อให้ทางด้านพนักงานเป็นขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงาน

นอกจากนี้ Mondy, (2008). กล่าวว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ เป็นการใช้ประโยชน์จากบุคลากรแต่ละบุคคลเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์เป้าหมายขององค์การ ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์มากกว่าการควบคุมต้นทุนและผลผลิตขององค์การก็คือการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

และ Noe et al (2020: 5) กล่าวว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ คือ นโยบาย แนวปฏิบัติและระบบที่ส่งผลต่อพฤติกรรม ทักษะและผลการปฏิบัติงานของบุคลากร การจัดการทรัพยากรมีความเกี่ยวข้องกับแนวปฏิบัติด้านคน เป็นการจัดการเกี่ยวกับบุคลากร ตั้งแต่การวิเคราะห์งาน การวางแผนอัตรากำลังคน การสรรหา การคัดเลือก การพัฒนาบุคลากร การบริหารค่าตอบแทน การบริหารผลการปฏิบัติงานและแรงงานสัมพันธ์ซึ่งส่งผลต่อศักยภาพและความก้าวหน้าขององค์กร

2.2 แนวคิดด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน

Porter (1998) ได้ให้แนวคิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ ซึ่งได้กล่าวหลักการไว้ว่า หากต้องการให้ธุรกิจมีศักยภาพสามารถแข่งขันได้ จะต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การแข่งขัน 3 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ความแตกต่าง กลยุทธ์ต้นทุนต่ำและกลยุทธ์ความแตกต่างเฉพาะกลุ่ม นอกจากนี้การศึกษาของ วิทยา ดำธำรงกุล (2549) อรพรรณ มาตช่วง (2557) และวรลักษณ์ ลลิตศิริวิมล (2559) พบว่าปัจจัยด้านการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ

1. ประสิทธิภาพ (Efficiency) เป็นการประเมินการใช้ทรัพยากรที่สามารถใช้ทรัพยากรน้อยกว่าคู่แข่งทางธุรกิจเพื่อผลิตสินค้า ผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบริการ แต่ได้สินค้าผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่มากกว่าคู่แข่ง และสามารถลดของเสียและความสูญเสียในกระบวนการ ประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรได้ใช้ความรู้ ทักษะ ความสามารถเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยประสิทธิภาพจะประเมินในรูปต้นทุนเทียบกับผลงานที่เกิดขึ้น

2. คุณภาพ (Quality) เป็นการประเมินการจัดการของระบบโดยบุคลากรขององค์กรที่มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายเพื่อให้สินค้าและบริการขององค์กรเป็นไปตามมาตรฐานและข้อกำหนด ตรงตามความต้องการของลูกค้าและตรงตามเป้าหมายขององค์กร

3. นวัตกรรม (Innovation) เป็นการวัดการประดิษฐ์คิดค้นและสร้างสรรค์สินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการ และเทคโนโลยีใหม่ ตลอดจนแสวงหาวิธีการหรือกระบวนการใหม่ในการผลิตสินค้าหรือบริการ รวมถึงการบริหารงานรูปแบบใหม่ เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและองค์กร

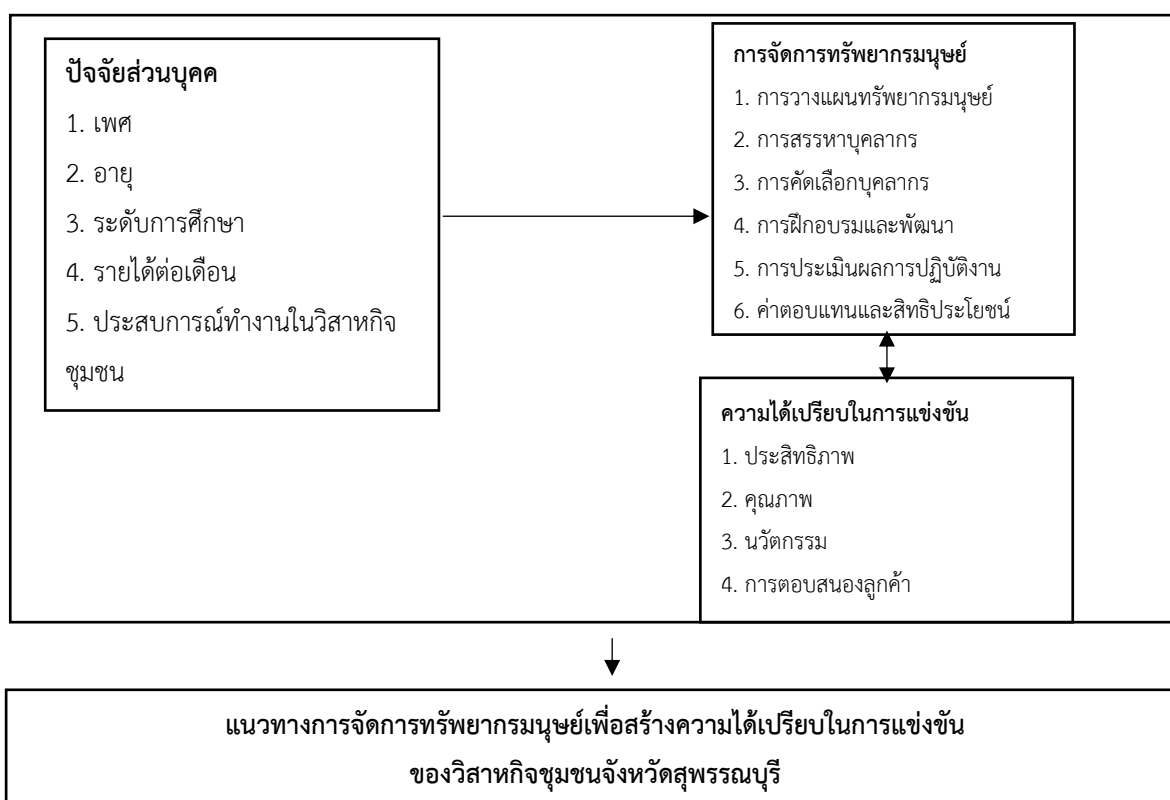
4. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) เป็นการวัดการให้บริการสินค้าหรือบริการที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า ทั้งด้านคุณภาพของสินค้า รูปแบบ ราคา และความรวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจและประทับใจสูงสุด

จากการทบทวนวรรณกรรมองค์ประกอบด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ตามแนวคิดของ Noe et al (2020: 5) ที่ได้กล่าวว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง นโยบาย แนวปฏิบัติและระบบที่ส่งผลต่อพฤติกรรม ทักษะและผลการปฏิบัติงาน การจัดการทรัพยากรมีความเกี่ยวข้องกับแนวปฏิบัติด้านทรัพยากรมนุษย์ เป็นการจัดการเกี่ยวกับบุคคลตั้งแต่การวิเคราะห์งาน การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาบุคลากร การคัดเลือกบุคลากร การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร การจัดการค่าตอบแทน การประเมินผลการปฏิบัติงาน บุคลากรและแรงงานสัมพันธ์ซึ่งส่งผลต่อศักยภาพขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของณัฐพันธ์ เจริญนันท์ (2555) ที่ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของการจัดการทรัพยากรมนุษย์มี 5 ด้าน คือ การสรรหาบุคลากร การคัดเลือกบุคลากร การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร การบริหารผลงานบุคลากร ค่าตอบแทน สวัสดิการ และสิทธิประโยชน์ ผู้วิจัยจึงประยุกต์ใช้แนวคิดด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของ Noe et al (2020) และณัฐพันธ์ เจริญนันท์ (2555) มาประยุกต์ใช้เป็นตัวแปรด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาบุคลากร การคัดเลือกบุคลากร การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากร การประเมินผลการปฏิบัติงาน และค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ และนอกจากนี้การดำเนินธุรกิจควรมีการ

จัดการทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาความสามารถ ศักยภาพทางการแข่งขันขององค์การให้เหนือกว่าคู่แข่ง สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ ตามแนวคิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจของวิทยา ด่านธำรงกุล (2549) อรพรรณ มาตช่วง (2557) และ วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล (2559) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้าน ความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ประสิทธิภาพ คุณภาพ นวัตกรรม และการตอบสนอง ลูกค้า

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมองค์ประกอบด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนา การประเมินผลการปฏิบัติงาน และค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ ตามแนวคิดของณัฐพันธ์ เขจรนันท์ (2555), ชัญญกร เสริมศรี (2558), พนิดา บุญธรรม (2559), Noe et al (2020) และวิทยา ด่านธำรงกุล (2549: 38), อรพรรณ มาตช่วง (2557), และวรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล, (2559) Porter (1998) มาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยนี้ประชากรในการศึกษา คือ ประธานวิสาหกิจชุมชน หรือตัวแทนวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี ที่มีผลการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนประจำปี 2563 ในระดับดีจำนวนทั้งสิ้น 275 ราย (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2564) กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการคำนวณตัวอย่างของ Yamane (1973) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 เก็บตัวอย่าง 163 ราย และสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ ตามสัดส่วนของประชากรวิสาหกิจชุมชนที่มีผลการประเมินศักยภาพในระดับดีและแยกตามพื้นที่

ตารางที่ 1 การคำนวณสัดส่วนตัวอย่างของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรีจำแนกตามพื้นที่

พื้นที่วิสาหกิจชุมชน/อำเภอ	จำนวนวิสาหกิจ/ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
เมืองสุพรรณบุรี	27	16
เดิมบางนางบวช	28	17
ด่านช้าง	18	11
บางปลาม้า	11	6
ศรีประจันต์	14	8
ดอนเจดีย์	21	12
สองพี่น้อง	17	10
สามชุก	34	21
อู่ทอง	63	37
หนองหญ้าไซ	42	25
รวม	275	163

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informant) คือ ประธานวิสาหกิจชุมชนหรือตัวแทนวิสาหกิจชุมชน จำนวน 5 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยที่ประธานวิสาหกิจชุมชนหรือตัวแทนวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดสุพรรณบุรีจากวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลดีเด่น

3.2 เครื่องมือและประสิทธิภาพของเครื่องมือการวิจัย

3.2.1 เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถามเพื่อการเก็บข้อมูลการวิจัย แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป คำถามเป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด ใช้การตรวจสอบรายการ (Check list) มี 6 ข้อ ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ทำงานในวิสาหกิจชุมชน และประเภทของวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์มี เป็นคำถามในลักษณะมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ เพื่อแสดงความคิดเห็นต่อตัวแปรทั้ง 6 ตัวแปร ได้แก่ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาบุคลากร การคัดเลือกบุคลากร การฝึกอบรมและพัฒนา การประเมินผลการปฏิบัติงาน ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ รวมจำนวน 24 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการด้านการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน มีลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ เพื่อแสดงความคิดเห็นต่อตัวแปรทั้ง 4 ตัวแปร ได้แก่ ประสิทธิภาพ คุณภาพ นวัตกรรม การตอบสนองลูกค้า รวมจำนวน 16 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open ended) เพื่อให้เขียนข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล แบบกึ่งโครงสร้าง เป็นแนวคำถาม และแตกประเด็นคำถามระหว่างการสัมภาษณ์ ประเด็นคำถามเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 6 ข้อ และความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรีของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 4 ข้อ

3.2.2 ประสิทธิภาพของเครื่องมือการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยการนำแบบสอบถามฉบับร่างให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ เพื่อปรับปรุงแก้ไขความถูกต้อง ก่อนทำการทดสอบจริง จากนั้น นำแบบสอบถามฉบับร่างให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ประเมินความตรงเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ (IOC) พบว่า ข้อคำถามมีค่าระหว่าง 0.67 – 1.00 นำข้อคำถามมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ และวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือได้โดยนำแบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่มีลักษณะคล้ายกับประชากรเป้าหมายแต่ไม่ใช่ตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อทำการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาใช้วิธีของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ผลพบว่า ระดับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.959 และระดับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.890

การวิจัยเชิงคุณภาพ นำแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ จากกรอบแนวคิดในการวิจัย มาสร้างแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี และนำแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวข้องกับความได้เปรียบในการแข่งขันที่ใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย มาจัดทำแบบสัมภาษณ์โดยมีขอบเขตเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี

3.3 การเก็บรวบรวม

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการโดยการจัดเตรียมแบบสอบถามการวิจัยและดำเนินการแจกแบบสอบถามการวิจัยให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 163 ราย โดยเริ่มทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมิถุนายน 2564

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการนัดหมายกับผู้ให้ข้อมูลล่วงหน้า ซึ่งผู้ให้ข้อมูลเป็นประธานวิสาหกิจชุมชนหรือตัวแทนวิสาหกิจชุมชนเพื่อเก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์ จากนั้นทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยการจดบันทึกข้อมูลและบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้ 1) สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ 2) ใช้สถิติอ้างอิง

ประกอบด้วย การทดสอบที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One -way analysis of variance) กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้สถิติ Fisher's Least Significant Difference (LSD) และใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและข้อมูลต่าง ๆ จากการสัมภาษณ์ สังเกต และจดบันทึกที่แยกเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นต่าง ๆ นำไปวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิด ทฤษฎีเพื่อหาข้อสรุปด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content Analysis)

4. ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 74.80 รองลงมาเป็นชาย คิดเป็นร้อยละ 25.20 ช่วงอายุส่วนใหญ่อายุ 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 65.60 รองลงมาช่วงอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.40 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.90 รองลงมาเป็นระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 29.40 รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 5,000 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.10 รองลงมา 10,000 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.50 ประสบการณ์ทำงานในวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีประสบการณ์ประมาณ 1 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 85.90 รองลงมา 5 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.00 และส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน คิดเป็นร้อยละ 89.00 รองลงมาเป็นวิสาหกิจชุมชนก้าวหน้าร้อยละ 11.00

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

3. การวิเคราะห์การเปรียบเทียบเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

HRM	เพศ		อายุ		ระดับการศึกษา		รายได้ต่อเดือน		ประสบการณ์ทำงาน		ประเภทฯ	
	t	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	t	Sig.
วางแผนฯ	0.187	0.852	2.120	0.081	1.947	0.146	3.927	0.005**	7.032	0.001**	-2.849	0.005**
สรรหาฯ	0.570	0.570	4.955	0.001**	.433	0.650	2.908	0.023**	5.551	0.005**	-2.655	0.009**
คัดเลือกฯ	0.727	0.468	4.454	0.002**	1.460	0.235	4.116	0.003**	6.455	0.002**	-2.750	0.007**
ฝึกอบรมฯ	0.664	0.507	6.263	0.000**	1.050	0.352	3.614	0.008**	7.008	0.001**	-3.320	0.001**
ประเมินผลฯ	0.355	0.723	6.191	0.000**	1.625	0.536	3.823	0.005**	7.134	0.001**	-3.325	0.001**
ค่าตอบแทนฯ	0.308	0.759	3.816	0.005**	1.050	0.352	4.480	0.002**	5.271	0.006**	-3.249	0.001**
รวม	0.463	0.645	5.447	0.000**	1.241	0.292	4.543	0.002**	7.802	0.001**	-3.373	0.001**

จากตารางที่ 2 พบว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ทำงานในวิสาหกิจชุมชน และประเภทของวิสาหกิจชุมชนที่เป็นสมาชิก แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์และรายได้เปรียบเทียบการแข่งขัน เมื่อพิจารณาค่า VIF ตัวแปรอิสระ ซึ่งทั้ง 6 ตัวมีค่าอยู่ระหว่าง 2.798 – 8.982 เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญ คือ ค่า VIF ไม่ควรเกิน 10 (สุวิมล ติรภานันท์, 2555, หน้า 73) ในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) จึงทำการอ่านผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยวิธี stepwise ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ตัวแปร	β	Std Error	Beta	t	sig
ค่าคงที่ (Constant)	0.364	0.138		2.648	0.009
ด้านการสรรหาบุคลากร (X2)	0.191	0.062	0.204	3.065	0.003
ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (X5)	0.398	0.060	0.437	6.680	0.000
ด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ (X6)	0.308	0.067	0.316	4.602	0.000
R = 0.897 R Square = 0.805 Adjusted R Square = 0.801 Standard Error = 0.25344					

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ ด้านการสรรหาบุคลากร ด้านการประเมินผลการปฏิบัติ และด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ ส่งผลต่อรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีนัยสำคัญ เป็นไปตามสมมติฐาน

สามารถทำนายการผันแปรของรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ร้อยละ 80.50 โดยเขียนสมการทำนาย ได้ดังนี้

$$Y = 0.364^{**} + 0.191X2^{**} + 0.398 X5^{**} + 0.308 X6^{**}$$

5. แนวทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันจังหวัดสุพรรณบุรี เนื่องจากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรีส่วนใหญ่ ไม่ได้ใช้หลักการจัดการทรัพยากรมนุษย์มาใช้ในการบริหารจัดการบุคลากรในองค์กร แต่อาศัยการบริหารคนจากความคุ้นชิน การสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ และศึกษาวิธีการจัดการคนจากองค์การที่ประสบความสำเร็จ แล้วนำมาประยุกต์ใช้กับวิสาหกิจชุมชนของตนเอง ดังนั้น หากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี มีความต้องการที่จะสร้างรายได้เปรียบเทียบในการดำเนินธุรกิจ ควรนำการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ การวิเคราะห์งาน การวางแผนอัตราค่าจ้าง การสรรหาบุคลากร การคัดเลือกบุคลากร การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากร การประเมินผลการปฏิบัติงาน ค่าตอบแทน สวัสดิการและสิทธิประโยชน์มาประยุกต์ใช้ในการบริหารวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากการจัดการทรัพยากรมนุษย์จะเป็นกระบวนการหนึ่งที่ช่วยให้องค์กรได้บุคคลที่มีเหมาะสม มีความรู้ ทักษะ ความสามารถ เข้ามาร่วมงานกับองค์กร เป็นการใช้ทรัพยากรที่ตรงคุณค่าต่อองค์กรให้ปฏิบัติงานได้สำเร็จตามวัตถุประสงค์เป้าหมายขององค์การตามที่กำหนดไว้

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

ปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจชุมชน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าได้รับผลมาจากความแตกต่างของอายุ รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ทำงานในวิสาหกิจชุมชน และประเภทของวิสาหกิจชุมชนที่เป็นสมาชิกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เป็นไปตามสมมติฐาน ทั้งภาพรวมและรายด้าน สอดคล้องกับการศึกษาของ นิภา วิริยะพิพัฒน์ (2559) พบว่าพนักงานในองค์กรที่มีช่วงอายุหรือเจเนอเรชันแตกต่างกัน ทำให้ความคิดและมุมมองแตกต่างกัน การจัดการช่องว่างระหว่างวัยมีบทบาทสำคัญต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์จะช่วยลดช่องว่างระหว่างวัย พนักงานสามารถปรับตัวและทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร และ Poljasevic and Petkovic (2013). ศึกษาพบว่า แนวคิดด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์สามารถนำรูปแบบง่ายไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับวิสาหกิจขนาดเล็ก และมีความเหมาะสมอย่างมากที่วิสาหกิจขนาดกลางจะนำไปใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการเติบโตของธุรกิจและยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Cong and Thu (2020). ได้ศึกษาพบว่าสมรรถนะของผู้นำมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs และประสบการณ์ทำงานของผู้นำส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและผลการดำเนินงานขององค์กร นอกจากนี้ Bhattacharjee (2015). พบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ต้องการจ้างแรงงานต้นทุนต่ำ แต่ให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์เนื่องจากส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจที่ดีขององค์กร อีกทั้งการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

ปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ ด้านการสรรหาบุคลากร ด้านการประเมินผลการปฏิบัติและด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีนัยสำคัญ เป็นไปตามสมมติฐาน ทำนายการผันแปรของความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี ร้อยละ 80.50 สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิภาพรรณ เจนสันติกุล (2562) ได้ศึกษาพบว่า วิสาหกิจชุมชนพยายามส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนรู้ของสมาชิก โดยควรมีแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนด้วยการพัฒนาบุคลากร โดยให้ความรู้และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างมีระบบ ข้อมูลที่เข้าใจง่ายและสื่อสารให้บุคลากรสามารถนำไปปฏิบัติงานเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และสอดคล้องกับการศึกษาของ Khan and Ahmad, (2021). ศึกษาพบว่าแนวปฏิบัติการจัดการทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการแข่งขัน แสดงให้เห็นว่าองค์กรที่มีประสิทธิภาพเป็นผลมาจากความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์และความได้เปรียบในการแข่งขัน และ R, K. M., H, S. (2021). พบว่าแนวปฏิบัติด้านมนุษยสัมพันธ์เสนอวิธีการช่วยธุรกิจ SMEs ในสถานการณ์โควิด 19 ด้วยการสร้างความไว้วางใจในสถานที่ทำงาน และนวัตกรรมทรัพยากรมนุษย์จะเป็นแนวปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์จะช่วยเพิ่มขวัญกำลังใจของบุคลากร รวมทั้งแนวปฏิบัติด้านทรัพยากรมนุษย์จะช่วยให้การส่งเสริมและริเริ่มกลยุทธ์ของธุรกิจช่วยธุรกิจ SMEs สามารถอยู่รอดในสถานการณ์โควิด 19 ได้ และจากการศึกษาของ Wattanapunkitt (2021). ได้ศึกษาอิทธิพลของการพัฒนาทุนมนุษย์ต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ พบว่าการพัฒนาทุนมนุษย์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้ง Mutumba et al. (2021). ได้ศึกษาพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพยายามสร้างสมดุลความต้องการด้านแรงงาน มีการประยุกต์ใช้การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงการรักษาบุคลากรให้ทำงานกับองค์กรและลดการลาออกของบุคลากร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ayoko. (2021). พบว่าการ

จัดการทรัพยากรมนุษย์มีความเกี่ยวข้องกับนวัตกรรม หากมีการผสมผสานนวัตกรรมในการจัดการทรัพยากรมนุษย์จะช่วยเพิ่มผลิตภาพและความสามารถในการแข่งขันให้กับวิสาหกิจชุมชนได้

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ปัจจัยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ ด้านการสรรหาบุคลากร ด้านการประเมินผลการปฏิบัติ และด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีนัยสำคัญ เป็นไปตามสมมติฐาน ทำนายการผันแปรของความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ร้อยละ 80.50 ดังนั้นทางหน่วยงานที่รับผิดชอบในการที่จะพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตรจังหวัด สามารถนำปัจจัยทั้ง 3 ด้านนี้ ไปเป็นแนวทางในการส่งเสริม สร้างความเข้าใจ สร้างความตระหนักว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยวิธีการอบรม ให้ความรู้ การถ่ายทอด แลกเปลี่ยนความรู้จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เพื่อทำให้วิสาหกิจชุมชนของจังหวัดสุพรรณบุรีมีความยั่งยืน

2. ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี สามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปพัฒนาตนเองด้วยการเทียบเคียงว่าตนเองมีการจัดการตามกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์หรือไม่ เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ผู้ที่สนใจสามารถนำแนวคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์และความได้เปรียบในการแข่งขันจากงานวิจัยครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ด้วยการเปลี่ยนตัวแปรอิสระอื่น ๆ เช่น ความจงรักภักดีต่อองค์กร ว่าส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันหรือไม่

2. ผู้ที่สนใจสามารถนำแนวทางนี้ไปปรับใช้กับองค์การ ผู้ประกอบการ กลุ่มอาชีพอื่น ๆ ที่สนใจ เช่น หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สหกรณ์ กลุ่มแม่บ้านหรือกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ ที่สนใจในงานวิจัยครั้งต่อไปได้

3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่นที่มีลักษณะเดียวกัน หรือขนาดใกล้เคียงกันว่าแนวทางพัฒนาการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี สอดคล้องกันหรือแตกต่างกันจากแนวทางพัฒนาการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี

เอกสารอ้างอิง

- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2564). ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2564. จาก <https://smce.doae.go.th/ProductCategory/SmceCategory.php>
- ชัยกร เสริมศรี. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความผูกพันต่อองค์การของบุคลากร บริษัทแห่งหนึ่ง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2563). ทำไมต้อง “จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน”. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2564. จาก <https://www.thansettakij.com/business/443911>
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2555). การจัดการทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: หจก. เม็ดทรายพรินติ้ง.
- ธีรฉัตร เทียมทอง และเพ็ญณี แนนรท. (2561, ธันวาคม). แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่ยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงปลากระชังแม่น้ำโขง บ้านพร้าวใต้ ตำบลหินโงมอำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย. วารสารการบริหารปกครอง (Governance Journal). 7 (2), 245-265.
- นิภา วิริยะพัฒน์. (2559, ธันวาคม). บทบาทของ HRM : การจัดการช่องว่างระหว่างวัยในองค์กร. วารสารวิชาการและการวิจัย มทร.พระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 1 (2), 73-88.
- นิภาพรรณ เจนสันติกุล. (2562, มิถุนายน). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1 เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในประชาคมอาเซียน. วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์. 10 (1), 95-120.
- พินดา บุญธรรม. (2559). การจัดการทรัพยากรมนุษย์และความสมดุลกับงานที่มีความผูกพันในองค์กร: กรณีศึกษา บริษัทบริหารสอนทรัพย์ กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ภาคภูมิ ภัควิภาส สุธินันต์ ทรงศิริโรจน์ และรัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร. (2561). ระบบสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจของธุรกิจ SMEs : แผนธุรกิจ : รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- วรลักษณ์ ลลิตศิริวิมล. (2559). แบบจำลองสมการโครงสร้างการพัฒนาทุนมนุษย์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจเอกชนในจังหวัดสงขลา. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร. 13 (2), 79-99.
- วิทยา ด้านธำรงกุล. (2549). หัวใจการบริหารสู่ความสำเร็จ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สุวิมล ติรกานันท์. (2555). การวิเคราะห์ตัวแปรพหุในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี. (2563). แผนพัฒนาท้องถิ่น(พ.ศ. 2561 - 2565) ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี. สุพรรณบุรี: องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี.
- อรพรรณ มาตช่วง. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทุนมนุษย์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- Ayuko, O. B. (2021). SMEs, innovation and human resource management. **Journal of Management & Organization**. 27, 1–5.
- Bhattacharjee, S. B., Bhattacharjee, B. (2015, April). Competitive Advantage Through HRM Practices in MSMEs. **International Journal of Management and Humanities (IJMH)**. 1 (7), 15-22.
- Cong, L. C., Thu, D. A. (2020). The competitiveness of small and medium enterprises in the tourism sector: the role of leadership competencies. **Journal of Economics and Development**. 23 (3), 299-316.
- Drucker, P. F. (1999). **Management challenges for the 21st century**. New York: Harper Business.
- Khan, M. F., Ahmad, A. (2021). Examining the role of HR practices to get competitive advantage in the manufacturing sector of Pakistan. **Journal of Public Value and Administrative Insight**. 4 (2). 144-152.
- Mondy, R. W. (2008). **Human Resource Management**. (10th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Mutumba, R., Basika, E., Menya, J., Kabenge, I., Kiggundu, N. and Oshaba, B. (2021). A review of the human resource management dilemma for SMEs: case of central Uganda. **Arts & Humanities Open Access Journal**. 5(1), 1-7.
- Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B. and Wright, P. M. (2020). **Fundamentals of Human resource management**. New York: McGraw-Hill Education.
- Poljasevic, B. Z., Petkovic, S. (2013). Human Resource Management in Small and Medium-Sized Enterprises: Conceptual Framework. **Economics and Organization**. 10 (3), 301-315.
- Porter, M. E. (1998). “Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and competitor.” **Competitive Analysis: Porter’s five forces**. New York: Free Press.
- R, K. M., H, S. (2021). Human Resource Management Practices in SMEs during Pandemic in India. **Journal of Fundamental & Comparative Research**. 8 (1), 77-83.
- Wattanapunkitt, P. (2021, August). Influence of Human Capital Development on Hotel Businesses’ Competitive Advantage and Operational Success in the Upper Northern Region’s Secondary Citie. **Dusit Thani College Journal**. 15 (2). 1-15.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. (3rd ed.). New York: Harper and Row Publications.

การวิเคราะห์นวัตกรรมทางการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี

The Analysis of Marketing Innovations for Community Enterprise Products in Pathum Thani Province, Thailand

ภัทรพล ชุ่มมี*
(Pattarapon Chummee)

บทคัดย่อ

นวัตกรรมทางการตลาดได้เปลี่ยนโลกไปอย่างสิ้นเชิงและส่งผลต่อการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่สร้างมูลค่าเพิ่มรวมถึงความน่าดึงดูดใจของงาน การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมทางการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน และ 2) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณเก็บจากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจำนวน 324 รายในจังหวัดปทุมธานีจากผู้นำที่เกี่ยวข้องหรือผู้รับมอบหน้าที่แบบเจาะจงเก็บตามใบรายชื่อตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพเก็บจากตัวแทนผู้ประกอบการ 15 รายที่เป็นตัวแทนหรือมีหน้าที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบพบว่าผลการวิเคราะห์องค์ประกอบพบว่าทุกองค์ประกอบมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบไม่ต่ำกว่า 0.50 และมีค่า Eigenvalue ไม่น้อยกว่า 0.50 รวมตลอดถึงมีค่าความเบ้และความเอียงผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนด เมื่อทำการภาวะร่วมเส้นตรงพบว่าค่า คือ Tolerance และ Variance Inflation Factor (VIF) ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำตามที่กำหนดไม่มีค่ามากกว่าที่กำหนดไว้แต่อย่างใด จากการการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านนวัตกรรมทางการตลาดประกอบด้วยตัวแปรด้านคุณค่าเฉพาะตัว การมุ่งที่ตัวลูกค้า การมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ พฤติกรรมการซื้อและความจงรักภักดี และความสามารถด้านการแข่งขัน

ผลการวิเคราะห์ SWOT พบว่า 1) จุดแข็ง วิสาหกิจมีความเข้มแข็ง สามัคคีและช่วยเหลือกันในการทำกิจกรรม สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชน มีหน้าร้านเป็นของตนเอง คือ ที่ทำการงานเป็นกลุ่ม 2) จุดอ่อนของวิสาหกิจชุมชน การวิเคราะห์จุดอ่อนของวิสาหกิจชุมชน ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้นำวิสาหกิจชุมชนพบว่า อายุของสินค้าบางผลิตภัณฑ์มีระยะเวลายาวนาน ขาดแคลนงบประมาณในการพัฒนานวัตกรรมการผลิต ช่องทางการตลาดยังไม่ทั่วถึง 3) โอกาสของวิสาหกิจ เมื่อพิจารณาโอกาสของวิสาหกิจ ที่สะท้อนผ่านผู้นำวิสาหกิจพบว่า มีหน่วยงานภาครัฐ ลงพื้นที่ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนทั้งวิชาการและอุปกรณ์การผลิต รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ให้ประสบความสำเร็จ และ 4) อุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน สำหรับอุปสรรคที่วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ประสบคือหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนไม่ตรงกับความต้องการ ทั้งในเรื่องอุปกรณ์และบรรจภัณฑ์ต่าง ๆ วิสาหกิจชุมชนไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน

* วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระราชูปถัมภ์ 12120

College of Innovation management, Valaya Alongkong Rajabhat University, Under the Royal Patronage, Thailand. 12120

Corresponding author: atta9899@hotmail.com

ข้อเสนอแนะสำหรับวิสาหกิจชุมชนต้องพัฒนานวัตกรรมการตลาดใหม่ ๆ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน เช่น นวัตกรรมการผลิตที่ทันสมัย ช่องทางการตลาดใหม่ ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย โดยเฉพาะผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษ

คำสำคัญ: นวัตกรรมทางการตลาด ความได้เปรียบด้านการแข่งขัน และวิสาหกิจชุมชน

ABSTRACT

Marketing innovation has completely changed the world and affects the competitiveness of community enterprises that create added value and job attractiveness. The purpose of this research was 1) to study the factors of marketing innovation for community enterprises. and 2) analysis of strengths, weaknesses, opportunities, and obstacles of community enterprises Pathum Thani Province. A quantitative sample was collected from 324 community enterprise entrepreneurs in Pathum Thani province from relevant officials or specific agents, according to the names list, respectively. The qualitative sample was collected from representatives of 15 entrepreneurs representing or having related duties.

The results of the composition analysis revealed that the composition analysis showed that all the components had the element weight of not less than 0.50 and the eigenvalue of not less than 0.50, including the skewness and inclination passed the specified criteria. When performing multiple concordance, it was found that the values of tolerance and variance Inflation Factor (VIF) met the required minimum without any greater than the predetermined value. From the factor analysis of marketing innovation components consisted of unique proposition variables, customer focus, market focus, product variety, Integrated Marketing Communications, buying behavior and brand loyalty and competitive advantage.

The results of the SWOT analysis revealed that 1) Strengths of community enterprises from interviews with community enterprise leaders, it was found that the strength is that the enterprise is strong. Unity and help each other in activities Most of the community enterprise members are people in the community. having its own storefront, which is a group office; 2) the weakness of community enterprises Weakness analysis of community enterprises. From interviews with community enterprise leaders, it was found that the shelf life of some products is short. Lack of budget for production innovation development Marketing channels are not yet comprehensive. 3) Enterprise opportunities. when considering the opportunity of the enterprise reflected through enterprise leaders found that There are government agencies going to the area to help support both academic and production equipment. The government has a policy to promote successful community enterprises in the area and 4) obstacles of community enterprises. The obstacle that most community enterprises face is that

government agencies don't meet their needs. Both in terms of equipment and packaging, community enterprises do not have access to funding.

Suggestions for community enterprises to develop new marketing innovations to create competitiveness, such as modern production innovations. New marketing channels through social media Create products for a wide range of customers. especially the elderly which is a demographic group that requires special attention.

Keywords: Marketing innovation, Competitive advantage, Community enterprise

Article history:

Received 25 April 2022

Revised 5 June 2022

Accepted 7 June 2022

SIMILARITY INDEX = 0.32 %

1. บทนำ

นวัตกรรมทางการตลาดได้เปลี่ยนโลกไปอย่างสิ้นเชิงโดยตัวอย่างเช่นการพัฒนาของระบบการชำระเงินออนไลน์อาจทำให้ในอนาคตเราไม่จำเป็นต้องพกกระเป๋าตังค์อีกต่อไป จากกระแสโลกาภิวัตน์ยังมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกให้เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ ระดับของการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในกระบวนการทำงาน การสื่อสารข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กระบวนการผลิตสินค้าและบริการ ระบบการคมนาคมและการขนส่งสินค้า ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนมีส่วนช่วยสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมทางการตลาดอย่างก้าวกระโดด (Brandbuffet, 2020, Filatotchev et al., 2009 and Kaya, 2008)

การจัดอันดับดัชนีนวัตกรรมโลก ประจำปี 2564 (Global Innovation Index 2021; GII 2021) ภายใต้แนวคิดด้านการติดตามการปรับตัวระบบนวัตกรรมในภาวะวิกฤติโควิด-19 (Tracking Innovation through the COVID-19 Crisis) ซึ่งจัดโดยองค์การทรัพย์สินทางปัญญาแห่งโลก (WIPO) เพื่อวัดระดับความสามารถทางด้านนวัตกรรมเสมือนมาตรวัดเปรียบเทียบเชิงเวลาและการเปรียบเทียบแข่งขันทางด้านนวัตกรรมของแต่ละประเทศกว่า 132 ประเทศทั่วโลก ประเทศไทยขยับดีขึ้นมาอยู่อันดับที่ 43 (ปี 2020 อันดับ 44) ถือเป็นอันดับ 3 ในอาเซียนรองจากสิงคโปร์ อันดับ 8 มาเลเซีย อันดับ 36 และแซงเวียดนามที่ตามมาในอันดับ 44 และปัจจัยค่าใช้จ่ายมวลรวมภายในประเทศสำหรับการวิจัยและพัฒนาซึ่งลงทุนโดยองค์กรธุรกิจยังคงสูงเป็นอันดับ 1 ของโลกต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ยิ่งไปกว่านั้นเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศกลุ่มรายได้ปานกลางระดับบน (upper middle-income economies) ประเทศไทยอยู่ในอันดับ 5 จากจำนวน 34 ประเทศ โดยประเทศไทยมีอันดับที่ดีกว่าค่าเฉลี่ยในทุกปัจจัย แต่หากเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เอเชียตะวันออกและโอเชียเนีย ประเทศไทยอยู่ในอันดับ 9 จากจำนวน 17 ประเทศ (กรุงเทพธุรกิจ, 2564 ; Global Stat, 2021)

ยิ่งไปกว่านั้นนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนมีการปฏิบัติในด้านการตลาด เทคโนโลยีความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมไทยแลนด์ 4.0 อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน โดยมีการปฏิบัติ ในด้านการตลาดมากที่สุด 2) ปัญหาอุปสรรค พบว่า อุปกรณ์ราคาแพง ไม่มีเทคโนโลยีใหม่ วัตถุดิบบางอย่างไม่สามารถ หาได้ในพื้นที่

ขาดแรงงาน ขาดเงินทุนหมุนเวียน และขาดแคลนน้ำที่ใช้ในการผลิต ทั้งนี้วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ เห็นว่า วิสาหกิจชุมชนของตนยังไม่ประสบความสำเร็จ และ 3) กลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย กลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงแก้ไข กลยุทธ์เชิงป้องกัน และกลยุทธ์เชิงรับ ซึ่งสามารถนำไปประกอบการตัดสินใจ ในการจัดทำกลยุทธ์การตลาดที่มุ่งตอบสนองตลาดทั้งในระดับท้องถิ่น และระดับประเทศของวิสาหกิจชุมชน (อุบลวรรณ สุวรรณภูมิ, 2564)

หากพิจารณาด้านของการทำการตลาดของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในกรณีของจังหวัดหนองคายพบว่า วิสาหกิจชุมชนยังมีการเชื่อมต่อ (Connectivity) ไปยังตลาด ต่างประเทศที่น้อยมาก เพราะกว่าร้อยละ 88 ของยอดขายสินค้าหนึ่งอำเภอหนึ่งหนึ่งผลิตภัณฑ์เกิดขึ้นเพียง ภายในจังหวัดหรือในระดับภูมิภาคเท่านั้น ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนยังไม่สามารถสร้างความเชื่อมต่อไปสู่ ตลาดที่มีอำนาจซื้อสูงอย่างกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (เพียงร้อยละ 7.77) หรือตลาดต่างประเทศ (เพียง ร้อยละ 0.35) เท่านั้น โดยสาเหตุสำคัญมาจากการที่วิสาหกิจไม่ได้มีการผลิตสินค้าที่ตรงตามความต้องการของ ตลาดที่มีอำนาจซื้อสูงเหล่านั้น นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนยังไม่ได้มีการสร้างเครือข่ายความเชื่อมต่อกับ หน่วยงานภายนอกพื้นที่มาเท่าที่ควร โดยเฉพาะความร่วมมือกับหน่วยงานเอกชน และ มหาวิทยาลัย ซึ่งมีส่วน สำคัญต่อการสร้างองค์ความรู้สร้างสรรค์นวัตกรรมและการทำการตลาด (Post Today, 2563)

อนึ่งวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานีมีการพัฒนาและวิจัยในหลากหลายประเด็นอย่างต่อเนื่องใน หลายหลายกลุ่มแต่ยังขาดการพัฒนาด้านนวัตกรรมทางการตลาด การตลาดและการสร้างมูลค่าเพิ่ม อีกทั้งยัง ไม่มีจุดเด่นด้านกาตลาด รวมถึงสร้างองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมทางการตลาดเพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการด้าน การตลาดโดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนและพัฒนาไปสู่คุณภาพที่ยั่งยืน ด้วย การพัฒนานวัตกรรมทางการตลาดและความคิดสร้างสรรค์สามารถจะพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เสริมสร้าง การจ้างงานในท้องถิ่น กระจายรายได้ สร้างความเข้มแข็งในชุมชน และสามารถจะพัฒนาไปสู่ความเป็นสากล ได้ (จรินทร์ จารุเสน และธัญนิชา วิโรจน์รุจน์, 2565)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้จึงสนใจที่จะพัฒนาตัวแบบด้านนวัตกรรมการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชนใน จังหวัดปทุมธานีเพื่อสร้างนวัตกรรมการตลาดให้สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในตลาดและสามารถจะ พัฒนาการส่งออกได้ต่อไปในอนาคต สร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างรายได้ รวมถึงการตลาดการโยกย้ายถิ่นฐาน พัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ในชุมชน ก่อให้เกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบด้านนวัตกรรมทางการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน
2. เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดด้านการตลาด

การก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) อย่างเต็มรูปแบบสามารถสะท้อนได้จากการ เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นรอบด้านที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคเศรษฐกิจโลกที่มีต่อการ เชื่อมโยงกันในทุก ๆ ภูมิภาคทั่วโลก ตัวอย่างเช่นสามารถจะสะท้อนได้จากการเพิ่มขึ้นของปริมาณการค้าและ การลงทุนระหว่างประเทศที่เพิ่มขึ้นมากในระยะเวลาที่ผ่านมา ยิ่งไปกว่านั้นกระแสโลกาภิวัตน์ยังมีส่วนสำคัญ

อย่างยิ่งในการสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกให้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Kaya, 2008) ทำให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ ระดับของการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในกระบวนการทำงาน การสื่อสารข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กระบวนการผลิตสินค้าและบริการ ระบบการคมนาคมและการขนส่งสินค้า ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนมีส่วนช่วยสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมทางการตลาดอย่างก้าวกระโดด (Filatotchev et al., 2009) อย่างไรก็ตาม ผลจากความก้าวหน้าดังกล่าวยังส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญอีกด้วย และยังมีส่วนสำคัญในการกระตุ้นความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภคให้เพิ่มขึ้นอีกด้วย (Hortinha and Lages, 2011) ส่งผลกระทบโดยตรงต่อผู้ประกอบการด้านการตลาด และผู้ประกอบการกิจการโดยทั่วไป

2.2 แนวคิดด้านนวัตกรรม

นวัตกรรม (Innovation) มีรากศัพท์มาจาก innovare ในภาษาละติน แปลว่าการกระทำสิ่งใหม่ขึ้นมา หรือการนำแนวความคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบ ใหม่ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ในอีกนัยหนึ่งตีความได้ว่า “การทำในสิ่งที่เกิดสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่นโดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ (Change) ที่เกิดขึ้นรอบตัวเราให้กลายมาเป็นโอกาส (Opportunity) และถ่ายทอดไปสู่แนวความคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคมโดยรวม” แนวความคิดนี้ได้ถูกพัฒนาขึ้นมาในช่วงต้นศตวรรษที่ 21 โดยจะเน้นไปที่การสร้างสรรคการวิจัยและพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอันจะนำไปสู่การได้มาซึ่งนวัตกรรมทางเทคโนโลยี (สมบัติ นามบุรี, 2562)

3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1 ทฤษฎีการแพร่กระจายของนวัตกรรม (Diffusion of Innovation theory)

จากการศึกษาของ Boston University (2019) เสนอไว้ว่าทฤษฎีนี้พัฒนาโดย EM Rogers ในปี 1962 เป็นหนึ่งในทฤษฎีทางสังคมศาสตร์ที่เก่าแก่ที่สุด มีต้นกำเนิดมาจากการสื่อสารเพื่ออธิบายว่าเมื่อเวลาผ่านไป ความคิดหรือผลิตภัณฑ์ได้รับแรงผลักดันและกระจาย (หรือแพร่กระจาย) ผ่านประชากรหรือระบบสังคมที่เฉพาะเจาะจงได้อย่างไร ผลลัพธ์สุดท้ายของการแพร่กระจายนี้คือ ผู้คนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคม นำแนวคิด พฤติกรรม หรือผลิตภัณฑ์ใหม่มาใช้ การรับเลืงบุตรบุญธรรมหมายความว่าบุคคลทำสิ่งที่แตกต่างไปจากที่เคยทำมา (เช่น ซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้รับและทำพฤติกรรมใหม่ เป็นต้น) กุญแจสำคัญในการนำไปใช้คือบุคคลนั้นต้องรับรู้ความคิด พฤติกรรม หรือผลิตภัณฑ์ว่าเป็นของใหม่ การแพร่กระจายเป็นไปโดยวิธีนี้

3.2 ทฤษฎีนวัตกรรมสำหรับผู้ประกอบการ (Schumpeter innovation theory of entrepreneurship)

จากการศึกษาของ ŚLEDZIK (2013) พบว่าแม้ว่าตั้งแต่ช่วงปลายทศวรรษ 1880 มีรายงานการใช้คำว่า "นวัตกรรม" เพื่อหมายถึงสิ่งผิดปกติ หมายถึงการตั้งค่าของผู้บริโภคได้รับแล้วและไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หมายความว่าไม่สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจได้ นอกจากนี้ ผู้บริโภคที่อยู่ในกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจยังมีบทบาทที่ไม่ได้ตอบ ในทฤษฎีการพัฒนาเศรษฐกิจ และการทำงานต่อไป Schumpeter อธิบายว่าการพัฒนาเป็นกระบวนการทางประวัติศาสตร์ของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง ซึ่งขับเคลื่อนโดยนวัตกรรมอย่างมาก

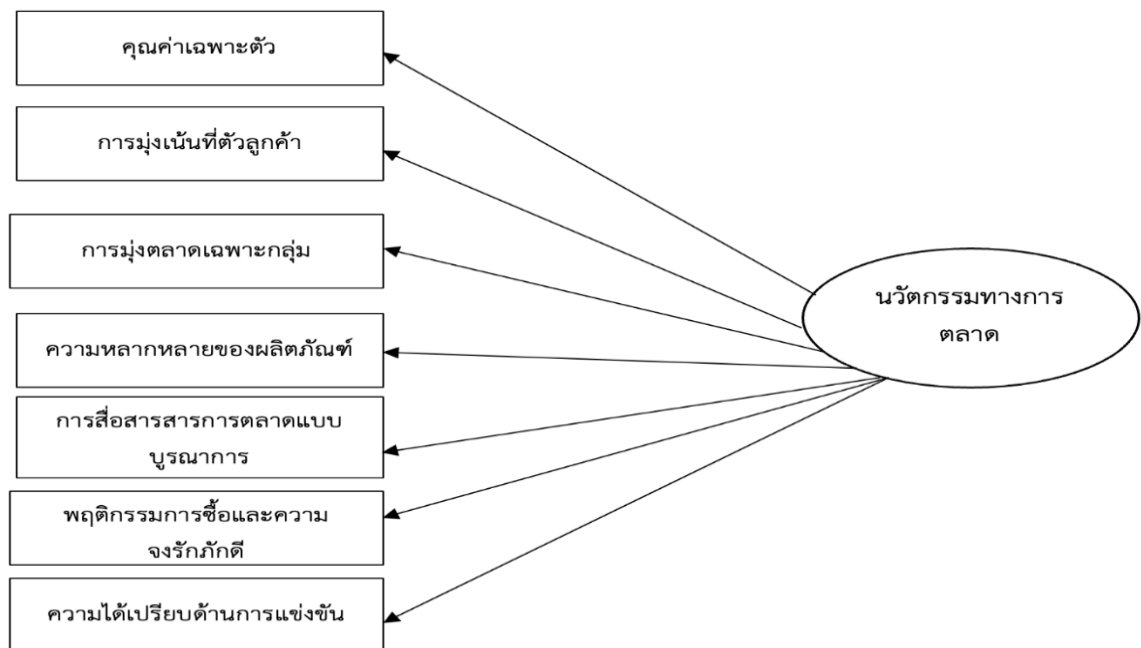
3.3 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

จัดเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางการตลาด สำหรับการตลาดบริการนั้น นอกเหนือจากส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าทั่วไปที่ประกอบด้วย 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product) ราคา (Price) สถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แล้ว ส่วนประสมทางการตลาดบริการยังมีส่วนประกอบที่เพิ่มขึ้นมาอีก 3 ส่วน คือ พนักงาน กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ โดยปัจจัยพื้นฐานเหล่านี้ สามารถควบคุม ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง แก้ไขได้ และมุ่งสนใจตอบสนองความต้องการของลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

จากการทบทวนวรรณกรรมสรุปการศึกษาในบทนี้ประกอบด้วยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่แนวคิดด้านการตลาด แนวคิดนวัตกรรมการตลาด และแนวคิดวิสาหกิจชุมชน ทฤษฎีประกอบด้วยทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด ทฤษฎีด้านนวัตกรรม ทฤษฎีด้านวิสาหกิจชุมชน และทฤษฎีความได้เปรียบด้านการแข่งขันด้าน งานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยงานวิจัยด้านการตลาดหรือส่วนประสมการตลาด งานวิจัยด้านนวัตกรรมการตลาด งานวิจัยด้านการตลาดวิสาหกิจชุมชน พฤติกรรมการซื้อและความจงรักภักดี และงานวิจัยด้านความได้เปรียบด้านการแข่งขัน

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

กรอบแนวความคิดในการดำเนินการวิจัยพัฒนามาจาก การทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยตัวแปรแฝงนวัตกรรมทางการตลาด พฤติกรรมการซื้อและความจงรักภักดีต่อแบรนด์ และความได้เปรียบด้านการแข่งขันดังแสดงได้ในแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณด้านคุณค่าเฉพาะตัว การมุ่งเน้นที่ตัวลูกค้า การมุ่งเน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ พฤติกรรมการซื้อและความจงรักภักดี และความได้เปรียบด้านการแข่งขัน หลักจากการทำการวิเคราะห์องค์ประกอบแล้ว จึงการวิเคราะห์เชิงคุณภาพด้วย SWOT Analysis และ TOWS Matrix

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือการวิจัย โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้นมาจากแนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และสามารถได้ข้อมูลตัวแปรต่าง ๆ นำมาสร้างแบบสอบถามสอดคล้องตามกรอบแนวคิดการวิจัยด้านนวัตกรรมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน จังหวัดปทุมธานี การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Item of Objective congruence Index) ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ นำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 15 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยนี้ ต่อมาจึงนำข้อมูลดังกล่าวไปหาค่าความเที่ยงตรง (Reliability) ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบราก โดยมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคุณค่าเฉพาะตัวมีค่าที่ 0.725 ของการมุ่งเน้นที่ตัวลูกค้าที่ตัวลูกค้ามีค่าที่ 0.756 การมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่มมีค่าที่ 0.743 ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มีค่าที่ 0.796 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีค่าที่ 0.758 พฤติกรรมการซื้อและความจงรักภักดีมีค่าที่ 0.852 และ ความได้เปรียบด้านการแข่งขันมีค่าที่ 0.886 จึงจะถือว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือ และยอมรับทางสถิติสามารถเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เครื่องมือในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยโครงสร้างของแบบสอบถาม 4 ส่วน ประกอบด้วยส่วนที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม และบริษัท ซึ่งประกอบด้วย ข้อคำถามด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม อันได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน และความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ และข้อมูลด้านขนาดขององค์กร ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านนวัตกรรมนวัตกรรมทางการตลาด ประกอบด้วยคุณค่าเฉพาะตัว การมุ่งเน้นที่ตัวลูกค้า การมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อและความจงรักภักดีต่อแบรนด์ ประกอบด้วยพฤติกรรมการซื้อ และความจงรักภักดีต่อแบรนด์ และ ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านความได้เปรียบด้านการแข่งขัน ประกอบด้วยการมีกลยุทธ์ด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่างในด้านสินค้าและบริการ และการตอบสนองอย่างรวดเร็วแก่ผู้บริโภค

รูปแบบของข้อคำถาม ส่วนที่ 1 รูปแบบข้อคำถามในแบบสอบถามมีลักษณะข้อคำถามแบบปลายเปิดเป็นข้อคำถามที่ผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้ตามความเป็นจริง ส่วนที่ 2-4 รูปแบบข้อคำถามแบบสอบถาม มีลักษณะของข้อคำถามแบบปลายปิดและส่วนของคำตอบเป็นการประเมินค่าด้วยการวัดแบบลิเคิทสเกล งานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดใช้ Five-point Rating Scale

2. ประชากรเป้าหมาย คือผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานีจำนวนทั้งสิ้น 324 ราย (ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน, 2564) โดยผู้วิจัยทำการเก็บตัวอย่างแบบเจาะจงตามลำดับรายชื่อที่กำหนดรวมทั้งหมด 324 รายเพื่อให้สามารถดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลได้และควรอย่างน้อย 15-20 เท่าของตัวแปร

สังเกตได้ อนึ่งสามารถสรุปได้ว่าจำนวนตัวอย่างควรมากกว่า 200 กลุ่มตัวอย่างเป็นต้นไป (Kline, 2005 ; Hoyle and Kenny, 1999)

การทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา ผู้วิจัยได้ทดสอบความถูกต้องของเนื้อหาตามมาตรฐานสากล โดย (1) การทบทวนวรรณกรรม และ (2) การศึกษานำร่อง ผลการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามในด้านความถูกต้องของเนื้อหา ความครอบคลุมของแบบสอบถาม ความเหมาะสมและความชัดเจนในการใช้งาน ภาษา ตั้งแต่ 5 ผู้เชี่ยวชาญพบว่าค่าความสม่ำเสมออยู่ระหว่าง 0.80 - 1.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำตามที่กำหนด ดังนั้นทุกคำถามในแบบสอบถามจึงมีความสอดคล้องกันระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่จะวัดผลมีความถูกต้องในเนื้อหาและมีความชัดเจนของภาษาและครอบคลุมเนื้อหาที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาจึงสามารถใช้เพื่อรวบรวมข้อมูลได้

การทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) ผลการทดสอบการวิเคราะห์องค์ประกอบเบื้องต้นจำนวน 15 รายการพบว่าทุกข้อคำถามผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำคือมีค่ามากกว่า 0.50 ไม่มีองค์ประกอบและข้อคำถามใดที่ใช้ในการวัดค่าตัวแปรมีค่าน้อยกว่าที่กำหนดสามารถนำไปใช้วิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไปได้

ด้านวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) วิสาหกิจชุมชน จังหวัดปทุมธานี โดยในการศึกษาครั้งนี้ใช้การศึกษาสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 15 คน โดยเก็บจากวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี จากหัวหน้าหรือตัวแทนหรือผู้มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับในใบรายชื่อ

เครื่องมือวิจัยสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยกำหนดเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดปทุมธานีซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยพิจารณาจากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดปทุมธานี

การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎีการตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือการใช้ทฤษฎีมากกว่า 1 ทฤษฎี ซึ่งการวิจัยนี้ได้ใช้ทฤษฎีอย่างน้อย 3 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด ทฤษฎีด้านนวัตกรรม ทฤษฎีด้านวิสาหกิจชุมชน และทฤษฎีความได้เปรียบด้านการแข่งขัน

3 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factors analysis) กล่าวได้ว่าเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจนั้นเป็นเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อใช้จัดหมวดหมู่ตัวแปรจำนวนมากให้เป็นหมวดหมู่ได้ ยิ่งไปกว่านั้นยังสามารถช่วยให้ผู้วิจัยสามารถจัดหมวดหมู่ของตัวแปรต่าง ๆ ได้ในกรณีที่ผู้วิจัยไม่ทราบว่าจะทำการจัดหมวดหมู่ตัวแปรนั้น ๆ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544)

ด้านการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์ SWOT โดยใช้วิธีการเข้าถึงความรู้ความจริงและสรุปข้อมูลแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenological Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับวิสาหกิจชุมชน จังหวัดปทุมธานี และทำการวิเคราะห์ TOWS Matrix

4. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละพบว่าประชากรพบว่าเป็นเพศหญิงจำนวน 164 รายคิดเป็นร้อยละ 50.6 มีจำนวนพนักงานมากที่สุดอันดับแรกคือมีพนักงานตั้งแต่ 11-20 คน จำนวน 62 รายคิดเป็นร้อยละ 19 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีเป็นจำนวนมากที่สุดมีจำนวน 148 รายคิดเป็นร้อยละ 45.7 ด้านอายุพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 41-50 ปีเป็นจำนวนมากที่สุดถึง 71 รายคิดเป็นร้อยละ 21.9

ด้านการดำเนินกิจการพบว่าดำเนินกิจการมาแล้ว 7-10 ปีคิดเป็นจำนวน 86 รายคิดเป็นร้อยละ 26.5 และส่วนประเภทของกิจการพบว่าเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มอาหารมากถึงจำนวน 80 รายคิดเป็นร้อยละ 24.7

การวิเคราะห์องค์ประกอบ

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจพบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรทุกตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 มีค่า Eigenvalue มากกว่า 1.000 แสดงว่ามีความเหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบได้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์องค์ประกอบ

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักปัจจัย	AVE	CR	tolerance	VIF	ค่าความเชื่อมั่น (Alpha)
คุณค่าเฉพาะตัว	0.719-0.775	0.550	0.640	0.498	2.006	0.725
การมุ่งเน้นที่ตัวลูกค้า	0.618-0.987	0.501	0.754	0.403	2.478	0.669
การมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม	0.567-0.680	0.588	0.783	0.290	3.446	0.619
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	0.882-0.899	0.949	0.775	0.490	2.040	0.613
การสื่อสารการตลาด	0.682-0.946	0.887	0.795	0.825	1.213	0.615
แบบบูรณาการพฤติกรรมซื้อและความจงรักภักดี	0.817-0.886	0.887	0.795	0.425	2.351	0.502
ความได้เปรียบด้านการแข่งขัน	0.741-0.996	0.943	0.942	1.000	1.000	0.886

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจพบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรด้านคุณค่าเฉพาะตัวประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบจากข้อคำถามที่ใช้วัดทุกข้อคำถามผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดคือต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 โดยพบว่าข้อคำถามด้านมีผลิตภัณฑ์ที่มีสรรพคุณเฉพาะตัวได้ดีกว่าผลิตภัณฑ์อื่นที่มีอยู่ในท้องตลาด (Uniq2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดที่ 0.775

ด้านผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจพบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรด้านการมุ่งที่ตัวลูกค้าประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบจากข้อคำถามที่ใช้วัด 4 ข้อทุกข้อคำถามผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดคือต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 โดยพบว่าข้อคำถามด้านลูกค้าสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้จากช่องทางการจัดจำหน่ายที่ หลากหลาย เช่น ร้านขายยา ร้านสปาโทรสซิ่ง และ ทาง อินเทอร์เน็ต เป็น

ตัน (Cus1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดที่ 0.987 รองลงไปคือ กิจการของท่านมี Call Center เพื่ออำนวยความสะดวกด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์สำหรับลูกค้า และกิจการของท่านให้ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับลูกค้าในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.618 ถึง 0.987

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจพบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรด้านการการตลาดเฉพาะกลุ่มประกอบด้วยองค์ประกอบ 1 องค์ประกอบจากข้อคำถามที่ใช้วัด 3 ข้อทุกข้อคำถามผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดคือต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 โดยพบว่าข้อคำถามด้านมีขนาดและ Packaging ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย (Mkf2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดที่ 0.680 รองลงไปคือมีการทำการตลาดที่สื่อให้เห็นถึงสรรพคุณผลิตภัณฑ์ที่มุ่ง การตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) (เช่น สำหรับผู้ป่วย สำหรับผู้สูงอายุ สำหรับเด็กเป็นต้น) และมีราคาที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่มตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.680 ถึง 0.567

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจพบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยองค์ประกอบ 1 องค์ประกอบจากข้อคำถามที่ใช้วัด 3 ข้อทุกข้อคำถามผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดคือต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 โดยพบว่าข้อคำถามด้านการเพิ่มคุณภาพการผลิตในส่วนประกอบและวัสดุของผลิตภัณฑ์ปัจจุบัน (Pv1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดที่ 0.899 รองลงไปคือบริษัทมีการผลิตอุปกรณ์เสริมเพื่อเพิ่มการใช้งานผลิตภัณฑ์หลัก(เช่น ผกพาสะดวก มี QR Code เป็นต้น) และบริษัทมีการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่ หลากหลายมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่า ๆ กันตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบทั้งหมดระหว่าง 0.882-0.899

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจพบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 องค์ประกอบจากข้อคำถามที่ใช้วัด 2 ข้อทุกข้อคำถามผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดคือต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 โดยพบว่าข้อคำถามด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ที่หลากหลาย ประเภท (เช่น Website Facebook Line WeChat Instagram และ Email เป็นต้น) (Imc1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดที่ 0.946 รองลงไปคือการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ (เช่น การโฆษณา ทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสารวิชาการ และแผ่นป้ายโฆษณา) และการจัดกิจกรรมการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ (เช่น ออกงานวิชาการ ร่วมงาน OTOP เป็นผู้สนับสนุนในงานกีฬา และ ออกบูธประชาสัมพันธ์ในสถานที่ต่าง ๆ ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.648 ถึง 0.946

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจพบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรด้านพฤติกรรมการซื้อและความจงรักภักดีประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 องค์ประกอบจากข้อคำถามที่ใช้วัด 4 ข้อทุกข้อคำถามผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดคือต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 โดยพบว่าข้อคำถามท่านจะตัดสินใจซื้อซ้ำ (BL2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดที่ 0.886 รองลงไปคือการทำท่านจะใช้ผลิตภัณฑ์นี้ต่อไปโดยไม่เปลี่ยนไปใช้ Brand อื่น และท่านจะตัดสินใจซื้อเพื่อทดลองใช้ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.817 ถึง 0.886

และผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจพบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรด้านพฤติกรรมการซื้อและความจงรักภักดีประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 องค์ประกอบจากข้อคำถามที่ใช้วัด 4 ข้อทุกข้อคำถามผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดคือต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 โดยพบว่าข้อคำถามบริษัทของท่านสามารถตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว (Comp3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดที่

0.966 รองลงไปคือบริษัทของท่านมีการบริหารต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ และบริษัทของท่านสามารถสร้างแตกต่างในด้านสินค้าและบริการได้ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.714 ถึง 0.966 ด้านผลการวิเคราะห์พบว่าค่า Tolerance มีค่าระหว่าง 0.627- 0.896 แสดงว่า มีอิทธิพลทางตรงกันต่ำ ไม่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวแปร ด้านค่า VIF (Variance Inflation Factor) มีค่าระหว่าง 1.1160 -1.596 แสดงว่า ไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ

จึงสรุปได้ว่าการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุ พบว่าตัวแปรแต่ละตัวไม่รับอิทธิพลซึ่งกันและกันจากตัวแปรอื่น ๆ และไม่มีปัญหาด้านภาวะร่วมเส้นตรงสูง

ผลการวิเคราะห์ความตรงแบบรวมศูนย์ (convergent validity) เมื่อพิจารณาค่า AVE (Average Variance Extracted) ที่แสดงถึงความเที่ยงตรงของมาตรวัด แล้วพบว่า มาตรวัดทุกองค์ประกอบมีค่าผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำคือต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.50 และเนื่องจากผู้วิจัยนำไปใช้ต่อในการวิเคราะห์กรอบแนวความคิดสมการโครงสร้าง ยิ่งกว่านั้นยังพบว่า มาตรวัดความได้เปรียบแต่ละองค์กรมมีค่า AVE สูงสุด คือ 0.943 รองลงไปคือนวัตกรรมองค์กรมมีค่า AVE ที่ 0.887 และในส่วนของค่า CR นั้น เกณฑ์กำหนดว่า ต้องมีค่ามากกว่า 0.6 ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า CR ของทุกมาตรวัดมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดทั้งสิ้น โดยพบว่า ค่า CR ของนวัตกรรมทางการตลาดมีค่าสูงสุด คือ 0.942 และค่า CR ของนวัตกรรมองค์กรมมีค่าในระดับที่รองลงไป คือ 0.795 ผลการวิเคราะห์ค่า CR แสดงให้เห็นว่า มาตรวัดมีความเที่ยงตรงสูงมาก และสามารถวัดเรื่องราวในหมวดของตนได้เป็นอย่างดี และมาตรวัดในแต่ละหมวดมีความคงเส้นคงวา (consistency) สูง สามารถจะสรุปได้ว่า มาตรวัดมีความเที่ยงตรงสูง สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ต่อไปได้อย่างเหมาะสมยิ่ง

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ SWOT พบว่า

1) จุดแข็งของวิสาหกิจชุมชน จุดแข็งของวิสาหกิจชุมชน ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้นำวิสาหกิจชุมชนพบว่า จุดแข็งในภาพรวม คือ วิสาหกิจมีความเข้มแข็ง สามัคคีและช่วยเหลือกันในการทำกิจกรรมสมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชน มีหน้าร้านเป็นของตัวเอง คือ ที่ทำการงานเป็นกลุ่ม

2) จุดอ่อนของวิสาหกิจชุมชน การวิเคราะห์จุดอ่อนของวิสาหกิจชุมชน ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้นำวิสาหกิจชุมชนพบว่า อายุของสินค้าบางผลิตภัณฑ์มีระยะเวลานั้น ขาดแคลนงบประมาณในการพัฒนานวัตกรรมการผลิต ช่องทางการตลาดยังไม่ทั่วถึง

3) โอกาสของวิสาหกิจ เมื่อพิจารณาโอกาสของวิสาหกิจ ที่สะท้อนผ่านผู้นำวิสาหกิจพบว่า มีหน่วยงานภาครัฐ ลงพื้นที่ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนทั้งวิชาการและอุปกรณ์การผลิต รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ให้ประสบความสำเร็จ

4) อุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน สำหรับอุปสรรคที่วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ประสบคือ หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนไม่ตรงกับความต้องการ ทั้งในเรื่องอุปกรณ์และบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ วิสาหกิจชุมชนไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน เนื่องจากกลุ่มยังขาดความเข้มแข็ง สามารถสังเคราะห์ TOWS Matrix ได้ดังนี้

ตารางที่ 2 TOWS matrix

วิสาหกิจชุมชน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	1. วิสาหกิจมีความเข้มแข็ง สามัคคี และช่วยเหลือกันในการทำกิจกรรม 2. ผู้นำกลุ่มมีศักยภาพ 3. สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชน มีหน้าร้าน ผู้ผลิตมีความชำนาญ ผลิตภัณฑ์มีปริมาณมาก ราคาเหมาะสม และใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น	1. สินค้ามีอายุสั้น ขาดแคลนงบประมาณ ช่องทางการตลาดไม่ทั่วถึง ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2. ขาดระบบบัญชี เงินทุนน้อย ขาดความรู้ด้านเทคโนโลยี ขาดแหล่งเรียนรู้ และเครื่องมือในการผลิตไม่ทันสมัย
โอกาส 1. มีหน่วยงานภาครัฐ ลงพื้นที่ให้ความช่วยเหลือ 2. รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ให้ประสบความสำเร็จ 3. หน่วยงานรัฐสนับสนุนการตลาด	กลยุทธ์เชิงรุก ส่งเสริมการรวมตัวของวิสาหกิจชุมชน พัฒนาสินค้าให้เหมาะสมกับตลาด พัฒนาช่องทางการตลาดแบบใหม่ ๆ เช่น การตลาดออนไลน์ การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สนับสนุนด้านเงินทุน พัฒนาให้ผู้ประกอบการมีความเชี่ยวชาญในด้านของตนเองและส่งเสริมให้มีความต่อเนื่องในการประกอบการ เพื่อให้เกิดความชำนาญ	กลยุทธ์เชิงแก้ไข พัฒนาระบบบัญชีให้สามารถเก็บรักษาสินค้าได้นาน ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและดอกเบี้ยที่ต่ำ ส่งเสริมการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมมีเอกลักษณ์แต่ละท้องถิ่น รวมถึงการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ ยิ่งไปกว่านั้นต้องพัฒนาให้สามารถขายได้ตลาดต่างประเทศ
อุปสรรค 1. หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนไม่ตรงกับความต้องการ ทั้งในเรื่องอุปกรณ์ในการผลิตและบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ 2. วิสาหกิจชุมชนไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน เนื่องจากกลุ่มยังขาดความเข้มแข็ง 3. สินค้าวิสาหกิจยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค เนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์	กลยุทธ์เชิงป้องกัน ส่งเสริมความต้องการของแต่ละวิสาหกิจชุมชน โดยต้องมีการวิจัยและพัฒนาาร่วมด้วย จัดหาอุปกรณ์และเครื่องมือที่เหมาะสมแก่แต่ละวิสาหกิจชุมชน เสริมสร้างทักษะแก่ผู้ประกอบการให้มีทักษะด้านเทคโนโลยี ด้านการตลาด และอื่น ๆ เพื่อให้สามารถประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมการขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์	กลยุทธ์เชิงรับ เสริมสร้างองค์ความรู้ในด้านต่าง ๆ เช่นด้านบัญชี ด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการ ให้องค์ความรู้ด้านการขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รวมตลอดถึงการเข้าถึงผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ ส่งเสริมความรู้ในด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่า

สามารถสรุปกลยุทธ์ได้ดังนี้

1. กลยุทธ์เชิงรุกประกอบด้วย ประกอบด้วยส่งเสริมการรวมตัวของวิสาหกิจชุมชน พัฒนาสินค้าให้เหมาะสมกับตลาดพัฒนาช่องทางการตลาดแบบใหม่ ๆ เช่น การตลาดออนไลน์ การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สนับสนุนด้านเงินทุน พัฒนาให้ผู้ประกอบการมีความเชี่ยวชาญในด้านของตนเองและส่งเสริมให้มีความต่อเนื่องในการประกอบการเพื่อให้เกิดความชำนาญ

2. กลยุทธ์เชิงแก้ไขประกอบด้วย พัฒนาบรรจุกณ์ทำให้สามารถเก็บรักษาสินค้าได้นาน ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและดอกเบี้ยที่ต่ำ ส่งเสริมการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมมีเอกลักษณ์แต่ละท้องถิ่น รวมถึงการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ ยิ่งไปกว่านั้นต้องพัฒนาให้สามารถขายได้ตลาดต่างประเทศ

3. กลยุทธ์เชิงป้องกันประกอบด้วย ส่งเสริมความต้องการของแต่ละวิสาหกิจชุมชน โดยต้องมีการวิจัยและพัฒนาไปด้วย จัดหาอุปกรณ์และเครื่องที่เหมาะสมแก่แต่ละวิสาหกิจชุมชน เสริมสร้างทักษะแก่ผู้ประกอบการให้มีทักษะด้านเทคโนโลยี ด้านการตลาด และอื่น ๆ เพื่อให้สามารถประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมการขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์

4. กลยุทธ์เชิงรับประกอบด้วย เสริมสร้างองค์ความรู้ในด้านต่าง ๆ เช่นด้านบัญชี ด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการ ให้องค์ความรู้ด้านการขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์รวมถึงการเข้าถึงผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ ส่งเสริมความรู้ในด้านการพัฒนาบรรจุกณ์เพื่อสร้างมูลค่า

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปรด้านการมุ่งคุณค่าเฉพาะตัวพบว่า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.618 ถึง 0.987 โดยมีค่า eigenvalue มากกว่า 1.00 และมีค่าน้ำเปอร์เซ็นต์รวมที่ 80.75 รวมถึงมีค่า KMO. 0.452 สอดคล้องกับการศึกษาของผลการศึกษาของ เมธิกา พ่วงแสง หญิง มัทนัง (2563) ที่ทำการศึกษามุ่งคุณค่าเฉพาะตัวพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีบ้านบึง ตำบลบ้านบึง อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี มีสมาชิก ในกลุ่มประมาณ 27 ครั้วเรือน ซึ่งมีอาชีพหลักคือ ปลูกสับปะรดพันธุ์ปัตตาเวียร์ มีศักยภาพด้านผู้นำ และมี การบริหารจัดการกลุ่มอย่างชัดเจนและเป็นระบบ มีการส่งเสริมสนับสนุนให้สมาชิกเกิดความร่วมมือและมีส่วนร่วม ในการกำหนดแนวทาง เป้าหมายการดำเนินงาน รวมถึงการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค การปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการดำเนินงานของกลุ่ม

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบตัวแปรด้านการมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่มพบว่า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.560 ถึง 0.680 โดยมีค่า eigenvalue ที่ 1.206 มีค่า KMO. ที่ 0.543 สอดคล้องกับการศึกษาของ วัลลภา วิชะยะวงศ์ มาริษา สุจิตวนิช ผ่องใส สินธุสกุล และพันธิการ์ วัฒนกุล(2564) ที่ทำการศึกษามุ่งตลาดเฉพาะกลุ่มผลการวิจัยพบว่า 1) ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ลาว ครั้งผู้ผลิตเป็นแบบรวมกลุ่มสมาชิก ส่วนใหญ่ทำผลิตภัณฑ์ผ้าทอ เพื่อจำหน่ายและสวมใส่ใน งานประเพณี ผู้ผลิตมีจำนวนน้อย หาซื้อได้ยาก ขาดความต่อเนื่องในการขาย ยอดขายซบเซา ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับการยกระดับ การขายอยู่ในพื้นที่ ผู้ซื้อเป็นคนในชุมชน 2) ปัญหาทาง การตลาดของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ลาว ครั้ง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย ไม่ทันสมัย ขาดการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บรรจุกณ์ไม่มีเอกลักษณ์

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปรด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์พบว่าองค์ประกอบทุกองค์ประกอบทั้ง 3 ข้อคำถามผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำตามที่กำหนดคือมากกว่า 0.50 และสามารถแยกองค์ประกอบออกได้เป็นสององค์ประกอบ โดยข้อคำถามด้านการเพิ่มคุณภาพการผลิตในส่วนประกอบและวัสดุของผลิตภัณฑ์ปัจจุบันมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดที่ 0.899 สอดคล้องกับการวิจัยของ หทัยทิพย์ แดงปทิว (2559) ที่ทำการศึกษานวัตกรรมผลิตภัณฑ์พบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ อาหารเสริมเพื่อผิวขาว พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับด้านราคามากที่สุด ตามด้วยด้านช่อง

ทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด 2) ทักษะที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหาร เสริมเพื่อผิวขาวพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ตามด้วยด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม 3) แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อผิวขาวพบว่า ผู้บริโภคมีแรงจูงใจด้านเหตุผลมากที่สุด ตามด้วยด้านอารมณ์

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปรด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการพบว่า องค์ประกอบ 3 องค์ประกอบผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำคือมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดที่ 0.946 มีค่า eigenvalue ไม่น้อยกว่า 1.00 และมีค่าเปอร์เซ็นต์รวมที่ 67.684 รวมตลอดถึงมีค่า KMO. ที่ 0.499 สอดคล้องกับการศึกษาของของ สมบูรณ์ ภูมรินทร์ (2558) พบว่าการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวสาร บรรจุถุงของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรีพบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ได้แก่การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การตลาดเชิงกิจกรรม และ การสื่อสารแบบปากต่อปากส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ข้าวสารบรรจุถุง เนื่องจาก ผู้ผลิตได้ให้ความสำคัญ ในการนำเครื่องมือการสื่อสารการตลาดต่าง ๆ ที่มี อยู่มาใช้ในการประสมประสานกันอย่างเหมาะสมทำให้ผู้บริโภคได้รับรู้ข่าวสารจากหลาย ๆ ช่องทาง นำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของพฤติกรรมการซื้อและความจงรักภักดีพบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.817-0.886 โดยมีค่า eigenvalue ไม่น้อยกว่า 1.00 มีค่าเปอร์เซ็นต์รวมที่ 72.72 และมีค่า KMO. ที่ 0.50 สอดคล้องกับการศึกษาของ ชุตินา นิมนวล (2563) พบว่าพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่เป็น ประเภทอาหาร วัตถุประสงค์สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อ สินค้า OTOP ส่วนใหญ่เพื่อใช้เองส่วนตัว บุคคลที่มี อิทธิพลมากที่สุดในการเลือกซื้อสินค้า OTOP

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของความสามารถด้านการแข่งขันพบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของทุกข้อคำถามผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำตามที่กำหนดคือมากกว่า 0.50 และมีองค์ประกอบ 1 องค์ประกอบโดยพบว่าข้อคำถามด้านบริษัทของท่านสามารถตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว (Comp3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดที่ 0.966 สอดคล้องกับการศึกษาของ อัจฉรา เมฆสุวรรณ (2560) พบว่าความได้เปรียบในการแข่งขันอยู่ในระดับมาก อนึ่งการวิจัยในครั้งนี้ค้นพบว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น มีสินค้าและบริการที่หลากหลาย ส่งผลให้กิจการมีความสามารถในการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยต้องเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ สามารถจะช่วยพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันได้

ด้านการวิจัยเชิงคุณภาพได้ดังนี้ 1. กลยุทธ์เชิงรุก: พัฒนาลิขสิทธิ์ให้เหมาะสมกับตลาดพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ ๆ เช่น การตลาดออนไลน์ การตลาดโซเชียลมีเดีย นอกจากนี้ ยังให้ทุนสนับสนุนการพัฒนาผู้ประกอบการให้มีความเชี่ยวชาญในสาขาของตนเอง และส่งเสริมความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้เกิดความชำนาญ 2. แนวทางแก้ไข/ปรับปรุง: พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถเก็บสินค้าได้ยาวนาน ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและดอกเบี้ยต่ำ ส่งเสริมการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับแต่ละท้องที่รวมถึงการเข้าถึงโซเชียลมีเดีย นอกจากนี้ ยังได้พัฒนาให้สามารถขายในตลาดต่างประเทศได้ 3. ยุทธศาสตร์การป้องกัน: ส่งเสริมความต้องการของวิสาหกิจชุมชนแต่ละแห่งที่ต้องใช้การวิจัยและพัฒนาาร่วมกัน จัดหาอุปกรณ์และเครื่องมือที่เหมาะสมแก่วิสาหกิจชุมชนแต่ละแห่ง สร้างทักษะให้ผู้ประกอบการมีทักษะด้านเทคโนโลยีการตลาด เป็นต้น เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โปรโมทผ่านโซเชียล และ 4. กลยุทธ์แบบรับ: เสริมความรู้ในด้านต่าง ๆ เช่น การตลาดการบัญชีให้กับผู้ประกอบการ ให้ความรู้ในการขายผ่านโซเชียลมีเดีย

และเข้าถึงผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ ส่งเสริมความรู้ด้านบรรจุกฎที่สอดคล้องกับการศึกษาของ Chumme and Khammadee (2021) ที่ทำการศึกษาวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสระแก้วพบว่า 1. ยุทธศาสตร์เชิงรุก (SO) คือ การพัฒนากลยุทธ์การสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ โดยต้องพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนมีความแตกต่างและหลากหลาย เช่น ผ้าทอพื้นเมือง โดยยังคงรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น 2. ยุทธศาสตร์การแก้ไข/ปรับปรุง (WO) คือการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ต้องมีการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนด้วยการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย เช่น การใช้ Line, Facebook หรือการขายออนไลน์ 3. ยุทธศาสตร์ป้องกัน คือ การพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมความรู้ ต้องส่งเสริมทักษะและภูมิปัญญาท้องถิ่นต้องส่งต่อให้คนรุ่นใหม่ การถ่ายทอดความรู้ต้องทำโดยคนรุ่นก่อนเพราะคนรุ่นก่อนมีความรู้และภูมิปัญญาเก่า และ 4. กลยุทธ์เชิงรับ (WT) เป็นพื้นที่ของการพัฒนากลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ที่ต้องสร้างเครือข่ายกับผู้จัดจำหน่ายภาครัฐและเอกชนโดยให้ความร่วมมือ เพื่อจัดงานแสดงสินค้าหรือการประชุมทางธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการและวิสาหกิจ

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. สำหรับผู้ประกอบการต้องพัฒนานวัตกรรมการตลาดใหม่ ๆ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน เช่น นวัตกรรมการผลิตที่ทันสมัย ช่องทางการตลาดใหม่ ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย โดยเฉพาะผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษ โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละช่วงวัย พัฒนาส่วนประสมทางการตลาดใหม่ที่เหมาะสมกับผู้บริโภคที่ป่วย และช่วยลดปัญหาสุขภาพต่าง ๆ พัฒนาบรรจุกฎที่สามารถเพิ่มมูลค่าเพิ่มได้ พัฒนาแนวทางการจัดการแบบใหม่โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย เปิดช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ ๆ เช่น ผ่านโซเชียลมีเดีย

2. สำหรับการกำหนดนโยบายในการเปิดคู่ค้ารายใหม่ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างอย่างชัดเจน ส่งเสริมการพัฒนาบรรจุกฎให้สามารถขายและเพิ่มมูลค่าเพิ่มได้ ตลอดจนพัฒนาผู้ประกอบการให้มีรายได้ที่มั่นคงสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

ผู้ที่สนใจควร ศึกษาตัวแปรใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องที่ได้จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรม ศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอื่น ๆ รวมตลอดถึงศึกษาช่องทางการตลาด การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดสมัย การสื่อสารการตลาด รวมถึงการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พัฒนาการศึกษที่เน้นเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่าง และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ ยิ่งไปกว่านั้นควรศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุที่จะเป็นตัวแปรที่สำคัญมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (2564). "ไทย" ไต่อันดับ 43 ตีชนินวัตกรรมโลก ขยับขึ้น 1 อันดับจากปี 63. [ออนไลน์], สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2564, จาก : <https://www.bangkokbiznews.com/news/961236>.
- จรินทร์ จารุเสน และธัญนิชา วิโรจน์รุจน์. (2565). การบริหารช่องทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าบนอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ จ. ปทุมธานี. *วารสารศิลปการจัดการ*, 6(1), 160-174.
- ชุติมา นิ่มนวล. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP กรณีศึกษา: ผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 22 (1), 27-34.
- แบรนด์บัฟเฟต์ (Brandbuffet). (2020). 12 นวัตกรรมเปลี่ยน “อนาคต” วงการตลาดโลก. [ออนไลน์], สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2564, จาก: <https://www.brandbuffet.in.th/2015/09/12-innovations-reshape-world-marketing/>.
- โพสต์ทูเดย์ (Post Today). (2563). กลยุทธ์ 4C เพื่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน. [ออนไลน์], สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2564 จาก <https://www.posttoday.com/finance-stock/columnist/633562>
- เมธิกา พ่วงแสง และ และหญิง มัทนัง. (2563). แนวทางการส่งเสริมการตลาดสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีบ้านบึง ตำบลบ้านบึง อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี. *วารสารปัญญาภิวัฒน์* .12 (2), 55-66
- ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน. (2564). สารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. [ออนไลน์], สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2564, จาก <https://smce.doae.go.th/>
- วัลลภา วิชะยะวงศ์ มาริษา สุจิตวนิช ผ่องใส สีนุสสุกุล และพันธิการ์ วัฒนกุล. (2564). การขยายโอกาสตลาดออนไลน์ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา กลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่ง สำหรับลูกค้าต่างประเทศ. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6 (7), 227-300.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2544). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : เพ็ญฟ้า พรินตติ้ง.
- สมบุรณ์ ภูมรินทร์. (2558). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและคุณค่าตราสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ข้าวสารบรรจุถุง ของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สมบัติ นามบุรี. (2562). นวัตกรรมและการบริหารจัดการ. *วารสารวิจัยวิชาการ* 2 (2), 121-134.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัท วีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.
- หทัยทิพย์ แดงปทิว. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทักษะคิดและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร เสริมเพื่อผิวขาวของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. [ออนไลน์], สืบค้นเมื่อ 29 กันยายน 2564, จาก: http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2800/1/hathaithip_daen.pdf.
- อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์. (2564). การพัฒนากลยุทธ์การตลาดด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมไทยแลนด์ 4.0 สำหรับวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์. *วารสารชุมชนวิจัย*. 15 (1) , 94-108.

- อัจฉรา เมฆสุวรรณ. (2560). ความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตร ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา**, 12 (5), 13-26.
- Boston University. (2019). **Diffusion of Innovation Theory**. Retrieved June 27, 2021 ,from: [https://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/mph-modules/sb/Behavioral change/theorie/behavioralchangetheories4.html](https://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/mph-modules/sb/Behavioral%20change/theories/behavioralchange/theories4.html)
- Chummee, P. and Khammadee, P. (2021). The Development of Marketing Strategy of Community Enterprise in Sa Kaeo Province. **Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (Q3)**, 12 (8), 2777-2783.
- Filatotchev, I., Liu, X., Buck, T., & Wright, M. (2009). The export orientation and export performance of high-technology SMEs in emerging markets. **Journal of International Business Studies**, 40(6), 1005-1021.
- Global Stat. (2021). **The Most Innovative Countries, Ranked by Income Group**. [Retrieved June 26 , 2021 from, <https://www.visualcapitalist.com/national-innovation-the-most-innovative-countries-by-income/>
- Hortinha, P., & Lages, C. (2011).The trade-off between customer and technology orientations: impact on innovation capabilities and export performance. **Journal of International Marketing**, 19 (3), 1-20.
- Hoyle, R. H., & Kenny, D. A. (1999). Statistical power and tests of mediation. In R. H. Hoyle (Ed.), **Statistical strategies for small sample research**. Newbury Park: Sage.
- Kaya, A. N. (2008). **Integration of market and entrepreneurial orientation; and their impact on export performance: a contingency approach**. Ph.D. Dissertation, Old Dominion University.
- Kline, R. B. (2005). **Principles and practice of structural equation modeling**. (2nd ed.). Guilford Press.
- Śledzik, Karol. (2013). Schumpeter's View on Innovation and Entrepreneurship (April 29, 2013). **Management Trends in Theory and Practice**, (ed.) Stefan Hittmar, Faculty of Management Science and Informatics, University of Zilina & Institute of Management by University of Zilina, 2013, ISBN 978-80-554-0736-4.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสกินแคร์ ผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ของคนรุ่นใหม่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ในจังหวัดกาญจนบุรี
Marketing Mix that Affects Skincare's Buying Behaviors via Social Media (Instagram) of Generation Y in Kanchanaburi Province

เพชรรัตน์ อนันต์เศรษฐการ^{1*} และ เสาวนีย์ มะหะพรหม²
(Petcharat Anansetthakan and Saowanee Mahaprom)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสกินแคร์ผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ของคนรุ่นใหม่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ในจังหวัดกาญจนบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1. เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อสกินแคร์ผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ของคนรุ่นใหม่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และ 2. ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสกินแคร์ผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดกาญจนบุรี

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จากผู้บริโภคที่ซื้อสกินแคร์ผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ของคนรุ่นใหม่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 401 ราย ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเพชฌัญญา และ หาค่าความเชื่อมั่น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว การวิเคราะห์ถดถอยพหุ และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

1. การตัดสินใจซื้อสกินแคร์ผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ของคนรุ่นใหม่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดกาญจนบุรี เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลในภาพรวมพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ย เมื่อพิจารณาตามลำดับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อพบว่าด้านการตระหนักถึงปัญหาและด้านการค้นหาข้อมูลแตกต่างกันในด้านระดับการศึกษาและอาชีพ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจและด้านการประเมินผลหลังการซื้อแตกต่างกันในด้านเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ

¹ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, นครปฐม 73000

Student in the Department of General Management Nakhon Pathom Rajabhat University, Nakhon Pathom 73000

² อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, นครปฐม 73000

² Lecturer in the Department of General Management Nakhon Pathom Rajabhat University, Nakhon Pathom 73000

** บทความวิจัยดีเด่น (best paper) จากงาน นำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ครั้งที่ 1 (The 1st National Conference on Management Science : NCMS1) 17 ธันวาคม 2564 (ตัว proceeding นำเสนอเฉพาะบทคัดย่อ)**

Corresponding author: Janenisatongpen@gmail.com

2. อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสกินแคร์ผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ของคนรุ่นใหม่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดกาญจนบุรี ประกอบไปด้วย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($b=0.33$) และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($b=0.52$) สมการมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 77 โดยสามารถนำมาเสนอเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y = 0.16 + 0.01X_1 + 0.07X_2 + 0.33X_3^{**} + 0.52X_4^{**}$$

คำสำคัญ : สกินแคร์ ส่วนประสมทางการตลาด เจนเนอเรชั่นวาย

ABSTRACT

This study, Marketing Mix that Affects Skincare's Buying Behaviors via social media (Instagram) of Generation Y in Kanchanaburi Province, is a quantitative study that aims to 1. Compare Generation Y in Kanchanaburi's skincare buying behaviors via Instagram and classify the data using the questionnaire participants' personal information. 2. Study the marketing mix that affects skincare's buying behaviors via social media (Instagram) of Generation Y in Kanchanaburi province.

This study collects the data from a sample of 401 Generation Y consumers in Kanchanaburi that buys skincare products through Instagram through the method of convenience sampling with the tools of: direct validity questionnaire and reliability analysis tryouts. Along with using the statistics tools including: percentages, averages, standard deviation, t-test, one way ANOVA, regression analysis, and content analysis.

The results are as follows

1. The participants' skincare buying behaviors via Instagram doesn't have a notable key difference in personal factors such as: gender, age, and general income. As for the decision-making process, the study found that factors like awareness and information researching tend to differentiate in personal factors of education and occupation. Lastly, in the options selecting process, the final decision and satisfaction testing tend to differentiate in personal factors of gender, education, and occupation.

2. Marketing mix influences that affects Generation Y consumers in Kanchanaburi skincare's buying behaviors via Instagram includes: Channel of distribution ($b=0.33$) and Marketing promotions ($b=0.52$). The equation has a prediction power of 77% and can be presented as a formula as following

$$Y = 0.16 + 0.01X_1 + 0.07X_2 + 0.33X_3^{**} + 0.52X_4^{**}$$

Keywords: Skincare, Marketing Mix, Generation Y

Article history:

Received 17 December 2021

Revised 2 May 2022

Accepted 4 May 2022

SIMILARITY INDEX = 7.08 %

1. บทนำ

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ เป็นการสื่อสารโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นการนำเสนอ แบ่งปัน เนื้อหา รูปภาพ เสียง ข้อความ คลิปวิดีโอ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยน การแบ่งปัน เรื่องราวเหตุการณ์ต่างๆ ระหว่างบุคคลสองคน หรือกลุ่มบุคคลในลักษณะของการเข้าร่วมในเครือข่ายออนไลน์ เดียวกัน (วรพร คำจับ, 2562) นอกจากนี้ยังมีการทำธุรกรรมทางการค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับ กระบวนการซื้อสินค้า ขายสินค้า จัดส่งสินค้า การแลกเปลี่ยนสินค้า/บริการ หรือสารสนเทศผ่านอินเทอร์เน็ต (โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2556) จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยใช้เวลาอยู่บนโลกอินเทอร์เน็ต กันมากขึ้น อีกทั้งการพัฒนาของเครื่องมือสื่อสารที่ทำให้การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องง่าย ส่งผลให้ตลาดอีคอมเมิร์ซเติบโตอย่างรวดเร็ว ดังเห็นได้จากข้อมูลการอุปโภคบริโภคของตลาดอีคอมเมิร์ซในปี พ.ศ. 2563 ที่มี มูลค่าตลาดสูงถึง 3.43 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ มีการเติบโตจากปีที่แล้วร้อยละ 18 โดยข้อมูลตลาดอีคอมเมิร์ซ ในประเทศไทยปี พ.ศ. 2563 มีอัตราการเติบโตของตลาดไม่แพ้ตลาดอีคอมเมิร์ซโลก โดยมีการเติบโตสูงขึ้น ร้อยละ 14 คิดเป็นมูลค่า 5.5 พันล้านเหรียญสหรัฐ มีจำนวนคนไทยที่ซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ 34.8 ล้านคน (Kemp, 2020a) จะเห็นได้ว่าตลาดอีคอมเมิร์ซมีการเติบโตขึ้นไปพร้อมๆ กับจำนวนผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทย ที่มีสัดส่วนของผู้ซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ต่อ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วประเทศเท่ากับร้อยละ 82 ซึ่งสูงเป็นอันดับ 2 ของโลก (Kemp, 2020b) โดยช่องทาง สื่อสังคม (Social Media) ซึ่งประกอบด้วย เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์ ฯลฯ เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยม สูงสุดในตลาดอีคอมเมิร์ซประเทศไทย กล่าวคือมีผู้ซื้อสินค้าบนช่องทางดังกล่าวสูงถึงร้อยละ 40 ของช่องทาง ทั้งหมดในตลาดอีคอมเมิร์ซประเทศไทย (Shifu, 2019)

อินสตาแกรม (Instagram) เป็นแอปพลิเคชันหนึ่งในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานเชิงพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์อย่างกว้างขวาง โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักคือ การแบ่งปันรูปภาพและวิดีโอ โดยมีฟังก์ชันให้ ผู้ใช้งานใช้งานได้อย่างหลากหลาย จุดเด่นที่ทำให้อินสตาแกรมได้รับความนิยมอย่างสูง คือมีการใช้งานที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว จึงทำให้มีผู้ใช้งานมากถึง 14 ล้านคน นอกจากนี้ยังมีบุคคลที่มีชื่อเสียงใช้งานกันอย่าง แพร่หลาย จึงทำให้ผู้ใช้งานอินสตาแกรมมากขึ้นอย่างต่อเนื่องจนกลายมาเป็นอีกหนึ่งเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ มีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของคนไทย ส่งผลให้มีร้านค้าและข้อมูลสินค้าที่หลากหลายมีความน่าสนใจใน การเจาะตลาดกลุ่มผู้ใช้งานอินสตาแกรมเป็นอย่างมาก (ชลธิณี บุนนาค และ ปภาภรณ์ ไชยหาญชาญชัย, 2561) จากการเก็บรวบรวมข้อมูลล่าสุดของ We Are Social และ Hoot suite พบว่าในปี 2021 ประเทศไทย มีประชากรที่ใช้งาน Instagram จำนวน 16 ล้านคน (อายุ 13 ปีขึ้นไป) โดยคิดเป็นจำนวนประชากรที่สามารถ เข้าถึงโฆษณาได้ จำนวน 26.6% ของจำนวนประชากรบน Instagram ทั้งหมด แบ่งเป็นผู้ชาย 38.3% และ ผู้หญิง 61.7% และในปี พ.ศ.2562 ร้านค้าและแบรนด์ต่างๆ เข้าซื้อโฆษณาบนอินสตาแกรมสตอรี่สูงถึง 2 ล้าน ร้านค้า (Constine, 2019) และจากสถิติพบว่าร้านค้าและแบรนด์ต่างๆ ใช้งานอินสตาแกรมสตอรี่เป็นช่องทาง ในการสื่อสารการตลาดเฉลี่ย 13.1 โพสต์ต่อเดือน (Kemp, 2020b) โดยมีรูปแบบของเนื้อหาที่แตกต่างกันไป ตัวอย่างเช่น เนื้อหาที่มุ่งให้ความรู้และข้อมูลกับผู้บริโภค เนื้อหาที่มุ่งชักจูงและกระตุ้นให้ซื้อสินค้า เนื้อหาที่มุ่ง นำเสนอภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) เนื้อหาที่มุ่งแนะนำสินค้าและบอกเล่าประสบการณ์จากผู้ใช้

เนื้อหาที่มุ่งสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Interactive) เป็นต้น (จิราภา เขมาเบญจพล และ สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม, 2563)

โดยในปัจจุบันธุรกิจเครื่องสำอางและสกินแคร์ในไทยนั้นมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมคนไทยยุคใหม่ที่ต่างหันมาสนใจความสวย ความงามและใส่ใจในการเสริมสร้างบุคลิกภาพมากยิ่งขึ้น โดยในปี 2562 ตลาดเครื่องสำอางของไทยเติบโต 7.14% จากเดิมในปี 2560 มีอัตราเติบโตเพียงแค่ 7.8% ซึ่งกลุ่มสกินแคร์มีส่วนเติบโตสูงสุดอยู่ที่ 47% รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม 18% และเครื่องสำอาง 14% ตามลำดับ (Phawanthaksa, 2562) โดยผู้ซื้อส่วนมากเป็นกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยและคนรุ่นใหม่ที่กำลังทำงาน หรือเรียกว่ากลุ่ม เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ใช้ช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลางในการใช้ชีวิตประจำวัน (Boyd and Ellison, 2008 cited in Halse & Mallinson, 2009) การเลือกซื้อสกินแคร์ผ่านช่องทางออนไลน์ ก็พบปัญหาหลักๆที่ทำให้ผู้ซื้อไม่ไว้วางใจผู้ขาย เช่น ผู้ซื้อทำการโอนเงินเข้าบัญชีผู้ขายแล้วไม่ได้รับสินค้า หรือผู้ซื้อบางรายอาจพบปัญหาจากการได้รับสินค้าไม่ตรงตามความต้องการ

นอกจากนี้ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนจำนวนประชากรเป็นอันดับสองของไทย ซึ่งกลุ่มประชากรเจนเนอเรชั่นยานี้เป็นบุคคลที่เกิดในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2524 – 2543 อยู่ในยุคของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีลักษณะนิสัยชอบการแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง เป็นกลุ่มคนที่ต้องการเรียนรู้ในประสบการณ์ที่หลากหลาย มีความพร้อมในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆตลอดเวลา และเนื่องจากอยู่ในช่วงของการพัฒนาเทคโนโลยีจึงทำให้กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมีความสามารถทำงานได้หลายด้านเกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ๆ เช่น การใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงความสามารถในการใช้อุปกรณ์ที่มีความทันสมัย อีกทั้งยังมีความสามารถในการทำงานหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2559; Zemke, Raines & Filipczak, 2000 อ้างใน มนัสนันท์ เกียรติสิน, นิตยา เจริญประเสริฐ, และ ศรัณญา กันตะบุตร, 2561) และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเป็นกลุ่มที่ใช้ช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลางในการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งการเลือกซื้อสกินแคร์ผ่านช่องทางออนไลน์ก็มีความเสี่ยงต่อการฉ้อโกงในวิธีที่แตกต่างกันออกไป

จากข้อความข้างต้น ผู้วิจัยเห็นได้ว่าการศึกษาพฤติกรรมกลุ่มผู้บริโภคและการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสกินแคร์ผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ผู้วิจัยจึงได้จัดทำการศึกษาวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสกินแคร์ผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ของคนรุ่นใหม่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสกินแคร์ผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการที่ขายสินค้า/บริการ ผ่านสังคมออนไลน์ในยุคปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ต้องการทราบในประเด็นปัญหาที่สำคัญ ดังนี้

1. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อสกินแคร์ผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ของคนรุ่นใหม่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสกินแคร์ผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดกาญจนบุรี

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญ ลักขิตานนท์ และ ศุภร เสรีรัตน์ (2552, 80-81) ได้กล่าวไว้ว่าส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรจำนวน 4 ด้านทางการตลาดคือผลิตภัณฑ์ราคาสถานที่จัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดที่มีการบูรณาการรวมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เป็นผลิตภัณฑ์เสนอขายสู่ตลาดเพื่อสร้างความสนใจให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายการจัดหาผลิตภัณฑ์การใช้ หรือการบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Armstrong & Kotler, 2009, 616)

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนที่ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์/บริการหรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์ จากการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไป (Armstrong & Kotler, 2009, 616)

3. สถานที่จัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ช่องทางการขายสินค้าประกอบด้วยองค์การต่างๆและกิจกรรมเพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์การไปยังตลาดเป้าหมายที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายส่วนกิจกรรมต่างๆที่ผู้ประกอบการจัดขึ้นมาเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายและช่วยในการกระจาย (บุญทวรรณ วิจวน และ อัจฉรา เมฆสุวรรณ, 2560)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารที่ผู้ประกอบการนำมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความพอใจของลูกค้าต่อตราสินค้าหรือบริการหรือภาพลักษณ์ของสินค้าโดยใช้วิธี การจูงใจให้เกิดความต้องการแรงดึงดูดหรือเพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์นั้นๆโดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกความเชื่อและพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค (Etzel, Walker & Stanton, 2007, 677)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ (The stages of the buying decision process)

1. การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา (problem/need recognition) ในขั้นตอนแรกผู้บริโภคจะตระหนักถึงปัญหา หรือความต้องการในสินค้าหรือการบริการ ซึ่งความต้องการหรือปัญหานั้นเกิดขึ้นมาจากความจำเป็น (needs) ซึ่งเกิดจาก

1.1 สิ่งกระตุ้นภายใน (internal stimuli) เช่น ความรู้สึกหิวข้าว กระหายน้ำ เป็นต้น

1.2 สิ่งกระตุ้นภายนอก (external stimuli) อาจเกิดจากการกระตุ้นของส่วนประสมทางการตลาด (4 P's) เช่น เห็นขนมเค้กน่ากิน จึงรู้สึกหิว เห็นโฆษณาสินค้าในโทรทัศน์ กิจกรรมส่งเสริมการตลาด จึงเกิดความรู้สึกอยากซื้อ อยากได้ เห็นเพื่อนมีรถใหม่แล้วอยากได้ เป็นต้น

2. การแสวงหาข้อมูล (information search) เมื่อผู้บริโภคทราบถึงความต้องการในสินค้าหรือบริการแล้ว ลำดับขั้นตอนต่อไปผู้บริโภค ก็จะทำการแสวงหาข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ โดยแหล่งข้อมูลของผู้บริโภค แบ่งเป็น

2.1 แหล่งบุคคล (personal sources) เช่น การสอบถามจากเพื่อน ครอบครัว คนรู้จักที่มีประสบการณ์ในการใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ

2.2 แหล่งทางการค้า (commercial sources) เช่น การหาข้อมูลจากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ พนักงานขาย ร้านค้า บรรจภัณฑ์

2.3 แหล่งสารสนเทศ (public sources) เช่น การสอบถามจากรายละเอียดของสินค้าหรือบริการจากสื่อมวลชน หรือองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

2.4 แหล่งประสบการณ์ (experiential sources) เกิดจากการประสบการณ์ส่วนตัวของผู้บริโภคที่เคยทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มาก่อน

3. การประเมินทางเลือก (evaluation of alternatives) เมื่อได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 แล้วในขั้นต่อไปผู้บริโภคก็จะทำการประเมินทางเลือก โดยในการประเมินทางเลือกนั้น ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์หรือคุณสมบัติที่จะใช้ในการประเมิน ตัวอย่างเช่น ถ้าผู้บริโภคจะเลือกซื้อรถยนต์ จะมีเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา เช่น ยี่ห้อ ราคา รูปแบบ การตกแต่งภายใน-ภายนอก บริการหลังการขาย ราคาขายต่อ เป็นต้น

4. การตัดสินใจซื้อ (purchase decision) หลังจากที่ได้ทำการประเมินทางเลือกแล้ว ผู้บริโภคก็จะเข้าสู่ในขั้นของการตัดสินใจซื้อ ซึ่งต้องมีการตัดสินใจในด้านต่าง ๆ ดังนี้

4.1 ตรายี่ห้อที่ซื้อ (brand decision)

4.2 ร้านค้าที่ซื้อ (vendor decision)

4.3 ปริมาณที่ซื้อ (quantity decision)

4.4 เวลาที่ซื้อ (timing decision)

4.5 วิธีการในการชำระเงิน (payment-method decision)

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (post purchase behavior) หลังจากที่ถูกค้าได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้วนั้น นักการตลาดจะต้องทำการตรวจสอบความพึงพอใจภายหลังการซื้อ ซึ่งความพึงพอใจนั้นเกิดขึ้นจากการที่ถูกค้าทำการเปรียบเทียบกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริง กับสิ่งที่คาดหวัง ถ้าคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ได้รับจริง ตรงกับที่คาดหวังหรือสูงกว่าที่ได้คาดหวังเอาไว้ ลูกค้านั้นก็จะเกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น โดยถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจก็จะเกิดพฤติกรรมในการซื้อซ้ำ หรือบอกต่อ เป็นต้น แต่เมื่อใดก็ตามที่คุณค่าที่ได้รับจริงต่ำกว่าที่ได้คาดหวังเอาไว้ ลูกค้านั้นก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ พฤติกรรมที่ตามมาก็คือ ลูกค้าจะเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง และมีการบอกต่อไปยังผู้บริโภคคนอื่น ๆ ด้วย

Armstrong & Kotler (2009) กล่าวว่า ผู้บริโภคผ่านขั้นตอน 5 ขั้นตอน มีดังนี้

1. การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) กระบวนการตัดสินใจซื้อเมื่อผู้ซื้อรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ โดยผู้บริโภครู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างภาวะความต้องการที่แท้จริงและพึงปรารถนา ความต้องการอาจถูกกระตุ้น โดยสิ่งเร้าภายในหรือภายนอกหนึ่งในความต้องการปกติธรรมดาของบุคคล

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคได้รับการกระตุ้น จะมีแนวโน้มที่จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้านั้น ๆ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 2 ระดับด้วยกัน คือ ภาวะการค้นหาค้นหาข้อมูลแบบธรรมดา เรียกว่าการเพิ่มการพิจารณาให้มากขึ้น

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เป็นการที่ผู้บริโภคจะประมวลข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้าเชิงเปรียบเทียบ และทำการตัดสินใจมูลค่าของตราสินค้าในขั้นตอนสุดท้ายโดยผู้บริโภคทุกคน หรือแม้กระทั่งเพียงคนเดียวจะมีกระบวนการประเมินเพื่อการตัดสินใจหลายกระบวนการด้วยกัน และกระบวนการประเมินผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพื้นฐานบนทฤษฎีการเรียนรู้ ซึ่งมองว่าผู้บริโภคทำการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยอาศัยจิตใต้สำนึก และมีเหตุผลสนับสนุนแนวคิดพื้นฐานบางอย่างที่ช่วยให้เราเข้าใจกระบวนการประเมินผู้บริโภคได้

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่ทำการประเมินผลทางเลือกที่ผู้บริโภคชอบมากที่สุด แต่อย่างไรก็ตาม บางครั้งผู้บริโภคอาจมีความเฉื่อยชาในการตัดสินใจเนื่องจากมีความเสี่ยงภัยจากการซื้อผลิตภัณฑ์เกิดขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในผลิตภัณฑ์แบบใหม่ ผลิตภัณฑ์ที่มี

ผลต่อภาพลักษณ์ของตนเอง หรือผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูง ในการตัดสินใจซื้อนั้น ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจลดลงไปอีกในเรื่องต่างๆ

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ สิ่งที่จะนำมาพิจารณาว่าผู้บริโภคจะพอใจหรือไม่พอใจในการซื้อ คือ การพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการคาดหวังของผู้บริโภค และการรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานของสินค้า (ภัทรารวรรณ ศรีพราย, และรุ่งรัศมี บุญดาว, 2556)

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสังคมออนไลน์

ภิเชก ชัยนิรันดร์ ได้สรุปวัตถุประสงค์การใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ในมุมมองของเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือนักการตลาดไว้ทั้งสิ้น 6 ข้อ ได้แก่

1) เพื่อเพิ่มยอดขาย แม้ว่าหลายครั้งการขายตรงบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ อาจยังไม่มีประสิทธิภาพมากแต่สุดท้ายเครือข่ายเว็บไซต์สังคมออนไลน์ก็ยังสามารถสร้างพลังให้ผู้ซื้อไปซื้อสินค้าบนโลกความจริงได้ เช่น การลดราคาสินค้าให้กับลูกค้าที่เป็น Follower บน Twitter หรือ เป็นการเปิดโอกาสให้ Blogger ได้กลายเป็นผู้มีอิทธิพลทางการตลาด โดยเป็นผู้ทดลองใช้สินค้าและทำการแนะนำสินค้าไปยังลูกค้าท่านอื่นๆ

2) เพื่อเพิ่มการรับรู้ในตราสินค้า นักการตลาดจึงใจให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อให้เกิดการประติรังสรรค์ระหว่างตราสินค้ากับตัวลูกค้า โดยใช้ภาษาที่เป็นกันเอง จนทำให้เกิดความรู้สึกว่าสินค้านั้นเป็นเพื่อนตนเอง และเมื่อถึงเวลาเลือกซื้อสินค้านั้น ลูกค้าจะนึกถึงตราสินค้าต่างๆก่อนยี่ห้ออื่นๆ

3) เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ นักการตลาดมองบทบาทของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ว่าเป็นสื่อแบบดั้งเดิมอีกประเภทหนึ่งที่ช่วยในการส่งข่าวสาร หรือเรื่องราวไปยังผู้บริโภค ซึ่งเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพเนื่องจากสามารถช่วยแก้ข้อสงสัยที่เกี่ยวกับข้อมูลหรือข่าวสารของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

4) เพื่อทราบความคิดเห็นจากลูกค้า เนื่องจากเสียงสะท้อนที่เกิดจากลูกค้าบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลอย่างมากในการส่งข้อความไปยังคนในวงกว้าง ทำให้นักการตลาดได้เรียนรู้สิ่งสะท้อนเหล่านั้นจากลูกค้าได้อย่างตรงจุดแล้วหาวิธีในการแก้ไขปัญหาได้อย่างทันถ่วงที

5) เพื่อเพิ่มจำนวนคนเข้าเว็บไซต์ เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ถือเป็นตัวกลางที่ช่วยแนะนำเว็บไซต์ของนักการตลาด ให้คนเข้าไปค้นหาข้อมูลที่เว็บไซต์หลักของแต่ละองค์กร ยังส่งผลให้จำนวนลิงค์ที่เข้ามายังเว็บไซต์มีจำนวนมากขึ้นด้วย

6) เพื่อสร้างความเป็นผู้นำทางความคิด เน้นที่การผลิตเนื้อหา เพื่อแต่ละบุคคลมากกว่าองค์กร เนื่องจากเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์มีรูปแบบการใช้งานที่เอื้อให้คนจำนวนมาก สามารถเข้าถึงทำให้เกิดการเรียนรู้จากสิ่งที่ผู้เชี่ยวชาญจากสาขาต่างๆมาให้ความคิดเห็นและสร้างให้คนเหล่านั้นเป็นผู้มีอิทธิพลบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2553: 34-42 อ้างถึงใน วสุพล ตรีโสภาค, และดุขุภี โยเหลา, 2558)

4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชันอินสตาแกรม

อินสตาแกรม (Instagram) เป็นสื่อสังคมที่ใช้แอปพลิเคชันถ่ายภาพและแต่งภาพบนสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต และคอมพิวเตอร์ ที่มีการตกแต่งภาพด้วยฟิลเตอร์ (Filters) ได้ตามความต้องการของผู้ถ่ายภาพ และสามารถเผยแพร่ เชื่อมโยงไปในสังคมออนไลน์อื่นๆ เช่น ทวิตเตอร์ (Twitter) เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นต้น ซึ่งสามารถค้นหาข้อมูล เนื้อหาที่สนใจได้ด้วยชื่อผู้ใช้ คำสำคัญ และการจัดกลุ่มความสนใจโดยใช้สัญลักษณ์แฮชแท็ก (Has tag :#) ด้วยคุณสมบัติของอินสตาแกรมทำให้เห็นบทบาทการสื่อสารมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการแบ่งปันภาพจากผู้ใช้อินสตาแกรมที่ต้องการสื่อสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านบัญชีของตนเองหรือบัญชีผู้ใช้ของบุคคลอื่น ทำให้เกิดความน่าสนใจของผู้รับสารได้ สามารถระบุตำแหน่ง (Check-in) ตำแหน่งสถานที่ (Location) เมื่อเวลาโพสต์รูปภาพ ผู้ใช้อินสตาแกรมมีเป้าหมายคือการรักษาความสัมพันธ์ทางสังคม การบันทึกกิจกรรม การติดตามรายวัน เช่นเดียวกับการสร้างสรรค์ส่วนตัวของตัวเอง สร้างแรงจูงใจในการแสดงออก (Salleh, Hashima, & Murphy 2015)

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ในจังหวัดกาญจนบุรี

เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) คือกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี 1978-2000 (พ.ศ. 2521-2543) กำลังเริ่มเข้าสู่โลกแห่งการทำงานของยุคสารสนเทศ เป็นกลุ่มคนที่มีอำนาจในการซื้อสูง และเมื่อผนวกเข้ากับยุคดิจิทัลทำให้คนกลุ่มนี้มีความต้องการและมีความคาดหวังสูง ชอบวางแผนในการใช้ชีวิตในอนาคต (วิลัย จันโต และธนาสิทธิ์ เพิ่มเพียร, 2561 อ้างถึง Schroer, 2012) และเป็นกลุ่มที่เสี่ยงต่อการโยกย้ายงานตามความต้องการของตนเองโดยไม่คำนึงถึงผลเสียที่ตามมา มักเอาแต่ใจและดื้อรั้นไม่ยอมฟังคำแนะนำหรือการสอนงาน ในอเมริกาได้เรียกคนกลุ่มนี้ว่า “กลุ่มที่ต้องให้ความสนใจและบำรุงรักษาไว้อย่างดี” เพราะทางอเมริกามองว่า กลุ่มคนเหล่านี้มีพลังขับเคลื่อนต่อองค์กรสูง หากองค์กรมีปัจจัยที่ตอบสนองถูกต้องตรงใจจะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้รวดเร็ว และพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงได้ดี (Cal Newport, 2012)

เจนเนอเรชันวาย เป็นกลุ่มที่มองโลกในแง่ดี ชอบทำงานเป็นทีม ไม่ชอบทำตามกฎระเบียบฉลัด ยอมรับความเปลี่ยนแปลง ใช้เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต (Howe and Strauss, 2000 อ้างถึงใน เตชะ เตชะวัฒนไพศาล, กฤษยา นุ่มพญา, จีราภา นวลลักษณ์, และชนพัฒน์ ปลื้มบุญ, 2557)

กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวายสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้เร็ว และจำเป็นกระแสได้ก่อนใคร หลายคนจึงเป็นผู้นำเทรนด์ เวลาจะตัดสินใจซื้ออะไร กลุ่มเจนเนอเรชันวายจะเชื่อถือข้อมูลจากโซเชียลมีเดีย การรีวิวสินค้า การมีประสบการณ์ในการที่ได้ไปใช้บริการ ดังนั้นการเข้าใจพฤติกรรมของคนกลุ่มเจนเนอเรชันวายถือเป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะเข้ามาช่วยเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการสำหรับการใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการหรือแม้แต่การนำมาใช้วางแผนกลยุทธ์สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อต่อยอดธุรกิจในอนาคตได้ (Suthanthawibun, 2018 อ้างถึงใน ปวีณา พานิชชัยกุล ธิติพันธุ์ ชาญโกศล 2563)

Wilson & Field (2007 อ้างถึงใน ชนกวร ไพศาลพานิช, 2554) ได้มีการแบ่งพฤติกรรมของเจนเนอเรชันวายออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) Multi-tasking หมายถึง กลุ่มที่มักจะทำตัววุ่นวายอยู่เสมอ และสามารถทำหลายๆอย่างได้ในเวลาเดียวกัน อีกทั้งเป็นกลุ่มที่เก่งเรื่องข้อมูลข่าวสาร และพร้อมจะกำจัดข้อมูลต่างๆ ที่รู้สึกตัวเองไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือสนใจได้อย่างทันที

2) Creativity หมายถึง กลุ่มที่ชอบแสดงออก มีความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งชอบเสาะหาสินค้าต่างๆ ที่สามารถแสดงถึงตัวตน โดยเฉพาะพวกสินค้าที่มีจำนวนจำกัด (Limited Edition) จะสามารถดึงดูดกลุ่มคนเหล่านี้ได้เป็นอย่างดี

3) Immediacy หมายถึง กลุ่มที่ชอบทำตามกระแส มักต้องการที่จะครองสินค้าได้อย่างทันทีที่เป็นกลุ่มที่ให้คุณค่ากับสิ่งที่ได้มาด้วยความรวดเร็วฉับพลัน

เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร. (2550) ได้กล่าวถึงผลการศึกษาของต่างประเทศว่า คนในเจนเอเรชั่นวาย มีลักษณะ บุคลิกภาพ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมอยู่ 13 ประการด้วยกัน คือ

1) มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบเหมือนคนอื่น ลักษณะของคนในกลุ่มนี้จะมีรูปแบบการใช้ชีวิตที่เป็นแบบฉบับของตนเอง อีกทั้งยังพูดจาตรงตรงมา ไม่ชอบฟังคำสั่ง

2) มีความอดทนต่ำ หมายถึง ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ไม่อดทน เมื่อรู้สึกไม่พอใจจะแสดงอาการออกมาอย่างชัดเจน ชอบการทำงานที่ได้รับผลตอบแทนสูง

3) มีความอยากรู้อยากเห็น คนกลุ่มเจนเอเรชั่นนี้มักมีคำถาม และต้องการคำตอบในสิ่งที่ตนเองสงสัยอยู่เสมอ

4) ทำหายกฎระเบียบ เจนเอเรชั่นวายต้องการความยืดหยุ่นอยู่เสมอ ยิ่งเข้มงวดมากเท่าไรก็จะยิ่งฝ่าฝืนกฎระเบียบ ไม่ชอบทำตามประเพณีหรือแนวทางเดิมๆ

5) มีความทะเยอทะยานสูง ไม่ชอบการทำงานในระดับล่าง อยากรับโตอย่างก้าวกระโดดภายในเวลาอันรวดเร็ว

6) คู่กันเคยกับเทคโนโลยี คนในเจนเอเรชั่นนี้สามารถใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีต่างๆ ได้อย่างคล่องแคล่ว และส่วนมากใช้ชีวิตส่วนมากใน Cyber Space

7) ชอบการเปลี่ยนแปลง เป็นกลุ่มคนที่ทัศนคติที่ดีกับคำว่าเปลี่ยนแปลง อยากรู้ อยากลองในสิ่งใหม่ ไม่ชอบความซ้ำซากจำเจ

8) กระตือรือร้น เจนเอเรชั่นวายมีลักษณะคิดเร็ว ทำเร็ว และอยากที่จะเห็นผลลัพธ์โดยเร็ว

9) มองโลกในแง่ดีมาก เนื่องจากคนในกลุ่มนี้มีประสบการณ์น้อย ทำให้คิดบวกว่าทุกอย่างมีความเป็นไปได้และจะประสบความสำเร็จในสิ่งที่ตนต้องการ

10) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มีค่านิยมที่ไม่ยึดติดในกรอบเดิมๆ ซึ่งเป็นผลมาจากการเลี้ยงดูของพ่อแม่สมัยใหม่ที่ส่งเสริมให้คนกลุ่มนี้กล้าคิด กล้าทำ

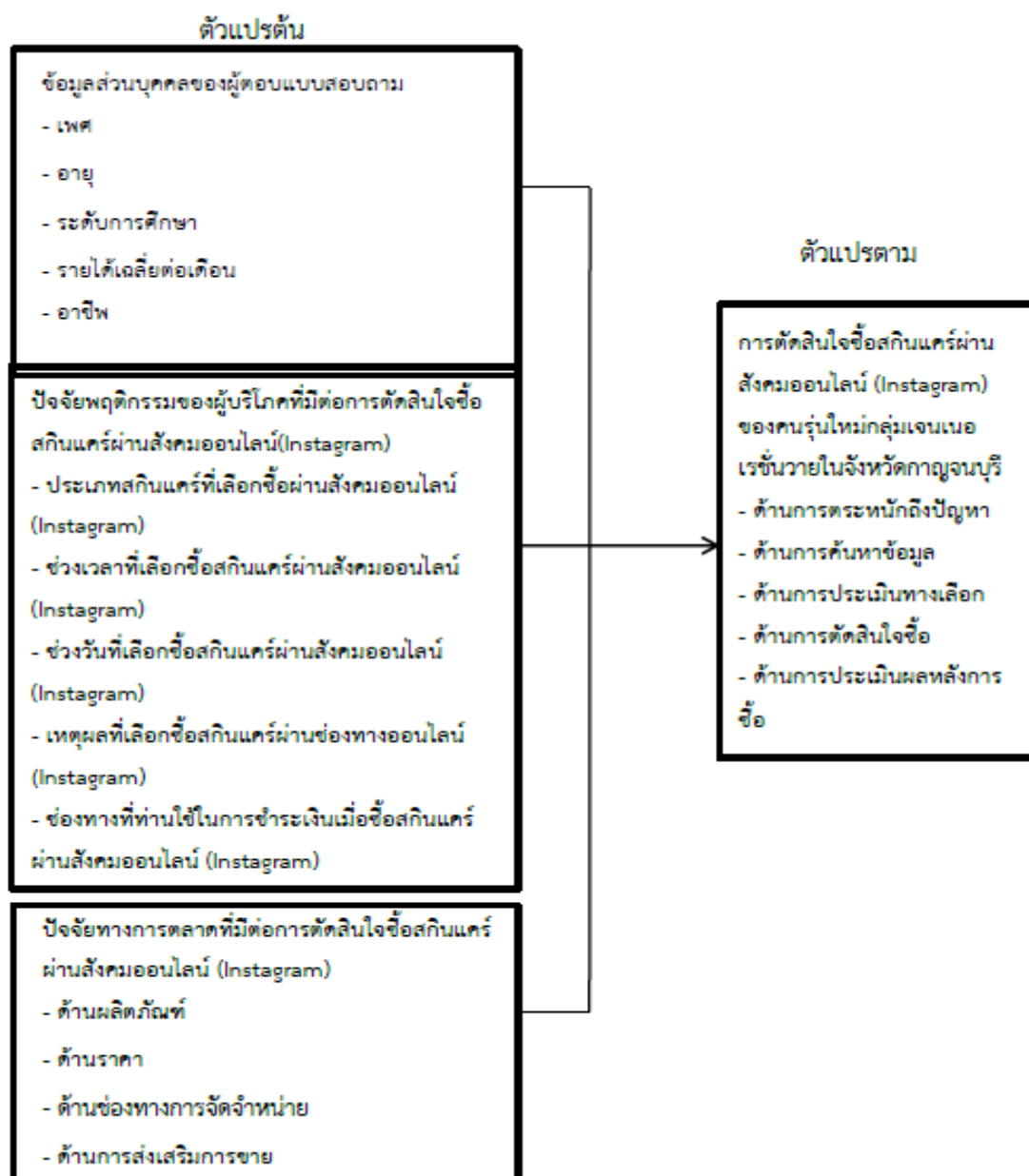
11) มีความมั่นใจในตนเองสูง จนบางครั้งอาจทำให้คนกลุ่มอื่นมองว่าเจนเอเรชั่นวายเป็นกลุ่มคนที่มีความก้าวร้าว แข่งกระด้าง

12) ไม่เคารพผู้อาวุโสกว่า คนกลุ่มนี้จะเคารพที่ตัวตนของคนอื่นมากกว่า ส่วนคนที่มีความมีตำแหน่งหน้าที่สูงกว่าไม่มีอิทธิพลอะไรกับคนกลุ่มนี้

13) มีความจงรักภักดีต่อองค์กร แต่คนเจนเอเรชั่นวายมองว่าการทำงานให้องค์กรเป็นเหมือนสะพานที่นำไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ จากทัศนคตินี้ทำให้คนกลุ่มนี้มีอัตราการลาออกสูงมาก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถนำเสนอเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคหรือผู้ที่เคยซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ได้เลือกเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวายในจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของคอกแรน ซึ่งกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 คน และได้เพิ่มจำนวนตัวอย่างป้องกันความคลาดเคลื่อนจากกลุ่มตัวอย่าง รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วย คำถามปลายปิด โดยใช้แบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย การวิจัยเชิงปริมาณ โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปรที่ต้องการวัด แล้วนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคหรือผู้ที่เคยซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ในจังหวัดนครปฐม 30 ราย เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach กำหนดค่าในแต่ละตัวแปรไม่ต่ำกว่า 0.70 ซึ่งได้ผลการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการหาค่าความเชื่อมั่น

	ค่าความเชื่อมั่น
ด้านผลิตภัณฑ์	0.95
ด้านราคา	0.93
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.96
ด้านการส่งเสริมการขาย	0.95
ด้านการตระหนักถึงปัญหา	0.93
ด้านการค้นหาข้อมูล	0.94
ด้านการประเมินทางเลือก	0.95
ด้านการตัดสินใจซื้อ	0.95
ด้านการประเมินผลหลังการซื้อ	0.95

ผลการวิเคราะห์พบว่าแบบสอบถามผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นแบบสอบถามไปเก็บข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ การทดสอบด้วยค่า การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 75.81) อายุระหว่าง 20-25 ปี (ร้อยละ 71.32) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60.60) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ 39.40) และมีอาชีพนักศึกษา (ร้อยละ 39.65)

พฤติกรรมของผู้บริโภคในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านได้รับการประเมินในระดับมาก ยกเว้นเรื่องช่องทางการชำระเงินที่ได้รับการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.38) เมื่อพิจารณาในสามลำดับแรกที่ได้รับการประเมินสูงสุดได้แก่ เรื่องเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้า (Mean = 3.97) ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ (Mean = 3.86) และช่วงวันที่เลือกซื้อสินค้า (Mean = 3.72) ตามลำดับ

ปัจจัยทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านได้รับการประเมินในระดับมาก เมื่อพิจารณาในสามลำดับแรกที่ได้รับการประเมินสูงสุดได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย (Mean = 3.89) ด้านผลิตภัณฑ์ (Mean = 3.87) และด้านราคา (Mean = 3.84) ตามลำดับ

การตัดสินใจซื้อในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.77) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านได้รับการประเมินในระดับมาก เมื่อพิจารณาในสามลำดับแรกที่ได้รับการประเมินสูงสุดได้แก่ ด้านการตระหนักถึงปัญหา (Mean = 3.79) ด้านการค้นหาข้อมูล (Mean = 3.78) และด้านการตัดสินใจซื้อ (Mean = 3.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 สรุปผลการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ของคนรุ่นใหม่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดกาญจนบุรี เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	รายได้เฉลี่ย	อาชีพ
ด้านการตระหนักถึงปัญหา	0.15	0.99	0.04**	0.05	0.00**
ด้านการค้นหาข้อมูล	0.17	0.51	0.00**	0.06	0.00**
ด้านการประเมินทางเลือก	0.04**	0.96	0.00**	0.10	0.00**
ด้านการตัดสินใจ	0.04**	0.63	0.00**	0.08	0.00**
ด้านการประเมินผลหลังการซื้อ	0.03**	0.56	0.00**	0.16	0.00**
รวม	0.05	0.82	0.00**	0.07	0.00*

สมมติฐานที่ 1 การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ของคนรุ่นใหม่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดกาญจนบุรี เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลในภาพรวมพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ย เมื่อพิจารณาตามลำดับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อพบว่าด้านการตระหนักถึงปัญหาและด้านการค้นหาข้อมูลแตกต่างกันในด้านระดับการศึกษาและอาชีพ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจและด้านการประเมินผลหลังการซื้อแตกต่างกันในด้านเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ

ตารางที่ 3 อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ของคนรุ่นใหม่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดกาญจนบุรี

	B	SE	Beta	t	sig
(Constant)	0.16	0.11		1.49	0.14
ด้านผลิตภัณฑ์ X_1	0.01	0.05	0.01	0.31	0.76
ด้านราคา X_2	0.07	0.06	0.07	1.22	0.22
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย X_3	0.33	0.06	0.32	5.29	0.00**
ด้านการส่งเสริมการตลาด X_4	0.52	0.06	0.51	9.23	0.00**

$R^2 = 0.77$

สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ของคนรุ่นใหม่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดกาญจนบุรี ประกอบไปด้วย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($b=0.33$) และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($b=0.52$) สมการมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 77 โดยสามารถนำมาเสนอเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y = 0.16 + 0.01X_1 + 0.07X_2 + 0.33X_3^{**} + 0.52X_4^{**}$$

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

1. การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ของคนรุ่นใหม่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดกาญจนบุรี เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ไม่แตกต่างกันในด้านภาพรวม แต่เมื่อพิจารณารายด้านพบว่ามีความแตกต่างกัน ในด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจ และด้านการประเมินผลหลังการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยดังกล่าวจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑารัตน์ ทองสนิท และคณะ. (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าออร์แกนิกของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 15-23 ปี มีสถานภาพโสด อาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (2) พฤติกรรมศาสตร์ด้านความถี่ ประเภทของผลิตภัณฑ์ดูแลผิวที่เลือกใช้และบุคคลที่มีอิทธิพลในการซื้อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าออร์แกนิกของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ (3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าออร์แกนิกของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ของคนรุ่นใหม่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดกาญจนบุรี ประกอบไปด้วย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($b=0.33$) และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($b=0.52$) สมการมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 77 ผลการวิจัยดังกล่าวจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพร เหล่าสีพงษ์. (2562) ศึกษากลยุทธ์การจัดการธุรกิจของผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (organic) ประเภทเครื่องสำอางและสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร : มุมมองจากผู้บริโภค จากการศึกษาวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic) ประเภทเครื่องสำอางและสินค้า คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติที่ดีและมีความแตกต่างไม่เหมือนใคร จะทำให้ความถี่ในการซื้อของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นต้องผลิตผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีความแตกต่าง ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์จะคำนึงถึงปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยสามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย รวมถึงด้านผลิตภัณฑ์จะต้องมีการชี้แจงส่วนประกอบที่ชัดเจน และมีการส่งเสริมการตลาดโดยมีส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ของคนรุ่นใหม่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดกาญจนบุรี เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ไม่แตกต่างกันในด้านภาพรวม แต่เมื่อพิจารณารายด้านพบว่ามีความแตกต่างกัน ในด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจ และด้านการประเมินผลหลังการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งจะส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกขั้นตอน ด้วยความแตกต่างของ

ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้า ทำให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเริ่มซาลง เพราะผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนแปลงที่จะเลือกซื้อสินค้าได้ ดังนั้นผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าควรมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้เป็นลูกค้าประจำของร้านนั้นๆ

2. อิทธิพลพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ของคนรุ่นใหม่กลุ่มเจนเนอเรชันวายในจังหวัดกาญจนบุรี ประกอบไปด้วย ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้า และช่วงวันที่เลือกซื้อสินค้า จะเห็นได้ว่าด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อยกว่าด้านอื่นๆ ดังนั้นผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องเล่นกลยุทธ์ในด้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อย แต่ควรเน้นกลยุทธ์ในด้านช่วงวันที่เลือกซื้อสินค้า เพื่อเป็นการปรับกลยุทธ์ให้มีความแข็งแกร่งยิ่งขึ้น

3. อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (Instagram) ของคนรุ่นใหม่กลุ่มเจนเนอเรชันวายในจังหวัดกาญจนบุรี ประกอบไปด้วย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด จะเห็นได้ว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อยกว่าด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนั้นผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องเล่นกลยุทธ์ในด้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อย แต่ควรเน้นกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาด เพื่อเป็นการพัฒนาจุดแข็งของส่วนประสมทางการตลาดให้มีความแข็งแกร่งยิ่งขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. จากการศึกษา และเก็บข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดกาญจนบุรีเท่านั้น ผู้วิจัยจึงเสนอแนะว่าการทำวิจัยครั้งต่อไปควรเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากจังหวัดกาญจนบุรีเพื่อนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบกับข้อมูลของผู้บริโภคในจังหวัดต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสร้างกลยุทธ์ได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละจังหวัดได้อย่างเหมาะสม

2. จากการศึกษา และเก็บข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยประเภทเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว ผู้วิจัยจึงเสนอแนะว่าการทำวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มงานวิจัยประเภทเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้รับทราบข้อมูลต่างๆ ที่งานวิจัยเชิงปริมาณ ไม่สามารถหาคำตอบหรือหาข้อมูลได้

3. จากการศึกษา และเก็บข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มเจนเนอเรชันวายเท่านั้น ผู้วิจัยจึงเสนอแนะว่าการทำวิจัยครั้งต่อไปควรเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มเจนเนอเรชันอื่นๆ ที่นอกเหนือจากกลุ่มเจนเนอเรชันวาย เพื่อนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบกับข้อมูลของผู้บริโภคในกลุ่มเจนเนอเรชันอื่นๆ และเพื่อให้สามารถสร้างกลยุทธ์ได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มเจนเนอเรชันได้อย่างเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- จุฑารัตน์ ทองสนิท, ชนิกันต์ หวังประดิษฐ์, ลักษณะ อนันตประยูร, สุมาลี พิมพ์เขียว, ทาริกา สระทองคำ, และศุภชัย เหมือนโพธิ์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าออร์แกนิกของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์**, 3(2), 9.
- จิราภา เขมาเบญจพล และ สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม. (2563). การเปิดรับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อเนื้อหาการตลาดบนอินสตาแกรมสตอรี่กับความตั้งใจซื้อ. **วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา**, 14(1), 69-70. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jprad/article/view/247007>
- ชนกพร ไพบูลพานิช. (2554). อิทธิพลของวัตถุนิยมและการตระหนักรู้ตนเองต่อพฤติกรรมการซื้อแบบไม่ได้ไตร่ตรองของกลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชลขินี บุณนาค และ ปภาภรณ์ ไชยหาญชาญชัย. (2561). การสำรวจรูปแบบการดำเนินชีวิตบนอินสตาแกรมปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาสื่อสารเชิงกลยุทธ์. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐพร เหล่าสีพงษ์. (2562). กลยุทธ์การจัดการธุรกิจของผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (organic) ประเภทเครื่องสำอางและสกินแคร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร : มุมมองจากผู้บริโภค. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาลัยการจัดการ.มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล กฤษยา นุ่มพญา จิราภา นวลลักษณ์ และชนพัฒน์ ปลื้มบุญ. (2557). การศึกษา เจเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายในมุมมองต่อคุณลักษณะของตนเองและความคาดหวังต่อคุณลักษณะของเจนเนอเรชั่นอื่น. **จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์**, 36(3), 5.
- บุญทวรรณ วิงวอน และ อัจฉรา เมฆสุวรรณ. (2560). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินตามมุมมองของผู้ประกอบการตลาดนัดจังหวัดลำปาง. **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น**, 11(3), 151.
- ปวีณา พานิชชัยกุล และ ธิติพันธุ์ ชาญโกศล. (2563). การวิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพการให้บริการในธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรของเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น**, 4(1), 89.
- ภัทรวรรณ ศรีพราย, และ รุ่งรัศมี บุญดาว. (2556). คุณลักษณะเครือข่ายออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคไทย : กรณีศึกษา Facebook. **วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี**, 2(4), 7-8.
- มนัสนันท์ เกียรติสิน นิตยา เจริญประเสริฐ และ ศรัญญา กันตะบุตร. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบคนเจนเอเรชั่น Y และเจนเอเรชั่น Z ในเขตกรุงเทพมหานคร. **จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์**, 42(3), 1-18.
- วราพร คำจับ. (2562). สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. **วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้**, 7 (2), 144
- วิไล จันโต และ ธนาสิทธิ์ เพิ่มเพียร. (2561). การดำรงรักษาพนักงานกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีความสามารถสูงในธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารแบบครบวงจร ในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารปัญญาภิวัฒน์**, 10(1), 137.

- วสุพล ตรีโสภาคกุล และดุชนิ โยเหลา. (2558). การประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนในการอธิบายพฤติกรรมการนำข้อมูลบนเฟซบุ๊กแฟนเพจประกอบการตัดสินใจซื้อ. *วารสารประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*, 8(1), 67-68.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญ ลักษิตานนท์ และ ศุภร เสรีรัตน์. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร. (2550). *Gen Y จับให้มันคั่นให้เวิร์ค*. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯธุรกิจบิซบุ๊ก.
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2556). *พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (มุมมองด้านการบริหาร)*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น
- Armstrong, G. & Kotler, P. (2009). *Marketing, An Introduction*. (9th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Cal Newport. (2012). *Solving Gen Y's Passion Problem*. Brighton: Haverd Business Review.
- Constine.,J. (2019). **Facebook plans new products as Instagram Stories hits 500M users/day**. Retrieved January 14, 2020, from <https://techcrunch.com/2019/01/30/instagram-stories-500-million/>
- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2007). *Marketing* (14th ed.). Boston: McGraw – Hill.
- Halse, M., & Mallinson, B. (2009). Investigating popular Internet applications as supporting e-learning technologies for teaching and learning with Generation Y. *International Journal of Education and Development using ICT*, 5(5), 58-71.
- Kemp.S. (2020a). “**Digital 2020 Global Overview Report.**”, Retrieved October 19, 2020, from <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>
- Kemp.S. (2020b). “**DIGITAL 2020: THAILAND.**”, Retrieved October 19, 2020, from <https://datareportal.com/reports/digital-2020-thailand>
- Phawanthaksa. (2562). *โอกาสของธุรกิจเครื่องสำอางและสกินแคร์*. ค้นเมื่อ 4 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://www.smartsme.co.th/content/218721>.
- Salleh, S., Hashima, N. H., & Murphy, J. (2015). Instagram marketing: a content analysis of top Malaysian restaurant brands. *E-Review of Tourism Research*, 6, 1-5.
- Shifu Team. (2019). *จับตาเทรนด์ E-Commerce ไทย ปี 2020 ทำอย่างไรให้ธุรกิจอยู่รอดในยุคไร้พรมแดน*. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2564. จาก <https://contentshifu.com/ecommerce-trends-priceza/>

คำแนะนำในการเตรียมต้นฉบับ

1. บทนำ

ต้นแบบ (template) จัดเตรียมได้โดยใช้ทั้งโปรแกรม Ms Word และบันทึกอยู่ในรูปของไฟล์ต้นแบบนามสกุล .docx และ .doc เพื่อให้ผู้เขียนบทความนำไปใช้ และทราบถึงรูปแบบ (format) ต่างๆ ที่ใช้ในการจัดทำบทความต้นฉบับ โดยส่วนประกอบต่างๆ ของบทความจะต้องมีลักษณะที่เหมือนกัน เพื่อให้วารสารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

บทความจะต้องประกอบด้วยส่วนต่างๆ ตามลำดับต่อไปนี้ คือ ส่วนนำ ประกอบด้วย ชื่อเรื่องภาษาไทย ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ ชื่อผู้เขียนบทความ ชื่อหน่วยงานหรือสถาบันของผู้เขียน ที่อยู่ E-mail เฉพาะของผู้เขียนผู้รับผิดชอบบทความ (Corresponding author) บทคัดย่อภาษาไทย คำสำคัญ บทคัดย่อภาษาอังกฤษ และคำสำคัญภาษาอังกฤษ ในส่วนเนื้อเรื่อง แบ่งออกเป็น 2 ประเภทตามลักษณะของบทความดังนี้

1. บทความวิจัย เนื้อเรื่อง ควรประกอบด้วย (1) บทนำ วัตถุประสงค์ในการศึกษา/การวิจัย สมมติฐานในการศึกษา/การวิจัย (ถ้ามี) (2) เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง/กรอบแนวคิด (3) วิธีดำเนินการศึกษา/การวิจัย (4) ผลการศึกษา/การวิจัย (5) สรุปผลการศึกษา/การวิจัย อภิปรายผลการศึกษา/การวิจัย ข้อเสนอแนะ (6) กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) (7) เอกสารอ้างอิง

2. บทความทางวิชาการ เนื้อเรื่อง ควรประกอบด้วย (1) ความนำ/บทนำ (2) วัตถุประสงค์ของบทความ (3) เนื้อเรื่อง/เนื้อหาของบทความ (4) บทสรุป (5) เอกสารอ้างอิง

2. คำแนะนำในการเขียนต้นฉบับบทความ

2.1 การจัดหน้ากระดาษ

บทความที่จะใช้ภาษาไทยเป็นหลัก (และอาจจะมีคำภาษาอังกฤษแทรกได้) ตามรูปแบบที่กำหนดขนาดของบทความจะอยู่ในพื้นที่ของกระดาษ A4 พิมพ์แนวตั้ง (portrait) โดยตั้งค่าหน้ากระดาษ (page setup) ทุกด้านให้มีระยะขอบ (margins) ด้านละ 1 นิ้วเท่ากันทั้งหมด และความยาวของบทความ (รวมหน้าบทคัดย่อ) ไม่ควรเกิน 12 หน้า

ทั้งนี้ต้นแบบนี้จะบอกรายละเอียดของรูปแบบของบทความที่ถูกต้อง เช่น ขนาดของกรอบ ความกว้างของคอลัมน์ระยะห่างระหว่างบรรทัด และรูปแบบของตัวอักษร ห้ามปรับเปลี่ยนให้ต่างไปจากที่ระบุ กรุณาระลึกเสมอว่าบทความของท่านจะถูกนำไปรวมกับบทความอื่นๆ ในวารสารฯ ไม่ใช่เอกสารที่พิมพ์เดี่ยวๆ ดังนั้นบทความทั้งหมดควรที่จะต้องอยู่ในรูปแบบเดียวกัน อย่าขยายขนาดระยะห่างระหว่างบรรทัดเมื่อจะขึ้นย่อหน้าใหม่

การลำดับหัวข้อในเนื้อเรื่องให้ใส่เลขกำกับ โดยให้บทนำเป็นหัวข้อหมายเลข 1 และหากมีการแบ่งหัวข้อย่อย ก็ให้ใช้เลขระบบทศนิยมกำกับหัวข้อย่อย เช่น 2.1, 2.1.1 เป็นต้น

2.2 ขนาดตัวอักษรและการเว้นระยะ

2.2.1 ขนาดตัวอักษร

ตัวอักษรที่ใช้ในการจัดทำบทความนี้คือ “TH SarabunPSK” สำหรับชื่อเรื่องบทความ ให้ใช้ตัวอักษรแบบหนาขนาด 18 จุด (points) ชื่อผู้เขียนบทความ ใช้ตัวอักษรแบบธรรมดาขนาด 16 จุด ชื่อหน่วยงานหรือสถาบันของผู้เขียน และที่อยู่ E-mail ใช้ตัวอักษรแบบธรรมดาขนาด 14 จุด ชื่อหัวข้อหลัก (เช่น 1., 2.) หัวข้อย่อย (เช่น 1.1, 1.2, ...) หรือหัวข้อย่อย (เช่น 1.1.1, 1.1.2, ...) ใช้ตัวอักษรแบบหนาขนาด 16 จุด บทคัดย่อและเนื้อความต่างๆ ใช้ตัวอักษรแบบธรรมดาขนาด 16 จุด รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายละเอียดรูปแบบตัวอักษรสำหรับการจัดทำบทความต้นฉบับ

องค์ประกอบ	ตัวอักษร	รูปแบบอักษร	ขนาดอักษร (จุด)
ชื่อเรื่องบทความ	TH SarabunPSK	หนา	18
ชื่อผู้เขียน	TH SarabunPSK	ธรรมดา	16
ชื่อหน่วยงานหรือสถาบัน ของ ผู้เขียน และที่อยู่ E- mail	TH SarabunPSK	ธรรมดา	14
หัวเรื่อง 1 (1.,2,...)	TH SarabunPSK	หนา	18
หัวเรื่อง 2 (1.1,1.2,...)	TH SarabunPSK	หนา	16
หัวเรื่อง 3 (1.1.1, ...)	TH SarabunPSK	หนา	16
เนื้อหาและบทคัดย่อ	TH SarabunPSK	ธรรมดา	16
คำอธิบายรูป	TH SarabunPSK	ธรรมดา	16
คำอธิบายตาราง	TH SarabunPSK	ธรรมดา	16
ตัวแปรในสมการ **	**	**	**
เอกสารอ้างอิง	TH SarabunPSK	ธรรมดา	16

** จัดทำโดยการใช้ MathType/ Ms Equation Object 3.0 ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อที่ 2.5

2.2.2 การเว้นระยะ

เนื้อเรื่องในแต่ละบรรทัดให้จัดเรียงชิดซ้ายและขวาอย่างสวยงามโดยตั้งค่าการกระจายแบบไทย (Thai Distributed)

การเว้นระยะระหว่างบรรทัดสำหรับหัวเรื่อง 1 เช่น 1. และ 2. จะใช้ขนาดระยะ 14 จุด

การเว้นระยะระหว่างบรรทัดสำหรับหัวเรื่อง 2 และ 3 เช่น 2.1, 2.2 หรือ 2.2.1, 2.2.2 จะใช้ขนาดระยะ 8 จุด กำหนดระยะในการย่อหน้า ย่อหน้าแรกอยู่ที่ 0.5 นิ้ว ย่อหน้าต่อไปย่อหน้าละ 0.25 นิ้ว (0.5, 0.75, 1.00, ...)

2.3 ชื่อเรื่อง ชื่อผู้แต่ง และหัวข้อ

การพิมพ์ชื่อเรื่อง ให้วางไว้ตำแหน่งกลางหน้ากระดาษ เริ่มจากชื่อเรื่องภาษาไทย ขึ้นบรรทัดใหม่เป็นชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (กรณีชื่อเรื่องเกิน 2 บรรทัดให้จัดในลักษณะสามเหลี่ยมกลับหัว) ชื่อผู้เขียนภาษาไทย และอังกฤษ สำหรับชื่อหน่วยงานหรือสถาบันของผู้เขียนและที่อยู่ Corresponding author : ให้พิมพ์ไว้ส่วนท้ายของหน้าแรกของงานที่นำเสนอ

2.4 การจัดทำรูปภาพ

รูปภาพที่ใช้จะต้องมีความคมชัดเพียงพอเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเห็นรายละเอียดในรูปภาพได้ชัดเจน แต่ไม่ควรมีขนาดไฟล์ที่ใหญ่จนเกินไป เพราะจะทำให้ไฟล์บทความต้นฉบับมีขนาดใหญ่ตามไปด้วย โดยรูปภาพจะต้องวางไว้ตำแหน่งกลางหน้ากระดาษ ตัวอักษรทั้งหมดในรูปภาพ จะต้องมีความสูง 16 จุด เพื่อให้ผู้อ่านสามารถอ่านได้สะดวก โดยรูปภาพทุกรูปจะต้องมีหมายเลขแสดงลำดับและคำบรรยายได้ภาพ หมายเลขและคำบรรยายรวมกันแล้วควรจะมีขนาดไม่เกิน 2 บรรทัด และควรเว้นบรรทัด 1 บรรทัด เหนือขอบของรูปภาพและใต้ คำอธิบายภาพ

2.5 การเขียนสมการ

สมการที่ใช้ในบทความควรจะเป็นการสร้างจากโปรแกรม MathType หรือเป็นวัตถุของ Microsoft Equation มีความสูง 14 จุด และเป็นตัวอักษร “TH SarabunPSK” ขนาด 14 จุด สมการทุกสมการจะต้องมีหมายเลขกำกับอยู่ภายในวงเล็บ และเรียงลำดับที่ถูกต้อง ตำแหน่งของหมายเลขสมการ (ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ธรรมดาขนาด 16 จุด) และจะต้องจัดตำแหน่งของสมการให้มีความสวยงาม

2.6 การจัดทำตาราง

ตัวอักษรในตาราง ให้ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 จุด สำหรับหัวข้อของตาราง และให้ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ธรรมดาขนาด 16 จุด สำหรับเนื้อหา ควรตีเส้นกรอบตารางด้วยหมึกดำให้ชัดเจน (ทั้งนี้ผู้เขียนบทความอาจจะใช้ขนาดตัวอักษรที่เล็กกว่า 16 จุดได้ โดยขึ้นอยู่กับเนื้อหาและความสวยงามของการจัดตาราง)

2.7 การอ้างอิงและเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงในบทความ กรณีที่ผู้เขียนต้องการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลในเรื่องให้ใช้วิธีการอ้างอิงในส่วนเนื้อเรื่องแบบนาม-ปี (author-date in-text citation) โดยระบุ ชื่อผู้แต่ง และปีพิมพ์ของเอกสาร ไว้ข้างหน้าหรือข้างหลังข้อความที่ต้องการอ้าง เพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้นและอาจจะระบุเลขหน้าด้วยก็ได้ เช่น มานะ รักยิ่ง (2555: 45) กล่าวว่า หรือ (มานะ รักยิ่ง, 2555: 45) ในกรณีที่ผู้แต่งตั้งแต่ 3 คนขึ้นไปให้ใช้ และคณะ เช่น มานะ รักยิ่ง และคณะ (2555: 51) หรือ (มานะ รักยิ่ง และคณะ, 2555: 51) ถ้าเป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาใดๆ ที่เขียนด้วยตัวอักษรภาษาอังกฤษให้ใช้ et al. ต่อท้ายผู้แต่งคนแรก เช่น Schaad et al. (1992: 405) หรือ (Schaad et al., 1992: 405)

การอ้างอิงท้ายบทความ เป็นการรวบรวมรายการเอกสารทั้งหมดที่ผู้เขียนบทความได้ใช้อ้างอิงในการเขียนบทความจัดเรียงรายการตามลำดับอักษรชื่อผู้แต่ง ภายใต้หัวข้อ เอกสารอ้างอิง สำหรับบทความภาษาไทยหรือ Reference สำหรับบทความภาษาอังกฤษ โดยให้เรียงลำดับเอกสารอ้างอิงที่เป็นภาษาไทยขึ้นก่อนและตามด้วยภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่นๆ และไม่ต้องใส่หมายเลขหน้า ให้แสดงเฉพาะเอกสารที่นำมาอ้างอิงในเรื่องเท่านั้น ไม่ควรอ้างอิงเอกสารใดๆ ที่ยังไม่ได้มีการตีพิมพ์ โดยเรียงลำดับตามตัวอักษร หากรายละเอียดของเอกสารอ้างอิงมีความยาวมากกว่าหนึ่งบรรทัดให้พิมพ์ต่อบรรทัดถัดไป โดยที่ย่อหน้าเว้นระยะจากขอบซ้ายของหน้ากระดาษ 0.5 นิ้ว โดยใช้รูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิงแบบ APA (American Psychological Association) ตัวอย่างการเขียนเอกสารอ้างอิงมีดังนี้

2.7.1 หนังสือหรือตำรา

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). **ชื่อหนังสือ**. เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์. (ตัวอย่างเช่น)

นันทวัฒน์ บรมานันท์. (2545). การปกครองส่วนท้องถิ่นตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.

Tzeng, O.C.S. (1993). Measurement of love and intimate relations: Theories, scales and Applications for Love development, Maintenance, and dissolution. London: Praeger.

2.7.2 หนังสือหรือตำราที่มีบรรณาธิการ

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ใน ชื่อบรรณาธิการ, **ชื่อหนังสือ**. (เลขหน้าบทความ). เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์. (ตัวอย่างเช่น)

Hartley, J. T., Harker, J. O., & Walsh, D. A. (1980). Contemporary issues and new directions in adult development of learning and memory. In Poon, L. W. (Ed.), **Aging in the 1980s: Psychology issues** (239-252). Washington, DC: American Psychology Association.

2.7.3 วารสาร/ข่าวสาร/นิตยสาร

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์, เดือน). ชื่อบทความ. **ชื่อวารสาร**, ปีที่ (ฉบับที่), เลขหน้าบทความ. (ตัวอย่างเช่น)

ประหยัด หงษ์ทองคำ. (2544, เมษายน). อำนาจหน้าที่ของรัฐสภาตามบทบัญญัติรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540. **รัฐสภาสาร**, 49 (4), 1-16.

2.7.4 วิทยานิพนธ์และดุขกัณิพนธ์

รูปแบบ: ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์. (ปีที่วิจัยสำเร็จ). **ชื่อวิทยานิพนธ์**. วิทยานิพนธ์ปริญญา(ระดับ) ชื่อสาขาวิชาสังกัดของสาขาวิชา มหาวิทยาลัย. (ตัวอย่างเช่น)

เข็มทอง ศิริแสงเลิศ. (2540). การวิเคราะห์ระบบประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน กรุงเทพมหานคร. ดุขกัณิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุขกัณิพนธ์บัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

2.7.5 รายงานการวิจัย

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). รายงานการวิจัยเรื่อง . เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์. (ตัวอย่างเช่น)

ชวนพิศ สุทัศน์เสนี. (2534). รายงานการวิจัยเรื่อง การใช้และไม่ใช้บริการ กฤตภาคของนักศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

2.7.6 เอกสารอิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง .(ปี) .ชื่อเรื่อง. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ [วัน เดือน ปี] จาก แหล่งสารสนเทศ.[หรือ URL]] (ตัวอย่างเช่น)

ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2552). การลงรายการบรรณานุกรม

ตามกฎ APA Style [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2552 จาก

<http://www.human.cmu.ac.th/~lib/documents/Bliography.pdf>

Urmila, R. & Parlikar, M., S. (2002). **Organizational Citizenship Behaviors**. Retrieved May 20, 2014, from <http://www.worktrauma.org>.

3. การส่งต้นฉบับ

ส่งต้นฉบับผ่านระบบ ThaiJO ที่ <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMSNPRU>
หรือส่งไฟล์ข้อมูลผ่าน E-mail: wisitson@webmail.npru.ac.th

“กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม”

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

85 หมู่ 3 ถนนมาลัยแมน ต.นครปฐม อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

โทรศัพท์. 0-3426-1021-36 ต่อ 3360 โทรสาร 0-3426-1068

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม ติดต่อ

นางสาวอุทัยวรรณ รุ่งทองนิรันดร์ โทร. 034-261021-36 ต่อ 3360 โทรสาร 034-261068

แบบฟอร์มการนำเสนอบทความ

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.

เรียน บรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
เรื่อง ส่งบทความ

สิ่งที่ส่งมาด้วย

1. บทความจำนวน 3 ชุด
2. ไฟล์ข้อมูลจำนวน 1 แผ่น

ข้าพเจ้า นาย/นาง/นางสาว ชื่อ..... นามสกุล.....

I, Mr./Mrs./Miss Name & Surname.....

ที่อยู่เพื่อการติดต่อโดยละเอียด บ้านเลขที่ ตำบล/แขวง.....

อำเภอ/เขต..... จังหวัด

รหัสไปรษณีย์..... โทรศัพท์เคลื่อนที่.....

โทรศัพท์..... โทรสาร

อีเมล.....

บทความดังกล่าวเป็น

- ☐ บทความวิจัย
- ☐ บทวิจารณ์หนังสือ
- ☐ บทความปริทัศน์
- ☐ ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
- ☐ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตร.....

สาขา..... สถาบันการศึกษา.....

ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ชื่อบทความภาษาไทย.....
2. ชื่อบทความภาษาอังกฤษ
3. เจ้าของผลงาน ตำแหน่งทางวิชาการ/ระบุตำแหน่งหน้าที่

ชื่อบทความภาษาไทย

คนที่ 1 ชื่อ

(ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ).....

สถาบันการศึกษา/สถานที่ทำงาน.....

.....

คนที่ 2 ชื่อ

(ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ).....

สถาบันการศึกษา/สถานที่ทำงาน.....

.....

คนที่ 3 ชื่อ

(ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ).....

สถาบันการศึกษา/สถานที่ทำงาน.....

.....

สถานที่ติดต่อของผู้ติดต่อของผู้ส่งบทความ (ซึ่งกองบรรณาธิการสามารถติดต่อได้สะดวก)

ที่อยู่ (Contact Info).....แขวง/ตำบล (Sub district)

เขต/อำเภอ (District).....จังหวัด (Province).....

รหัสไปรษณีย์ (Postal code).....

โทรศัพท์ (Telephone).....

โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile)

E-mail:

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ I hereby acknowledge this manuscript

☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าแต่เพียงผู้เดียว (is my original work)

☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้ร่วมงานตามที่ระบุในบทความจริง

(is the original work of authors as indicated above)

โดยบทความดังกล่าวไม่เคยตีพิมพ์ และไม่อยู่ระหว่างการเสนอชื่อเพื่อตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน

ข้าพเจ้ายินดีให้กองบรรณาธิการคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาต้นฉบับบทความดังกล่าวได้ตาม
สมควร

This manuscript has never been previously published elsewhere for publication.

I acknowledge that the editorial board reserves the full right to select appropriate
peer reviewers to review my manuscript and to edit it for publication guidelines.

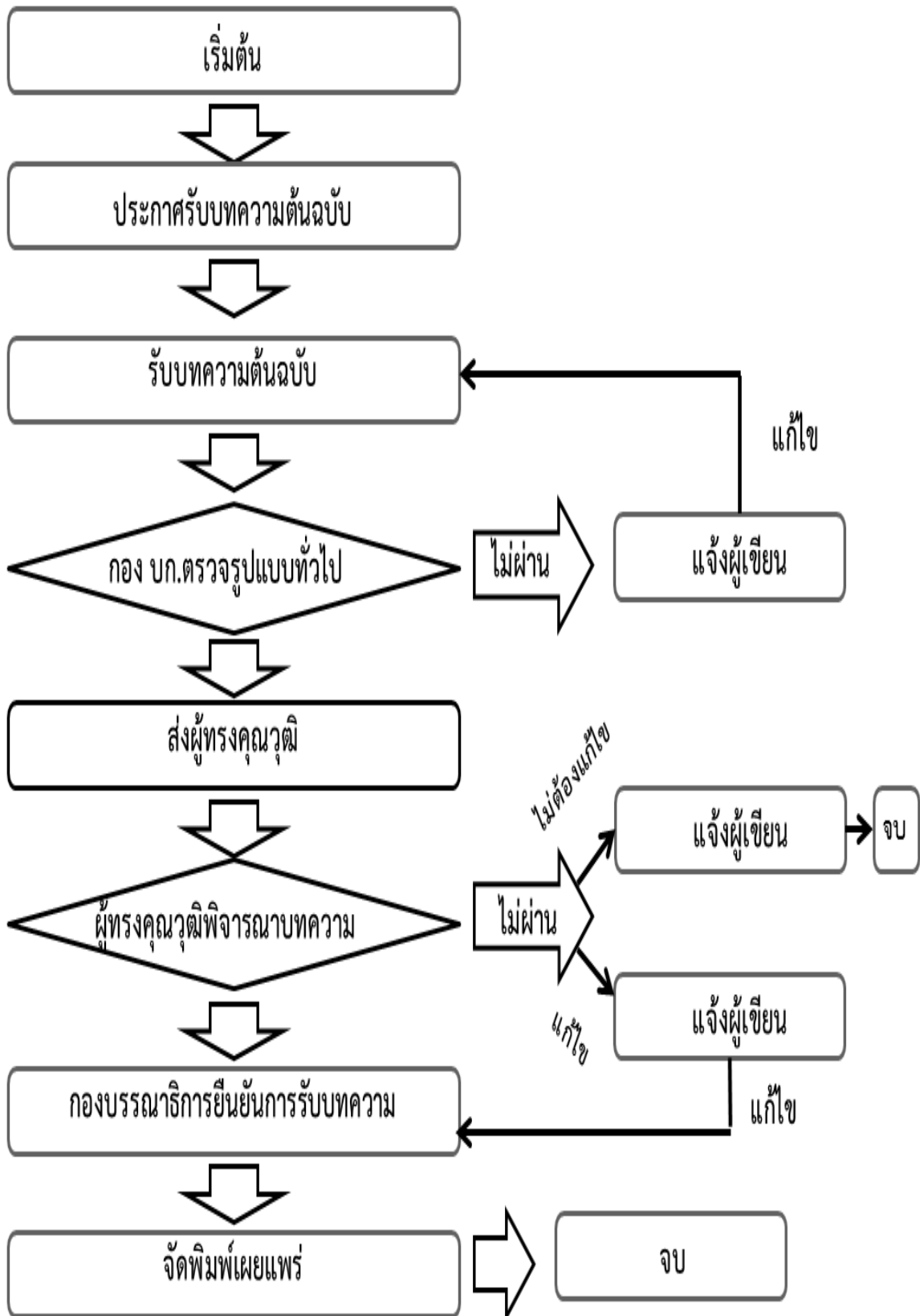
จึงขอส่งบทความมาเพื่อพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

ลงชื่อ

ผู้ส่งบทความ

ขั้นตอนการจัดทำ
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม



วารสารวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม