



วารสารวิทยาศาสตร์การจัดการ คณะวิทยาศาสตร์ราชภัฏนครปฐม

Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University

ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)





วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University

ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2566) 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



Scan me

การส่งต้นฉบับ

ผู้สนใจสามารถส่งต้นฉบับเพื่อรับการพิจารณาลงตีพิมพ์ใน วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ได้ตามที่อยู่กองบรรณาธิการ โดยปฏิบัติดังนี้

1. ส่งต้นฉบับบทความวิจัย บทความวิชาการ บทความปริทัศน์ และบทวิจารณ์หนังสือ ส่งได้ทางอีเมลล์ และผ่านทางระบบ thaijo

2. แบบเสนอต้นฉบับ ซึ่ง download ได้ที่

https://drive.google.com/file/d/1sLCEiRe-dlrex9bwoOD7dEm6w-dq3HfZ/view?usp=share_link

3. ควรตรวจสอบต้นฉบับให้ถูกต้องตามคำแนะนำสำหรับผู้เขียน (manuscript) และรูปแบบการอ้างอิงที่กำหนดไว้

- บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนี้ทุกเรื่องต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง บทความละ 3 ท่าน แบบ double blinded review

- ทศนะและข้อคิดเห็นของบทความที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน ไม่ถือว่าเป็นทศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ

- กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ไม่สงวนสิทธิ์ในการคัดลอก แต่ให้อ้างอิงและแสดงที่มาพิมพ์ที่ AK COPY

สนามจันทร์ 20 ถนนยิงเป้า 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 โสภประยูร
ศาสตราจารย์เกียรติคุณ เสนาะ ตีเยาว์
ศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ
ศาสตราจารย์ พิเศษ ดร.ยุวัฒน์ วุฒิเมธี
ศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา
รองศาสตราจารย์ ดร.ครรชิต มาลัยวงศ์
รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวัติ บุญลือ
รองศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ รัฐนัตรานนท์
รองศาสตราจารย์ ดร.เทพวาทิน หอมสนิท
รองศาสตราจารย์ ดร.กมล บุชบา
รองศาสตราจารย์ ดร.กิติมา ปรีดีติติก
รองศาสตราจารย์วรวรรณ โสภประยูร
รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร จันทร์นำชู
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิภา ลากศิริ

ที่ปรึกษาประจำกองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมเดช นิลพันธุ์
ดร.วิรัตน์ ปิ่นแก้ว
บรรณาธิการบริหาร
รองศาสตราจารย์ ดร.จันทนา วัฒนกาญจนะ

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย

รองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพัชร์ กอประเสริฐ
ดร.ศานติ ดิฐสถาพรเจริญ
อาจารย์ขวัญฤทัย 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.ณัฐณิชา ณ นคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรรัตน์ วิริยะสีบพงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชญะ อุทัยรัตน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรรรค์ชัย กิตยยานันท์
ดร.ชัยพร ธนถาวรลาภ
ดร.ภัทรพล ชุ่มมี

ดร.กฤษดา เขียววัฒนสุข
ดร.สมชาย เลิศภิรมย์สุข
ดร.วาสนา บุตรโพธิ์
ดร.จรรุญ ชำนาญไพร

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
คณะกรรมการและท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการสายงานเครือข่ายเกษตรกร ตลาดสี่
มุมเมือง

กองบรรณาธิการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เยาวภา บัวเวช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดช ธรรมศิริ
อาจารย์วีรภัก อู่การสกุล

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

รายนามคณะผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก พิจารณาบทความประจำ
“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.ศิษุวัช มั่นเศรษฐวิทย์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
รองศาสตราจารย์ ดร.ฤกษ์ชัย ฟูประทีปศิริ	คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.มานพ ชูนิล	คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
รองศาสตราจารย์ ดร.สุนันทา เลานั่นทน	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม ธรรมบุตร	วิทยาการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา
รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันตะนี	คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ	คณะกรรมการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ชวลีย์ ณ ถลาด	วิทยาการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา
รองศาสตราจารย์ จโสธร ตู้ทองคำ	คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ วรณี เขาวนัสชุม	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ อารังสินถาวร	คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรรณี ดอนจอยหอ	ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุมาลี รามัญญ์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประยงค์ มีใจเชื้อ	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริฉันท สติรกุล เตชพาหพงษ์	คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตมาภา ถิรศิริกุล	คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนิชา ณ นคร	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิโรจน์ เจษฎาภิรักษ์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดชาพันธ์ รัฐศาสนศาสตร์	คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนวัชฌน์ ชลไพศาล	วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิษณุ วงศ์สินศิริกุล	วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จรุงญ บุญสนอง	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชลลดา พึ่งรำพรรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ญาณัญญา ศิริภัทร์ธาดา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ อมรศิริพงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภัทร์ พลอยแหวน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิพรรธน์ พิเชฐศิริประภา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล ชูชินปรากฏ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรรัตน์ วิริยะสีบพงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรรคชัย กิตยานันท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วงศ์ธีรา สุวรรณิน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชญะ อุทัยรัตน์
ดร.สุทธิรัตน์ พลอยบุตร
ดร.ธนากร มาเสถียร
ดร.ฉัตรรัตน์ โหระตะไวศยะ

ดร.เรืองเดช เร่งเพียร

ดร.ภัทรพล ชุ่มมี

ดร. สุภาพร เฟ่งพิศ

ดร.กฤษดา เขียววัฒนสุข

ดร.คชาวุฒิ สังฆาต

ดร.พัทธ์พสุตม์ สาธุนวัฒน์

ดร.จิรนนท์ เขมพันธ์

ดร.ละเอียต ศีลาน้อย

ดร.สมชาย เลิศภิรมย์สุข

ดร.วาสนา บุตรโพธิ์

ดร.จรรุญ ชำนาญไพร

Professor Dr. Roh,Seong-Kyu

Professor Dr. Seung-jea

Associate Professor Dr. Thongphanh Chanthavone

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์
คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เวสเทิร์น
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนสุนันทา

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏ
วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏ
วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลรัตนโกสินทร์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

พระนครศรีอยุธยา

คณะเทคโนโลยีการเกษตรภาคพัฒนาการเกษตรและการ
จัดการทรัพยากร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง

คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัย

มหาสารคาม

คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการสายงานเครือข่ายเกษตรกร
ตลาดสี่มุมเมือง

Sungkyunkwan University South Korea

Korea National University of Education South
Korea

Faculty of Economics and Tourism,
Souphanouvong University Lao PDR

นิเทศศาสตร์

ศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ

รองศาสตราจารย์ ดร.อุษา บิ๊กกินส์

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ

รองศาสตราจารย์ ดร.ธิดาพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์

รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ

รองศาสตราจารย์ ดร.บุบผา เมฆศรีทองคำ

รองศาสตราจารย์ จันทนา ทองประยูร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา ทรุ่นเกษม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสภภาพร กล้าสกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณรัตน์ ชินวรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ปิ่นพรานวงศ์

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 พิจารณาบทความประจำ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.จันทนา วัฒนกาญจนะ

2. รองศาสตราจารย์ ดร. เกศินี ประทุมสุวรรณ

3. รองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒน์ ฉิมะสังคนันท์

4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เยาวภา บัวเวช

5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธงชัย พงศ์สิทธิกาญจนา

6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤติยา รุจิโชค

7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณัชชา ศิริธนาธร

8. อาจารย์ ดร.ปารีชาติ ข้าเรือ่ง

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 สุจิตวนิช

15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อาจารย์ ดร.จันจิราภรณ์ ปานยินดี

16. อาจารย์ ดร.พงศสฎา เฉลิมกลิ่น

17. อาจารย์ ดร.ดวงใจ คงคาหลวง

18. อาจารย์ ดร.ศานติ ดิฐสถาพรเจริญ

19. อาจารย์ ดร.จิรวรรณ นกเอี้ยงทอง

20. อาจารย์ ดร.พงษ์สันต์ ต้นหยง

21. อาจารย์ ดร.ณัฐชามญช์ ศรีจำเริญรัตน์

22. อาจารย์ ดร.ชนพงษ์ อภรณ์พิศาล

23. อาจารย์ ดร.พันธิการ์ วัฒนกุล

24. อาจารย์ ดร.ภัธกร 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 และความสามารถในการทำวิจัยเพื่อพัฒนา งาน 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 และเป็นที่ยินดีที่วารสารได้รับการประเมินจาก 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. วัฒนกาญจนะ

รองศาสตราจารย์ ดร.จันทนา วัฒนกาญจนะ
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

บทบรรณาธิการ

ในฐานะแฟนเพลงเพื่อนชีวิต ศิลปินท่านหนึ่งที่ผมชื่นชอบมาตลอด ถูกคุณหนุ่มคงกระพัน มาสัมภาษณ์ผ่าน youtube ผมชมด้วยความชื่นชม และนี่ถึงตนเองสมัยวัยรุ่นที่ชอบร้อง และแกะเพลงของคุณปุพงษ์สิทธิ์ อยู่เสมอ ความยาวของ clip ชุดนี้ได้พูดถึงชีวิตตั้งแต่วัยเด็ก ความมุ่งมั่นที่จะเล่นฟุตบอล และดนตรี การสู้ชีวิต จนมาเป็นที่ยอมรับของแฟนเพลง ต้องผ่านการทดสอบมากมาย การเล่นคอนเสิร์ตครั้งแรกที่เกาะสมุย ที่ได้เห็นทะเลเป็นครั้งแรก เพราะได้โอกาสจากศิลปิน หงา คาราวาน สิ่งที่เราได้สัมผัสก็คือ "กาลเวลา ย่อมพิสูจน์คน" คนที่ไม่พยายามทำอะไรเลย ไม่ความอดทนในการต่อสู้ชีวิต ย่อมไม่เข้าใจว่า ความสำเร็จที่เกิดจากความมุ่งมั่นตั้งใจมันช่างน่าภูมิใจเพียงใด ทั้งที่เกิดกับตนเอง ครอบครัว และคนตนรัก และรักตน

ส่วนที่ผมชอบที่สุดใน clip อยู่ประมาณนาทีที่ 9 พี่ปุพงษ์สิทธิ์ ได้เล่าถึงประวัติของเพลงที่ผมชอบอีกเพลงได้แก่ "ผีโรงเรียน" ซึ่งเป็นเพลงแรกที่ พี่ปุแต่งตอนอายุ 11 ปี ด้วยแรงบันดาลใจ เนื่องจากไปแอบชอบลูกสาวคุณหมอที่โรงพยาบาล ซึ่งคุณแม่ของพี่ปุในฐานะพนักงานในโรงพยาบาลพักอาศัยอยู่ การเกิดขึ้นของเพลง เป็นเพราะแอบชอบ แต่ไม่กล้าบอก เพราะน้อยเนื้อต่ำใจในฐานะของตน แต่งให้ โดยที่คนถูกพาดพิงไม่เคยรู้ตัว บทสรุปสุดท้ายคือเพลงนี้ดังมาก สัมผัสออก สัมผัสในของเพลงที่โดดเด่น ร้องและฝึกง่ายสำหรับคนหัดเล่น guitar เพลงนี้ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการเป็นนักดนตรีของพี่ปุ ผมชอบประโยคเด็ดที่ว่า "ชีวิตมันตลก เพลงที่แต่งตั้งแต่ตอน ป.6 ยิ่งร้องจนถึงทุกวันนี้" ความจริงแล้วก็เพราะเพลงดังกล่าว ดัง และมีความอมตะนั่นเอง ใน clip นาทีที่ 44 กับคำถามว่าเพลงไหนที่พี่ปุรักที่สุด คำตอบก็ชัดเจนนั่นคือ "ผีโรงเรียน" นั่นเอง

หลังจากชม clip จบ ผมเองก็นั่งคิดถึงผลงานวิจัยหลายๆ เรื่องที่เคยผ่านตา ในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความวิจัย ในฐานะกรรมการสอบ ในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษา ผมพบว่างานวิจัยที่ดี ก็ไม่ต่างกับการแต่งเพลงดี ๆ สักเพลง ความเป็นอมตะของเพลง ไม่น่าจะเกิดเพราะคำว่า ใช้เป็นส่วนหนึ่งที่ใช้ประกอบการจบในระดับบัณฑิตศึกษา หรือใช้เพื่อขอตำแหน่งทางวิชาการ งานวิจัยที่ดีควรเกิดจากความรัก ความมุ่งมั่น และความตั้งใจ อย่างน้อยผู้ที่เรียนระดับบัณฑิตศึกษา และทำผลงานวิชาการก็ต้องอาศัยสิ่งเหล่านี้เป็นจุดแรกก่อ งานวิจัยที่ดีเริ่มต้นจากแรงบันดาลใจที่ดี ส่วนความยั่งยืนจะเกิดการยอมรับจากผู้อ่านที่ยาวนาน

สำหรับบทความวิจัยที่ถูกมาลงตีพิมพ์ในวารสาร หรือผลงานวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ การยอมรับในผลงาน ต้องผ่านจากหลายๆ ฝ่าย ด้านแรกสุดก็คงเป็นตัวผู้เขียนเองที่ต้องมีแรงบันดาลใจ ถัดมาก็คือการยอมรับจากกองบรรณาธิการ และผู้ทรงคุณวุฒิที่จะไม่ reject ผลงาน มีการช่วยในการให้คำชี้แนะเพื่อกล่อมเกลางาน สุดท้ายเมื่อผลงานได้รับการตีพิมพ์ การยอมรับจะถูกส่งมอบไปยังสายตาของผู้อ่าน และนักวิชาการที่จะนำงานของเราไปอ้างอิงต่อ เพื่อต่อยอดความรู้

หากเพลงที่ดีมีความเป็นอมตะ จะได้รับการยอมรับ และนักดนตรีต้องซบซ่าน มีคนนำเพลงดังกล่าวไปร้องต่ออย่างมีความสุข ผมเองก็เชื่อว่างานวิจัยที่มีคุณภาพต้องได้รับการยอมรับจากการถูกอ้างอิง และใช้ต่อยอดองค์ความรู้ ดังนั้นเราควรสร้างความสุขในแง่ภูมิวิชาการ ด้วยการพิถีพิถันในการเขียนบทความวิชาการ หรือบทความวิจัยกันเถาะ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย
บรรณาธิการ

ที่มา :

หนุ่มคงกระพัน official.(2566). Big Story | ปุ พงษ์สิทธิ์ exclusive | บทเพลง ดนตรี ชีวิต Uncut.
[ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2566 จาก https://www.youtube.com/watch?v=YXXi_f_-iTI&t=616s



สารบัญ

บทความที่		หน้า
1	ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทย (ศรัณย์ธร โศจิพลากุล) Article history: Received 1 May 2022 Revised 21 May 2022 Accepted 23 May 2022 SIMILARITY INDEX = 3.69 %.....	1
2	การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจ การพิมพ์ฉลากสินค้า ในประเทศไทย (อรนุช เฉิน) Article history: Received 4 April 2022 Revised 23 May 2022 Accepted 25 May 2022 SIMILARITY INDEX = 4.96 %.....	14
3	อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อ ความสำเร็จ ของธุรกิจรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตอำเภอแก่งคอยจังหวัดสระบุรี (จิรนนท์ ใหญ่ถ้อยอง) Article history: Received 14 June 2022 Revised 22 August 2022 Accepted 22 August 2022 SIMILARITY INDEX = 3.35 %.....	27
4	กลยุทธ์ทางการตลาดในความปกติใหม่สำหรับธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ (ธรรศณพร เกสัชชา มรกต จันทร์กระพ้อ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข) Article history: Received 3 November 2022 Revised 30 November 2022 Accepted 1 December 2022 SIMILARITY INDEX = 6.75 %.....	40
5	ทัศนคติและความพึงพอใจในการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว กรณีใช้บรรจุภัณฑ์เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อมแทนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มในกรุงเทพมหานคร (สุรัสวดี ศิริปัญญา และ ปิยะมาศ สือสวัสดิ์วิญชัย) Article history: Received 2 November 2022 Revised 17 December 2022 Accepted 19 December 2022 SIMILARITY INDEX = 0.65 %.....	55
6	หลักการใช้สติของการก้าวเข้าสู่ความสัมพันธ์ภาพกำลังใจในสถานที่ทำงาน (อิงอร ต้นพันธ์ ทศพร มะหะหมัด และ สุวิมล พันธุ์โต) Received 22 August 2022 Revised 7 February 2023 Accepted 9 February 2023 SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....	67

สารบัญ

บทความที่		หน้า
7	หลักเกณฑ์ที่เหมาะสมต่อการประเมินศูนย์การเรียนรู้พื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิต ตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” (อณิษฐา หาญภักดีนิยม และศิลาวัฒน์ ชัยวงศ์) Received 27 November 2022 Revised 7 February 2023 Accepted 9 February 2023 SIMILARITY INDEX = 5.74 %.....	76
8	โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ (ศักดิ์ชัย จันทะแสง) Article history: Received 19 September 2022 Revised 16 April 2023 Accepted 17 April 2023 SIMILARITY INDEX = 5.39 %.....	92
9	ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานขององค์การอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างในประเทศไทย (ณัฐสุภรณ์ สมณา) Article history: Received 8 March 2023 Revised 16 April 2023 Accepted 17 April 2023 SIMILARITY INDEX = 0.89 %.....	107
10	การทำงานทางไกลในสถานการณ์ COVID – 19 ขององค์การภาครัฐไทย (กัญญาภัทร ปานหอมยา และ สุวรรณี แสงมหาชัย) Article history: Received 15 March 2023 Revised 16 April 2023 Accepted 17 April 2023 SIMILARITY INDEX = 2.17%.....	123
11	ผลการดำเนินงานของบริษัทกับการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน: อิทธิพลตัวแปรส่งผ่านด้านความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (ธเนศ อุ่นปรีชาวนิชย์) Article history: Received 10 March 2023 Revised 25 April 2023 Accepted 27 April 2023 SIMILARITY INDEX = 3.39 %.....	135
12	การตัดสินใจทางจริยธรรมในสถาบันอุดมศึกษา (ภาณุมาศ ทองชนะ และ รวิภา ธรรมโชติ) Article history: Received 20 March 2023 Revised 2 May 2023 Accepted 3 May 2023 SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....	150

สารบัญ

บทความที่		หน้า
13	ดัชนีชี้วัดการเป็นองค์กรนวัตกรรมในประเทศไทย (จิราภรณ์ ชันญชนะ และคณะ) Article history: Received 12 March 2023 Revised 2 May 2023 Accepted 3 May 2023 SIMILARITY INDEX = 2.86%.....	160
14	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ รายจ่าย และผลิตภัณฑมวลรวมของรัฐบาล: หลักฐานเชิงประจักษ์จาก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (PHANTHASITH Somsanith, CHANTHAVONE Thongphan and HER Pheng) Article history: Received 13 January 2023 Revised 7 May 2023 Accepted 8 May 2023 SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....	171
15	ความทุ่มเทของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในประเทศไทย (รัชณี ก้อนทรัพย์ และ สุวรรณี แสงมหาชัย) Article history: Received 2 March 2023 Revised 8 May 2023 Accepted 13 May 2023 SIMILARITY INDEX = 4.13 %.....	183
16	กลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็ง ภายใต้บริบทความ เป็นชุมชนเมือง ในพื้นที่จังหวัดปริมณฑล (นัฐปกรณ์ รวีธนาธร และสมบุญ ศรีสรศรีริญ) Article history: Received 27 October 2022 Revised 14 June 2023 Accepted 19 June 2023 SIMILARITY INDEX = 4.87 %.....	198
17	การยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กรของบุคลากรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัด เพชรบุรี (พุทธิชัย สมานมิตร และ สุรวี ศุนาลัย) Article history: Received 27 October 2022 Revised 14 May 2023 Accepted 16 May 2023 SIMILARITY INDEX = 2.46 %.....	214
18	การจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษา: จังหวัดขอนแก่น และ จังหวัดสงขลา (กอบกาญจน์ ประภาสะวัต และ อุทัย เลาหวิเชียร) Article history: Received 2 May 2023 Revised 7 June 2023 Accepted 9 June 2023 SIMILARITY INDEX = 3.02%.....	225

สารบัญ

บทความที่		หน้า
19	แนวทางการส่งเสริมการส่งออกข้าวกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 (นันทิมา ดำรงวัฒนกุล และคณะ) Article history: Received 5 January 2023 Revised 10 June 2023 Accepted 12 June 2023 SIMILARITY INDEX = 3.15 %.....	241
20	การปรับเปลี่ยนจากรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์สู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล : กรณีศึกษา กรมสรรพากร กรมการขนส่งทางบก และกรมทางหลวงชนบท (สุภารัตน์ แก้ววิสูตร และ จักรกฤษณ์ นรนิติผดุงการ) Article history: Received 9 May 2023 Revised 11 June 2023 Accepted 12 June 2023 SIMILARITY INDEX = 2.32 %.....	257
21	แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ ในจังหวัดกาญจนบุรี (รัชชิตา ดาวเรือง และคณะ) Article history: Received 24 March 2023 Revised 11 June 2023 Accepted 12 June 2023 SIMILARITY INDEX = 3.83 %.....	267

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 ต้องมีส่วนในการทำการวิจัยจริง นอกจากนี้ควรระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนในการทำผลงานทางวิชาการ ในกิตติกรรมประกาศ
5. บทความที่ส่งตีพิมพ์จะต้องเป็นไปตามรูปแบบที่กำหนด โดยจัดทำรูปแบบบทความตามคำแนะนำในการเตรียมบทความของวารสาร
6. ผู้นิพนธ์ต้องแก้ไขความถูกต้องของบทความตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) และทางกองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมกำหนด
7. ผู้นิพนธ์ที่มีการเผยแพร่ข้อมูลของหน่วยงานอื่น จะต้องได้รับอนุญาตจากหน่วยงานนั้นๆ
8. งานวิจัยใดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในมนุษย์ ควรมีหนังสือรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ

1. บรรณาธิการมีหน้าที่ในการพิจารณาแบบ กลั่นกรอง คัดสรรบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารอย่างเข้มข้น 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 โดยใช้โปรแกรมที่นำเชื่อถือ รวมถึง หยุดการประเมินบทความ หากพบว่าบทความที่ส่งมาตีพิมพ์คัดลอกผลงานของผู้อื่น และปฏิเสธการรับบทความนั้นๆ
7. บรรณาธิการจะไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์เผยแพร่จากที่อื่นมาแล้วทั้งในรูปแบบของวารสาร หรือบทความหลังการนำเสนอในที่ประชุมวิชาการ (Proceeding)
8. บรรณาธิการจะไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนใดๆ กับผู้นิพนธ์ ผู้ทรงคุณวุฒิ ทีมผู้บริหาร และกองบรรณาธิการ

9. หากมีหลักฐานที่ชัดเจนว่ามีการคัดลอกผลงานของผู้อื่น บรรณาธิการจะติดต่อผู้เขียนหลักเพื่อขอคำชี้แจง และหากไม่มีข้อชี้แจงตามหลักทางวิชาการ บรรณาธิการจะปฏิเสธการตีพิมพ์บทความนั้น

10. บรรณาธิการต้องรักษามาตรฐานของวารสาร รวมถึงพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพ สะท้อนองค์ความรู้ใหม่ๆ และมีความทันสมัยเสมอ

บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ

1. ผู้ประเมินบทความจะต้องรักษาระยะเวลาประเมินตามกรอบเวลาประเมินที่กำหนด ในการประเมินบทความต้อง ไม่มีอคติ ให้ข้อคิดเห็นตรงไปตรงมา สร้างสรรค์ นำไปสู่การปรับปรุงบทความที่ได้มาตรฐานทางวิชาการ

2. ผู้ประเมินบทความจะต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้นิพนธ์ เช่น เป็นผู้นิพนธ์ร่วม ผู้ร่วมโครงการ ผู้ร่วมงาน หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ที่จะทำให้ผู้ประเมินไม่สามารถประเมินและให้ข้อเสนอแนะได้อย่างอิสระได้

3. ผู้ประเมินบทความ จะต้องมีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญ โดยพิจารณาจากเนื้อหาของบทความ โดยประเมินบทความที่ตนมีความเชี่ยวชาญ พิจารณาคุณภาพของบทความ ไม่ใช่ความคิดเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลมารองรับในการให้ข้อเสนอแนะหรือตัดสินบทความ

4. ผู้ประเมินบทความ ควรให้ข้อเสนอแนะ และระบุตัวอย่างผลงานวิจัยที่สำคัญๆ และสอดคล้องกับบทความที่ประเมินแต่ผู้นิพนธ์บทความไม่ได้อ้างถึง

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.

ISSN 2392 - 5817



วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University

ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)



ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทย Causal Factors Influencing the Success of Health Spa Business in Thailand

ศรัณย์ธร โสจิพลากุล*
(Saranthon Sojiphlakul)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทย (2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี การวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพประชากรจำนวน 9,080 ราย กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย และการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพจำนวน 15 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานวิจัยใช้การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพมากที่สุดคือการมุ่งเน้นการบริการ รองลงมาคือการมุ่งเน้นการตลาด และนวัตกรรมบริการตามลำดับ โดยตัวแปรทั้งสามสามารถอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ (R^2) ได้เท่ากับ 0.87 (87.0%) (2) รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพบว่ารูปแบบความสัมพันธ์ตามกรอบแนวคิดการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดลดังนี้ $\chi^2=288.85$, $df=116$, $\chi^2 / df = 1.973$, $p\text{-value} = 0.051$, $GFI = 0.955$, $AGFI = 0.953$, $CFI = 0.988$, $NFI = 0.976$, $TLI = 0.988$, $RMSEA = 0.049$

คำสำคัญ: ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ การตลาด การบริการ นวัตกรรม

*นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี 10170

ภายใต้การควบคุมของ รองศาสตราจารย์ ศิริพร สัจจามันท์ อาจารย์ ดร.สุพัตรา จันทนะศิริ และ อาจารย์ ดร. ฐนนันท์ ไขษิตคณิน

Doctor of Business Administration students; Bangkokthonburi University, 10170

Corresponding author: sarantorn_rcp@hotmail.com

ABSTRACT

This research aims (1) to analyze the factors influencing the success of the health spa business in Thailand and (2) to examine the coherence of the causal relationship model of the factors influencing business success of health spas in Thailand with the empirical data. This research used mixed method research. The quantitative research method was collecting data by using questionnaires from health spa business entrepreneurs. The population was 9,080 and the sample size was 400 people. The qualitative research method was using in-depth, semi-structured interviews from 15 key informants related to health spa business. The statistics used in the data analysis were percentage, mean, and standard deviation. Data analysis to test research hypothesis was based on structural equation analysis.

The results showed that (1) The causal factors that had the most direct influence on the success of a health spa business were focus on service followed by the focus on marketing and service innovation respectively, the three variables could explain the variance in the success of the health spa business (R^2) equal to 0.87 (87.0%) and (2) the causal relationship model found that the correlation model according to the research concept was consistent with the empirical data. The harmonious index of the model was as follows: $\chi^2=288.85$, $df=116$, $\chi^2 / df = 1.973$, $p\text{-value} = 0.051$, $GFI = 0.955$, $AGFI = 0.953$, $CFI = 0.988$, $NFI = 0.976$, $TLI = 0.988$, $RMSEA = 0.049$.

Keywords: health spa business, marketing, service, innovation

Article history:

Received 1 May 2022

Revised 21 May 2022

Accepted 23 May 2022

SIMILARITY INDEX = 3.69 %

1. บทนำ

ประเทศไทยได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) มุ่งเน้นที่จะให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ยุทธศาสตร์ชาติที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ประเด็นที่ 4.3 สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว โดยรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับและเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง มุ่งพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงเพิ่มมากยิ่งขึ้น ด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย และพัฒนาการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไทยกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค (คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, 2561) เพื่อการเป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างประทับใจตลอดการท่องเที่ยวจนเกิดการท่องเที่ยวซ้ำและแนะนำบอกต่อ โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย จะสอดคล้องกับ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในด้านความเชี่ยวชาญ ความเป็นเอกลักษณ์และการให้บริการที่เป็นเลิศ ในปี พ.ศ. 2540 รัฐบาลไทยได้ประกาศนโยบายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจสปาแห่งเอเชีย (Capital Spa of Asia) เพื่อสร้างความเป็นเลิศของธุรกิจบริการสปาและเป็นแหล่งที่มาของรายได้เงินตราจากต่างประเทศ ด้วยการผลักดันสร้างมาตรฐานและเอกลักษณ์ของธุรกิจสปาไทยสู่สากล โดยกลุ่มลูกค้าหลักคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก เช่น จีน ไต้หวัน ฮองกง เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น ทั้งนี้จากการประมาณการโดย Global Wellness Institute จากสถิติที่ผ่านมาพบว่า ธุรกิจสปา และ Wellness ของไทยมีมูลค่าตลาดประมาณ 35,000 ล้านบาท และมีการเติบโตอยู่ที่ปีละ 5-7% เนื่องมาจากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลก โดยธุรกิจสปา-นวดไทย ติดอันดับ 16 ของโลก และติดอันดับ 5 ในภูมิภาคเอเชีย จัดเป็นทั้ง Medical Tourism สำหรับต่างชาติ และเป็นตลาดความงามสำหรับคนไทย โดยตลาดสปาเพื่อสุขภาพมีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 23% ของตลาดความงามทั้งหมด

ธุรกิจบริการสปาเพื่อสุขภาพมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาภาคบริการและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วธุรกิจบริการ และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่เป็นแหล่งสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ (Product of Excellence) ซึ่งประกอบด้วย 3 ธุรกิจหลักคือ ธุรกิจบริการทางการแพทย์ ธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพร และธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งได้แก่ บริการนวดไทย สปายังเป็นธุรกิจที่สามารถนำทรัพยากรส่วนเกินของภาคเอกชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ทั้งยังก่อให้เกิดรายได้อย่างต่อเนื่องด้วยความเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ จึงนับเป็นผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศทั้งระบบ ประเทศไทยจัดเป็นประเทศมีศักยภาพด้านธุรกิจบริการสปาซึ่งเป็นที่รู้จักทั้งในด้านความเชี่ยวชาญของบุคลากรและคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาตรฐานสากล โดยมีชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการในประเทศอย่างต่อเนื่อง และสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศไทย

จากแนวคิดเรื่อง “เศรษฐกิจใหม่” (New Economy) หรือ “เศรษฐกิจไร้น้ำหนัก” (Weightless Economy) ซึ่งเป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับความคิด รูปแบบ และภูมิปัญญาที่จับต้องไม่ได้มากกว่าผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2555) เศรษฐกิจใหม่ ได้รับการกล่าวถึงกันอย่างกว้างขวางและเป็นเป้าหมายหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจของนานาประเทศ จึงเป็นเงื่อนไขที่ทำให้ธุรกิจสปาไทยต้องมีการปรับตัวและเกิดการเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการธุรกิจสปาอย่างเหมาะสมและรอบคอบ เพื่อการบริการที่มีมาตรฐานและได้คุณภาพที่ผู้มารับบริการพึงพอใจ นอกจากนี้แนวคิดการตลาดบริการยังเป็นแนวคิดสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจสปาจำเป็นต้องให้ความสำคัญเพื่อนำไปสู่การจัดการธุรกิจการให้บริการสปาในยุคเศรษฐกิจใหม่

ดังนั้นเพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาในประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยทางธุรกิจที่จะช่วยส่งเสริมการดำเนินธุรกิจธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทย และสร้างแนวทางที่เหมาะสมในการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันให้องค์กรสามารถปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดและดำเนินกิจการต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทย
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจ สปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้การศึกษารวบรวมวัตถุประสงค์ของการวิจัย และเป็นการสร้างความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ ของการศึกษา ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม จากแนวคิดและทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามประเด็นดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ

การวิเคราะห์ความได้เปรียบ ทางการแข่งขันมีความสำคัญต่อการบริหารธุรกิจสปาให้มีศักยภาพในการแข่งขันและทำกำไรให้กับธุรกิจจะมาเป็นส่วนที่สนับสนุนการจัดการวางแผนธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นที่นักการตลาดต้องนำแนวคิด การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม Five Force Model (Porter, 2006) มาสนับสนุนพัฒนากลยุทธ์ของธุรกิจได้ด้วยวิเคราะห์ความน่าสนใจของอุตสาหกรรมธุรกิจสปา ด้วยแรงผลักดัน 5 ด้าน ได้แก่

1. การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่จากมูลค่าตลาดรวมที่สูงถึงหมื่นล้าน รวมถึงอัตราการเจริญเติบโตของตลาดสปาที่มีการขยายตัวสูงทั้งในและต่างประเทศ ทำให้มีนักลงทุนและผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในธุรกิจสปาเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจมีความรุนแรงมากขึ้นตามไปด้วย

2. สินค้าทดแทน การบริหารด้านสุขภาพเป็นธุรกิจที่สามารถดำเนินการได้ตั้งแต่ระดับ คริวเรือนจนถึงระดับโลก แต่ความต้องการในการบริการก็จะถูกกำหนดโดยผู้บริโภคว่ามีศักยภาพหรือกำลังซื้อหรือไม่ ผู้บริโภคพร้อมที่จะทดลองของใหม่ ๆ ได้ตลอดเวลา

3. อำนาจการต่อรองของลูกค้า (ผู้ใช้บริการ) อำนาจการต่อรองของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการสปาจัดว่าน้อย เนื่องจากสถานบริการสปาแต่ละรายจะไม่ได้เปิดให้บริการแพร่หลาย ในพื้นที่หนึ่ง ๆ อาจมีเพียง 1-2 แห่ง ความสามารถในการให้บริการด้านสปาจะถูกจำกัดด้วยจำนวนเตียง/ห้อง และจำนวนเธอร่าปิส ช่วงเวลาที่รองรับการให้บริการมีค่อนข้างจำกัด ทำให้การตั้งราคาหรือการขึ้นราคาที่เหมาะสมสามารถทำได้ง่าย

4. อำนาจการต่อรองของผู้ขายที่มีต่อธุรกิจสปา สามารถแบ่งผู้ขายออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ผู้ขายผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการทำธุรกิจสปา และผู้ขายผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในขั้นตอนการนวดและเสริมความงาม เพราะกลุ่มผู้ซื้อเป็นสินค้าเฉพาะกลุ่ม

5. การแข่งขันของธุรกิจประเภทเดียวกัน การแข่งขันในธุรกิจสปาเพื่อความงามจัดเป็น ตลาดที่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากเป็นธุรกิจที่กำลังได้รับความนิยม มีความเติบโตของตลาดสูง และเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการทำกำไร จึงทำให้มีนักลงทุนและผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาสู่ธุรกิจนี้เพิ่มมากขึ้นทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

สรุปได้ว่า การดำเนินธุรกิจสปาให้ประสบความสำเร็จนั้นต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่าง โดยเฉพาะทำเลสถานที่ตั้ง สินค้าและการให้บริการการพัฒนาารูปแบบการให้บริการ ให้ความสำคัญสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ที่สำคัญคือจะต้องมีจุดเด่นเป็นของตัวเองเพื่อสร้างความแตกต่างและเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

2.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ

ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยเพื่อสังเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ สปาเพื่อสุขภาพดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการบริการ

“การจัดการ” คือ การที่องค์กรใช้กลุ่มของบุคคลหรือกลุ่มผู้จัดการในองค์การทำหน้าที่จัดการกิจกรรมต่าง ๆ ให้สัมพันธ์กันกับจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายที่องค์กรกำหนด และเปลี่ยนจุดมุ่งหมายสู่การปฏิบัติจริง โดยผ่านกระบวนการที่ประกอบไปด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การสั่งการ และการควบคุมตนและทรัพยากรอื่น เพื่อให้้องค์การสามารถบรรลุผลสำเร็จที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2. มาตรฐานธุรกิจและรูปแบบธุรกิจผู้ประกอบการบริการเพื่อสุขภาพ

พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.2509 และ ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 2) เพื่อสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพพัฒนาคุณภาพให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลและมีตัวบ่งชี้คุณภาพที่สามารถนำมาใช้ในด้านบริการ และการบริหารของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ ซึ่งเกณฑ์การรับรองคุณภาพสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ จะประกอบด้วยมาตรฐาน 5 ด้าน คือ 1) มาตรฐานที่ 1 : มาตรฐานด้านบริการ 2) มาตรฐานที่ 2 : มาตรฐานด้านบุคลากร 3) มาตรฐานที่ 3 : มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์ 4) มาตรฐาน ที่ 4 : มาตรฐานด้านการบริหารและการจัดการองค์กร และ 5) มาตรฐานที่ 5 : มาตรฐานด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม

3. แนวคิดการมุ่งเน้นการตลาด

Jaworski and Kohli (1993) วิจัยเรื่อง การวางแผนการตลาด: ที่มาและผลที่เกิดขึ้นโดยเสนอสเกลวัดการมุ่งเน้นการตลาด 3 เกณฑ์ คือ 1) การจัดการข้อมูล 2) การกระจายข้อมูล และ 3) การประสานงานภายในองค์กร โดยศึกษาผู้บริหารด้านการตลาดและ ผู้บริหารด้านอื่นของบริษัทที่เป็นสมาชิกของสถาบันการตลาด (Marketing Science Institute--MSI) พบว่า การประสานงานภายในองค์กรเป็นองค์ประกอบสำคัญของแนวคิดการมุ่งเน้นการตลาดมากที่สุด

4. แนวคิดเกี่ยวกับการมุ่งเน้นการบริการ

การวัดแนวคิดการมุ่งเน้นการบริการสามารถวัดได้ใน 2 ระดับ คือ (1) ระดับบุคคล และ (2) ระดับองค์กร ซึ่งแสดงว่า ทักษะคติและพฤติกรรมของพนักงานในการให้บริการส่งผลต่อมาตรฐานการบริการในระดับองค์กร เพราะพนักงานเป็นองค์ประกอบและทรัพยากรที่สำคัญที่สุดของทุกองค์กร และเป็นปัจจัยที่จะทำให้การให้บริการขององค์กรประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว

5. แนวคิดนวัตกรรมบริการ

Berry et al. (2006) ได้กล่าวว่า นวัตกรรมบริการ (service innovation) เป็นการรวม ของนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมด้านโมเดลธุรกิจ นวัตกรรมด้านสังคมขององค์กร และนวัตกรรมด้าน อุปสงค์ ในการเพิ่มคุณค่าในด้านการบริการและสร้างระบบการบริการ ใหม่

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน

พิบูล ทีปะปาล และ ธนวัฒน์ ทีปะปาล (2559: 19) กล่าวว่า การประเมินผลการดำเนินงาน คือ การตรวจสอบกิจกรรมและผลการปฏิบัติงานทั้งหมดขององค์กร เพื่อเปรียบเทียบกับผลการปฏิบัติงานจริงกับผลการดำเนินงานที่ตั้งหรือมุ่งหวังไว้ บรรลุตามเป้าหมายหรือไม่ โดยผู้จัดการทุกระดับที่มีหน้าที่ควบคุมการปฏิบัติงานจะนำข้อมูลที่ได้รับจากการประเมินในขั้นนี้ไปแก้ไข และหาทางแก้ปัญหาต่อไป

สรุปได้ว่า “การประเมินผลการดำเนินงาน” คือการวัดผลลัพธ์ได้จากการดำเนินงานภายในองค์กรเทียบกับเป้าหมายหรือจุดมุ่งหมายที่องค์กรตั้งไว้ โดยมีเกณฑ์ ประเด็นที่มีประสิทธิภาพเป็นตัวกำหนด โดยการประเมินผลการดำเนินงาน มีเครื่องมือนิยาม นำมาใช้หลากหลาย ซึ่งในงานวิจัยนี้ใช้การประเมินผลการปฏิบัติงานแบบสมดุล (Balanced Scorecard)

2.4 การสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย

การมุ่งเน้นการตลาด ประกอบด้วย ระบบการจัดการข้อมูล ความพึงพอใจของลูกค้า การตอบสนองต่อลูกค้า การตอบสนองการแข่งขัน และการประสานงานในองค์กร

การมุ่งเน้นการบริการ ประกอบด้วย การปฏิบัติบริการต่อลูกค้า ภาวะผู้นำการบริการ การอบรมการบริการ และเทคโนโลยีการบริการ

นวัตกรรมบริการ ประกอบด้วย การสร้างสรรค์วิธีการทำงานแบบใหม่ การสร้างสรรค์การบริการแบบใหม่ และการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการ

ความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย ด้านลูกค้า ด้านการเงิน ด้านกระบวนการ และด้านการเรียนรู้และการเติบโต

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พหล ศักดิ์คะทศน์ และอิทธิฤทธิ์ พลังธีรสิน (2553) พัฒนาดัชนีชี้วัดและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยโดยชุมชน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจสปาและนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 111 แห่ง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ผลการศึกษาพบว่า ดัชนีชี้วัดความสำเร็จแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านเศรษฐกิจ ประกอบด้วยร้อยละของรายได้ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และร้อยละของต้นทุนต่อรายได้ (2) ด้านสังคม ประกอบด้วยร้อยละการทำงานอย่างต่อเนื่องของพนักงาน ร้อยละการเข้ารับการฝึกอบรมของพนักงานและร้อยละการแลกเปลี่ยนหรือร่วมมือของพนักงานกับสถานประกอบการอื่น (3) ด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยร้อยละการใช้ทรัพยากรในชุมชน ร้อยละการผลิตทรัพยากรใช้เอง ร้อยละการใช้สมุนไพรสารเคมี และร้อยละของจำนวนครั้งที่มีการบำบัดของเสีย ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จได้แก่ รายได้ การศึกษา และความเป็นปึกแผ่นของสมาชิก

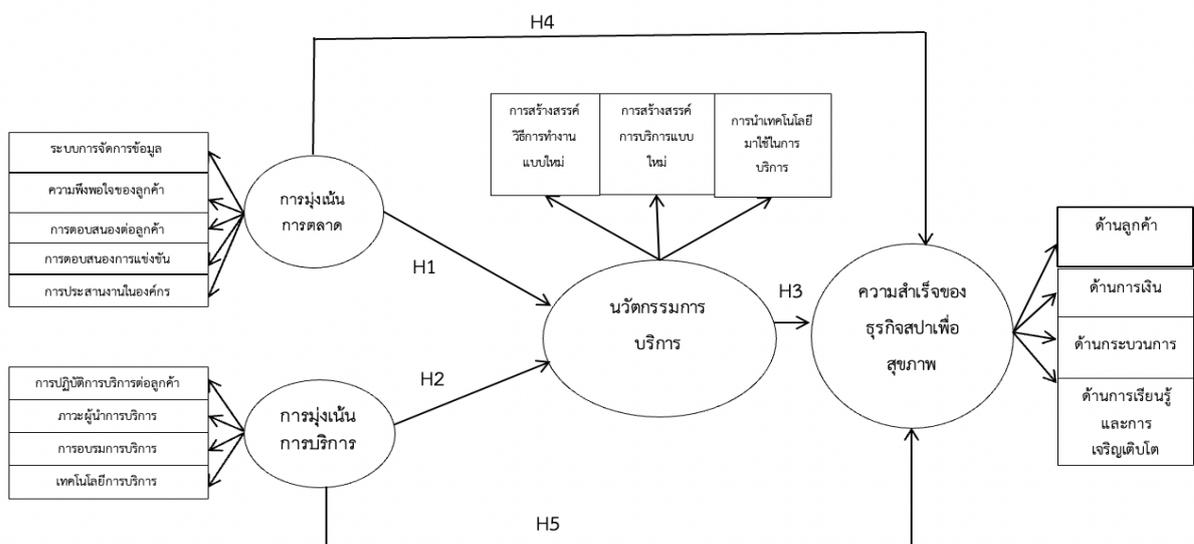
อัครพงษ์ อันทอง และมิ่งสรรพ ขาวสอาด (2557) การเปรียบเทียบสมรรถนะและประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจสปา โดยใช้วิธี IDEA ที่เป็น Slacks-Based Measure (SBM) of Super-Efficiency ในการประเมินผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาจำนวน 21 แห่ง ซึ่งเป็นธุรกิจ สปาแบบเดย์สปา 7 แห่ง และธุรกิจสปาแบบรีสอร์ทและโรงแรม 14 แห่ง โดยส่งแบบสำรวจไปยังธุรกิจสปาที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ ชลบุรี (พัทยา) ภูเก็ต ราชบุรีธานี (สมุย) เชียงใหม่ และพังงา เพื่อสอบถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานในปี พ.ศ. 2554 ตามรายชื่อธุรกิจสปาที่จดทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุขในปี พ.ศ. 2555 พบว่า ทั้งธุรกิจสปาแบบเดย์สปา และธุรกิจสปาแบบรีสอร์ทและโรงแรม มีประสิทธิภาพการดำเนินงานไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติ ทั้งนี้ การลดต้นทุนค่าผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสปาที่มีประสิทธิภาพการดำเนินงานเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ธุรกิจสปาที่มีประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีย่อมมีผลการดำเนินงานที่ดีด้วย การศึกษานี้เสนอว่าควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาทักษะ การให้บริการของนักบำบัด และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการธุรกิจสปาแนวทางประหยัดจากการลดต้นทุนผลิตภัณฑ์สปา จากบทความนี้ผู้วิจัยสังเคราะห์ได้ถึงปัจจัยความสำเร็จด้านการบริการ ทรัพยากรมนุษย์ และการจัดการ และสังเคราะห์ได้ถึงตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านการเงิน

Global Spa Summit (2011) รายงานเกี่ยวกับประเทศไทยว่ามีอุตสาหกรรมสปาเป็นหลักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เน้นให้ความสำคัญกับบริการการรักษาแบบดั้งเดิม เช่น การนวดแผนไทย การดูแลสุขภาพและการรักษาโรคแผนโบราณ เป็นต้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมสปาในประเทศไทยให้ความสำคัญกับนวัตกรรมบริการรูปแบบใหม่ เช่น การจัดตั้งเป็นสปาแห่งวัฒนธรรมแห่งแรกในโลก ที่มีชื่อว่า สุขุสปา ซึ่งให้บริการครบวงจรทั้งศาสตร์แผนไทย โภชนาการ และการออกกำลังกาย นอกจากนี้งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านใหม่ ๆ อาทิ เช่น การพักผ่อนและปรับสมดุลดูแลสุขภาพทางโภชนาการ เป็นต้น

Norasucha (2007) ศึกษาวิจัยเพื่อหารูปแบบห่วงโซ่คุณค่าที่สร้างมูลค่าให้กับธุรกิจสปา และรูปแบบห่วงโซ่คุณค่าที่เพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรด้านความพึงพอใจของลูกค้าและความพึงพอใจของพนักงานและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารของสปาในโรงแรมกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 โรงแรมจากทั้งหมด 8 โรงแรมในกรุงเทพฯ และทั้งหมด 50 สปาในโรงแรมทั่วประเทศไทยที่เป็นสมาชิกของสมาคมสปาไทย (Thai Spa Association :TSPA) พบว่า การให้บริการขององค์กรในแง่ของความพึงพอใจของลูกค้าและความพึงพอใจของพนักงานและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การให้ความสำคัญกับระบบและกระบวนการในห่วงโซ่คุณค่า รูปแบบห่วงโซ่คุณค่าสำหรับธุรกิจสปาและแนวคิดที่ทำให้สปาได้รับรางวัล (Spa Excellence Award : SEA) โดยรูปแบบห่วงโซ่คุณค่าที่ได้ในงานวิจัยนี้จะช่วยเป็นแนวทางในการให้ผู้บริหารของธุรกิจสปาในโรงแรม เพื่อเพิ่มมูลค่าในด้านความพึงพอใจของลูกค้า จากงานวิจัยนี้ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงตัวแปรต้นคือปัจจัยความสำเร็จทางด้านจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการบริหารห่วงโซ่อุปทานผ่านห่วงโซ่คุณค่ากับผลการดำเนินงานด้านลูกค้า

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทย ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการวิจัยที่มุ่งหาข้อเท็จจริงและข้อสรุปเชิงปริมาณ โดยการใช้ข้อมูลที่เป็นตัวเลขเป็นหลักฐานยืนยันความถูกต้องของข้อค้นพบและข้อสรุปต่าง ๆ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสนับสนุนข้อค้นพบเชิงปริมาณด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) ซึ่งเป็นผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ

กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์จำนวนตัวแปรที่ศึกษาของ Hair, Black, Babin and Anderson (2010: 100-102) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย และใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ได้แก่ ตัวแทนธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ 5 แห่ง ในแต่ละแห่ง สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 3 คน ประกอบด้วยพนักงานระดับผู้บริหาร 1 คน พนักงานระดับผู้จัดการ 1 คน และพนักงานระดับปฏิบัติการ 1 คน รวมทั้งหมด 15 คน โดยการสุ่มตัวอย่างจากแต่ละเขตให้มีจำนวนตัวอย่างเป็นสัดส่วนกับจำนวนสถานประกอบการประชากรในแต่ละเขต (Proportional allocation)

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและจำนวนตัวอย่างสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพในแต่ละเขต

เขต		จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่าง
เขต 1	เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน น่าน แพร่ เชียงราย พะเยา	1,174	52
เขต 2	พิษณุโลก อุตรดิตถ์ เพชรบูรณ์ สุโขทัย ตาก	342	15
เขต 3	นครสวรรค์ พิจิตร กำแพงเพชร อุทัยธานี ชัยนาท	128	6
เขต 4	พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี นนทบุรี สระบุรี ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง นครนายก	717	32
เขต 5	ราชบุรี กาญจนบุรี นครปฐม สุพรรณบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม	639	28
เขต 6	ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี สมุทรปราการ สระแก้ว จันทบุรี ชลบุรี ตราด ระยอง	1,410	62
เขต 7	ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์	397	18
เขต 8	หนองคาย หนองบัวลำภู เลย อุดรธานี บึงกาฬ นครพนม สกลนคร	342	15
เขต 9	ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์	227	10
เขต 10	ยโสธร ศรีสะเกษ อำนาจเจริญ อุบลราชธานี มุกดาหาร	178	8
เขต 11	ชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ระนอง กระบี่ พังงา ภูเก็ต	1,396	61
เขต 12	สงขลา สตูล นราธิวาส ปัตตานี ยะลา ตรัง พัทลุง กรุงเทพมหานคร	410 1,720	18 75
	รวม	9.080	400

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 ส่วน การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 5 ท่าน เพื่อค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อ (Index of Item Objective Congruence : IOC)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อยืนยันตัวบ่งชี้ของตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ใช้การสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานวิจัยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

4. ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 41-60 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาโท มีประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจสปาเฉลี่ย 11.7 ปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นธุรกิจประเภทสปาที่มีขนาดเล็ก (Day Spa) มีจำนวน 261 แห่ง ส่วนใหญ่มีลูกค้าเป็นชาวไทย และมีจำนวนพนักงานโดยเฉลี่ย 9.4 คน

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ มีดังนี้

1) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาด ผลการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาด โดยภาพรวมพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การมุ่งเน้นการตลาดด้าน “ความพึงพอใจของลูกค้า” และ ด้าน “การตอบสนองต่อลูกค้า” มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$)

2) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการมุ่งเน้นการบริการ กลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติเกี่ยวกับการมุ่งเน้นการบริการ โดยภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมุ่งเน้นการบริการในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$) และในรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนการปฏิบัติด้าน “การปฏิบัติบริการต่อลูกค้า” ($\bar{X} = 4.56$) มากกว่าด้านอื่น ๆ

3) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยนวัตกรรมบริการ โดยภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ โดยภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) และในรายด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติเรื่อง “การสร้างสรรค้วิธีการทำงาน

4) ผลการวิเคราะห์ความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้คะแนนระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ สปาเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสำเร็จในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) และในรายด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้คะแนน “ความสำเร็จด้านลูกค้า” ($\bar{X} = 4.10$) มากกว่าด้านอื่น ๆ

ผลการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุ พบว่า โมเดลตามกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดลดังนี้ $\chi^2=288.85$, $df=116$, $\chi^2 / df = 1.973$ ซึ่งน้อยกว่า 2.00 มีค่า P-value เท่ากับ 0.051 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 ค่า GFI มีค่า 0.955 และค่า AGFI มีค่า 0.953 ค่า CFI มีค่า 0.988 ค่า NFI มีค่า 0.976 และค่า TLI มีค่า 0.988 ซึ่งทั้ง 5 ดัชนีมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.95 ส่วนค่า RMR มีค่า 0.014 และค่า RMSEA มีค่า 0.049 ซึ่งทั้ง 2 ดัชนีมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 และค่า Critical N มีค่า 9,553.342 ซึ่งมากกว่า 200 จึงแสดงให้เห็นว่าสามารถยอมรับโมเดลอิทธิพลเชิงสาเหตุตามที่กำหนดมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 2 ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทย

ตัวแปรผล ตัวแปรสาเหตุ	นวัตกรรมบริการ			ความสำเร็จของธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพ		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
การมุ่งเน้นการตลาด	0.364 (2.66**)	-	0.364 (2.66**)	0.114 (1.97*)	-0.278 (2.07*)	-0.164 (2.32*)
การมุ่งเน้นการบริการ	0.631 (4.410**)	-	0.631 (4.410**)	0.570 (4.97**)	-0.481 (1.98*)	0.089 (3.65**)
นวัตกรรมบริการ	-	-	-	-0.762 (-3.04**)	-	-0.762 (-3.04**)
R ²	0.98			0.87		

DE = Direct Effect, IE = Indirect Effect, TE = Total Effect

** P-value < 0.01 (t-value ≥ 2.58) * P-value < 0.05 (t-value ≥ 1.96)

ตัวแปรสาเหตุที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพมากที่สุดคือ การมุ่งเน้นการบริการมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.570 รองลงมาคือ การมุ่งเน้นการตลาดมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.114 และ นวัตกรรมบริการมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงเท่ากับ -0.762 ตามลำดับ โดยตัวแปรทั้งสามสามารถอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ (R²) ได้เท่ากับ 0.87 (87.0%)

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เห็นด้วยว่า “การมุ่งเน้นการตลาด” มีผลความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ โดยให้ทัศนะที่สำคัญว่า

1) การมุ่งเน้นการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาเพราะทำให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ มีความตื่นตัวต้องการใช้บริการมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการมุ่งเน้นการตลาดเรื่องการแข่งขันทางด้านราคาหรือผลิตภัณฑ์ที่ดีที่มีความแตกต่างจากแบรนด์อื่นร้านอื่น

2) ในการมุ่งเน้นการตลาดการ วางแผนธุรกิจของร้านสปาต้องมีความชัดเจน เจ้าของธุรกิจต้องมีความเข้าใจกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน ว่าใครคือกลุ่มลูกค้าของร้านเพื่อให้สามารถวางกลยุทธ์ทางตลาดของตนเองได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย และ

3) ในการมุ่งเน้นการตลาดการ เจ้าของธุรกิจต้องมีระบบการบริหารและการจัดการที่ดี มีการเลือกสรรพนักงานที่มีมาตรฐาน มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

ผลการศึกษาข้างต้นสามารถนำมาอภิปรายโดยใช้แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุพบว่า ตัวแปรสาเหตุที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพมากที่สุดคือการมุ่งเน้นการบริการ รองลงมาคือ การมุ่งเน้นการตลาด และ นวัตกรรมบริการ ตามลำดับ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุระภร จันทรา และวุฒิไกร งามศิริจิตต์ (2563) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัย

ความสำเร็จของธุรกิจงานบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยวัดความสำเร็จจากผลการดำเนินงานด้านลูกค้า และด้านการเงิน แต่ผลการศึกษานี้ขัดแย้งกับผลการศึกษาของสมร ดีเลิศ (2554) ซึ่งศึกษาพบว่า ตัวแปรสาเหตุที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพมากที่สุดคือ การมุ่งเน้นการตลาด รองลงมาคือ การมุ่งเน้นการบริการ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากในงานวิจัยของ สมร ดีเลิศ (2554) มีการวัดความสำเร็จจากภาพลักษณ์ และคุณภาพการบริการ ด้วยนอกเหนือจากการวัดความสำเร็จจากยอดขายและผลกำไร

2. ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลทางตรงทางบวกต่อนวัตกรรมการบริการ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Jiménez-Zarco, Pilar Martínez-Ruiz and Izquierdo-Yusta. (2011), Udriyah, Tham, and Azam (2019), Abker, et al. (2019) ทั้งนี้เนื่องจาก องค์กรที่ดำเนินงานโดยการมุ่งเน้นการตลาด ตระหนักถึงความสำคัญของการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและดำเนินการให้บริการเพื่อมุ่งเน้นให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ประทับใจ องค์กรย่อมต้องมีการสร้างนวัตกรรมการบริการขึ้นมาทดแทนการบริการแบบเดิม เพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า “การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลทางตรงทางบวกต่อนวัตกรรมการบริการ”

3. ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า “การมุ่งเน้นการบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมการบริการ” ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Abker, et al. (2019), สมร ดีเลิศ (2554), ภัคดี กลั่นภักดี อัครวิน แสงพิบูล และศิริเดช คำสุพรหม (2563) ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรที่ดำเนินงานโดยการมุ่งเน้นการบริการ คำนึงถึงการให้บริการที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของลูกค้า จะดำเนินการให้บริการเพื่อมุ่งเน้นให้ลูกค้าได้รับการบริการที่น่าประทับใจ ย่อมต้องมีการสร้างนวัตกรรมการบริการขึ้นมาทดแทนการบริการแบบเดิมเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า “การมุ่งเน้นการบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมการบริการ”

4. ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า “นวัตกรรมการบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ” แต่เป็นอิทธิพลทางลบ ซึ่งหมายความว่า การยิ่งใช้นวัตกรรมการบริการมากขึ้นกลับยิ่งทำให้ความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพลดน้อยลง ผลการศึกษานี้ขัดแย้งกับผลการศึกษาของ Jimenez-Zarco, Martinez-Ruiz and Izquierdo-Yusta (2011), Udriyah, Tham, and Azam (2019), Abker, et al. (2019), และขัดแย้งกับการศึกษาของ สุระภร จันทรา และวุฒิไกร งามศิริจิตต์ (2563) ซึ่งศึกษาพบว่า กลุ่มมุ่งเน้นนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการดำเนินงานทางด้านลูกค้าในระดับค่อนข้างสูง ที่เป็นดังนี้อาจเนื่องมาจากในช่วงระยะเวลาที่เก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยนี้ประเทศไทยกำลังเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 อยู่ในช่วงของการจำกัดการเดินทาง เศรษฐกิจซบเซาธุรกิจต่าง ๆ รวมถึงธุรกิจสปาต้องประสบปัญหาจำนวนลูกค้าลดน้อยลงอย่างมาก รายได้ลดลงทางการเงินขาดสภาพคล่อง ดังนั้นการที่ธุรกิจสปาต้องมีการใช้เงินลงทุนไปกับการสร้างนวัตกรรมเป็นจำนวนมาก ในขณะที่จำนวนลูกค้าและเงินรายได้ลดลง สภาวะเศรษฐกิจลักษณะนี้จะทำให้ธุรกิจสปาประสบความสำเร็จลดน้อยลง

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพที่สำคัญที่สุดคือ “การมุ่งเน้นการบริการ” ผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพควรสร้างสรรค์การบริการที่ดีมีคุณภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจแก่ลูกค้า ผู้ประกอบการควรมีการวิจัยและพัฒนาเพื่อออกแบบวิธีการบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จากการประยุกต์อัตลักษณ์กับการบริการหรือการประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพที่สำคัญที่สุดคือ “การมุ่งเน้นการบริการ” เนื่องจากธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพมีลักษณะเป็นธุรกิจการบริการ ฟันเฟืองสำคัญของการบริการคือ บุคคลากรผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการธุรกิจสปาควรให้ความสำคัญกับบุคคลากรผู้ให้บริการ ก่อนรับเข้า

- สุระภร จันทรา และวุฒิไกร งามศิริจิตต. (2563). การศึกษาปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจงานบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษากลุ่มธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 15(1), 58-71.
- อัศรพงศ์ อันทอง และ มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด. (2557). การเปรียบเทียบสมรรถนะและประสิทธิภาพ การดำเนินงานของธุรกิจสปา. *วารสารเศรษฐศาสตร์ประยุกต์*, 21(1), 1-19.
- Abker, A., Mohammed, M., Tebein, A. and Gafar, M. (2019). Strategic Orientation and its Impact on the Improvement of Service Innovation. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 3(7), 67-81.
- Berry, J.W., Phinney, J.S., Sam, D.L., and Vedder, P. (2006). *Immigrant youth in cultural transition: Acculturation, identity and adaptation across national contexts*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Global Spa Summit. (2011). *Wellness tourism and medical tourism: Where do spas fit?*. Retrieved April 11, 2021 from http://www.globalspaandwellnesssummit.org/images/stories/pdf/spas_wellness_medical_tourism_report_final.pdf
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (7th ed). New York: Pearson.
- Jiménez-Zarco, A.I., Pilar Martínez-Ruiz, M. and Izquierdo-Yusta, A. (2011). The impact of market orientation dimensions on client cooperation in the development of new service innovations. *European Journal of Marketing*, 45 (1/2), 43-67.
- Jaworski, B. J., and Kohli, A. K. (1993). Market orientation: Antecedents and consequences. *Journal of Marketing*, 57(3), 53–70.
- Norasucha.V. (2007). *Value chain management model for performance*. (Unpublished master's thesis). Shinawatra University, Phatumthani.
- Porter, M. E. (2006). *The Competitive Advantage of Nation*. Retrieved April 11, 2021 from http://www.geocities.com/allava_2009/strategy.html
- Udriyah, U., Tham, J and Azam, S. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs. *Management Science Letters*, 9(9), 1419-1428.

การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ
ธุรกิจการพิมพ์ฉลากสินค้า ในประเทศไทย
The Causal relationship affecting entrepreneur printing product label
business competitive advantage in Thailand

อรนุช เฉิน*
(Oranuch Cheun)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจการพิมพ์ฉลากสินค้า ในประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (3) เพื่อพัฒนาโมเดลความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ฉลากสินค้า ในประเทศไทย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยการวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ จากประชากรจำนวน 1,641 ราย โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ของแฮร์ และคณะ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ฉลากสินค้า จำนวน 400 ราย และการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 15 ท่าน ได้แก่ ผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโดยโปรแกรมลิสเรล

ผลการวิจัยพบว่า (1) ความคล่องตัวของธุรกิจ การยกระดับศักยภาพการผลิต การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ สมรรถนะของระบบโซ่อุปทาน ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกของความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ ดัชนีความกลมกลืนของความสัมพันธ์ของปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน (2) โมเดลสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือ ค่าดัชนี $\chi^2/df = 3.616$ CFI=0.910 GFI=0.832 AGFI=0.779 RMSEA = 0.0100 และ SRMR = 0.017 โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ คือ ค่าดัชนี $\chi^2/df=1.159$ CFI=0.996 GFI=0.957 AGFI=0.920 RMSEA 0.025 และ SRMR =0.010 และ (3) โมเดลความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ฉลากสินค้าในประเทศไทย มีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ สมรรถนะของระบบโซ่อุปทาน ความคล่องตัวของธุรกิจ และการยกระดับศักยภาพการผลิต

คำสำคัญ: ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ฉลาก

*นักศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี 10170

ภายใต้การควบคุมของ รองศาสตราจารย์ ศิริพร สัจจามันท์ อาจารย์ ดร.สุพัตรา จันทนะศิริ และ อาจารย์ ดร. ฐนนวริน โฆษิตคณิน

Doctor of Business Administration students; Bangkokthonburi University, 10170

Corresponding author: buddhagam.r@chula.ac.th

ABSTRACT

This research aims (1) to study the causal factors influencing the competitive advantage of the label printing business in Thailand; (2) to study the conformity of the structural equation model of the relationship of competitive advantage factors and the empirical data; and (3) to develop a competitive advantage model of label printing entrepreneurs in Thailand. This research is mixed method research. For the quantitative method, this research employed a stratified random sampling method from a population of 1,641. The sample size was determined according to the criteria of Hair et al. The sample group consisted of 400 label printing entrepreneurs. For the qualitative method, this study employed a purposive random sampling method for 15 people, including entrepreneurs and experts. The tool used for collecting data was a questionnaire. The statistics used in this research were percentage, mean, standard deviation, and structural equation model analysis by LISREL software.

The results indicated that: (1) the business agility, productivity enhancement, business innovation management, supply chain performance, competitive advantage that directly influenced the competitive advantage which is consistent with the established research hypothesis, a harmony index of competitive advantage factor correlation; (2) the model harmonized with the empirical data. The six harmonious indices that passed the acceptance criteria were the index values of $\chi^2/df = 3.616$, CFI = 0.910, GFI = 0.832, AGFI = 0.779, RMSEA = 0.0100, and SRMR = 0.017. The structural equation modeling well suited to the empirical data, namely index values of $\chi^2/df = 1.159$, CFI = 0.996, GFI = 0.957, AGFI = 0.920, RMSEA = 0.025, and SRMR = 0.010.; and (3) the competitive advantage of label printing entrepreneurs in Thailand consists of key elements including business innovation management, supply chain performance, business agility, and productivity enhancement.

Keywords: Causal relationship, Competitive advantage, Label printing entrepreneurs

Article history:

Received 4 April 2022

Revised 23 May 2022

Accepted 25 May 2022

SIMILARITY INDEX = 4.96 %

1. บทนำ

ธุรกิจการพิมพ์ผลลากสินค้า เป็นสิ่งที่เราสามารถพบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน และสามารถพบเห็นได้ทั่วไป ไม่ว่าจะเป็น ผลากอาหาร ผลากเครื่องดื่ม ผลากเครื่องสำอาง ผลากเครื่องใช้ไฟฟ้า หรือผลากสินค้าอื่น ๆ อีกมากมาย ผลากสินค้า หรือป้ายสินค้า คือ ข้อมูลที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า เพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค โดยจะมีข้อมูลสำคัญต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นปริมาณ ข้อมูลโภชนาการ หมายเลขทางการค้า เครื่องหมายรับรองต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งผลากหรือป้ายสินค้านั้นนิยมใช้กันมากกับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องสำอาง อาหารและเครื่องดื่ม การติดผลากไว้ที่บรรจุภัณฑ์อาหาร หรือเครื่องดื่ม จะทำให้ลูกค้าเห็นผลากได้อย่างชัดเจน การติดผลากสินค้าหรือป้ายสินค้า เป็นสิ่งที่ธุรกิจทุกประเภทให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ยิ่งเป็นธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่ม เพราะการติดผลากสินค้าบนกล่องอาหารและแก้วน้ำ นอกจากจะทำให้สวยงามดูมีคุณภาพแล้ว ยังสามารถทำให้สินค้าเป็นที่ดึงดูด ได้รับความสนใจจากลูกค้าได้ดี และยังทำให้ลูกค้าจดจำตราสินค้าได้อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม การพิมพ์ผลากและป้ายสินค้าที่เดิมเคยมีข้อจำกัดตรงที่ถูกกำหนดด้วยจำนวนพิมพ์อย่างน้อยที่สุดเท่าไรจึงจะคุ้มทุนและมีกำไร ปัจจุบันมีการใช้ระบบการพิมพ์ และเครื่องพิมพ์ดิจิทัลมากขึ้น การสั่งพิมพ์เก็บสต็อกจึงลดลง ดังนั้น การพิมพ์ตามต้องการ (Print on Demand) จึงเป็นกุญแจสำคัญสำหรับทางรอดของธุรกิจการพิมพ์ผลากและป้ายสินค้า ผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัว จะใช้แนวคิดเดิมๆ ในการทำธุรกิจไม่ได้อีกต่อไป ลูกค้าในยุคดิจิทัลไม่ผูกพันกับการใช้บริการของโรงพิมพ์เดิมหรือไม่มีลักษณะจงรักภักดีต่อโรงพิมพ์ที่เคยให้บริการ แต่เป็นลักษณะของการค้นหาบริการที่ตรงใจที่สุดจากโรงพิมพ์ ผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัว กล้าที่จะอยู่ และก้าวให้ทันไปกับเทคโนโลยีต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563)

นอกจากนี้ สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันสะท้อนถึงการส่งออกและการบริโภคภายในประเทศที่ยังมีปัญหาต่อธุรกิจการพิมพ์ผลากและป้ายสินค้า การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ อาทิ Social Media และ Digital Media ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการพิมพ์ผลากและป้ายสินค้า โรงพิมพ์และสำนักพิมพ์หลายแห่งที่เคยมีผลประกอบการที่เติบโตต่อเนื่อง ต้องปิดตัวลงหรือลดขนาดของกิจการลง หรือปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจที่ขาย Content ทางออนไลน์แทน ซึ่งธุรกิจการพิมพ์ผลากและป้ายสินค้าของไทย เป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มปรับตัวควบคู่ไปกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การผลิตบรรจุภัณฑ์ต่างๆ จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อรับมือกับความท้าทาย และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ การจัดการที่มีประสิทธิภาพของธุรกิจการพิมพ์ผลากและป้ายสินค้าบนบรรจุภัณฑ์จึงมีความจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการทำงานภายใน โดยมีการปรับปรุงระบบการบริหารจัดการ การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายต่อไป การพิมพ์ผลากสินค้ามีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์การสื่อสาร อาจเห็นเฉพาะด้านการเติบโตเฟื่องฟูของอุตสาหกรรม แต่ความจริงแล้วในด้านอื่น ๆ ของอุตสาหกรรมการพิมพ์กำลังประสบกับความกดดัน เนื่องจากแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลง ไปสู่ระบบดิจิทัลที่มีอัตราที่เพิ่มมากขึ้น รูปแบบธุรกิจแบบดั้งเดิมของธุรกิจการพิมพ์มีปริมาณงานที่น้อยลง ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องคิดค้นกลยุทธ์ใหม่ๆ เลือกเทคโนโลยีที่แตกต่าง และปรับโครงสร้างรูปแบบธุรกิจ เพื่อมีกำไร และความอยู่รอดในอุตสาหกรรม

ในภาพรวมของธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้า ปี 2564 ปริมาณการพิมพ์ผลากสินค้า คาดว่าจะเริ่มขยายตัวได้มากขึ้น ภาวะเศรษฐกิจน่าจะเริ่มฟื้นตัวจากการค้นพบวัคซีนในการป้องกันโรคโควิด-19 อย่างไรก็ตาม ความเข้มงวดสำหรับมาตรการ ลดใช้พลาสติก เช่น ถุงพลาสติก ฟิล์มห่อแบบต่าง ๆ ผลาก หลอดดูด และสินค้าในรูปแบบแบ่งบริโภคขนาดเล็ก (single serve) ที่ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก จะเริ่มชัดเจนมากขึ้นอีกครั้ง การบริโภคภายในประเทศคาดว่าจะยังคงทรงตัว ทำให้การขยายตัวของธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้า

ในภาพรวมน่าจะไม่ใช่ขยายตัวมากเท่าที่ควรในปีถัดไป การขยายตัวของระบบการค้าออนไลน์ เนื่องจากผลกระทบจากการระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งน่าจะยังคงมีรุนแรงทั่วโลก ประมาณปี 2564 ก่อนที่จะมีการฉีดวัคซีนป้องกันโรคได้ทั่วถึง

ความสำคัญของปัญหาข้างต้น ทำให้เกิดกรอบแนวคิดการพัฒนาศักยภาพความคล่องตัวขององค์กรธุรกิจในกลุ่มธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้าเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน องค์กรต้องปรับตัวให้มีความยืดหยุ่น สามารถรับมือกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การยกระดับศักยภาพการผลิตขององค์กรและเครือข่าย โดยการจัดการสมรรถนะระบบโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนและการจัดการวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ ใช้ทรัพยากรที่มีของทั้งเครือข่ายร่วมกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นการสร้างโซ่แห่งคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ทำให้สามารถลดต้นทุนโดยรวมทั้งโซ่อุปทาน เน้นการพัฒนาองค์กรและบุคลากรทั้งโซ่อุปทานให้มีความสามารถที่คล่องตัวของธุรกิจ สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดและเครือข่ายได้ทั้งเชิงรับ และเชิงรุกเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

ดังนั้นเมื่อพิจารณาถึงข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยเป็นผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการพิมพ์ผลากสินค้าจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้าในประเทศไทย เพื่อปรับปรุงและเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของระบบโซ่อุปทาน การพิมพ์ผลากสินค้า ดังกล่าวทั้งในเรื่องของปัจจัยการพิมพ์ผลากสินค้า การเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการในโซ่อุปทานให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้า ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันกับข้อมูลเชิงประจักษ์
3. เพื่อพัฒนาโมเดลความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้าในประเทศไทย

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความรู้ทั่วไปของผลากสินค้า

“ผลากสินค้า” ในชีวิตประจำวัน ผู้บริโภคสามารถพบเห็นผลากสินค้าได้ทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นผลากยา ผลากอาหาร ผลากเครื่องสำอาง ผลากเครื่องใช้ไฟฟ้า หรือผลากสินค้าอื่นๆ อีกมากมาย

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ได้กำหนดให้ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับความคุ้มครองไว้ 5 ประการ คือ

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ
3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ
4. สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา
5. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความคล่องตัวของธุรกิจ

แนวคิดของความคล่องตัวของธุรกิจ เป็นแนวคิดที่ได้รับการสนับสนุนว่าเป็นวิธีการใหม่สำหรับเครือข่ายธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ผันผวน ที่เน้นหลักในการดำเนินธุรกิจโน้ตโครงสร้างเครือข่ายที่มีอยู่ในระดับที่เพียงพอต่อความสามารถตอบสนองได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งคาดการณ์เปลี่ยนแปลงในเชิงรุกและที่จะแสวงหาโอกาสที่เกิดขึ้นใหม่ ความคล่องตัวของธุรกิจคือ ความสามารถในการจัดอย่างรวดเร็วในด้านเครือข่ายในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว กระบวนการนี้ยังขึ้นอยู่กับการจัดการปัจจัยที่สำคัญคือ ข้อมูล ข่าวสาร ความสัมพันธ์ภายนอกองค์กรและภายในโซ่อุปทาน (Dekkers, 2006)

สรุปได้ว่าตัวแปรของ ความคล่องตัวของธุรกิจ ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ 1. ความรวดเร็วในการจัดส่ง 2. สมรรถนะ 3. ทักษะวิสัย และ 4. ความยืดหยุ่น

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการยกระดับศักยภาพการผลิต

องค์กรธุรกิจที่คล่องตัว (Enterprise Agility) เป็นศูนย์กลางของกระบวนการโซ่อุปทาน (Babaei, Ramesani, and Khanuki, 2013: 750-751) เป็นการจัดการธุรกิจแบบความคล่องตัวที่เกิดจากพลังผลักดันจากสภาพแวดล้อม เป็นตัวกระตุ้นทำให้องค์กรต้องพัฒนากระบวนการผลิตพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการวางแผนและการดำเนินงานให้มีความสามารถที่คล่องตัว โดยการกำหนดกลยุทธ์ ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า การปรับโครงสร้างองค์กร ทรัพยากรมนุษย์ เทคโนโลยี และการจัดการองค์ความรู้ ทำให้ธุรกิจมีความสามารถที่คล่องตัว มีตัวแปรชี้วัด ได้แก่ การเรียนรู้ (learning) ความยืดหยุ่น (Flexibility) การเข้าใจ (Perception) ศักยภาพ (Competency) ความรวดเร็ว (Speed) และการตอบสนอง (Responsiveness)

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะของระบบโซ่อุปทาน

การจัดการโซ่อุปทาน (Supply chain management : SCM) ปัจจุบันนับว่าเป็นกลยุทธ์หรือการจัดการที่สำคัญของการจัดการระดับต่างๆ ในองค์กร โดยรวมถึงการจัดการโลจิสติกส์และการผลิตทั้งในระดับประเทศหรือระดับโลก ซึ่งการจัดการโซ่อุปทานนั้นต้องการการบูรณาการหรือการผสมผสานกันตั้งแต่ระดับบริษัท (Corporate level) ระดับธุรกิจ (Business level) และระดับปฏิบัติการ (Functional level) เพื่อเพิ่มสมรรถนะในการแข่งขันในระดับโลกซึ่งต้องมีกระบวนการเพิ่มการจัดการจากทั่วโลกไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ สินค้าระหว่างผลิตหรือสินค้าสำเร็จรูปทั้งนี้ต้องรวมถึงการจัดการสินค้าคงคลังโดยต้องคำนึงถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญซึ่งส่วนสำคัญของการจัดการโซ่อุปทานนั้น ต้องอยู่บนพื้นฐานสำคัญคือ การเชื่อมโยงด้านกลยุทธ์ การจัดการสินค้าและบริการโดยรวม หรือส่วนประกอบต่าง ๆ การลดระยะเวลา ความยืดหยุ่น การสนองตอบอย่างรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลง การจัดการโลจิสติกส์แบบย้อนกลับ หรือการเชื่อมโยงระบบการวางแผนทรัพยากรทางธุรกิจขององค์กรโดยรวม (Enterprise resources planning : ERP) ทั้งภายในองค์กรหรือภายนอกองค์กร (Gunasekaran, Patel and McGaughey., 2004)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการนวัตกรรม

นวัตกรรม เป็นขบวนการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเกิดขึ้นอย่างซ้ำๆ ในการสร้างและปรับเปลี่ยนความคิดไปสู่การพัฒนาสินค้า บริการ กระบวนการ โครงสร้างหรือนโยบายที่มีความใหม่ต่อองค์การ Nohria and Gulati (1996) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Mansfield (1968) และได้ให้ความหมายว่า นวัตกรรมในระดับ

องค์การทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ โดยผู้บริหารนำนวัตกรรมมาใช้ในการแก้ปัญหาและสร้างความท้าทายใหม่เพื่อให้้องค์การประสบความสำเร็จในอนาคต

Saunila (2014) ได้ให้ความหมายว่า ความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อ ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) : มุมมองของการเงินและการปฏิบัติการ คือ ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างนวัตกรรมขององค์การกับความสามารถและประสิทธิภาพการทำงาน ควรคำนึงถึงแง่มุมต่างๆ ของความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมในองค์การ เนื่องจากธุรกิจ ขนาดย่อมต้องให้ความสำคัญด้านการเงินควบคู่ไปกับการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพราะผลการดำเนินงาน หรือผลประกอบการที่มีประสิทธิภาพ การสร้างนวัตกรรมที่แตกต่างและเพิ่มกำไรจากการลงทุน ดังนั้นการสร้างนวัตกรรมจึงควบคู่กับการบริหารจัดการและการดำเนินการด้านการเงินเป็นสำคัญ

Utterback (2015) ได้ให้ความหมายว่า นวัตกรรมกับการบริหารจัดการประสิทธิภาพ คือ การใช้กลยุทธ์สำหรับการเจริญเติบโตหรือการแข่งขันที่เห็นได้ชัดในบริษัท หรืออุตสาหกรรม เช่นการเพิ่มยอดขาย (ยานยนต์), ลดค่าใช้จ่าย (การขนส่ง, การสื่อสาร) สูงสุดที่มีประสิทธิภาพ หรือควบคุมทรัพยากรวัสดุ เนื่องจากนวัตกรรมและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในอุตสาหกรรมต่างๆ การลดค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ได้นวัตกรรมเทคโนโลยีจึงเป็นสิ่งสำคัญในการนำมาใช้ และเป็นแหล่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างให้กับอุตสาหกรรม เช่นการบริการที่รวดเร็ว การผลิตที่ตอบสนองความต้องการ และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้นตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

การนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นโมเดลในการบริหารจัดการประสิทธิภาพของธุรกิจการพิมพ์ผลลากสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ การบริหารจัดการในธุรกิจการพิมพ์ผลลากสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ และการนำนวัตกรรมเข้ามาเกี่ยวข้องมีความจำเป็นค่อนข้างมากเพราะหากการพิมพ์ผลลากสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ ไม่มีการพัฒนาและนำนวัตกรรมที่ใหม่และไม่เหมือนใครและการลอกเลียนแบบได้ยาก ก็ไม่อาจทำให้องค์การได้เปรียบคู่แข่ง เพราะถ้าใครๆ ต่างผลิตสินค้าที่เหมือนและคล้ายกันนั้นหมายถึงว่า โอกาสที่จะทำให้ได้ลูกค้าที่แตกต่างและยั่งยืน

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

Porter (1985) ให้คำจำกัดความของคำว่า “ความได้เปรียบทางการแข่งขัน” คือ การเพิ่มผลิตภาพ (Competitiveness is Productivity) ผลิตภาพ คือ มูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการผลิตต่อวันทำงานและต่อหนึ่งหน่วยของทุนหรือทรัพยากรเชิงกายภาพ (Physical Resources) ที่ใช้ไปเนื่องจากประเทศไม่ใช่คู่แข่ง แต่บริษัทคือผู้ที่อยู่ในสนามการแข่งขัน ที่แท้จริงและการแข่งขันต้องมีพลวัต (Dynamic) มีการสร้างนวัตกรรม (Innovation) และมองหา กลยุทธ์ที่สร้างความแตกต่างอยู่เสมอ ดังนั้น การเพิ่มผลิตภาพของตนให้สูงขึ้น และการเพิ่มขึ้นของผลิตภาพแรงงาน ที่ไม่ใช่มุ่งแต่จะ ลดต้นทุนเพียงอย่างเดียวเสมอไป ก็สามารถยกระดับให้เกิดผลิตภาพที่เพิ่มขึ้นได้และนำไปสู่การ ยกระดับที่ได้เปรียบในเชิงธุรกิจได้

สรุปได้ว่าความหมายของความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ ความได้เปรียบเชิงธุรกิจที่มีกลุ่มตลาดในประเภทเดียวกันทำการแข่งขันกันให้สามารถมีคุณค่าเหนือคู่แข่ง เพื่อสร้างให้เป็นธุรกิจที่มีความน่าเชื่อถือ มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับทั้งกลุ่มลูกค้าเก่าและกลุ่มลูกค้าใหม่ ดังนั้นหัวใจสำคัญของความประสบผลสำเร็จในธุรกิจ คือการมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทั้งในด้านกลยุทธ์และวิธีดำเนินการ

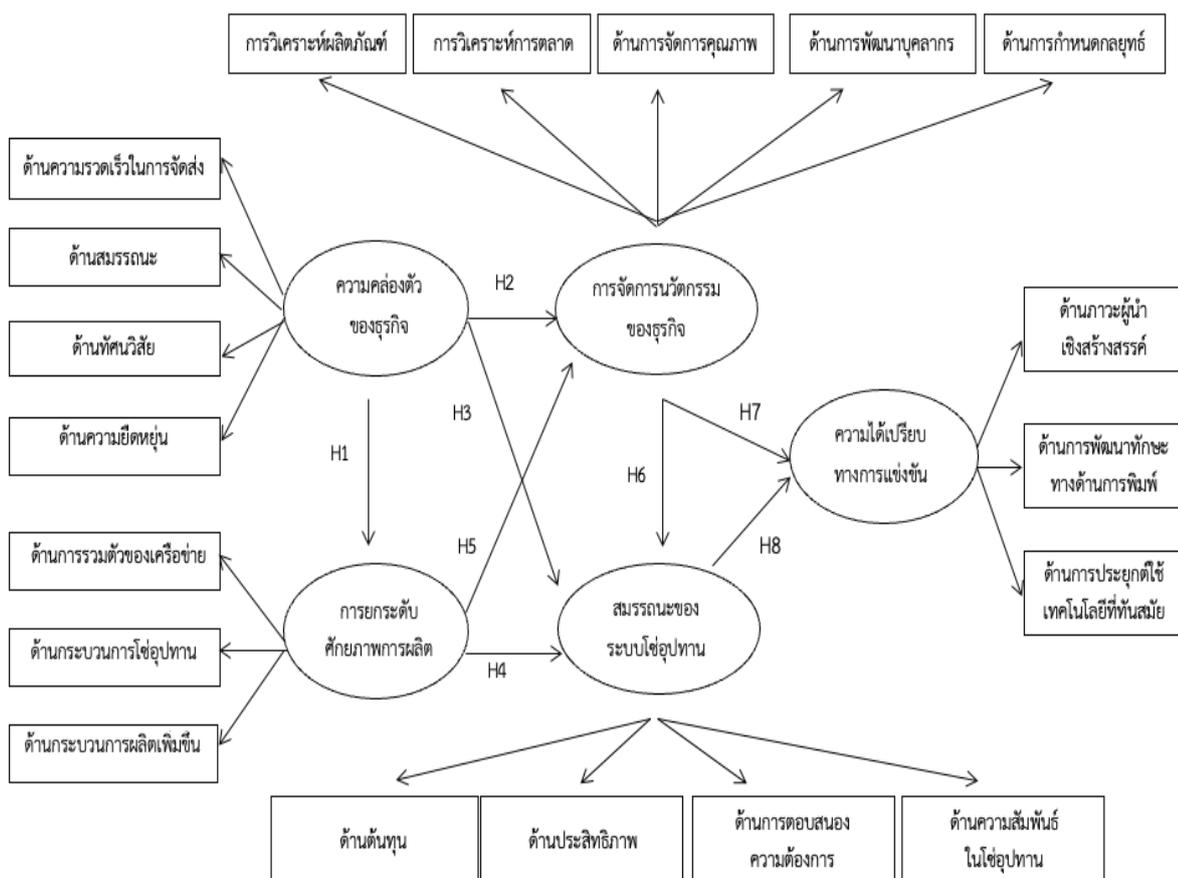
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทวีเกียรติ ประพฤทธิตระกูล (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ตัวแบบการจัดการองค์การเพื่อความ ได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิด

เป็นตัวแบบการจัดการองค์การ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 336 ตัวอย่าง ร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารระดับสูงจำนวน 5 องค์การของกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่ดำเนินการในประเทศไทย ระหว่างวันที่ 16 กรกฎาคม 2552 ถึง 6 พฤษภาคม 2553 และทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows ผลการวิจัยพบว่า สภาพแวดล้อมขององค์การจะเป็นตัวกำหนดลักษณะองค์การที่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งบ่งชี้ตัวชี้วัดได้ทั้งสิ้น 15 ตัวชี้วัด 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านภาพรวมขององค์การ มี 7 ตัวชี้วัด (2) ด้านผลิตภัณฑ์ มี 4 ตัวชี้วัด และ (3) ด้านความพึงพอใจของลูกค้า และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย มี 4 ตัวชี้วัด โดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์และด้านความพึงพอใจของลูกค้า และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย มีความสำคัญ ต่อการบ่งชี้องค์การที่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน

Murphy and Cold (2009) ได้ศึกษาเรื่องผู้นำเชิงวิศกรพบว่า ในสังคมอุตสาหกรรมของ ยุโรป สหรัฐอเมริกา และจีน ต่างมีผลทำให้วิศกรกลายเป็นมืออาชีพในการบริหารจัดการขององค์กร ซึ่งภาวะผู้นำแบบวิศกรนี้มีลักษณะเป็นการผสมผสานของภาวะผู้นำในเชิงเทคนิค คุณสมบัติแบบนี้ส่งผลให้ประเทศต่างๆ ประสบความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เนื่องจากในองค์กรภาคอุตสาหกรรมนั้น ต้องการผู้นำที่มีความลงตัวระหว่างคนที่สามารถประสาน ประโยชน์และคนที่มีความรู้ในอุตสาหกรรมนั้น

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้า ในประเทศไทย เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยการสร้างโมเดลสมการ โครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ซึ่งเป็นเทคนิคทางสถิติเทคนิคหนึ่งที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (Causal Relationships) เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เพื่อให้สามารถตอบคำถามในการวิจัยได้ครบถ้วน ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยเป็นทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการนำข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามมาทดสอบกับตัวแบบเชิงทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม เพื่อให้ได้ข้อค้นพบ และประเด็นที่สำคัญในการศึกษา

กำหนดขนาดตัวอย่างใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) ตามข้อเสนอของ Hair et al. (1998) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยการวิจัยที่จะต้องใช้สถิติวิเคราะห์ขั้นสูง คือ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) และการวิเคราะห์เส้นทางโมเดล และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ซึ่งมีขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1 จำนวนประชากร จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้า ในประเทศไทย จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. ภาคเหนือ	373	65
2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	435	133
3. ภาคกลาง	510	157
4. ภาคใต้	323	45
รวม	1,641	400

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 6 ตอน การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 5 ท่าน มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อ (Index of Item Objective Congruence : IOC) จากการคำนวณหาค่า IOC ครั้งนี้ ได้เท่ากับ 0.89 – 0.97 ซึ่งยอมรับได้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความเบ้ (Skewness) ความโด่ง (Kurtosis) และสรุปผลอิทธิพลปัจจัยเชิงสาเหตุโมเดลการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้าในประเทศไทย

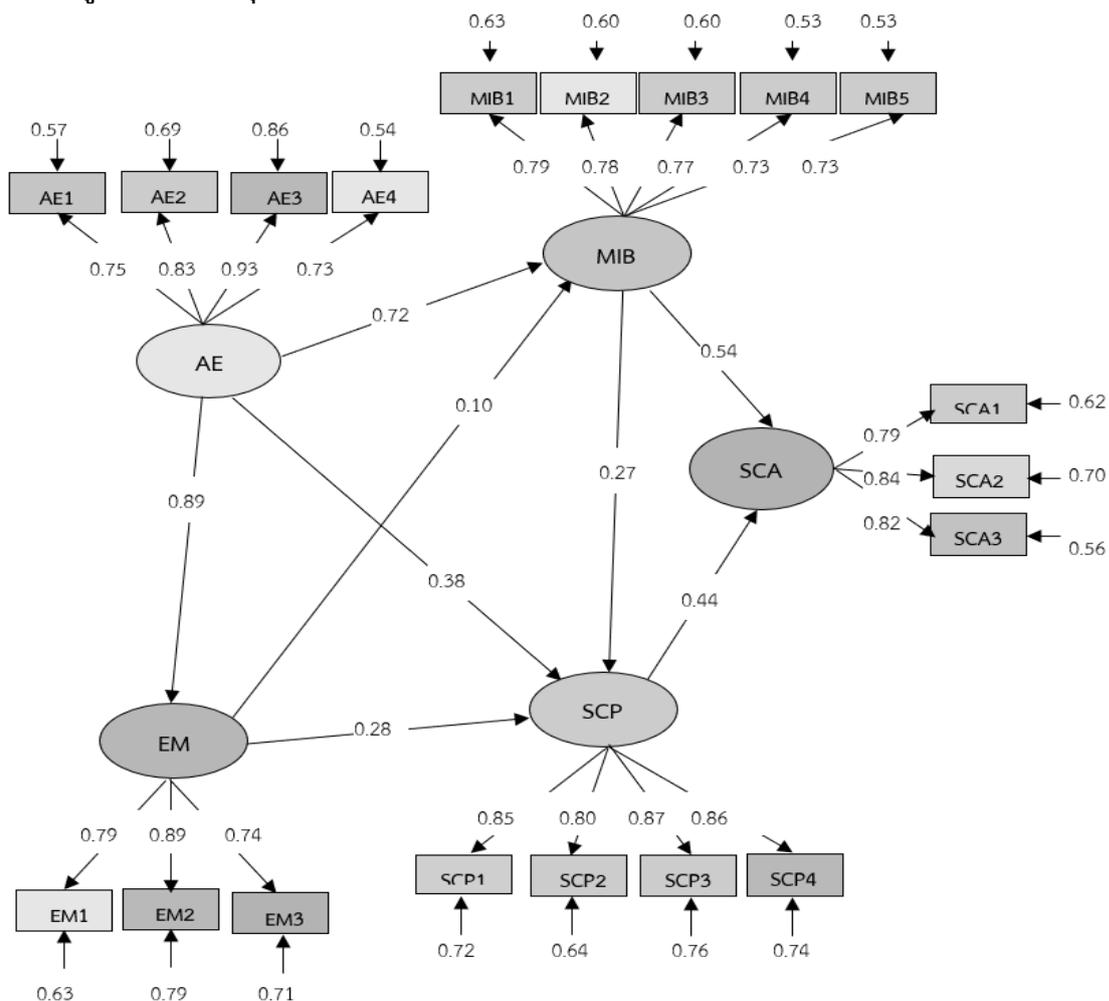
4. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41 – 45 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีตำแหน่งงานในระดับผู้จัดการฝ่ายผลิต มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 20 – 50 ล้านบาท และมีจำนวนพนักงานในองค์กรของผู้ประกอบการแต่ละแห่งมีประชากรที่พบมากที่สุด ตั้งแต่ 201 คนขึ้นไป

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความคล่องตัวของธุรกิจ การยกระดับศักยภาพการผลิต สมรรถนะของโซ่อุปทาน และการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.54 – 3.91) การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ และความได้เปรียบทางการแข่งขัน อยู่ในระดับมาก และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) อยู่ระหว่าง 0.47 – 0.73 เมื่อพิจารณาค่าความเบ้และความโด่งพบว่า ค่าความเบ้ และความความโด่งมีความแตกต่างจากศูนย์เพียงเล็กน้อย แต่จัดว่าใกล้ศูนย์ ซึ่งเกณฑ์ของความเบ้ และความโด่งที่ยอมรับได้ได้คือค่าความเบ้ไม่เกิน 3.00 และค่าความโด่งไม่เกิน 10.00 จึงถือ ว่าตัวแปรสังเกตได้มีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ จึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดล สมการเชิงโครงสร้างได้

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 19 ตัวแปร พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด 171 คู่ ซึ่งเป็นตัว แปรสังเกตได้ทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันและความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่มีทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์ทางบวก มีขนาดของความสัมพันธ์ หรือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.366 - 0.769 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์สมการโมเดลการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้า ในประเทศไทย



แผนภาพที่ 2 สมการเชิงโครงสร้างโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้าในประเทศไทย หลังปรับโมเดล

ตารางที่ 2 สรุปผลอิทธิพลปัจจัยเชิงสาเหตุโมเดลการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้าในประเทศไทย

ตัวแปร	อิทธิพล	การยกระดับ ศักยภาพ การผลิต	สมรรถนะ ระบบ โซ่อุปทาน	การจัดการ นวัตกรรม ของธุรกิจ	ความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน
ความคล่องตัวของ ธุรกิจ (AE)	อิทธิพลทางตรง	0.89	0.38	0.72	
	อิทธิพลทางอ้อม				0.93
	อิทธิพลรวม	0.89	0.38	0.72	0.93
การยกระดับ ศักยภาพการผลิต (EM)	อิทธิพลทางตรง		0.28	0.10	
	อิทธิพลทางอ้อม				0.12
	อิทธิพลรวม		0.28	0.10	0.12
สมรรถนะระบบ โซ่อุปทาน (SCP)	อิทธิพลทางตรง		0.27		0.44
	อิทธิพลทางอ้อม				
	อิทธิพลรวม		0.27		0.44
การจัดการ นวัตกรรมของธุรกิจ (MIB)	อิทธิพลทางตรง		0.27		0.54
	อิทธิพลทางอ้อม				0.12
	อิทธิพลรวม		0.27		0.66
R ²		80%	80%	87%	65%

ผลการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุโมเดลการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้าในประเทศไทย พบว่า ด้านความคล่องตัวของธุรกิจ มีอิทธิพลต่อปัจจัยเชิงสาเหตุการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจที่มีผล ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้าในประเทศไทย สูงสุด มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.93 รองลงมา ด้านการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.66 ด้านสมรรถนะระบบโซ่อุปทาน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.44 และด้านการยกระดับศักยภาพการผลิต มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.12 โดยผลการทดสอบยังพบว่า ด้านความคล่องตัวของธุรกิจ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อด้านการยกระดับศักยภาพการผลิตสูงสุด มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.89 รองลงมา ด้านการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.72 ด้านสมรรถนะระบบโซ่อุปทาน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.38 การยกระดับศักยภาพการผลิตมีอิทธิพลต่อสมรรถนะระบบโซ่อุปทาน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.27 ตามลำดับ

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

จากการดำเนินการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจการพิมพ์ผลากสินค้า ในประเทศไทย ผู้วิจัยสรุปประเด็นการอภิปรายรวม 7 ประเด็น ดังนี้

1. ความคล่องตัวของธุรกิจนั้น มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยกระดับศักยภาพการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 1 คือ การยกระดับศักยภาพการผลิต จำเป็นต้องอาศัยความคล่องตัวของธุรกิจ เพื่อทำให้เกิดผลสำเร็จ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Falasca, Zobel and Cook (2008) ความคล่องตัวของ

ธุรกิจ หนึ่งในวิธีที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในธุรกิจ คือ การสร้างเครือข่ายที่มีความสามารถในการตอบสนองอย่างรวดเร็วมากขึ้นในการเปลี่ยนแปลงจากภายในภายนอก การยกระดับศักยภาพการผลิตเป็นลักษณะที่ต้องการเวลาเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ใหม่ ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการจัดการธุรกิจ

2. ความคล่องตัวของธุรกิจนั้น มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 2 คือ ความคล่องตัวของธุรกิจนั้น จะเป็นส่วนประกอบหลัก ๆ ที่จะทำให้อุตสาหกรรมสามารถกลับคืนกิจกรรมหลักที่ธุรกิจนั้นดำเนินการอยู่ ไม่ว่าจะเกิดผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมที่คาดคะเนได้หรือนอกเหนือจาก การคาดคะเน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาก่อนหน้านี้ของ Christopher and Towill (2001) ผลกระทบจากภายนอกนั้นจะยังสามารถป้องกันหรือทำให้การดำเนินงานสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างรวดเร็ว โดยการร่วมมือของทั้งผู้จัดหาสินค้า ลูกค้าและบริษัท

3. ความคล่องตัวของธุรกิจนั้น มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะระบบโซ่อุปทาน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 3 คือ ความคล่องตัวของธุรกิจนั้น ไม่ว่าจะ เป็นด้านการใช้ข้อมูลในปัจจุบันสามารถเพิ่มสมรรถนะระบบโซ่อุปทานได้ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ตามผลการศึกษาของ Christopher (2000) ซึ่งการนำการคล่องตัวของธุรกิจ มาประยุกต์ใช้กับการผลิตนั้นยังสามารถเพิ่มขีดความสามารถของความเร็วในการจัดส่ง คุณภาพ ประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลต่อการจัดการธุรกิจ

4. ความสัมพันธ์ของการยกระดับศักยภาพการผลิต มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะระบบโซ่อุปทาน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 4 คือ สมรรถนะระบบโซ่อุปทานเป็นการสะท้อนถึงระดับของการแข่งขันในโลกธุรกิจปัจจุบัน ซึ่งการแข่งขันนั้น ธุรกิจจำเป็นต้องมีการจัดหาทั้งอุปสงค์และอุปทานในลักษณะที่อุปสงค์และอุปทานนั้นจะต้องได้รับการยกระดับศักยภาพการผลิต เมื่อเกิดเหตุไม่คาดหรือคาดการณ์ไว้แล้ว เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ Christopher and Peck (2004) ออกกกำหนดให้เป็นความสามารถของระบบธุรกิจเพื่อลดความน่าจะเป็นของการหยุดชะงัก และเพื่อลดผลกระทบจากการหยุดชะงักและเพื่อลดเวลาในการกู้คืนประสิทธิภาพการทำงานตามปกติของธุรกิจ

5. การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะระบบโซ่อุปทาน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 6 คือ การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ เป็นลักษณะให้แต่ละธุรกิจในโซ่อุปทานนั้นสามารถดำเนินกิจกรรมหลักของโซ่อุปทานซึ่งจะส่งผลทางตรงต่อสมรรถนะระบบ โซ่อุปทานสอดคล้องกับผลการวิจัย Goyal and Pitt (2004) สมรรถนะระบบโซ่อุปทานเป็นลักษณะของการมีความยืดหยุ่นของการจัดการผลกระทบที่เกิดจากสภาวะภายนอกองค์กรเมื่อองค์กรนั้นสามารถจัดการกับสิ่งที่เข้ามากระทบได้โซ่อุปทานก็จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจนั้น มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 คือ ลักษณะความสัมพันธ์ของการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจนั้น สามารถยกระดับของความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ไม่ว่าจะเป็นการยกระดับความสัมพันธ์กับลูกค้า การเติบโตของรายได้ หรือแม้กระทั่งความเป็นเลิศในการดำเนินงานขององค์กร ตามผลการศึกษาของ Lindström, and Aulin (2014) วัตถุประสงค์หลักของการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร เมื่อองค์กรมีความสามารถในการแข่งขัน การตอบสนองความต้องการของลูกค้าแล้ว ผลการดำเนินการจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจก็จะส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

7. สมรรถนะระบบโซ่อุปทานนั้น มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 8 คือ ความยืดหยุ่นอาจจะกำหนดเป็นความสามารถในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงหรือผลกระทบเล็กน้อยด้านค่าใช้จ่ายและผลการดำเนินงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับ

กระบวนการตัดสินใจของเทคโนโลยีการดำเนินการ ในการควบคุมต้นทุนการจัดการโซ่อุปทานถูกมองในระยะยาวถึงศักยภาพในการบรรลุเปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ซึ่งในปัจจุบันการจัดการโซ่อุปทานได้แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงบทบาทจากการให้ความสำคัญกับการควบคุมค่าใช้จ่ายกลายเป็นการมีบทบาทเชิงรุกในการสร้างศักยภาพในการแข่งขันและการทำกำไร สอดคล้องกับผลการศึกษาศึกษาของ Ponomarov and Holcomb (2009) ผู้จัดการได้รับการยอมรับว่าการสร้างโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ มีโอกาสที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรวิเคราะห์การยกระดับศักยภาพการผลิต ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ เนื่องจากการพิจารณาเป็นรายคู่ของการมีอิทธิพลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ปัจจัยสาเหตุความสัมพันธ์ของการยกระดับศักยภาพการผลิตต่อการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ การวิจัยครั้งต่อไป อาจจะวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการยกระดับศักยภาพการผลิต ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโดยตรง

2. การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการนำโมเดลและตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ไปทำการวิจัยซ้ำในธุรกิจอื่นๆ ในบริบทของประเทศไทยหรือในประเทศอื่นๆ เพื่อทำการตรวจสอบโมเดลว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. สามารถนำหลักการพัฒนาศักยภาพความคล่องตัวของธุรกิจ ขององค์กรธุรกิจไปประยุกต์ใช้ ทำให้สามารถกำหนดทิศทางของธุรกิจและการจัดการการผลิต ให้สอดคล้องกับตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

2. สามารถสร้างแรงงานที่มีความรู้ไปสู่การเป็น Smart Enterprises และ Start-up เพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญและทักษะสูง ไปสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม พัฒนาการด้านทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อยกระดับศักยภาพของธุรกิจเข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy)

เอกสารอ้างอิง

ทวีเกียรติ ประพฤทธิตระกูล. (2563). **ตัวแบบการจัดการองค์การเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยสยาม.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563). **รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี2556และแนวโน้มปี 2557**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

อนงเยาว์ พูลเพิ่ม. (2562). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทแอดวานซ์แพคเกจจิ้ง จำกัด**. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

Babaei, H., Ramesani, A., and Khanuki, A. A. (2013). Developing a model for agility of business organizations based on supply chain processes: A case study of automobile industry in Iran. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 7(4), 750-759.

- Christopher, M. (2000). The agile supply chain: competing in volatile markets. **Industrial marketing management**, 29 (1), 37-44.
- Christopher, M. and Towill, D. (2001). An integrated model for the design of agile supply chains. **International journal of physical distribution and logistics management** 31(4), 235-246.
- Christopher, M., and Peck, H. (2004). The five principles of supply chain resilience. **Logistics europe**, 12(1), 16-21.
- Dekkers, A. H. (2006). Measuring the agility of networked military forces. **Journal of battlefield technology**, 9 (1), 19.
- Falasca, M., Zobel, C. W., and Cook, D. (2008). A decision support framework to assess supply chain resilience. In proceedings of **the 5th international ISCRAM Conference**, 596-605.
- Goyal, S., and Pitt, M. R. (2004). Business continuity planning as a facilities management tool. **Facilities**, 22 (3/4), 87-99.
- Gunasekaran, A., Patel, C. and McGaughey, R.E. (2004). A framework for supply chain performance measurement. **International journal of production economics**, 87(3), 333-347.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., and Black, W.Ç. (1998). **Multivariate data analysis**. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. 103-124.
- Lindström J., Samuelsson S., Hägerfors A., (2010). Business continuity planning methodology. **Disaster prevention and management**, 19(2), 243 – 255.
- Lindström, T., & Aulin, C. (2014). Market and technical challenges and opportunities in the area of innovative new materials and composites based on nanocellulose. **Scandinavian Journal of Forest Research**, 29 (4), 345-351.
- Mansfield, E. (1968). **Industrial research and technological innovation: An econometric analysis**. New York: W. W. Norton.
- Murphy and Cold. (2009). **Attitude**. Retrieved March 9, 2021 from <http://www.Novabizz.com/NovaAce/Attitude.htm>.
- Nohria, N., and Gulati, R. (1996). Is slack good or bad for innovation? **Academy of Management Journal**, 39(5), 1245-1264.
- Ponomarov, S. Y. and Holcomb, M. C. (2009). Understanding the concept of supply chain resilience. **The international journal of logistics management** 20(1), 124-143.
- Porter, M. E. (1985). **Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance**. New York: The Free Press.
- Saunila, M. (2014). Innovation capability for SME success: Perspectives of Financial and operational performance. **Journal of Advances in Management Research**, 11(2), 163-17
- Utterback. (2015). **Quality Management**. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House.

อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ
รีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี

The Influence of Marketing Mix and Services Quality that Influencing the
Success of 4-stars Resort Business in Saraburi Province

จิรนนท์ ไทใหญ่ลา Yong*
(Jeeranun Yailumyong)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการบริการ และความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี และ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี รูปแบบการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ จากลูกค้าผู้เข้าใช้บริการ จำนวน 384 คน

ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยคุณภาพของบริการ และความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี ได้รับการประเมินในระดับมาก (2) ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการ ด้านความเป็นรูปลักษณ์ทางกายภาพที่สัมผัสได้ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านความเข้าใจลูกค้า มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการบริการ ความสำเร็จ ธุรกิจรีสอร์ท

*นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี 10170

Doctor of Business Administration students; Bangkokthonburi University, 10170

Corresponding author: leoniying1963@gmail.com

ABSTRACT

This research aimed to 1) investigate the variables of marketing mix, service quality, and the success of 4-star resort businesses in Saraburi province, and 2) investigate the effect of marketing mix and service quality on the success of 4-star resort businesses in Saraburi province. This research is designed to be quantitative. 384 clients that utilize the service.

The study's findings revealed that (1) marketing mix variables, service quality factors, and the success of the 4-star resort company in Saraburi Province were all rated highly. (2) Factors affecting the success of the 4-star resort business in Saraburi Province, it was found that in terms of products and services marketing, promotion, process, physical evidence, attending to service consumers' requirements, providing service users with assurance. Additionally, there is statistically substantial evidence that consumer comprehension impacts the success of the 4-star resort industry in the province of Saraburi.

Keywords: Marketing Mix, Services Quality, Success, Resort Business

Article history:

Received 14 June 2022

Revised 22 August 2022

Accepted 22 August 2022

SIMILARITY INDEX = 3.35 %

1. บทนำ

ธุรกิจที่แพกแรมเป็นธุรกิจหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการและเกิดการจ้างงานของประชาชนทั่วไป มีการสำรวจที่แพกแรม พบว่า ปีพ.ศ 2563 มีจำนวนสถานประกอบการที่ แพกแรม ทั่วประเทศ ทั้งสิ้นประมาณ 24.3 พันแห่ง แต่ในปี 2564 มีแนวโน้มการซบเซาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะทยอยฟื้นตัวในปี 2565-2566 โดยคาดว่าจะต้องใช้เวลาอย่างน้อย 4 ปี (พุทธชชาติ ลุนคา 2565) โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะฟื้นตัวกลับมาเท่ากับระดับช่วงก่อน COVID-19 จากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วง ครึ่งหลังของปี 2564 การผลิตวัคซีนและนำมาใช้ได้อย่างแพร่หลายจะหนุนให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ซึ่งได้รับปัจจัยหนุนจากภาวะเศรษฐกิจ โลกทยอยฟื้นตัว รวมถึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของไทยในระยะยาว อย่างไรก็ตาม ภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่หลังวิกฤต COVID-19 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม/รีสอร์ทต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างยั่งยืน อาทิ การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้กับงานบริการให้มากขึ้น เน้นการวิเคราะห์ความต้องการของ นักท่องเที่ยวที่แตกต่างและหลากหลายเพื่อเสนอบริการที่ตอบโจทย์รายบุคคล และการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านสุขภาพและอนามัยมากขึ้น

การดำเนินธุรกิจของโรมแรมมีบทบาทสำคัญในการดำเนินงาน ขั้นตอนการให้บริการลูกค้าสามารถรับรู้และ มีความมั่นใจ มีความกระตือรือร้น มีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ จากความรอบคอบ ถูกต้อง แม่นยำ และรวดเร็วในการให้บริการในยุคที่เปลี่ยนแปลงนี้ ถึงแม้ว่าการบริการจะเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ และควบคุมได้ยาก แต่การกระทำต่างๆ ที่คำนึงถึงสุขภาพและความสะอาดที่มีเพิ่มมากขึ้นจะแสดงออกมาซึ่งความสามารถบ่งบอกได้ถึงระดับของคุณภาพและ ประสิทธิภาพในการบริการ

การบริการที่เป็นเลิศ (Service Mind and Service Excellence) จึงเป็นส่วนสำคัญอันดับแรกของธุรกิจการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า มีความสำคัญเสมอ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ คือหัวใจความสำเร็จ ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ถือได้ว่าการบริการเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินการขององค์กรธุรกิจ ซึ่งองค์กรธุรกิจ หรือหน่วยงานต้องเน้นการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพของการแข่งขัน และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง การที่องค์กรจะประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องมาจากความร่วมมือร่วมใจของบุคลากรในการปฏิบัติหน้าที่ของตนอย่างมีประสิทธิภาพ และการให้บริการ ก็เป็นปัจจัยที่ทุกคนต้องคำนึงถึง ทุกคนมีลูกค้าที่ต้องให้บริการ ซึ่งอาจเป็นลูกค้าภายนอก หรือลูกค้าภายในขององค์กรเอง การแข่งขันกับองค์กรอื่นก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เราต้องพัฒนาการบริการให้เหนือกว่าคู่แข่ง ฉะนั้นการมีจิตใจในการบริการจึงควรมีความสำคัญเป็นอย่างมาก

รีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี มีการบริหารกลยุทธ์ทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ นอกจากนี้ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจบริการ จึงมีจุดประสงค์หลัก คือ การสร้างบริการที่ให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด ทำให้ต้องศึกษาคุณภาพการบริการว่า ลูกค้าพึงพอใจมากจนเรียกว่า บริการมีคุณภาพ ดังนั้นจากการจัดการหรือบริหารงานของรีสอร์ทหวังว่าสุดท้ายจะทำให้เกิดบริการที่มีคุณภาพหรือคุณภาพการบริการ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรีที่เป็นมุมมองทางการเงิน คือ ได้ผลตอบแทนสูง มีผลกำไร มุมมองด้านลูกค้า คือ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการได้รับบริการ มุมมองกระบวนการภายใน คือ มีกระบวนการดำเนินงานหรือโครงสร้างที่เป็นระบบมีการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และมุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต คือ มีการพัฒนาทักษะและการให้บริการให้ดีขึ้น และธุรกิจมีความเจริญก้าวหน้าและเติบโตต่อไปอย่างยั่งยืน

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจทำการศึกษา อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี ในส่วนปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยคุณภาพการบริการต่างๆ เช่น ด้านการบริการที่สัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านความเข้าใจลูกค้า เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่อง รวมทั้งเพื่อให้ผู้ประกอบการด้านธุรกิจโรงแรมและที่พัก สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ไปปรับใช้ในการวางแผนและพัฒนาในด้านต่าง ๆ เหล่านี้ ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด เพื่อรักษาลูกค้าเก่าและเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี เป็นอย่างไร อยู่ในระดับใด
2. ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของธุรกิจรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรีเป็นอย่างไร อยู่ในระดับใด
3. ความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรีเป็นอย่างไร อยู่ในระดับใด
4. อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรีหรือไม่

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้การศึกษารวบรวมวัตถุประสงค์ของการวิจัย และเป็นการสร้างความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ ของการศึกษา ผู้วิจัยจึงได้ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยประกอบด้วย รายละเอียดดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ

แนวคิดพื้นฐานของ Balance Scorecard แต่เดิมผู้บริหารองค์กรมักประเมินผลองค์กรโดยมุ่งเน้นไปที่การเงินเพียงอย่างเดียวแนวคิดของ Balance Scorecard หรือ BSC กำหนดให้พิจารณาทั้งหมด 4 มุมมองได้แก่ (นิรมิต เทียมทัน, 2555: 123)

1. มุมมองทางการเงิน (Financial Perspective) จะมีวัตถุประสงค์ทางการเงินอย่างไรที่จะทำให้องค์กรเติบโตและมีความสามารถในการผลิต
2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) จะต้องพิจารณาถึงความแตกต่างในเชิงคุณภาพโดยต้องคิดหาวิธีที่จะดึงดูดใจลูกค้าการรักษาฐานลูกค้าเดิมและกิจกรรมอะไรที่จะสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าให้ใกล้ชิดยิ่งขึ้น
3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Process) พิจารณาในรูปแบบ รูปลักษณะของผลิตภัณฑ์การพัฒนาเครื่องหมายการค้าและการตลาด การขาย การบริการ กระบวนการปฏิบัติหรือการบริหารภายใน การขนส่ง และการจัดจำหน่าย สิ่งเหล่านี้จะต้องวิเคราะห์ สังเคราะห์ให้เกิดกิจกรรมเพื่อสร้างมูลค่าคุณค่า และความหลากหลายให้เหมาะสมกับประเภทและกำลังซื้อของลูกค้า
4. มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth Perspective) การวางระบบบริหารจัดการแบบมียุทธศาสตร์จะต้องกำหนดกลยุทธ์ให้ครบด้านทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้าน

กระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และการเติบโต ล้วนแล้วแต่อาศัยความรู้ความสามารถของผู้ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะ เป็นพนักงาน ผู้บริหารขององค์กรและลูกค้า

จากการทบทวนแนวคิดซึ่งใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานของธุรกิจ มีการนำตัวแปรการประเมินผล การปฏิบัติงานขององค์กรแบบสมดุลมาใช้ในการวัดความสำเร็จของธุรกิจ ในองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ ด้าน การเงินหมายถึง ผลการดำเนินงานของกิจการ ซึ่งพิจารณาจากการเพิ่มขึ้นของผลกำไร การเพิ่มขึ้นของรายได้ การ ลดต้นทุน ด้านลูกค้า หมายถึง การพิจารณาด้านความพึงพอใจของลูกค้า ส่วนแบ่งตลาด การรักษาฐานลูกค้า การ เพิ่มลูกค้าใหม่ ด้านกระบวนการภายใน หมายถึง การที่ องค์กรสามารถนำเสนอคุณค่าที่ลูกค้าต้องการโดย พิจารณาด้านผลิตภาพ ทักษะของพนักงาน คุณภาพ วงจรเวลา การปฏิบัติงาน และด้านการเรียนรู้และการเติบโต ขององค์กร หมายถึง การที่ผู้บริหารให้ความสำคัญกับบุคลากรในองค์กร โดยพิจารณาในด้านความพึงพอใจและ ทักษะของพนักงาน อัตราการเข้าออกของพนักงาน

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2558) กล่าวว่า แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด สำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการ โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด เพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปเป็นเครื่องมือใน การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยทั้ง 7 ด้านดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) อาจจะเป็นสินค้าที่มีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค ทัวไป หรืออาจจะเป็นการให้บริการ การนำเสนอความคิด การให้คำปรึกษาที่ตอบสนองความต้องการได้

2. ด้านราคา (Price) การกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ต้องการเสนอขายมี ความสำคัญต่อกำไรของกิจการ ดังนั้นการกำหนดราคานี้ต้องสอดคล้องกับผลประโยชน์และความคุ้มค่าที่ลูกค้า จะได้รับจากผลิตภัณฑ์และบริการนั้น

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution) หากเป็นธุรกิจการให้บริการแล้วช่องทางในการ ให้บริการเพื่อติดต่อกับลูกค้าเป็นเรื่องสำคัญ ต้องมีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวกและสามารถเรียกรับ บริการได้อย่างรวดเร็วเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มากที่สุด

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีวัตถุประสงค์เพื่อบอกให้ลูกค้าทราบว่าผลิตภัณฑ์ ออกจำหน่ายในตลาดและพยายามชักชวนให้เกิดความสนใจจนเกิดการตัดสินใจที่จะซื้อ

5. ด้านบุคคล (People) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในธุรกิจบริการ ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ต่าง ๆ เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี สามารถสร้างค่านิยมและภาพลักษณ์ที่ดี ให้กับองค์กรได้

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) สำหรับธุรกิจการให้บริการ ปัจจัยทางกายภาพเป็น สิ่งที่สำคัญเพราะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาลูกค้าให้สามารถมองเห็นได้อย่างเป็น รูปธรรมมากที่สุด

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานที่ปฏิบัติในด้านการ บริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความ ประทับใจ จึงต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือเครื่องมือที่ทันสมัย เพื่อทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่ง มอบบริการที่มีคุณภาพ

สรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทาง การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ และ ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด คือ เครื่องมือทางการตลาดที่กิจการใช้ในการควบคุมกิจการให้เป็นไปตามการบริหารหรือจัดการ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการที่ตั้งไว้ นั่นคือ ลูกค้าพอใจและกิจการได้กำไรหรือยอดขายมากที่สุด

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

Parasuraman, Zeithaml and Berry. (1988) ได้ศึกษาและพัฒนาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการจนได้เครื่องมือชี้วัด คุณภาพบริการ (Dimension of Service Quality) มี 10 มิติทั้ง 10 ด้านสามารถอธิบายความหมายได้ดังนี้ 1. ความสามารถ (Competence) 2. ความสุภาพ อ่อนโยน (Courtesy) 3. ความซื่อสัตย์ (Credibility) 4. ความปลอดภัย (Security) 5. การเข้าถึงบริการ (Access) 6. การติดต่อและสื่อสาร (Communication) 7. การรู้จักลูกค้า (Knowing the customer) 8. การบริการแบบเป็นรูปธรรม (Tangibles) 9. การไว้วางใจได้ (Reliability) และ 10. การตอบสนองต่อความประสงค์ (Responsiveness)

คุณภาพบริการถือเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก ซึ่งแต่ละองค์การก็มีเป้าหมายและต้องการที่จะสร้างการบริการที่ดี มีคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ โดยมุ่งหวังให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด ทั้งนี้ก็เพื่อสร้างความโดดเด่นและความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์การซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างมั่นคงและยืนยาว

2.4 บริบทเกี่ยวกับรีสอร์ทระดับ 4 ดาว

รีสอร์ท (Resort Standard) หมายถึง สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน

มาตรฐานรีสอร์ท ระดับ 4 ดาว ได้แก่ ขนาดของห้องพักไม่น้อยกว่า 29 ตารางเมตร (รวมห้องน้ำ) ความสูงของห้องพักไม่น้อยกว่า 2.70 เมตร เพอร์นิเจอร์ในห้องพัก คือ เตียงมีขนาดไม่น้อยกว่า 1.00 (3.5)” X 1.90 เมตร มีตู้หรือชั้นวางเสื้อผ้าที่ลึกไม่น้อยกว่า 0.45 เมตร และกว้างไม่น้อยกว่า 0.90 เมตร มีเสื่อคลุมอาบน้ำที่สะอาด 2 ชุด มีที่แขวนเสื้อผ้าที่อยู่ในสภาพดีไม่น้อยกว่า 8 อัน เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้องพัก คือ มีโทรทัศน์สีขนาดไม่น้อยกว่า 20 นิ้ว ที่อยู่ในสภาพใช้งานได้ดี พร้อม Remote Control บริการฟรีทาง Satellite, Cable and Inhouse Channels ไม่น้อยกว่า 8 ช่องรายการ มีตู้เย็นขนาดไม่เล็กกว่า 2 คิว มีโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อภายในโทรทางไกลทั้งใน และต่างประเทศได้โดยตรง มีอินเทอร์เน็ตไวบริการ มีเครื่องต้มน้ำร้อนหรือชงกาแฟ มีเมนูอาหาร มีหมอนและหมอนเสริมไม่น้อยกว่า 3 ใบ มีน้ำดื่มบริการฟรี 2 ขวด มีกาแฟ ชา น้ำตาล และครีมบริการฟรี 2 ชุด มีถังขยะที่สะอาด มีห้องน้ำในห้องพัก มีห้องอาหาร คอฟฟี่ชอป บาร์ สระว่ายน้ำ

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิศากร นามโคตร (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโรงแรม 5 ดาวของประชาชนที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวใน กรุงเทพมหานคร. การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการบริการ ส่วนประสมทางการตลาด บริการ และภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว สรุปผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์ของโรงแรม ระดับ 5 ดาว และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่าภาพลักษณ์ของโรงแรมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรม ระดับ 5 ดาวมากที่สุด รองลงมาคือคุณภาพการบริการ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ภัทรา ภัทรมโน (2556) ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพัก รีสอร์ท ระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี. การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพัก รีสอร์ท ระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี ผลการศึกษา พบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56 มีอายุ 25-30 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.3 และมีรายได้ 20,001-30,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25 2) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้คุณภาพในการให้บริการของรีสอร์ทระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความใส่ใจลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าพัก รีสอร์ท ระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก 4) การทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า การรับรู้คุณภาพในการให้บริการในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความใส่ใจลูกค้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพัก รีสอร์ท ระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี โดยปัจจัยด้านความใส่ใจลูกค้าส่งผลมากที่สุด

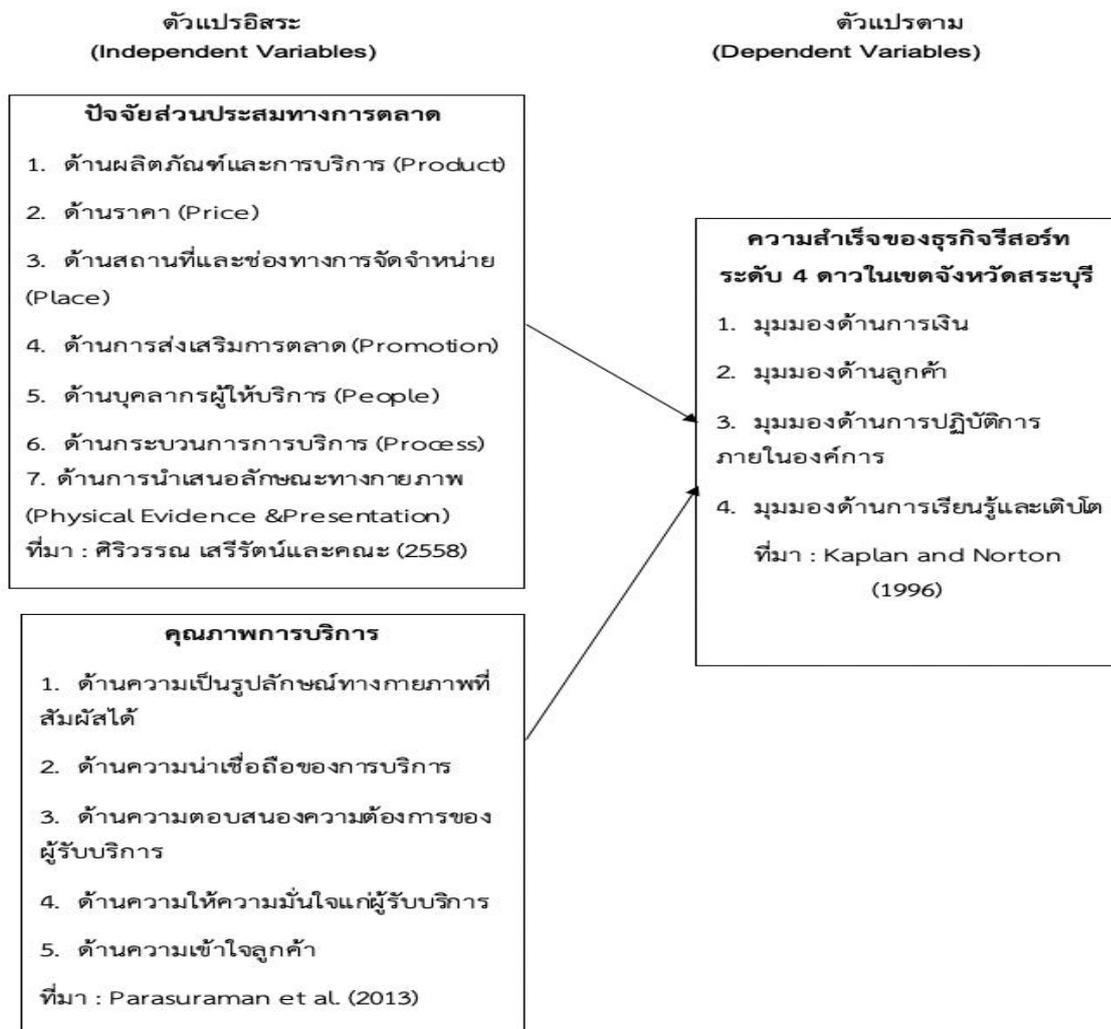
Ni Wayani Ekawati (2018) ได้ศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการและความภักดีต่อบริการสู่ความสำเร็จของโรงแรม พบว่า การสนับสนุนจากภาคบริการมีประสิทธิภาพมากในการสนับสนุนการเติบโตของรายได้ของประเทศใดประเทศหนึ่ง อุตสาหกรรมการบริการได้กลายเป็นแกนนำของประเทศกำลังพัฒนาบางประเทศ บริการของโรงแรมสามารถให้โอกาสการจ้างงานมากมาย ดังนั้นจึงต้องการทรัพยากรบุคคลที่สามารถให้บริการโรงแรมอย่างมืออาชีพได้ บริการที่ดีที่สุดที่นำเสนอ นั้นคาดว่าจะสร้างความสำเร็จในการให้บริการ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อระบุว่ากลยุทธ์การผสมผสานบริการที่นำมาใช้นั้นมีผลกระทบต่อความภักดีในบริการ และความสำเร็จของบริการหรือไม่ การศึกษาได้ดำเนินการในโรงแรมสี่ดาวในบาห์ลี ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์การผสมผสานบริการมีผลในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความภักดีในบริการ ซึ่งหมายความว่ายิ่งการนำกลยุทธ์การผสมผสานบริการโรงแรมระดับสี่ดาวไปใช้อย่างถูกต้องหรือดีกว่าก็ยิ่งมีโอกาสสร้างความภักดีต่อบริการมากขึ้นเท่านั้น กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของบริการ ความภักดีต่อบริการของโรงแรมสามารถส่งเสริมความสำเร็จของการบริการ ซึ่งหมายความว่ายิ่งแขกของโรงแรมมีความภักดีมากเท่าใด โรงแรมก็ยิ่งสามารถสร้างความสำเร็จในการบริการได้มากเท่านั้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการและความสำเร็จของบริการเมื่อถูกสื่อกลางด้วยความภักดีของบริการ

Jen Son Cheng (2016) ได้ศึกษา ปัจจัยแห่งความสำเร็จในโรงแรมรีสอร์ทที่เปลี่ยนแปลงประสบการณ์ พบว่า การเดินทางท่องเที่ยวได้รับความเครียดในไต้หวัน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น การแข่งขันระหว่างโรงแรมรีสอร์ทจึงรุนแรงขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกว่าควรค่าแก่การเดินทาง กระบวนการดังกล่าวของความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ประสบการณ์ การเปรียบเทียบ ความพึงพอใจ และความตั้งใจและการรับรู้ที่เคลื่อนไหวของผู้บริโภคในโรงแรมรีสอร์ทสามารถสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวและการบริโภคซ้ำระหว่างโรงแรมรีสอร์ทกับลูกค้า นักท่องเที่ยวของ Sheipa Leisure Farm มาเป็นหัวข้อวิจัย มีการแจกจ่ายแบบสอบถามทั้งหมด 250 ชุด และดึงสำเนาที่มีประสิทธิภาพ 174 ชุด โดยมีอัตราที่มีประสิทธิภาพ 70% โดยการจัดน้ำหนักรวมของตัวบ่งชี้การประเมินจากปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญในโรงแรมรีสอร์ทที่ใช้ประสบการณ์การเคลื่อนไหว ตัวบ่งชี้ที่เน้นย้ำห้าอันดับแรกจากตัวบ่งชี้การประเมิน 13 ตัว จะถูกจัดอันดับความดึงดูดใจของแบรนด์ อารมณ์ที่เกิดจากการโฆษณา การดึงดูดในลักษณะที่ปรากฏ เนื้อหาโฆษณา และการแสดงซ้ำ การรับสัมผัสเชื้อ. สุดท้าย ข้อเสนอแนะและ

ข้อเสนอแนะจะนำเสนอตามผลการวิจัย โดยคาดว่าจะส่งเสริมประสบการณ์ของผู้บริโภค ความพึงพอใจของลูกค้า และความตั้งใจที่จะกลับไปพักในโรงแรมเพื่อการพักผ่อน

Ana Maroco (2013) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และความภักดีในโรงแรม ระดับ 4 และ 5 ดาว พบว่า คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และความภักดีในธุรกิจโรงแรมเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวในองค์กร อย่างไรก็ตาม การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในองค์กรเหล่านี้ไม่ใช่แนวทางการบริหารจัดการในปัจจุบัน วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือเพื่อสร้างคุณภาพการบริการโรงแรมและมาตราส่วนการวัดความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับโรงแรมระดับ 4 และ 5 ดาว เพื่อระบุปัจจัยของความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า และเพื่อสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ ความพอใจ และความภักดี มาตราส่วนที่เสนอจะประเมินคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้าผ่านมิติสำคัญห้าประการ: โมเดลโครงสร้างใหม่ของเราแสดงให้เห็นว่าคุณภาพการบริการเป็นตัวกำหนดที่ชัดเจนของความภักดีของแขกของโรงแรมโดยอาศัยความพึงพอใจของแขก อย่างไรก็ตาม คุณภาพการบริการเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อความภักดีของลูกค้า การจะภักดีแขกต้องพอใจกับบริการที่ได้รับด้วย

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ตระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการคำนวณค่าสถิติหรือหาค่าตัวเลข มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ลูกค้าผู้เข้าใช้บริการรีสอร์ตระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี ที่มีจำนวนประชากรที่ไม่แน่นอน รวมทั้งสิ้นจำนวน 384 คน

กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ Krejcie and Morgan (1970) ความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 คน

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

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน เป็นการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) และการสร้างสมการพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ตระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (multiple regression) แบบ Enter

4. ผลการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ 15,000-30,000 บาท วัตถุประสงค์การเข้าพัก คือ พักผ่อน

2. ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยคุณภาพของบริการ และความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ตระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.16 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.20 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านกระบวนการบริการ อยู่ในระดับมาก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ อยู่ในระดับมาก

3. ปัจจัยคุณภาพของบริการ พบว่า ปัจจัยคุณภาพของบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.23 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.25 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความเข้าใจลูกค้า รองลงมา คือ ด้านความตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านความเป็นรูปลักษณ์ทางกายภาพที่สัมผัสได้ อยู่ในระดับมาก

4. ความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ตระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี พบว่า ความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ตระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.21 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.26 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านมุมมองด้านการปฏิบัติการภายในองค์กร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.25 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.43 รองลงมา คือ ด้านมุมมองด้านการเงิน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.21 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.37 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านมุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.18 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.42

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ตระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี โดยมีผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ตระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ตระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี

	b	SE _b	β	t	Sig.
ค่าคงที่	1.861	0.431		4.321	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (X ₁)	0.095	0.042	0.132	2.243	0.025*
ด้านราคา (X ₂)	-0.057	0.047	-0.074	-1.219	0.224
ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (X ₃)	0.093	0.050	0.142	1.862	0.063
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X ₄)	-0.124	0.039	-0.184	-3.214	0.001*
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (X ₅)	0.143	0.047	0.208	3.062	0.002*
ด้านกระบวนการบริการ (X ₆)	-0.088	0.032	-0.165	-2.715	0.007*
ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (X ₇)	0.044	0.049	0.079	0.906	0.365
ด้านความเป็นรูปลักษณ์ทางกายภาพที่สัมผัสได้ (X ₈)	0.179	0.042	0.335	4.243	0.000**
ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ (X ₉)	-0.014	0.037	-0.021	-0.364	0.716
ด้านความตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (X ₁₀)	0.068	0.033	0.115	2.080	0.038*
ด้านความให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (X ₁₁)	0.130	0.038	0.231	3.430	0.001**
ด้านความเข้าใจลูกค้า (X ₁₂)	0.091	0.030	0.158	3.039	0.003**

R = 0.496, R² = 0.246, R²_d = 0.222, SE_{est} = 0.227, F = 10.098*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ พบว่า มีตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ตระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 8 ด้านกับความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ตระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรีมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ R = 0.496 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ตระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรีทั้ง 8 ด้านสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ตระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรีได้ร้อยละ 22.20 (Adjust R² = 0.222) โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนายเท่ากับ 0.227

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการบริการส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ตระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ตระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ ด้านความเป็นรูปลักษณ์ทางกายภาพที่สัมผัสได้ ด้านความตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านความเข้าใจลูกค้าที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ตระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า อยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยเห็นว่า รีสอร์ท 4 ดาวเป็นบริการที่ให้พักชั่วคราวสำหรับลูกค้าที่เดินทางมาท่องเที่ยว พักผ่อน หรือทำธุระส่วนตัวและการทำงาน มีการกำหนดค่าห้องและแจ้งให้ลูกค้าเพื่อพิจารณาตัดสินใจในการเลือกพักตามความสะดวกสบายหรือความสวยงามของห้องพัก รีสอร์ทจะเป็นสถานที่ที่เดินทางสะดวก เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าถึงหรือใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยว มีการทำโปรโมชั่น และสภาพแวดล้อมรอบๆ รีสอร์ท มีวิวสวยงาม สะอาด และปลอดภัย สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2558) ที่กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ พบว่า อยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยเห็นว่า การให้บริการของรีสอร์ทเป็นบริการให้เช่าที่พัก สร้างความพอใจให้กับลูกค้าจากการมีห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมที่ร่มรื่น ปลอดภัย วิวทิวทัศน์ที่สวยงาม มีการให้บริการห้องพักตามที่ตกลงไว้และตรงความต้องการของลูกค้า การให้บริการที่สนองความต้องการ สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของลูกค้าได้ดี สามารถสร้างความเชื่อมั่น สอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry. (2013) ที่กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ มีเครื่องมือชุดคุณภาพการบริการจำแนก 5 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปลักษณ์ทางกายภาพที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ด้านความตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านความเข้าใจลูกค้า

ความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี พบว่า อยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยเห็นว่า การเงินของธุรกิจรีสอร์ท สามารถควบคุมความเสี่ยงทางการเงิน คือ การลงทุนและผลตอบแทนที่ได้รับ ลูกค้ามีความพึงพอใจที่ได้รับบริการ ได้ลูกค้ารายใหม่เพิ่มมากขึ้น ธุรกิจมีการบริหารงานอย่างเป็นระบบ มีการวางแผนงาน และปฏิบัติตามแผนงานอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับแนวคิดของ Kaplan and Norton (1996) ที่กล่าวว่า ประเมินผลองค์กรมี 4 มุมมอง ได้แก่ มุมมองทางการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต

อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ ด้านความเป็นรูปลักษณ์ทางกายภาพที่สัมผัสได้ ด้านความตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านความเข้าใจลูกค้าที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของงานวิจัยของ Ni Wayani Ekawati (2018) ที่พบว่ากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของบริการ

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ควรมีการออกแบบรีสอร์ทให้สวยงามมีเอกลักษณ์ เพื่อสร้างความประทับใจ
2. ด้านราคา ควรมีการแสดงราคาและแจ้งราคาแก่ลูกค้าให้ชัดเจนและมีความแน่นอน
3. ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีการจองห้องพักทางออนไลน์ เพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็ว
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการจัดแพคเกจจิ้งทัวร์ในราคาพิเศษในช่วงวันหยุดยาว เพื่อกระตุ้นการเข้าพักรีสอร์ทให้เพิ่มมากขึ้น

5. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ควรอบรมพนักงานในการให้บริการให้มีใจรักในการบริการ และอบรมภาษาเพิ่มมากขึ้น

6. ด้านกระบวนการบริการ ควรประชาสัมพันธ์ของขั้นตอนการให้บริการ เช่น การทำป้าย การทำแผ่นพับ เพื่อประชาสัมพันธ์ขั้นตอนหรือกระบวนการให้บริการให้กับลูกค้า

7. ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ควรดูแลสภาพแวดล้อมรอบ ๆ รีสอร์ท ให้สะอาด สวยงาม และมีความปลอดภัย

8. ด้านความเป็นรูปลักษณ์ทางกายภาพที่สัมผัสได้ ควรดูแลเฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์ต่างๆในห้องพัก เช่น เตียงนอน โทรทัศน์ โต๊ะ อุปกรณ์ในห้องน้ำให้มีสภาพดีและได้มาตรฐาน

9. ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ควรมีการจัดที่พักให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและตามที่ตกลงไว้

10. ด้านความตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ พนักงานควรมีความเต็มใจและกระตือรือร้นต่อการให้บริการ และให้บริการอย่างคล่องแคล่วว่องไว

11. ด้านความให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ควรมีการป้องกันการเสียหายหรือการสูญหายของทรัพย์สินของลูกค้า

12. ด้านความเข้าใจลูกค้า พนักงานควรมีการแสดงออกด้วยความเป็นกัลยาณมิตร ให้บริการด้วยการยิ้มแย้ม แจ่มใส ทักทายเป็นอย่างดี เพื่อสร้างความรู้สึกที่ดีและเกิดการประทับใจในบริการที่ได้รับ

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเรื่องอื่น ๆ เช่น ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี เช่น ปัจจัยเศรษฐกิจ ปัจจัยสังคม ปัจจัยเทคโนโลยี ปัจจัยการเมือง เพื่อพิจารณาสภาพแวดล้อมภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี หรือศึกษาปัจจัยการส่งเสริมการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตจังหวัดสระบุรี ตามแนวคิด McKinsey 7-S Framework ซึ่งมี 7 ปัจจัย คือกลยุทธ์ โครงสร้างองค์การ บุคลากร รูปแบบการบริหาร ระบบงาน ทักษะ ความรู้ความสามารถ และค่านิยมร่วม

2. ควรศึกษาประชากรอื่น ๆ เช่น ผู้ประกอบการ หน่วยงานรัฐ พนักงานของธุรกิจรีสอร์ท

3. ควรศึกษาด้วยเครื่องมืออื่น ๆ เช่น แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต

เอกสารอ้างอิง

- นิรมิต เทียมทัน. (2555). **BALANCED SCORECARD และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ**. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.
- นิศากร นามโคต. (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโรงแรม 5 ดาวของประชาชนที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวใน กรุงเทพมหานคร**. สืบค้นจาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1355/1/j_nisakorn.namk.pdf.
- พุทธชาติ ลุนคา. (2565). **แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2565-2567: ธุรกิจโรงแรม**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2565 จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/services/hotels/io/hotel-2022-2024>
- ภัทรา ภัทรมน. (2556). **การรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพัก รีสอร์ทระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี**. การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญลักษณ์ชิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช.. (2558). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร.
- Ana Maroco. (2013). **Service quality, Customer Satisfaction and Loyalty in 4- and 5-Star Hotels**. Retrieved April 20, 2021 from https://www.researchgate.net/publication/259486990_Service_quality_Customer_Satisfaction_and_Loyalty_in_4-and_5-Star_Hotels
- Jen Son Cheng. (2016). **Key success factors in resort hotels practicing moving experience**. Retrieved April 20, 2021 from https://www.researchgate.net/publication/305177071_Key_success_factors_in_resort_hotels_practicing_moving_experience.
- Kaplan, Robert S., and Norton David P. (1996). **The Balanced Scorecard: Translating Strategies into Action**. Boston: Harvard Business School Press.
- Krejcie, R. V., and Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. **Educational and Psychological Measurement, 30**(3), 607–610.
- Ni Wayani Ekawati. (2018). **Service Marketing Mix Strategy and Service Loyalty towards Hotel's Success**. Retrieved April 20, 2021 from https://www.researchgate.net/publication/324240085_Service_Marketing_Mix_Strategy_and_Service_Loyalty_towards_Hotel's_Success0
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988). The behavioral consequences of service quality. **Journal of Marketing, 49**(1), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. (2013). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. **Journal of Marketing, 49**, 41-50.

กลยุทธ์ทางการตลาดในความปกติใหม่สำหรับธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

Marketing Strategies in the New Normal for Tourism Business in Buriram Province

ธรรณพร เกษัชชา¹ มรกต จันทรกระพ้อ² และ กฤษดา เขียววัฒนสุข^{3*}
(Thassanaporn Phesatcha¹, Morakot Junkrapor² and Krisada Chienwattanasook³)

บทคัดย่อ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ที่มีการขยายเป็นวงกว้างในช่วงต้นปี พ.ศ. 2563 ซึ่งส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและวิถีความเป็นอยู่ประชาชนทั่วโลกทั้งในประเทศไทยและในต่างประเทศ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายคนนั้นถือว่าได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงโดยเฉพาะธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ ทำให้เกิดปัญหาสภาพคล่องจากการได้รับผลกระทบจากการขาดรายได้ เนื่องจากภาครัฐมีมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคขั้นสูงสุด เช่น การปิดพื้นที่เพื่อป้องกันการเคลื่อนย้ายคนระหว่างจังหวัด ภูมิภาค ตลอดจนระหว่างประเทศ การใช้มาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม การใช้มาตรการปิดสถานที่ที่อาจมีคนแออัด จนทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างรุนแรงในระยะสั้นกลายเป็น “การดำเนินชีวิตในความปกติใหม่ (New Normal)” สำหรับจังหวัดบุรีรัมย์นั้นถือว่าเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่ได้รับผลกระทบรุนแรงซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่าทางจังหวัดมีการยกระดับการท่องเที่ยวในช่วงก่อนการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โดยมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและการจัดกีฬาในระดับโลก เมื่อเกิดการแพร่ระบาดทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ถูกยกเลิกและต้องชะลอการจัดออกไป จึงทำให้เศรษฐกิจของจังหวัดซบเซาลงจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่หายไป บทความนี้จึงมุ่งอธิบายถึงกระบวนการในการวางแผนทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการมาเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความพึงพอใจและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว อันเป็นการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดบุรีรัมย์ให้กลับมาเติบโตและสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาด ธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดบุรีรัมย์

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 12110

²หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 12110

³สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 12110

¹Master of Business Administration Program Faculty of Business Administration Rajamangala University of Technology Thanyaburi 12110

²Doctor of Philosophy Program Business Administration Faculty of Business Administration Rajamangala University of Technology Thanyaburi 12110

³branches of management, Faculty of Business Administration Rajamangala University of Technology Thanyaburi 12110

Corresponding author: krisada_c@rmutt.ac.th

ABSTRACT

From the situation of Covid-19 virus pandemic that has spread widely in the beginning of 2020, which has affected the economy and the way of living of people around the world, both in Thailand and abroad. Businesses involved in the movement of people are considered to be severely affected, especially tourism and hospitality businesses. This cause liquidity problems from being affected by lack of income. Because the government has the highest measures to control the epidemic such as lockdown the area to prevent the movement of people between provinces, regions, as well as between countries. In addition, social distancing, shut down places where there may be congestion has resulted in behavioral changes in the short term to "Living in a new normal". Buriram province is considered to be another province that has been severely affected. It is well known that the province has upgraded tourism in the period before the epidemic of the virus. with world-class tourism and sporting activities. When an epidemic occurs, various activities was canceled and had to postpone. As a result, the province's economy stagnates due to the number of missing tourists. This article aims to explain the process of planning a tourism business by using the service marketing mix as a business guide to create satisfaction and create a good experience for tourists. This will help stimulate the economy of Buriram province to grow and be able to compete sustainably.

Keywords: marketing strategy, tourism business, Buriram province

Article history:

Received 3 November 2022 Revised 30 November 2022

Accepted 1 December 2022 SIMILARITY INDEX = 6.75 %

1. บทนำ

ประเทศไทยประสบกับวิกฤติการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2563 ซึ่งวิกฤติการระบาดดังกล่าวนับเป็นวิกฤติที่รุนแรงมากที่สุดในรอบ 100 ปี ทำให้เศรษฐกิจประเทศไทยในปี พ.ศ. 2563 หดตัวอย่างรุนแรงที่สุด โดยภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบรุนแรงจากการหดตัวมากที่สุด จากข้อมูลพบว่า ในสาขาที่พักแรมและบริการด้านอาหารมีการหดตัวมากที่สุด (ร้อยละ 50) รองลงมา คือ สาขาการขนส่ง (ร้อยละ 39) การขายส่งขายปลีก (ร้อยละ 10) และการหดตัวในสาขาอื่น ๆ นอกภาคบริการ ได้แก่ ภาคอุตสาหกรรมการผลิตและภาคเกษตรกรรม ซึ่งวิกฤติที่เกิดขึ้นนี้ไม่สามารถปฏิเสธได้เลยว่าเป็นผลกระทบสำคัญมาจากการท่องเที่ยวที่หายไป เนื่องจากการท่องเที่ยวหรือการส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้นเป็นนโยบายหลักสำคัญของประเทศไทย ซึ่งเป็นภาคอุตสาหกรรมที่สร้างงาน สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก โดยรายได้ส่วนใหญ่ของประเทศจะเป็นรายได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งมีสัดส่วนมากกว่าภาคอุตสาหกรรมอื่น คิดเป็นร้อยละ 50 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม หรือ GDP ของทั้งประเทศ นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุนในประเทศอีกด้วย (กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม, 2564)

สำหรับจังหวัดบุรีรัมย์นั้นเป็นจังหวัดสำคัญจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งโบราณสถานศิลปะแบบขอมโบราณที่กระจายอยู่ในพื้นที่ทั้งจังหวัด และยังเป็นที่ยู่อักในฐานะเมืองเกษตรกรรมและหัตถกรรม เพราะเป็นแหล่งปลูกข้าวมะลิที่มีคุณภาพดี และเป็นแหล่งทอผ้าไหมที่สวยงามและมีชื่อเสียงระดับโลก ดังคำขวัญของจังหวัดที่ว่า “เมืองปราสาทหิน ถิ่นภูเขาไฟ ผ้าไหมสวย รวยวัฒนธรรม เลิศล้ำเมืองกีฬา” ข้อมูลสภาพลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นที่ราบสูงโดยพื้นที่ลาดจากทิศใต้ลงไปทางทิศเหนือซึ่งเกิดจากการระเบิดของภูเขาไฟเมื่อประมาณเก้าแสนถึงหนึ่งล้านปีเศษ ทำให้จังหวัดบุรีรัมย์มีลักษณะภูมิประเทศที่สำคัญ ๆ แบ่งได้ 3 ลักษณะคือ หนึ่ง พื้นที่สูงและภูเขาทางตอนใต้ สอง พื้นที่ลูกคลื่นลอนตื้นตอนกลางของจังหวัด และสาม พื้นที่ราบลุ่มตอนเหนือริมฝั่งแม่น้ำมูล สำหรับในภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ในภาพรวมจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เกี่ยวกับอารยธรรมขอมโบราณ เช่น ปราสาทเขาพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ เขาวังคาร เขาปลายบัด อุทยานภูเขาไฟ ช่วงที่ผ่านมาก่อนการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโควิด 19 จังหวัดฯ มีสถิตินักท่องเที่ยวจำนวนสูงถึง 1.4 ล้านคนต่อปี และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.16 ต่อปีโดยประมาณ ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดมีเม็ดเงินเฉลี่ยประมาณ 2 พันล้านบาทต่อปี (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2561)

ตารางที่ 1 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกรายปี

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	จำนวนแหล่งท่องเที่ยว (แห่ง)		
	พ.ศ.2561	พ.ศ.2562	พ.ศ.2563
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	6	6	6
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต	6	11	11
แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปะ วัฒนธรรม และแหล่ง มรดกโลก	24	24	24
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวิชาการ	3	3	3
แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อ	8	8	8
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสันทนาการและบันเทิง	3	15	17
รวม	50	67	69

ที่มา: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ (2563)

ตารางที่ 2 ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว จำแนกรายปี

ด้านการท่องเที่ยว	ปี พ.ศ.		
	2561	2562	2563
1.จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	2,014,791	2,267,080	960,463
2. โรงแรม/ที่พัก (แห่ง)	237	272	169
3. ห้องพัก (ห้อง)	5,602	6,478	5,187
4. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนต่อวันของจังหวัด (บาท)	1,191.48	1,120.74	981.82
5. รายได้ (ล้านบาท)	4,246.95	4,859.91	1,828.40

ที่มา: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ (2563)

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์

ลำดับที่	ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	รายได้จากการท่องเที่ยว	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
1	2563	960,463	-57.63	1,828.4	-62.38
2	2562	2,267,080	+12.52	4,859.91	+14.43
3	2561	2,014,791	+23.81	4,246.95	+61.09
4	2560	1,627,328	+5.97	2,636.07	+13.06
5	2559	1,535,714	+8.16	2,331.54	+14.33

ที่มา: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ (2563)

ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่มีการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโควิด 19 ส่งผลให้สถานการณ์ท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ มีผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวจำเป็นต้องเลิกกิจการไปหลายแห่ง สำหรับในช่วงท้ายไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ.2565 นี้ ได้เริ่มมีสัญญาณบวกที่เป็นผลดีกับธุรกิจท่องเที่ยวกล่าวคือ จากผลการประชุมคณะกรรมการบริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) ได้มีมติเห็นชอบให้มีการปรับระดับพื้นที่สถานการณ์ทั่วราชอาณาจักรโดยให้มีผล 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2565 โดยปรับระดับพื้นที่สถานการณ์เป็นระดับเฝ้าระวัง (สีเขียว) ทั้งประเทศ สำหรับการใส่หน้ากากอนามัยควรสวมหน้ากากเมื่ออยู่ในที่แออัด หรืออยู่ใกล้ชิดกับคนจำนวนมาก ร้านอาหารและสถานบันเทิงเปิดบริการได้ตามปกติ การยกเลิกการคัดกรองอุณหภูมิ ไม่มีความจำเป็นต้องคัดกรองอุณหภูมิในอาคารสถานที่ การตรวจ ATK จะใช้เฉพาะเมื่อกรณีเป็นผู้ป่วยสงสัยที่มีอาการทางเดินหายใจ การยกเลิกระบบ Thailand pass ทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย การเคลื่อนย้ายแรงงานต่างด้าว ผ่อนคลายให้การดำเนินการเป็นไปตามปกติ (สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์, 2565) นอกจากนี้ ประเทศไทยยังได้กำหนดให้โรคโควิด 19 เข้าสู่ระยะหลังการระบาดใหญ่ (Post-Pandemic) ส่งผลให้มาตรการต่าง ๆ ผ่อนคลายลงมากแต่ยังไม่ใช้ระยะของการเป็นโรคประจำถิ่น

ทั้งนี้ นายยุทธศักดิ์ สุภสร ในฐานะผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ระบุว่า การพลิกโฉมภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยต่อจากนี้ไป มีความจำเป็นจะต้องเปลี่ยนแปลงแบบ “ก้าวกระโดด” เพื่อทำให้เกิดการฟื้นฟูรายได้จากภาคการท่องเที่ยวไทยให้กลับคืนสู่จุดที่เคยครองสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 18 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศให้ได้อีกครั้ง นั่นคือ อ้างอิงการเทียบเคียงกับตัวเลขฐานในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งประเทศไทยเคยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาจำนวนมากถึงเกือบ 40 ล้านคน ในส่วนการดำเนินการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้น มีการตั้งเป้าหมายให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ (Greatest Change) ด้วย

Soft Power of Thailand โดยใช้แนวทาง 5F : 4M กล่าวคือ Food Film Fashion Festival Fight Music Museum Master และ Meta เพื่อเพิ่มสัดส่วนนักท่องเที่ยวคุณภาพ สำหรับการดำเนินงานเพื่อพลิกโฉมการท่องเที่ยวไทย มีการวางโมเดล "DASH" โดย D หมายถึง Domestic Travel ซึ่งจะให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ A หมายถึง Accelerate Demand โดยเน้นการกระตุ้นอุปสงค์เชิงคุณภาพผ่านการสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์บนพื้นฐานของความปลอดภัย มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพและกลุ่มรายได้สูง S หมายถึง Shape Supply ยกระดับระบบนิเวศท่องเที่ยวสู่ความมีคุณภาพและความยั่งยืน บนพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และ H หมายถึง Healing Thai Economy ฟื้นฟูประเทศด้วยการท่องเที่ยว โดยพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง (สำนักข่าวอินโฟเควสท์, 2565)

สำหรับการผลักดันให้สินค้าท่องเที่ยวและบริการของไทยสามารถสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า เปี่ยมไปด้วยความหมาย และสามารถปลดปล่อยพันธนาการได้นั้น ต้องมีการนำความคิดสร้างสรรค์มาสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าด้วยการใช้ซอฟต์แวร์ (Soft Power) คือ การชักจูงให้เกิดการคล้อยตามจุดประสงค์ของผู้ใช้อำนาจ โดยปราศจากการแลกเปลี่ยนสิ่งใด (Nye, 2017) มาเป็นตัวขับเคลื่อน ซึ่งที่ผ่านมาการผลักดันแนวทางในลักษณะนี้ ถือว่าสร้างผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย และลดความสิ้นเปลืองในการลงทุนเป็นจำนวนมากจากการสื่อสารผ่านศิลปินดารามีชื่อเสียงระดับโลกอย่าง ลิซซา มโนบาล (ลิซ่า) กันต์พิมุกต์ ภูวกุล (แบมแบม) รวมไปถึง ดนุภา คณาธีรกุล (มิลลิ) ที่ได้ปลุกกระแสการใช้ซอฟต์แวร์ให้ได้รับความสนใจอีกครั้ง ทำให้ประเทศไทยได้กำหนดนโยบายต่อเนื่องในการสนับสนุนการใช้ซอฟต์แวร์ เพื่อการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของแต่ละอุตสาหกรรมให้เป็นที่รู้จัก เกิดประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ และยังเป็นสะพานเชื่อมวัฒนธรรมไทยสู่สากล (นิตราษฎร์ บุญโย, 2565) จากนโยบายดังกล่าวทำให้แต่ละหน่วยงานหรือภาคธุรกิจในด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องหากกลยุทธ์การตลาดต่าง ๆ เพื่อมาดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในสถานที่ท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของประเทศไทยที่จะนำไปสู่การตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทย ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้และฟื้นฟูเศรษฐกิจของจังหวัดและประเทศ

ดังนั้นผู้เขียนจึงมุ่งเน้นรวบรวมและนำเสนอกลยุทธ์การตลาดที่จะนำมาใช้ในธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกระบวนทัศน์ดำเนินชีวิตอย่างปกติใหม่ (New Normal) จากผลกระทบต่อการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 เช่น การท่องเที่ยวในการเดินทางมาเที่ยวพัก และการบริการแบบไร้สัมผัส (contactless) ด้วยการนำกลยุทธ์การตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มาผลักดันให้สินค้าท่องเที่ยวและบริการของไทยสามารถสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า และทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะด้าน ให้แหล่งอารยธรรมและโบราณสถานของศิลปะแบบขอมโบราณให้เข้าถึงได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังทำให้เกิดความคุ้มค่าต่อการเดินทางในแต่ละครั้ง และให้เป็นที่รู้จักทั้งในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศต่อไปในอนาคต

กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy)

กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) นั้นเป็นขั้นตอนกระบวนการพื้นฐานหรือแนวทางที่ถูกกำหนดขึ้นสำหรับสร้างธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและตลาดเป้าหมาย โดยผู้ประกอบการจะต้องจัดสรรทรัพยากรที่มีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อผลผลิตสูงสุด แบ่งใช้สัดส่วนแบบแผนขั้นตอนต่าง ๆ ทางการตลาดให้เหมาะสมสำหรับการดำเนินงาน รวมทั้งดำเนินงานในขั้นตอนต่าง ๆ โดยประกอบไปด้วย การตัดสินใจ การประมาณการงบประมาณค่าใช้จ่ายการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสม และการกำหนดกลุ่มเป้าหมายการตลาดอย่างชัดเจน จนสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้ง

ไว้ได้ (ธีรพงศ์ ประดิษฐ์กุล, 2563) ซึ่ง บุญพริกา วงษ์วานิช และกฤษดา เขียววัฒนสุข (2564) พบว่า นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการมีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในยุคดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ

กลยุทธ์การตลาดแบบดั้งเดิมจะมุ่งเน้นไปที่การใช้ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4Ps ได้แก่ (1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ที่มุ่งเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง (Unique) มีประโยชน์ และสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (2) กลยุทธ์ด้านราคา (Price) ที่มุ่งเน้นการกำหนดราคาตามกำไรและต้นทุนในการบริหารจัดการ (3) กลยุทธ์ด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มุ่งเน้นในการที่ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้า และสร้างผลกำไรสูงสุด และ (4) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มุ่งเน้นสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายผ่านการโฆษณา การส่งเสริมการขาย สื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่สนับสนุนภาพลักษณ์หรือตราสินค้าของบริษัท (Lakra, Kohli and Budhlani, 2016)

อย่างไรก็ตามการใช้เทคนิคการวางแผนกลยุทธ์การตลาดแบบดั้งเดิมนั้นอาจไม่สามารถใช้ให้เกิดประสิทธิภาพได้สูงสุดได้ทุกธุรกิจ ทำให้มีการศึกษาค้นคว้าและขยายองค์ประกอบของส่วนผสมการตลาดเพิ่มเติมจากมิติของธุรกิจและบริการสมัยใหม่เป็นส่วนผสมการตลาดบริการ หรือ 7Ps โดยด้านที่เพิ่มขึ้นมาคือ (5) กลยุทธ์ด้านบุคคล (People) โดยมุ่งเน้นไปที่ความพึงพอใจของลูกค้าจากการได้รับบริการจากบุคลากรทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ และได้ผ่านการอบรมพัฒนาทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์และด้านการให้บริการแก่ลูกค้ามาโดยเฉพาะ (6) กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) มุ่งเน้นไปที่วิธีการให้บริการหรือการส่งมอบบริการให้แก่ลูกค้าที่สร้างความประทับใจ และ (7) กลยุทธ์ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) มุ่งเน้นไปที่ความสมบูรณ์ขององค์ประกอบทางกายภาพและการบริการที่สามารถจับต้องได้ (Tangible) เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เครื่องมือเครื่องใช้ที่เหมาะสมและทันสมัยของธุรกิจ รวมไปถึงการสร้างบรรยากาศที่ดี (Bhasin, 2021) นอกจากนี้ยังมีแนวคิดอื่นอีกหลายแนวคิดที่มองว่าองค์ประกอบของส่วนผสมการตลาดนั้นควรมีส่วนขยายเพิ่มเติม เช่น 8Ps หรือ 12Ps เป็นต้น (Ahuja, 2016; Alam, 2021)

ดังนั้นกลยุทธ์ทางการตลาดจัดเป็นส่วนที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันกลยุทธ์ทางการตลาดมีหลากหลายรูปแบบให้ได้เลือกใช้ตามความเหมาะสมของธุรกิจ แต่กลยุทธ์ทางการตลาดจะต้องให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าหรือส่วนแบ่งทางการตลาดที่เป็นเป้าหมาย เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด สร้างความประทับใจ และนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

การดำเนินชีวิตอย่างปกติใหม่ (New Normal)

การดำเนินชีวิตอย่างปกติใหม่ (New Normal) ถูกนำมาใช้ครั้งแรกโดย Bill Gross ผู้ก่อตั้งบริษัทบริหารสินทรัพย์ชาวอเมริกา ซึ่งใช้เพื่ออธิบายถึงสถานะเศรษฐกิจโลกหลังวิกฤติเศรษฐกิจแฮมเบอร์เกอร์ในสหรัฐฯ ในช่วงปี ค.ศ.2007-2009 สาเหตุที่ต้องใช้คำว่า “New Normal” เพราะเมื่อเศรษฐกิจเติบโตไปได้ช่วงระยะเวลาหนึ่งจะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ และหลังจากวิกฤติเศรษฐกิจไม่นานเศรษฐกิจก็จะเริ่มฟื้นตัวขึ้นแล้วกลับมาเติบโตได้อีกครั้ง สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ที่เป็นโรคติดต่ออุบัติใหม่ที่ทั่วโลกยังไม่เคยตรวจพบมาก่อน สถานการณ์การแพร่ระบาดนั้นได้ส่งผลต่อวิถีชีวิตผู้คนในด้านต่าง ๆ จนทำให้ นักวิชาการหลายท่านคาดคะเนว่าจะคงอยู่เป็นระยะเวลายาวนาน จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้คนอย่างถาวร จึงกลายเป็นการดำเนินชีวิตอย่างปกติใหม่ซึ่งเป็นสิ่งที่หลายองค์กรให้ความสนใจและกำลังศึกษาอยู่ (กรมสุขภาพจิต, 2563)

เนื่องด้วยการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและวิถีความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศไทย ทำให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิตที่กลายเป็นการดำเนินชีวิตในความปกติใหม่ของคนในสังคม เช่น การใส่หน้ากากเพื่อป้องกันโรค การเว้นระยะห่างสำหรับบุคคล การล้างมือบ่อย ๆ นานอย่างน้อย 20 วินาที การเช็ดมือด้วยแอลกอฮอล์ เป็นต้น จากผลการศึกษาของ ทะนงศักดิ์ แสงสว่าง และคณะ (2563) พบว่า สาเหตุสำคัญที่ต้องมีการดำเนินชีวิตอย่างปกตินั้นเพื่อป้องกันตนเองไม่ให้เกิดการแพร่เชื้อแก่ผู้อื่น ดังนั้นจึงเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิต คือ การไม่ออกจากบ้าน การสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ การจับจ่ายอย่างระมัดระวัง การทำงานอยู่ที่บ้าน การใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารระหว่างกัน ส่งผลทำให้ในการทำงาน การเรียน และดำเนินธุรกิจ ต้องมีการปรับตัว ซึ่งสอดคล้องกับ สุปราณี แดงวงษ์ และคณะ (2565) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมปรับตัวในวิถีชีวิตใหม่หลังการระบาดของโรคโควิด-19 ของผู้สูงอายุ ที่พบว่า การปรับตัวในวิถีชีวิตใหม่ จะประกอบไปด้วยการปรับตัวทางด้านร่างกาย ด้านอัตมโนทัศน์ ด้านบทบาทหน้าที่ และด้านการพึ่งพาอาศัย และยังพบว่า ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมปรับตัวในวิถีชีวิตใหม่อยู่ในระดับดีมากและผู้ที่อยู่ในชุมชนเมืองจะมีพฤติกรรมปรับตัวได้ดีกว่าผู้ที่อยู่ในชุมชนชนบท

สุภาภรณ์ พรหมบุตร (2563) ได้จำแนกพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตอย่างปกตินั้นออกเป็น 6 พฤติกรรม ดังนี้

1. พฤติกรรมสวมใส่หน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าและพกพาเจลแอลกอฮอล์เมื่อออกจากบ้านทุกครั้ง โดยสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาและใช้เจลแอลกอฮอล์ทุกครั้งที่ต้องสัมผัสจุดกำเนิดของเชื้อโรคบริเวณต่าง ๆ เพื่อป้องกันตัวเอง

2. พฤติกรรมเว้นระยะห่างทางสังคมหากจำเป็นจะต้องทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น หรือการใช้ชีวิตในที่สาธารณะในพื้นที่คนหมู่มากหรือแออัด การพูดคุยทักทายหรือการรับประทานอาหารที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ อาจเป็นสาเหตุของการแพร่เชื้อหรือรับเชื้อจากผู้อื่น

3. พฤติกรรมการทำงานและการเรียนที่บ้านในรูปแบบออนไลน์ผ่านโปรแกรมต่าง ๆ พูดคุยสนทนาด้วยนวัตกรรมมาเป็นตัวช่วย เพื่อลดการรวมตัวของกลุ่มคนอาจจะก่อให้เกิด คลัสเตอร์ ใหม่ของการแพร่ระบาดได้

4. พฤติกรรมซื้อสินค้าออนไลน์ ธุรกิจออนไลน์ต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชัน ที่ตอบโจทย์ความสะดวกสบายและความปลอดภัยให้กับทุกคนในครอบครัวทั้งการเลือกสินค้า การสั่งซื้อ การชำระเงิน ตลอดจนการจัดส่งสินค้าถึงหน้าบ้านอย่างรวดเร็วและลดระยะเวลาการเดินทางไปใช้บริการ

5. พฤติกรรมใช้รถสาธารณะที่ลดลงทำป้ายให้เว้นระยะป้องกันการสัมผัส หันมาใช้รถส่วนตัวเพิ่มมากขึ้นหรืองดการเดินทางไปยังพื้นที่เสี่ยงที่อาจจะก่อให้เกิดการติดเชื้อ

6. พฤติกรรมท่องเที่ยวลดการเดินทางข้ามพื้นที่ หรือเดินทางไปยังสถานที่ชุมชนแออัดหรือพื้นที่เสี่ยง มีการค้นหาข้อมูลและเตรียมวางแผนการเดินทางภายหลังสถานการณ์คลี่คลายในช่องทางต่าง ๆ

สอดคล้องกับ โสรณา เครือเมฆ และคณะ (2564) ที่ทำการศึกษาการปรับตัวของประชาชนวิถีใหม่ในสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 จังหวัดนนทบุรี พบว่า พฤติกรรมที่ปฏิบัติเป็นประจำของประชาชนส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมในการรับประทานอาหารปรุงสุกใหม่ สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าตลอดเวลาเมื่ออยู่กับผู้อื่น และหมั่นล้างมือให้สะอาดด้วยน้ำและสบู่ หรือแอลกอฮอล์เจล นอกจากนี้ครัวเรือนมากกว่าหนึ่งในสี่จะมีพฤติกรรมในการปรับตัว ปรับจิตใจ จัดการกับความเครียดที่เกิดขึ้น การพูดคุยกับสมาชิกในครัวเรือนเพื่อปรับพฤติกรรมสุขภาพหรือปรับวิถีชีวิตในการรับมือกับโรคโควิด-19 ทั้งการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงานและการเรียนออนไลน์ เป็นต้น

ดังนั้นการดำเนินชีวิตอย่างปกติใหม่ (New Normal) ส่งผลต่อพฤติกรรมและวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนชาวไทย นับตั้งแต่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 รัฐบาลได้ประกาศมาตรฐานที่เข้มงวดใน

การจำกัดการเดินทาง หรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ รักษาระยะห่างทางสังคมและป้องกันตนเองโดยการใส่หน้ากาก ไม่เอามือจับหน้าและใช้แอลกอฮอล์เจลทุกครั้งที่มีสัมผัสวัตถุต่าง ๆ นอกบ้าน ประกอบกับตัวเลขของผู้ติดเชื้อที่เพิ่มสูงขึ้นทำให้ประชาชนมีความรอบคอบและระมัดระวังมากขึ้น ซึ่งนอกจากส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของประชาชนแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจต่าง ๆ ที่ต้องปรับตัวเข้ากับนโยบายภาครัฐและพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค ซึ่งหนึ่งในนั้นคือธุรกิจด้านการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงมาตรการที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาใช้บริการ และการบริการแบบไร้สัมผัส (Contactless) ส่งผลให้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในรูปแบบนี้ เพื่อให้สามารถตอบสนองกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

กลยุทธ์ทางการตลาดที่นำมาใช้สำหรับธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่สำคัญ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนเพื่อสร้างแรงจูงใจให้แก่นักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมและการสื่อสารทางการตลาดที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยบทบาทของการดำเนินชีวิตอย่างปกติใหม่ทำให้นักการตลาดจำเป็นต้องปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีการสื่อสารต่าง ๆ รวมไปถึงมีการเชื่อมต่อกับสื่อสมัยใหม่ในรูปแบบออนไลน์หรือผ่านทางแอปพลิเคชัน (ปราโมทย์ ยอดแก้ว, 2564) ซึ่งมีบทบาทและมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน อีกทั้งยังสามารถใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาด โทรศัพท์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ร่วมกันในหลากหลายช่องทาง เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพของข้อมูลหรือการส่งเสริมการขายสู่การรับรู้ที่กระจายวงกว้างอย่างรวดเร็วในโลกสังคมออนไลน์ โดยมีงานวิจัยจำนวนมากในประเทศไทยที่พบว่ากลยุทธ์การตลาดตามแนวคิดของส่วนประสมทางการตลาดนั้น ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (ใบเฟิร์น วงษ์บัวงาม, ชวลี ญ กลาง และเสรี วงษ์มณฑา, 2564; ปฐมพงษ์ บำเร็บ, 2564; ศิวธิดา ภูมิวรรณ และอลิศรา ธรรมบุตร, 2564; อารีวรรณ บัวเผื่อน และสุดาพร กุณฑลบุตร, 2562)

การนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ และเพื่อกระตุ้นให้การเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้เพิ่มขึ้น จะต้องอาศัยเครื่องมือส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ดังนี้

1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product) จะต้องมุ่งเน้นนำเสนอสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งยังต้องพัฒนาภาพลักษณ์และชื่อเสียงของจังหวัดให้เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์มีหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

1.1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ โดยจังหวัดบุรีรัมย์มีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน รวมถึงมีการอนุรักษ์ สืบสานภูมิปัญญา และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่สามารถความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น เขาพนมรุ้ง และปราสาทเมืองต่ำ ที่เป็นมรดกโลก เป็นแหล่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ อย่างไรก็ตามควรมีการตรวจสอบและปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสภาพทรุดโทรมให้แข็งแรงและดูดียิ่งขึ้น (ธนากร ทองธรรมสิริ และโอชัยญา บัวธรรม, 2564)

1.2) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยจังหวัดบุรีรัมย์ยังขึ้นชื่อในกิจกรรมทางด้านการกีฬาจากการมุ่งมั่นพัฒนาของ เนวิน ชิดชอบ ที่ริเริ่มสร้างและนำสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดไปสู่ความสำเร็จ และทำให้สนามช้างอารีนาเป็นหนึ่งในแลนด์มาร์ค (Landmark) ที่สำคัญของจังหวัด โดยมีการจัดการแข่งขันรายการสำคัญทั้งกีฬาฟุตบอล การแข่งขันรถ ทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ (ธงชัย คล้ายแสง, บุญทัน ดอกไธสง และนัยนา

เกิดวิชัย, 2562) ดังนั้นทางหน่วยงานภาครัฐควรต้องมีการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านกีฬาให้เป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์ของการพัฒนาจังหวัด และจัดให้อยู่ในแผนยุทธศาสตร์จังหวัดบุรีรัมย์ (วันทนี ศรีนวล และอศวิน แสงพิกุล, 2560) เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและมีประสิทธิผลในระยะยาว

1.3) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจังหวัดบุรีรัมย์มีสถานที่ท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติมากมาย เช่น เขาระโดงที่เปิดให้เยี่ยมชมความงามตามธรรมชาติถึงปากปล่องภูเขาไฟที่ดับไปแล้ว แหล่งอ่างเก็บน้ำต่าง ๆ ที่เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ ได้แก่ อ่างเก็บน้ำห้วยจรเข้มาก เขื่อนลำนางรอง หาดปราสาททอง เป็นต้น ดังนั้นหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและสร้างแผนบูรณาการร่วมกับเครือข่ายภาคสังคม ชุมชนหรือหน่วยงานทวิภาคี เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องและประชาชนในพื้นที่ได้ทราบถึงความสำคัญและบทบาทหน้าที่ เครือข่ายความร่วมมือที่เกิดขึ้นจะต้องมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานในทุกระดับ เพื่อร่วมกันอนุรักษ์และรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้สมบูรณ์และสวยงามต่อไป (สรพรเพชร เพียรจัด และจารินี ม้าแก้ว, 2564)

นอกจากนี้ยังมีสินค้า OTOP ของชุมชนที่มีชื่อเสียงและผ่านการรับรองมาตรฐานการผลิตให้นักท่องเที่ยวได้จับจ่ายเลือกซื้อ เช่น ผลิตภัณฑ์ฝ้ายดอก ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดหมี่ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือลายซัดพื้นฐาน ผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพร ผลิตภัณฑ์งานประดิษฐ์จากผ้า ผลิตภัณฑ์จากต้นกก ผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติและวัสดุแปรรูป ผลิตภัณฑ์กระเป่าผ้า เป็นต้น นอกจากนี้จะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้วยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างงานสร้างรายได้ให้ชุมชนอย่างต่อเนื่อง

2) กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยว (Price) จะต้องมุ่งเน้นในการกำหนดราคาของสินค้าและบริการ โดยคำนึงถึงคุณภาพ คุณค่า ประสิทธิภาพ ต้นทุน และอื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวจะต้องได้รับในการซื้อสินค้าหรือบริการ (ปริญญา นาคปฐุม และระชานนท์ ทวีผล, 2561) เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมและเรียนรู้จากการท่องเที่ยว หากได้รับคุณภาพของสินค้าและบริการที่ดีเยี่ยม เหมาะสมกับราคาที่ตั้งเอาไว้ นักท่องเที่ยวจะยินดีจ่ายอย่างเต็มที่ แต่ถ้าหากสินค้าและบริการที่ได้รับมีคุณภาพต่ำ หรือไม่เหมาะสมกับราคา นักท่องเที่ยวอาจจะรู้สึกไม่ค่อยเต็มที่ที่จะจ่าย นอกจากนี้การกำหนดราคายังมีบทบาทต่อการรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว หากกำหนดราคาต่ำเกินไปจะทำให้มีนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวได้มากขึ้นจนเกินขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันหากกำหนดราคาที่สูงขึ้นและคุ่มค่าต่อการท่องเที่ยวจะเป็นการคัดกรองเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีความสนใจเรียนรู้และต้องการสัมผัสประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จะต้องมุ่งเน้นในการใช้สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายในการนำผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการท่องเที่ยวจากผู้ผลิตไปนำเสนอขายหรือส่งมอบให้แก่ นักท่องเที่ยว และช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับการท่องเที่ยวยังรวมถึงวิธีการที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงยังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วอีกด้วย (อรรถกร จตุกุล, 2560) ดังนั้นในการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงความสะดวกในการเข้าถึงทำเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว

4) กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) จะต้องมุ่งเน้นไปที่การสื่อสารโดยอาศัยเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจและการรับรู้เชิงบวกต่อแหล่งท่องเที่ยว จนเกิดการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ทั้งนี้การส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพไม่เพียงแต่กระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเป็นกำหนดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับประเภทของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตามที่คาดหวังไว้ โดยเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการตลาด ได้แก่

4.1) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สำหรับการท่องเที่ยวจะใช้การประชาสัมพันธ์ควบคู่กับการโฆษณาผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยเฉพาะช่องทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ แอปพลิเคชัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคของความปกติใหม่ (อรรถกร จตุภูล, 2560) ซึ่งการประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสามารถสร้างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการปลูกจิตสำนึกให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นให้มีความรักความผูกพัน และทำให้ชุมชนเข้มแข็งพร้อมที่จะรักษาเอกลักษณ์ วัฒนธรรมให้สืบต่อไป ในขณะที่เดียวกันก็ใช้การโฆษณาเพื่อนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้เร็วขึ้น (ธนากร ทองธรรมสิริ และโอชัยญา บัวธรรม, 2564)

4.2) การส่งเสริมการขายสำหรับการท่องเที่ยว โดยปกติมักจะมีรูปแบบที่เป็นการเข้าร่วมงานส่งเสริมการขายกับหน่วยงานอื่น เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมการส่งเสริมการขายที่ภาครัฐหรือภาคเอกชนจัดขึ้น นอกจากนี้ การลดราคาสินค้าหรือบริการในบางช่วงเวลาและการให้บริการเพิ่มเติมแก่นักท่องเที่ยวในโอกาสพิเศษ เป็นอีกหนึ่งวิธีที่ใช้กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทางท่องเที่ยวและซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวได้ (ฤดี เสริมชยุต, 2563)

4.3) การขายโดยบุคคล สำหรับในการท่องเที่ยวนั้นอาจไม่ได้ให้ความสำคัญกับการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยพนักงานขาย แต่เป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวผ่านบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในท้องถิ่น

4.4) การส่งเสริมการตลาดแบบปากต่อปาก เป็นการนำเสนอสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและคุณค่า มุ่งเน้นเพื่อให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวและเกิดการบอกต่อไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ โดยเฉพาะการบอกผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram, YouTube เป็นต้น

5) กลยุทธ์ด้านบุคคล (People) โดยการมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานผู้ให้บริการ ณ จุดสัมผัสบริการ ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลเหล่านี้ถือเป็นด่านแรกที่จะส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยว ดังนั้นในการพิจารณาเลือกบุคลากรที่ให้บริการจำเป็นต้องพิจารณาถึงคุณภาพในการให้บริการและการมีหัวใจในการบริการ ได้แก่ มีความรู้และความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยว มีความชำนาญในงานบริการ สามารถให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง มีความเป็นมิตรและรักในงานบริการ โดยควรจัดให้มีจำนวนผู้ให้บริการที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน พนักงานควรจะมีรู้ด้านภาษาอื่นต่าง ๆ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ เพื่อที่จะสามารถสื่อสารและถ่ายทอดเรื่องราวประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้แก่ชาวต่างชาติได้ (อรรถกร จตุภูล, 2560) ซึ่งในยุคของความปกติใหม่นั้นจะต้องมีการฝึกอบรมพนักงานในการคัดกรองและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วยวิธีการต่าง ๆ ตามมาตรการของรัฐบาลที่ได้กำหนดไว้

6) กลยุทธ์ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process) จะต้องมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาวิธีการปฏิบัติงานเพื่อส่งมอบบริการที่ถูกต้องแม่นยำ รวดเร็ว และสร้างความประทับใจ โดยจะต้องพิจารณาถึงการสร้างเหตุการณ์สำคัญ (Critical Incident) และช่วงเวลาที่เป็นจริง (The Moment of Truth) เช่น ช่วงเวลาในการให้บริการจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวจดจำกระบวนการในการให้บริการ หากมีการบริการที่ดีในช่วงเวลาท่องเที่ยวจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวจดจำเหตุการณ์ที่ทำให้ตนประทับใจได้ ในทางกลับกันหากบริการไม่ดีจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวจดจำเหตุการณ์ที่ไม่ดี และเกิดความไม่พอใจต่อการท่องเที่ยวในครั้งนั้นได้เช่นกัน ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจหลังการรับบริการ จะเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้การปฏิบัติงานของผู้ให้บริการกับการให้บริการที่ลูกค้าคาดหวัง (ธีทัต ตรีศิริโชติ กฤษดา เขียววัฒนสุข นพดล

เดชประเสริฐ และอำนาจ สาสินุกุล, 2565) ดังนั้นการสร้างความประทับใจต่อการท่องเที่ยว ควรส่งมอบบริการ ที่ถูกต้องรวดเร็ว อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีขั้นตอนที่ปลอดภัยแต่ไม่ยุ่งยาก จนเกินไป การขอข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกมีการดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ควรมีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น และชุมชนในการร่วมมือกันส่งมอบความประทับใจ แก่นักท่องเที่ยว มีการให้บริการที่ดี รวมถึงร่วมกันบูรณะ รักษา และเฝ้าระวังตามแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เกิด การใช้กลไกของท้องถิ่นช่วยเป็นพลังในการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจต่อไปในอนาคต (อรรถกร จิตกุล, 2560)

7) กลยุทธ์ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว (Physical Evidence) จะต้องมุ่งเน้นไปที่ องค์ประกอบที่ปรากฏอยู่ที่สามารถมองเห็นและจับต้องได้ เช่น การเน้นการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ของ การบริการทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างความประทับใจ แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชม ดังนั้นลักษณะทางกายภาพของการท่องเที่ยวจะต้องมีความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะถิ่น นอกจากนี้ ยังรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่จัดเตรียมสำหรับนักท่องเที่ยว ให้ได้รับความ สะดวกสบาย และเพลิดเพลินในการเยี่ยมชม โดยต้องมีการดูแลรักษาลักษณะทางกายภาพเหล่านี้ให้อยู่ใน สภาพดีไม่ชำรุดทรุดโทรมเพื่อสร้างความรู้สึกที่ดีในการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามยังคงพบว่าแหล่งท่องเที่ยว หลายแห่งยังมีปัญหาที่ควรพัฒนาให้ดีขึ้น เช่น ความสะอาดของสถานที่พักผ่อน ห้องน้ำที่ถูกสุขลักษณะและ ป้องกันการแพร่ระบาด ความเพียงพอของจุดทิ้งขยะ การแยกป้องกันขยะที่ติดเชื้อ ความเพียงพอของที่จอดรถ จุดพักรถที่รองรับนักท่องเที่ยว ตลอดจนถึง ATM นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับจังหวัดและท้องถิ่น จะต้องดูแลและปรับปรุงป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ ให้ชัดเจนและถูกต้องตามหลักสากล รวมไปถึงการพัฒนาระบบ คมนาคมให้สามารถเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นของจังหวัดได้อย่างครอบคลุม (อรรถกร จิตกุล, 2560; ธนากร ทองธรรมศิริ และโอชญญา บัวธรรม, 2564) ซึ่งในยุคของความปกติใหม่นั้นจะต้องให้ความสำคัญกับการ จัดเตรียมเครื่องมือหรืออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการป้องกันการแพร่เชื้อโรค รวมไปถึงอุปกรณ์สำหรับฆ่าเชื้อโรค ตามสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งอีกด้วย

จากการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่กล่าวมาข้างต้นจะช่วยส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจในด้าน การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ให้กลับมาฟื้นตัว และมีแนวโน้มที่จะเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางในการ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จากการร่วมมือและประสานงานกันทั้งภาครัฐ เอกชน ผู้ประกอบการ รวมไปถึง ประชาชนในจังหวัด ให้ช่วยกันผลักดันให้จังหวัดบุรีรัมย์เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและวัฒนธรรม ด้วยการอนุรักษ์ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี วัฒนธรรม รวมไปถึงอาหารท้องถิ่นไว้ให้แก่นักท่องเที่ยวได้สืบ สานต่อไป รวมไปถึงการจัดกิจกรรมที่เป็นการส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ให้ ปรากฏแก่สายตานักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (วันทนี ศรีนวล และอศวิน แสงพิกุล, 2560) ดังนั้น ทั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ มีความ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในยุคความปกติใหม่ (New Normal) ด้วยการนำเสนอกลยุทธ์ผ่านการใช้เทคโนโลยีและช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัยให้สามารถตอบสนอง และจูงใจ ให้นักท่องเที่ยวให้เกิดความต้องการและตัดสินใจอยากเดินทางมาท่องเที่ยว ผ่านสื่อที่นำเสนอสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดบุรีรัมย์ เช่น ปราสาทเขาพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ เขาอังคาร เขา ปลายบัด อุทยานภูเขาไฟ และนำเสนอวิถีชีวิตของคนพื้นเมืองแบบดั้งเดิม เป็นต้น ซึ่งจะดึงดูดความสนใจจาก กลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี เพื่อมุ่งเน้นให้ทุกภาคส่วนในจังหวัดบุรีรัมย์ได้รับ ผลประโยชน์สูงสุดตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

สรุป

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและวิถีความเป็นอยู่ของประเทศไทยและประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการที่ได้รับผลกระทบรุนแรงจากรายได้ที่หดหายไปในช่วงการแพร่ระบาด ดังนั้นจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องหาแนวทางฟื้นฟูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยตามมาตรฐานการท่องเที่ยวแบบ “New Normal” เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การท่องเที่ยววิถีใหม่ สำหรับจังหวัดบุรีรัมย์นั้นถือเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และการท่องเที่ยวในจังหวัดนั้นเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญที่มีส่วนในการผลักดันในการสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและรายได้เข้าจังหวัดบุรีรัมย์

กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นส่วนที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว ด้วยการนำแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน มาประยุกต์ใช้ ดังนี้ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ ที่มุ่งเน้นนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของการท่องเที่ยว (2) ด้านราคา ที่มุ่งเน้นกำหนดราคาสินค้าและบริการตามคุณภาพ คุณค่า ประสิทธิภาพ และต้นทุน (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มุ่งเน้นในการใช้สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้อย่างสะดวก (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มุ่งเน้นไปที่การสื่อสารที่ช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจและตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (5) ด้านบุคลากร ที่มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานหรือผู้ที่ให้บริการ (6) ด้านกระบวนการบริการ ที่มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาวิธีการปฏิบัติงาน เพื่อส่งมอบบริการที่ถูกต้องแม่นยำ รวดเร็ว และสร้างความประทับใจ และ (7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่มุ่งเน้นไปที่องค์ประกอบที่ปรากฏอยู่ที่สามารถมองเห็นและจับต้องได้ เช่น การเน้นการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ของการบริการทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างความประทับใจ ให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชม นอกจากนี้ ยังควรมีการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวในโครงการ OTOP ซึ่งเป็นการใช้เสน่ห์ชุมชน ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ ให้แปลงเป็นรายได้ ตลอดจนการพัฒนาองค์ความรู้ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับการยกระดับผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสร้างการรับรู้และเข้าถึงผู้บริโภค ซึ่งการแข่งขันของสินค้าและบริการในปัจจุบันนั้นมุ่งเน้นการตลาดออนไลน์มากขึ้น

สำหรับปัญหาของการท่องเที่ยวที่ควรพัฒนาให้ดีขึ้น เช่น ความสะอาดของสถานที่พักผ่อน ห้องน้ำที่ถูกสุขลักษณะ ความเพียงพอของจุดทิ้งขยะ การแยกป้องกันขยะที่ติดเชื้อ ความเพียงพอของที่จอดรถ นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งจะต้องดูแลและปรับปรุงป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ ให้ชัดเจนและถูกต้องตามหลักสากล รวมไปถึงการพัฒนาระบบคมนาคมให้สามารถเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นของจังหวัดได้อย่างครอบคลุม โดยการท่องเที่ยวในยุคของความปกติใหม่นั้นจะต้องให้ความสำคัญกับการจัดเตรียมเครื่องมือหรืออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการป้องกันการแพร่เชื้อโรค รวมไปถึงอุปกรณ์สำหรับฆ่าเชื้อโรค ตามสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งอีกด้วย ทั้งนี้ ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับตัวให้เข้ากับยุคความปกติใหม่ด้วยการนำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านมาประยุกต์ใช้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ทุกภาคส่วนในจังหวัดบุรีรัมย์ได้รับผลประโยชน์จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

- กรมสุขภาพจิต. (2563). **New Normal ชีวิตวิถีใหม่**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2565 จาก <https://dmh.go.th/news/view.asp?id=2288>
- กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม. (2564). **COVID ต่อภาคการท่องเที่ยวไทยผลกระทบและแนวทางแก้ปัญหา**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2565 จาก https://www.mots.go.th/download/BannerLink/PBVol01Covid_DigitalEd.pdf
- ทะนงศักดิ์ แสงสว่างวัฒนะ นิชนันท์ ศิริไสยาสน์ และโชติ บดีรัฐ. (2563). “New Normal” วิถีชีวิตใหม่และการปรับตัวของคนไทยหลังโควิด-19 การงาน การเรียน และธุรกิจ. **วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น**, 4(3), 371-386.
- ธงชัย คล้ายแสง, บุณทัน ดอกไธสง และ นัยนา เกิดวิชัย. (2562). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยการบูรณาการหลักพุทธธรรมของจังหวัดบุรีรัมย์. **Journal of Graduate MCU KhonKaen Campus**, 6(4), 823-840.
- ธนากร ทองธรรมศิริ และโอชัญญา บัวธรรม. (2564). แนวทางสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสัมผัสประสบการณ์ท้องถิ่นในเขตพื้นที่เมืองเก่าบุรีรัมย์ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์. **วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี**, 3(1), 21-34.
- ธีทัต ตริศิริโชติ กฤษดา เขียววัฒนสุข นพดล เดชประเสริฐ และอำนาจ สาสิณกุล. (2565). การคิดเชิงออกแบบของการบริการ. **วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ**, 5(2), 108-120.
- ธีรพงศ์ ประดิษฐ์กุล. (2563). กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ที่น่าสนใจ บางอย่างคุณอาจคาดไม่ถึง. **วารสารการพิมพ์ไทย**, 127.
- นิตราษฎร์ บุญโย. (2565). **soft power ของไทย ขับเคลื่อนต้องทันใจวัยรุ่น?**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2565 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/business/business/1034457>
- บุญทริกา วงษ์วานิช และกฤษดา เขียววัฒนสุข. (2564). ผลกระทบเชิงสาเหตุของความสามารถเชิงพลวัตและคุณภาพของระบบสารสนเทศต่อผลการดำเนินงานของบริษัทผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในยุคดิจิทัล: การศึกษาตัวแปรคั่นกลางด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และการตลาด. **วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม**, 8(2), 422-445.
- ไบเพิร์น วงษ์บัวงาม ขวลิษฐ์ ณ กลาง และเสรี วงษ์มณฑา. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครของนักท่องเที่ยวสูงอายุไทย. **วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 12(1), 55-70.
- ปฐมพงษ์ บำเรบ. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกเส้นทางการท่องเที่ยววัยริมน้ำฝั่งธนบุรี ของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้พิการทางการเคลื่อนไหว. **วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์**, 15(23), 59-78.
- ปราโมทย์ ยอดแก้ว. (2564). การตลาดดิจิทัลกับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตใหม่ในสังคมไทย. **วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา**, 3(1), 11-22.
- ปริญญา นาคปฐม และระชานนท์ ทวีผล. (2561). การพัฒนาคุณภาพงานบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. **วารสารบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์**, 12(1), 255-269.

- ฤดี เสริมชยุต. (2563). กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน. *วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา*, 2(4), 51-61.
- วันทนี ศรีนวล และอศรินทร์ แสงพิกุล. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 9(1), 175-194.
- ศิวธิดา ภูมิวิรมณี และอสิศรา ธรรมบุตร. (2564). ปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาหมู่บ้านช้าง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคล สุวรรณภูมิ*, 3(3), 226-240.
- สรรเพชร เพียรจัด และจารินี ม้าแก้ว. (2564). การพัฒนาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชนบนดินแดนภูเขาไฟบุรีรัมย์. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 16(1), 41-50.
- สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์. (2565). **ศบค. มีมติผ่อนคลายเป็น 1 กรกฎาคมนี้ทั่วประเทศ**. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2565 จาก <https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG220617144223761>
- สำนักข่าวอินโฟเควสท์. (2565). **ททท.เปิด "ปีท่องเที่ยวไทย 2565" หวังดันรายได้ท่องเที่ยวรวม 1.28 ลบ.** [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2565 จาก <https://www.ryt9.com/s/iq03/3296912>
- สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์. (2561). **ข้อมูลพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2565 จาก <https://www.buriram.go.th/downloads/buriram-gen.pdf>
- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์. (2563). **ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2565 จาก <https://www.buriram.go.th/downloads/plan/plan-p-66-70.pdf>
- สุปราณี แดงวงษ์, ศากุล ช่างไม้ และศิริเมศร์ โกโค. (2565). พฤติกรรมการปรับตัวบนวิถีชีวิตใหม่หลังการระบาดของโรคโควิด 19 ของผู้สูงอายุในชมรมผู้สูงอายุ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี. *วารสารพยาบาล*, 71(2), 57-63.
- สุภาภรณ์ พรหมบุตร. (2563). **New Normal กับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลง**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2565 จาก <https://dsp.dip.go.th/th/category/2017-11-27-08-04-02/2020-06-29-14-39-49>
- โสธรรมา เครือเมฆ อดี้อ กุลประสูติติก และรุจิราภา งามสระคู. (2564). การปรับตัวของประชาชนวิถีใหม่ในสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 จังหวัดนนทบุรี. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 16(2), 87-103.
- อรรถกร จัตกุล. (2560). การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *สยามวิชาการ*, 18(2), 46-64.
- อารีวรรณ บัวเฟื่อน และสุดาพร กุณฑลบุตร. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย กรณีศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี. *วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 6(2), 199-224.
- Ahuja, N. (2016). The eight "P" of marketing mix. *International Journal of Research in Humanities and Soc. Sciences*, 4(8), 17-21.
- Alam, S. M. (2021). Service marketing mix: The twelve Ps. *Journal of Purchasing, Logistics and Supply Chain*, 2(2), 33-43.
- Bhasin, H. (2021). **Service Marketing Mix – 7 P's of marketing**. Retrieved August 15, 2022 from <https://www.marketing91.com/service-marketing-mix/>

- Lakra, V., Kohli, M., and Budhlani, G. (2016). Marketing strategies developing factors. **International Research Journal of Management Sociology and Humanity**, 7(3), 250-258.
- Nye, J. (2017). Soft power: the origins and political progress of a concept. **Palgrave communications**, 3(1), 1-3.

ทัศนคติและความพึงพอใจในการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว กรณีใช้บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแทนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มในกรุงเทพมหานคร

Attitude and satisfaction in green supply chain management Using eco-friendly packaging instead of single-use plastic packaging that influences food and beverage purchasing decisions in Bangkok

สุรัสวดี ศิริปัญญา^{1*} และ ปิยะมาศ สือสวัสดิ์วณิชย์²
(Suratsawadee Siripanya^{1*} and Piyamas Suesawadwanit²)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจในการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว กรณีใช้บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแทนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มในกรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย ด้วยวิธีการสุ่มหลายขั้นตอน โดยสุ่มด้วยวิธีการจับฉลากและสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า

1. ระดับทัศนคติและความพึงพอใจในการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว กรณีใช้บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแทนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและรายด้านมีความเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านความพึงพอใจ ด้านการตัดสินใจซื้อและด้านทัศนคติต่อการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว

2. ทัศนคติต่อการจัดการโซ่อุปทานสีเขียวที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มที่ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สมการมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 70.00 สมการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ คือ

$$\hat{Y} = 1.27 - 0.14X_1 + 0.16X_2 + 0.11X_3 + 0.10X_4 + 0.16X_5$$

3. ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแทนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สมการมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 64.00 สมการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ คือ

$$\hat{Y} = 1.16 - 0.27X_6 + 0.09X_7 + 0.07X_8 + 0.06X_9 + 0.06X_{10} + 0.09X_{11} + 0.02X_{12} + 0.04X_{13}$$

คำสำคัญ: ทัศนคติ โซ่อุปทานสีเขียว บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

¹นักศึกษาด้านวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง,10240

²อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง,10240

¹Logistics and Supply Chain Management students Faculty of Business Administration Ramkhamhaeng University, 10240

²Lecturer Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University,10240

Corresponding author: 6324971244@rumail.ru.ac.th

ABSTRACT

This research study aims to study Attitude and satisfaction in green supply chain management Using eco-friendly packaging instead of single-use plastic packaging that influences food and beverage purchasing decisions in Bangkok. A questionnaire was used to collect data from a sample of 400 people living in Bangkok by multi-stage random sampling. randomly by means of drawing lots and specific random methods Data were analyzed using statistics, percentage, mean, standard deviation, independent sample T-Test, One-Way ANOVA and multiple regression analysis by Enter method.

Findings:

1. Level of attitude and satisfaction in green supply chain management The use of environmentally friendly packaging instead of single-use plastic packaging influences food and beverage purchase decisions in Bangkok. Overall and in each aspect, opinions were at a high level. Sorted in the following order: Satisfaction Purchasing decisions and attitudes toward green supply chain management

2. Attitudes toward green supply chain management on purchasing decisions of food and beverages using environmentally friendly packaging in Bangkok Statistically significant at the 0.05 level. The equation has the predictive power of 70.50 percent. The multiple regression analysis equation is

$$\hat{Y} = 1.27 - 0.14X_1 + 0.16X_2 + 0.11X_3 + 0.10X_4 + 0.16X_5$$

3. Satisfaction with food and beverage packaging using environmentally friendly packaging instead of single-use plastic packaging influencing food and beverage purchase decisions in Bangkok Statistically significant at the 0.05 level, the equation has a predictive power of 64.00 percent. The multiple regression analysis equation is

$$\hat{Y} = 1.16 - 0.27X_6 + 0.09X_7 + 0.07X_8 + 0.06X_9 + 0.06X_{10} + 0.09X_{11} + 0.02X_{12} + 0.04X_{13}$$

Keywords: attitude, green supply chain, environmentally friendly packaging

Article history:

Received 2 November 2022 Revised 17 December 2022

Accepted 19 December 2022 SIMILARITY INDEX = 0.65 %

1. บทนำ

ประเทศไทยมีขยะพลาสติกประมาณร้อยละ 12 ของปริมาณขยะที่เกิดขึ้นทั้งหมด หรือประมาณปีละ 2 ล้านตัน มีการนำกลับไปใช้ประโยชน์ประมาณปีละ 0.5 ล้านตัน (ร้อยละ 25) ส่วนที่เหลือ 1.5 ล้านตัน (ร้อยละ 75) ซึ่งพลาสติกส่วนใหญ่เป็นพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single-use plastics) อาทิ ถุงร้อน ถุงเย็น ถุงหูหิ้ว แก้วพลาสติก หลอดพลาสติก กล่องโฟมบรรจุอาหาร ไม่มีการนำกลับไปใช้ประโยชน์ใหม่ โดยส่วนใหญ่จะถูกทิ้งเป็นขยะมูลฝอยในปริมาณและสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2563 ได้มีการศึกษาปริมาณขยะพลาสติกที่เกิดขึ้น ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า มีขยะพลาสติกประมาณ 6,300 ตัน/วัน หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 15 ของปริมาณขยะพลาสติกเมื่อเทียบกับในช่วงเวลาเดียวกัน ในสถานการณ์ปกติ เมื่อปี 2562 (ปี 2562 มีปริมาณขยะพลาสติกเฉลี่ย 2 ล้านตัน หรือประมาณ 5,500 ตัน/วัน) เนื่องจากในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ประชาชนมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ในการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าและอาหาร ผ่านระบบออนไลน์เพิ่มขึ้น ประกอบกับการคัดแยกขยะมูลฝอยเพื่อนำมารีไซเคิลน้อยลง เนื่องจากหวั่นเกรงมูลฝอยติดเชื้อ ที่ทิ้งปะปนมากับขยะมูลฝอยชุมชน (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2565)

รัฐบาลไทย ได้จัดทำร่าง Roadmap การจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 เพื่อใช้เป็นกรอบนโยบาย การบริหารจัดการขยะพลาสติก ในภาพรวมของประเทศ และเป็นกรอบแนวทาง การจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการจัดการขยะพลาสติกแบบ บูรณาการของหน่วยงาน โดยจะมีการศึกษาและกำหนดเป้าหมายของพลาสติกที่นำกลับมาใช้ประโยชน์และส่วนที่เป็นของเสียจะถูกนำไปกำจัดให้ถูกวิธี รวมทั้งศึกษาหาแนวทาง การใช้วัสดุทดแทนพลาสติกและส่งเสริมการนำพลาสติกกลับมา ใช้ประโยชน์แบบหมุนเวียน ทั้งนี้ หากปริมาณขยะถุงพลาสติก หูหิ้วลดลงจะส่งผลให้หน่วยงานภาครัฐสามารถประหยัด งบประมาณในการจัดการขยะมูลฝอยและประหยัดพื้นที่ในการรองรับได้อย่างมาก (กรมควบคุมมลพิษ, กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2564)

จากการศึกษาวิจัยและการทบทวนวรรณกรรมต่างๆ ที่ผ่านมา เกี่ยวกับการจัดการโซ่อุปทานสีเขียวที่มุ่งเน้นการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม (GSCM) กำลังได้รับความสนใจเป็นวงกว้างจากนักวิจัยและผู้ปฏิบัติงานในการดำเนินงานและการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ช่วยลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ความสำคัญที่เพิ่มขึ้นของ GSCM นั้น ส่วนใหญ่มาจากการทวีความรุนแรงของการเสื่อมสภาพของสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ทรัพยากรวัตถุดิบจากธรรมชาติลดลง พื้นที่ของเสียมากขึ้น และการเพิ่มขึ้นของระดับมลพิษอย่างต่อเนื่อง สะสมเป็นเวลากหลายปี การจัดการโซ่อุปทานสีเขียวที่มุ่งเน้นการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม คือตัวขับเคลื่อนมูลค่าทางธุรกิจและไม่ใช่ศูนย์ต้นทุน (Wilkerson, 2005) ซึ่งบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม เป็นหนึ่งในนวัตกรรมล่าสุดสำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปลอดภัยจากสารเคมี ได้มาตรฐานในการบรรจุอาหาร และเป็นบรรจุภัณฑ์ทางเลือกที่สามารถนำมาทดแทนการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นพลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียว ซึ่งสอดคล้องกับหลักการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว และ (ร่าง) แผนปฏิบัติการด้านการจัดการขยะพลาสติก (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2563)

ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยสนใจการศึกษาเรื่องทัศนคติและความพึงพอใจในการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้านคือ ด้านการจัดซื้อที่มุ่งเน้นด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม (Green Purchasing) ด้านการผลิตแบบสีเขียว (Green Manufacturing) เช่น ระบบการจัดการคุณภาพด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการดำเนินงานแบบสีเขียว (Green Operations) เช่น นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เพื่อมุ่งความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้าน การออกแบบแบบสีเขียว (Green Design) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สร้างของเสียหรือมลภาวะที่น้อยมากหรือไม่มีเลย และด้านโลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics) คือกระบวนการนำ

ผลิตภัณฑ์กลับคืนมาจาก ผู้บริโภค เพื่อการนำไปกำจัดอย่างเหมาะสม มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและ เครื่องดื่มที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการจัดการโซ่อุปทานสีเขียวที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มที่ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แทนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มใน กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ทัศนคติต่อการจัดการโซ่อุปทานสีเขียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มที่ใช้บรรจุ ภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร
2. ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแทนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้ง เดียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มในกรุงเทพมหานคร

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติต่อการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว

ทัศนคติ

ทัศนคติ คือ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งในสิ่งหนึ่ง ที่ได้เรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต โดยใช้ เป็นตัวเชื่อมระหว่างความคิดและพฤติกรรม บุคคลจึงแสดงทัศนคติออกมา เป็นพฤติกรรมในเชิงบวกหรือเชิง ลบแตกต่างกันออกไปตามการเรียนรู้และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล การมีทัศนคติที่แตกต่างกันต่อสิ่งหนึ่ง สิ่งใดเนื่องมาจากแต่ละบุคคลมีความรู้ ความเข้าใจและแนวคิดที่แตกต่างกัน (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550; นภวรรณ คณานฤกษ์, 2563)

การจัดการโซ่อุปทานสีเขียว

การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management: SCM) คือ กระบวนการโดยรวมของการไหล ของวัสดุ สินค้า ตลอดจนข้อมูล ธุรกิจต่าง ๆ ผ่านองค์การที่เป็นผู้ส่งมอบ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่ายไปจนถึงลูกค้า หรือผู้บริโภค (สมพล พงษ์หว่า, 2552) แนวคิดการจัดการโซ่อุปทานสีเขียวมุ่งเน้นการลดผลกระทบทาง สิ่งแวดล้อม เป็นการบริหารจัดการโซ่อุปทานที่มุ่งเน้นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกกิจกรรมตั้งแต่ ขั้นตอนเริ่มต้นในการคัดเลือกวัตถุดิบจนกระทั่งเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปให้กับผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรม โซ่อุปทานมุ่งเน้นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 5 ด้านคือ การจัดซื้อแบบสีเขียว การผลิตแบบสีเขียว การดำเนินงานแบบสีเขียว การออกแบบแบบสีเขียว โลจิสติกส์ย้อนกลับ ซึ่งเป็นการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ ดูแลเรื่องการเคลื่อนย้ายสินค้าจากลูกค้ากลับไปยังผู้ขายหรือผู้ผลิต เมื่อลูกค้าได้รับสินค้าแล้ว กระบวนการต่าง ๆ เช่น การส่งคืนหรือการรีไซเคิล จำเป็นต้องมีการขนส่งแบบย้อนกลับ โลจิสติกส์ย้อนกลับเริ่มต้นที่ผู้บริโภค ปลายทาง ย้อนกลับผ่านห่วงโซ่อุปทานไปยังผู้จัดจำหน่ายหรือจากผู้จัดจำหน่ายไปยังผู้ผลิต โลจิสติกส์ย้อนกลับ ยังรวมถึงกระบวนการที่ผู้บริโภคปลายทางรับผิดชอบในการกำจัดผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย รวมถึงการรีไซเคิล การ ปรุงใหม่หรือการขายต่อ (Guide and Srivastava, 1998)

ทัศนคติต่อการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว ในงานวิจัยนี้ หมายถึง การแสดงออกตามการเรียนรู้และประสบการณ์ของการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม 5 ด้านคือ การจัดซื้อแบบสีเขียว การผลิตแบบสีเขียว การดำเนินงานแบบสีเขียว การออกแบบแบบสีเขียว โลจิสติกส์ย้อนกลับ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

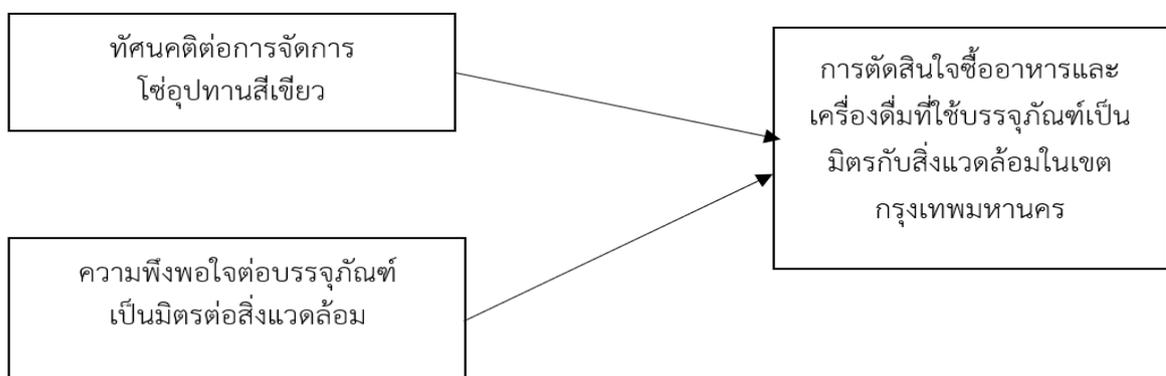
Emrah (2010) อธิบายเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้ว่า ปัจจุบันบริษัทและองค์กร ให้คุณค่าการบริหารจัดการความพึงพอใจของลูกค้าจากการประเมินคุณภาพของสินค้าและบริการมากขึ้น ระดับความพึงพอใจของลูกค้าขึ้นอยู่กับเกณฑ์สูงเท่าใด ก็เป็นเครื่องชี้วัดถึงผลกำไรที่สูงของบริษัทในอนาคตเท่านั้น ความพึงพอใจสามารถแบ่งออกได้หลากหลายคุณลักษณะ เช่น การประเมินคุณภาพของสินค้าหลังจากซื้อไปใช้แล้วเมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวังก่อนซื้อ นอกจากนี้ นกตล ร่มโพธิ์ (2554) กล่าวว่า การวัดความพึงพอใจลูกค้าและความพึงพอใจพนักงานกับการสร้างความได้เปรียบการแข่งขันด้วย ACSI Model: The American Satisfaction Index (ACSI) คิดค้นโดยมหาวิทยาลัย มิชิแกน ประเทศสหรัฐอเมริกา อันได้แก่ การรับรู้คุณภาพสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับ ความคาดหวังที่มีต่อสินค้าหรือบริการ การรับรู้คุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับ

ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในงานวิจัยนี้ หมายถึง ความพึงพอใจต่อการรับรู้คุณภาพสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับ ความคาดหวังที่มีต่อสินค้าหรือบริการ และการรับรู้คุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550) ให้แนวคิดว่า ผู้บริโภคมีรูปแบบและขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการแต่ละประเภทแตกต่างกัน สำหรับสินค้าบางประเภท ผู้บริโภคอาจใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจนานและต้องการข้อมูลมาก กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Engel, Kollatt and Blackwell (1968) การตัดสินใจหมายถึงกระบวนการที่ประกอบด้วยขั้นตอน 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1. การพยายามกลั่นกรองเรื่องราวต่าง ๆ 2. การคิดค้นพัฒนา และ 3. การตัดสินใจเลือกทางเลือก การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในงานวิจัยนี้ หมายถึง การเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มที่ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ ประชากรที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรผู้ซื้ออาหารและเครื่องดื่มในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการใช้ตารางของ Krejcie and Morgan (1970) โดยใช้ ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อความคลาดเคลื่อนและการตอบแบบไม่ตั้งใจตอบเป็นจำนวน 400 คน โดยตัวอย่างที่ได้นั้นผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ได้แก่ วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยการจับฉลากเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งตามเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร เป็น 6 กลุ่มการปกครอง และสุ่มจับฉลากจาก 6 กลุ่ม ให้เหลือเพียง 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มรัตนโกสินทร์ กลุ่มบูรพา กลุ่มกรุงธนใต้ และกลุ่มกรุงธนเหนือ (ศูนย์สารสนเทศกรุงเทพมหานคร, 2556) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยกำหนดให้เลือกเก็บตัวอย่างจากทั้ง 4 เขต ได้แก่ เขตบางนา เขตบางกะปิ เขตมีนบุรี และเขตตลิ่งชัน เขตละ 100 ชุด และแจกแบบสอบถามโดยอาศัยความสะดวก เพื่อเก็บข้อมูลแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนดไว้

การทดสอบเครื่องมือ ผู้วิจัยได้นำข้อคำถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาทดสอบเพื่อหาความเที่ยงตรง ข้อคำถามเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด มากกว่า 0.50 และวิเคราะห์ความเชื่อมั่น ผู้วิจัยปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมตามเนื้อหาแล้วนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 40 คน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบักแอลฟาในการประเมินความสอดคล้องภายใน มีค่าความสอดคล้องภายในตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Nunnally, 1978) และค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแต่ละข้อคำถาม มีค่าตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป (Field, 2005)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม มีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด แบ่งออกเป็น 5 ส่วนที่สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวความคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของนักวิชาการหลายท่าน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปลายปิดเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างเป็นคำถามแบบตรวจรายการ ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ทศนคติต่อการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว จำนวน 5 ข้อ เกี่ยวกับทัศนคติต่อการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว กรณีใช้บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแทนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียว ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้านคือ ด้าน Green Purchasing, Green Manufacturing, Green Operations, Green Design และ Reverse Logistics

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 8 ข้อ เกี่ยวกับ ความพึงพอใจในการใช้งานโดยรวมของบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในมิติต่าง ๆ ได้แก่ ช่องทางการจำหน่าย แนวคิดของบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม เช่น การออกแบบให้ลดการใช้บรรจุภัณฑ์ขึ้นย้อยราคา คุณภาพและรสชาติอาหารไรบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มที่ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 9 ข้อ เกี่ยวกับ กระบวนการตัดสินใจซื้อกระบวนการในการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน ได้แก่ ความต้องการได้รับการกระตุ้นหรือการรับรู้ถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมหลังการซื้อ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอแนะเพิ่มเติม

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ทัศนคติ ความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อ โดยใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. การวิเคราะห์ทัศนคติและความพึงพอใจในการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว กรณีใช้บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแทนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มในกรุงเทพมหานคร ผลปรากฏว่า ตัวแปรต้น คือ ทัศนคติและความพึงพอใจ เป็น rating scale ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อ เป็น rating scale ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุ ด้วยวิธี Enter
4. การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ ในส่วนที่เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

4. ผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 210 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.50 มีสถานภาพโสด จำนวน 191 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.80 มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 142 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.50 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 271 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.80 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 126 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.50

ทัศนคติต่อการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว ระดับความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ย 3.79 อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อคำถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจในการเลือกบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่มีการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว ด้านการออกแบบแบบสีเขียว เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สร้างของเสียหรือมลภาวะที่น้อยมากหรือไม่มีเลย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 3.86 ซึ่งอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ด้านความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.93 อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.21 ซึ่งอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ด้านการตัดสินใจซื้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.84 อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อคำถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างทราบว่าบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ผลิตออกมาโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นมิตรและปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อมและทราบว่ากระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นการเลือกใช้วัตถุดิบในกระบวนการผลิตจากธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้ หรือวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ได้ใหม่ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดทั้งสองข้อ

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของทัศนคติต่อการจัดการโซ่อุปทานสีเขียวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	Sig
(Constant)	1.27	.09		14.57	.00
1. ความสนใจในการเลือกบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่มีการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว ด้านการจัดซื้อที่มุ่งเน้นด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม (Green Purchasing) (X ₁)	.14	.03	.22	5.31	.00*
2. ความสนใจในการเลือกบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่มีการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว ด้านการผลิตแบบสีเขียว (Green Manufacturing) เช่น ระบบการจัดการคุณภาพด้านสิ่งแวดล้อม (X ₂)	.16	.03	.24	5.55	.00*
3. ความสนใจในการเลือกบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่มีการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว ด้านการดำเนินงานแบบสีเขียว (Green Operations) เช่น นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เพื่อมุ่งความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (X ₃)	.11	.03	.16	3.64	.00*
4. ความสนใจในการเลือกบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่มีการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว ด้านการออกแบบแบบสีเขียว (Green Design) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สร้างของเสียหรือมลภาวะที่น้อยมากหรือไม่มีเลย (X ₄)	.10	.03	.15	3.53	.00*
5. ความสนใจในการเลือกบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่มีการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว ด้านโลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics) คือกระบวนการนำผลิตภัณฑ์กลับคืนมาจาก ผู้บริโภค เพื่อการนำไปกำจัดอย่างเหมาะสม (X ₅)	.16	.03	.22	5.40	.00*

R=0.84, R² = 0.70, SEE = 0.32, F = Sig=0.00*

จากตารางที่ 1 ทัศนคติต่อการจัดการโซ่อุปทานสีเขียวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มในกรุงเทพมหานคร พบว่า มีการให้ความสนใจในการเลือกบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่มีการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว ด้านการจัดซื้อที่มุ่งเน้นด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม ด้านการผลิตแบบสีเขียว ด้านการดำเนินงานแบบสีเขียว ด้านการออกแบบแบบสีเขียว และด้านโลจิสติกส์ย้อนกลับ สมการมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 70.00 สมการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ คือ

$$\hat{Y} = 1.27 - 0.14X_1 + 0.16X_2 + 0.11X_3 + 0.10X_4 + 0.16X_5$$

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	Sig
(Constant)	1.16	.12		9.59	.00
1. มีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับแรก (X ₆)	.27	.03	.42	9.72	.00*
2. มีความพึงพอใจกับแนวคิดการใช้บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแทนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (X ₇)	.09	.03	.12	2.95	.00*
3. มีความพึงพอใจที่จะไม่รับช้อน ส้อม มีดพลาสติก เมื่อซื้ออาหารไปรับประทานในสถานที่ที่มีอุปกรณ์การทานอาหารอยู่แล้ว เช่นที่บ้าน ที่ทำงาน (X ₈)	.07	.03	.11	2.78	.01*
4. มีความพึงพอใจต่อราคาอาหารและเครื่องดื่มที่สูงขึ้นเล็กน้อยเมื่อใช้บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (X ₉)	.06	.02	.09	2.51	.01*
5. มีความพึงพอใจคุณภาพและรสชาติของอาหารที่ใส่ในบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ท่านเลือกซื้อ (X ₁₀)	.06	.03	.09	2.37	.02*
6. มีความพึงพอใจในคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยลดการใช้บรรจุภัณฑ์ชั้นย่อย เช่น มีช่องใส่ซอสแทนการใส่ในถ้วยพลาสติก (X ₁₁)	.09	.03	.19	2.89	.00*
7. มีความพึงพอใจในกระบวนการคัดแยกขยะพลาสติกเพื่อการนำกลับไปใช้ใหม่ เช่น แก้วเครื่องดื่มพลาสติก เพื่อนำไปการผลิตซ้ำ (X ₁₂)	.02	.03	.02	.65	.52
8. โดยรวมมีความพึงพอใจในการใช้บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (X ₁₃)	.04	.03	.06	1.43	.15

R=0.81, R² = 0.64, SEE = 0.35, F = Sig=0.00*

จากตารางที่ 2 ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มในกรุงเทพมหานคร พบว่า มีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับแรก มีความพึงพอใจกับแนวคิดการใช้บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแทนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว มีความพึงพอใจที่จะไม่รับช้อน ส้อม มีดพลาสติก เมื่อซื้ออาหารไปรับประทานในสถานที่ที่มีอุปกรณ์การทานอาหารอยู่แล้ว เช่นที่บ้าน ที่ทำงาน มีความพึงพอใจต่อราคาอาหารและเครื่องดื่มที่สูงขึ้นเล็กน้อยเมื่อใช้บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความพึงพอใจคุณภาพและรสชาติของอาหารที่ใส่ในบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ท่านเลือกซื้อ มีความพึงพอใจในคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยลดการใช้บรรจุภัณฑ์ชั้นย่อย เช่น มีช่องใส่ซอสแทนการใส่ในถ้วยพลาสติก สมการมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 64.00 สมการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ คือ

$$\hat{Y} = 1.16 - 0.27X_6 + 0.09X_7 + 0.07X_8 + 0.06X_9 + 0.06X_{10} + 0.09X_{11} + 0.02X_{12} + 0.04X_{13}$$

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปและอภิปรายผลวิจัย

จากผลการศึกษา พบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจ ควรนำมากล่าวถึงเหตุและผลของประเด็นที่ค้นพบ ดังนี้

1. ทิศนคติต่อการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว กรณีใช้บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแทนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มในกรุงเทพมหานคร ผลสรุปจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อการจัดการโซ่อุปทานสีเขียวที่มุ่งเน้นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะด้านการออกแบบสีเขียวในมิติของบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่น่าเสนอแนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้ นำไปใช้ใหม่ หรือคัดแยกขยะเพื่อนำไปรีไซเคิล เมื่อผู้บริโภคซื้ออาหารหรือเครื่องดื่มที่ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จะเกิดความรู้สึกที่ดีเป็นส่วนหนึ่งของการร่วมมือลดการใช้ขยะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว ในมิติของการจัดซื้อที่มุ่งเน้นด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมนั้น ผู้บริโภคมีระดับความเห็นมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถพล ธรรมไพบูลย์, นุช สัทธาฉัตรมงคล และลววรรณ อนันต์ชลาสัย (2559) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้การจัดการโซ่อุปทานสีเขียวและผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร โดยศึกษาบริษัทที่จำหน่ายกาแฟและดำเนินการด้านโซ่อุปทานสีเขียวควบคู่ไปด้วยทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านนโยบายสีเขียว การจัดซื้อสีเขียว การผลิตสีเขียว การจัดการสีเขียว และการจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ และสอดคล้องกับ พิชัย เหลี้ยวเรืองรัตน์ (2558) ทำการศึกษาเรื่องโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน กล่าวว่า การบริหารงานด้านโลจิสติกส์เป็นกระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการนำส่งสินค้าจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภค และช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมทั้งในแง่การลดต้นทุนการผลิต การเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ การใช้พลังงานที่เหมาะสมและการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน

2. ระดับความคิดเห็นการรับรู้การจัดการโซ่อุปทานสีเขียวอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร จากผลการตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคพบว่า บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถเข้าถึงความเข้าใจต่อผู้บริโภคในการสื่อสารเรื่องการลดผลกระทบการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว กล่าวคือ บรรจุภัณฑ์ที่มีการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว สร้างความตระหนักรู้แก่ผู้บริโภคในเรื่องของสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภครับรู้ข้อมูลและแนวทางการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียว กระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นการเลือกใช้วัตถุดิบในกระบวนการผลิตจากธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้ รู้จักวัตถุดิบจากธรรมชาติ ที่นำมาใช้ผลิตเป็นไบโอพลาสติก เช่น ข้าวโพด อ้อย มันสำปะหลัง ซึ่งเป็นการแสดงออกว่า ผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่ได้มีการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว แสดงถึงความตั้งใจในการให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุวรรณ สุภาชัยวัฒน์ (2564) ทำการศึกษาเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมมันสำปะหลัง

3. ระดับความคิดเห็นความพึงพอใจในการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว กรณีใช้บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแทนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารและเครื่องดื่มในกรุงเทพมหานคร ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจากการสำรวจของกลุ่มตัวอย่างแสดงค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับที่มาก กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากต่อกระบวนการคัดแยกขยะพลาสติกเพื่อนำกลับไปใช้ใหม่ เช่น แก้ว เครื่องดื่มพลาสติก เพื่อนำไปการผลิตขาเทียม พึงพอใจต่อราคาอาหารและเครื่องดื่มที่สูงขึ้นเล็กน้อยเมื่อใช้บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แม้ว่าจะได้รับการสนับสนุนจากผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง สอดคล้องกับ วรณิดา สารีคำ จักเรศ เมตตะธำรงค์ และอนุชาติ ไชยทองศรี (2564)

ศึกษาเรื่ององค์ประกอบปัจจัยในการประยุกต์ใช้การจัดการโซ่อุปทานเพื่อสิ่งแวดล้อม ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร ซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานสีเขียว ต้องการให้สมาชิกทำงานในสภาพแวดล้อมที่ดี มีความปลอดภัยในการทำงาน

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ รวมถึงงานวิจัยอ้างอิงที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นว่า การจัดการโซ่อุปทานสีเขียว สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการได้ ผ่านขั้นตอนกิจกรรมสีเขียวทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย การประยุกต์ใช้นั้น ผู้ประกอบการ ผู้บริหารต้องมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทำงานเสียก่อน จึงจะเริ่มวิเคราะห์กิจกรรมโซ่อุปทานที่ต้องการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลง และส่งเสริมแนวคิดเชิงอนุรักษ์ ซึ่งวิธีการจัดการย่อมแตกต่างกันออกไปตามแต่บริบทสิ่งแวดล้อมของแต่ละอุตสาหกรรม

2. ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนธุรกิจในระยะยาวตั้งแต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่แนวคิดเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ รวมถึงพัฒนากระบวนการผลิตที่ส่งเสริมแนวคิดเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดซึ่งทัศนคติที่ดีที่ผู้บริโภคได้รับจะสร้างความพึงพอใจและพัฒนากลายเป็นความภักดีต่อสินค้าและบริการ

5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละระดับของพฤติกรรมผู้บริโภค

2. ควรเพิ่มการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมหรือความตั้งใจของผู้บริโภค อาจเป็นตัวแปรอื่น ๆ ที่อยู่ในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ตัวแปรตามทฤษฎีแรงจูงใจต่อผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม หรือ อิทธิพลจากบุคคลตัวอย่างที่อาจส่งผลต่อความตั้งใจในการบริโภค

3. ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความแตกต่างหรือปัจจัยอื่น ๆ ในกลุ่มผู้ที่ไม่นิยมบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม เพื่อทำความเข้าใจลักษณะพฤติกรรมของผู้ไม่นิยมบริโภค ไปสู่การขยายกลุ่มผู้บริโภคให้กว้างขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมควบคุมมลพิษ, กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2564). Roadmap การจัดการขยะ

พลาสติก พ.ศ. 2561-2573. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2565, จาก https://www.pcd.go.th/wp-content/uploads/2021/10/pcdnew-2021-10-19_08-59-31_527174.pdf

จากรุวรรณ สุภาชัยวัฒน์. (2564). การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวอย่างยั่งยืนและผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมมันสำปะหลัง เขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในประเทศไทย. *Journal of Southern Technology*, 14(2), 61-69.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ซีเอ็ด.

นภดล ร่มโพธิ์. (2554). หนังสือรวบรวมบทความ การวัดความพึงพอใจลูกค้าและความพึงพอใจพนักงาน. กรุงเทพมหานคร: คณะบุคคลอิมเมจิเนียร์ริ่ง.

- นภวรรณ คณานุกรณ์.(2563). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ กรีนแอปเปิ้ล กราฟฟิค พรินต์ติ้ง จำกัด.
- พิชัย เหลี้ยวเรืองรัตน์. (2558). โลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาอีสเทิร์น**, 8(2), 12-21.
- วรรณิดา สารีคำ จักเรศ เมตตะธำรง และจันทิมา พรหมเกษ. (2564). การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการจัดการโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. **วารสารการบัญชีและการจัดการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม**, 13(3), 70-87.
- ศูนย์สารสนเทศกรุงเทพมหานคร. (2556). **รูปแบบการบริหารกรุงเทพมหานคร**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2565, จาก http://one.bangkok.go.th/info/m.info/bma_k/knw5.html.
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2565). **ขยะพลาสติก**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2565, จาก <https://www.onep.go.th/>
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2563). การผลักดันร่างกฎหมายว่าด้วยการจัดการขยะพลาสติก, **สารวุฒิสภา**, 28(1), 31-33.
- สมพล ทุงหว่า. (2552). **การจัดการการดำเนินงานและโซ่อุปทาน**. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อรรถพล ธรรมไพบูลย์, นุช สัทธาฉัตรมงคลและลาวรรณ อนันต์ชลาลัย. (2559). การรับรู้เกี่ยวกับการจัดการโซ่อุปทานสีเขียวและผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร. **วารสารธุรกิจปริทัศน์**, 8(2), 109-128.
- Emrah, C. (2010). Measuring Customer Satisfaction: Must or Not?. **Journal of Naval Science and Engineering**, 6(2), 76-88.
- Engel, J. F., Kollat, D. T., and Blackwell, R. D. (1968). **Consumer behavior**. New York, NY: Holt, Rinehart and Winston.
- Field, A. (2005). **Discovering statistics using SPSS** (2nd ed.). London: Sage.
- Guide, V. D. R. and Srivastava, R. (1998). Inventory Buffers in Recoverable Manufacturing. **Journal of Operations Management**, 16(5), 551-568.
- Krejcie, R. V., and Morgan, D.W. (1970). Determining sample size for research activities. **Educational and Psychological Measurement**, 30, 607-610
- Nunnally, J. C. (1978). **Psychometric theory** (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Wilkerson, T., (2005). **Best practices in implementing Green Supply Chain**. Logistics Management Institute. Retrieved July 20, 2022 from http://postconflict.unep.ch/humanitarianaction/documents/02_08-04_05-25.pdf

หลักการใช้สติของการก้าวเข้าสู่ความสัมพันธ์ภาพกำลังใจในสถานที่ทำงาน

Principles of Mindfulness of Stepping into Moral Relationships in the Workplace

อิงอร ตันพันธ์¹ ทศพร มะหะหมัด^{2*} และ สุวิมล พันธุ์โต³
(Ing-orn Tanphan¹ Tosaporn Mahamud^{2*} Suvimon Punto³)

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อสร้างความเข้าใจลักษณะที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมที่ชัดเจน และสามารถแสดงผลลัพธ์ทางการศึกษาให้เป็นที่ประจักษ์ในการทำงานการสร้างความสัมพันธ์ภาพที่ดีในการทำงาน การเข้าถึงวัฒนธรรมที่ดีในองค์กร การแสดงออกถึงการกำหนดและข้ออภิปราย เพื่อเสนอให้เห็นถึง แนวคิดแบบใหม่ ที่มีความชัดเจนถึงการสร้างคุณค่าในบริบทของคนทำงานในองค์กร ศิลปะการเข้าหาผู้คนที่ การแสดงตนอย่างมีอาชีพ ในสภาวะการทำงานที่ต่างวาระกันออกไป จากที่ทำการสังเคราะห์เนื้อหาผลงาน เป็นการแสดงให้เห็นว่า การปฏิบัติที่ดีการเข้าหาปฏิสัมพันธ์สามารถส่งผลลัพธ์ที่ดีในการทำงานที่ถือว่าเป็นการสร้าง ความก้าวหน้าในวัฒนธรรมการทำงานเป็นสิ่งที่ตระหนักให้เห็นถึงการเติบโตของตนเององค์กร ผล การศึกษาสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมของคนความสัมพันธ์ที่ดีในการสร้างความร่วมมือและรับมือกับการ แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กร

คำสำคัญ: สัมพันธภาพ การทำงาน การจัดการองค์กร

¹ ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต,10250

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต,10250

³ คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์, 67000

Director Graduate school of business Administration, Kasembundit University, Bangkok,10250

Graduate school of business Administration, Kasembundit University, Bangkok,10250

Faculty of Management Science) Phetchabun Rajabhat University. Phetchabun, 67000

Corresponding author: tosaporn.mah@kbu.ac.th

ABSTRACT

The objective of this study is to create a clear understanding of the identity that affects the creation of a culture and to be able to demonstrate the educational results to be evident in the work, building good relationships at work, accessing a good culture. in the organization Expressions, definitions and discussions to present a new and clear concept of value creation in the context of people working in the organization. The art of approaching people, professional presence In working conditions that are different from the synthesis of the work, it shows that Good practice. In approaching, good relations can deliver good results in work, which is considered to create progress in the work culture. It is a realization of their growth. The organization results can understand the behavior of Good relationship people to build cooperation and deal with problems that arise in the organization.

Keywords: relationship, work, organization management

Article history:

Received 22 August 2022

Revised 7 February 2023

Accepted 9 February 2023

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. บทนำ

สัมพันธภาพในที่ทำงานเป็นผลลัพธ์ที่สำคัญของการก้าวเข้าสู่บรรยากาศที่ดีในการสร้างความผูกพัน และส่งผลต่อประสิทธิภาพของหน่วยงาน (กุสุมา พูลเฉลิม และ มานพ ชูนิล, 2557) ในองค์กรอีกหลายระดับ สร้างความเป็นมิตรไมตรีระหว่างกัน ลดความขัดแย้งและเป็นการพัฒนาความสามารถของบุคลากร (ปฐกร ปรีชา และ ศันสนีย์ จะสุวรรณ์, 2564) สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดความผูกพันหรือองค์กรถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะตอบ โจทย์ให้หน่วยงานองค์กรเหล่านั้นเป็นผลดี การตระหนักถึงตนเองและสังคมรอบข้าง ซึ่งจะส่งผลถึงการสร้างความตระหนักในสังคมและองค์กรด้วย ซึ่งเป็นการสร้างความตระหนักในความรู้ในความรับผิดชอบ ในการรักษา สภาพแวดล้อมในที่ทำงานที่สามารถเปลี่ยนแปลงไปในเชิงสร้างสรรค์เพื่อบุคลากรที่มีปฏิสัมพันธ์ที่ดี ต้องใช้ ความพยายามในการเพิ่มคุณค่าและสร้างแรงจูงใจเพื่อสร้างเป้าหมายของการสร้างสติ ค่านิยม ความเห็นใจ และลด อคติระหว่างกัน การใส่ใจในเป้าหมายในงาน เพราะทุกช่วงเวลาเป็นประสบการณ์ที่สัมผัสและเป็น การต่อเติมให้เกิดความเป็นมาตรฐานในตัวตนและยอมรับกับความเป็นมืออาชีพ และความทันสมัยในองค์กร การทำงานได้ดี แต่ระดับขององค์กร จะเป็นภาระงานที่เป็นระบบตามนโยบาย ทำงานเป็นทีม หรือทำงาน คนเดียว ก็ถือเป็นศิลปะในการทำงานร่วมกัน ซึ่งงานที่สำคัญ สร้างความฉลาดทางอารมณ์ และเป็นผลต่อจิตใจ ที่อดทนได้

ดังนั้นทุกอย่างที่ทำให้เกิดพฤติกรรมองค์กรในปัจจุบัน จะนำไปตามกระแสทางความคิด หรือ นโยบายที่เป็นสิ่งที่ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์จะปรับเปลี่ยนให้เกิดความเข้าใจของคนที่อยู่ในองค์กรการทำงาน หรือการใช้สติที่ดีในการดำเนินงาน และการตัดสินใจที่ดีด้วยสติ ถือเป็นความก้าวหน้าขององค์กร และ กลายเป็นของนวัตกรรมของการทำงานในองค์กร ที่เป็นสิ่งที่ล้ำค่า ที่สำคัญและเป็นทรัพย์สินที่ล้ำค่าของ องค์กร เพราะถือว่า บุคลากรที่ได้นำสติมาใช้ ให้เกิดผลที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน การทำงานมีประสิทธิภาพ และ ช่วยพัฒนาขีดความสามารถในองค์กรให้เพิ่มขึ้น มีการจัดการที่ดี มีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม และการศึกษา การมีสติที่ดี มีการตั้งข้อสังเกตที่เกิดขึ้นในการทำงานอันเป็นเหตุผลเชิงประจักษ์ ที่ส่งผลทั้งในส่วนผู้ร่วมงาน และภาวะผู้นำในอนาคตที่จะเกิดขึ้นในตัวบุคคลที่ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพเพิ่มด้วยการใช้สติ (Niemiec, 2013). การสำรวจผลลัพธ์ทางการวิจัย ที่มาจากนวัตกรรมความสัมพันธ์ภาพในการทำงาน การใช้จิตวิทยาใน การทำงานและการพัฒนาขีดความสามารถในการเป็นผู้นำที่เป็นเหมือนฉากหลักในความสำเร็จและฐานราก แห่งทฤษฎีและนักคิดทางวิชาการสามารถดำเนินงานให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น ที่ผู้วิจัยในงานทรัพยากรมนุษย์ที่ หยิบยกมาประยุกต์ใช้เป็นผลดีในการเรียนรู้ส่งผลให้ ความอยู่ดีมีสุขของพนักงาน และการลดความเครียด ถือเป็น ตัวหลักของโจทย์วิจัยที่เกิดขึ้นในการพัฒนาองค์กรในการทำงานผลงานวิจัยถูกเผยแพร่ออกมาในเรื่องของ พฤติกรรมองค์กรที่เขียนผลลัพธ์เชื่อมโยงระหว่าง อารมณ์ สติ เป็นการสร้างความเข้าใจให้เห็นถึงหลักวิธีการ บริหารสติ กับการปรับพฤติกรรมส่วนบุคคล (Hick, 2009).

Decuyper, Audenaert and Decramer (2020) ได้กล่าวถึง สติเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจในเชิง วิทยาศาสตร์และเพื่อให้เกิดความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและหลีกเลี่ยงเรื่องไม่ดีได้ แต่รวมถึงการใช้สติเพื่อบำบัดปัญหา ในองค์กร การปฏิบัติสติ ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ที่ดีจะเกิดประโยชน์ขึ้นในองค์กร เพื่อปรับปรุงคุณภาพการ ทำงานตลอด จนมุ่งเน้นถึงภาวะที่ส่งผลต่อการเติบโตและโดยรวมแล้ว ผลการวิจัยที่จะชี้ให้เห็นถึงแก้ไขปัญหา ที่ล้ำเลิศด้วยแนวทางที่หลากหลาย และปรากฏการณ์ที่ประกอบไปด้วยการสร้างปฏิสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ ที่ดีในองค์กร เป็นอย่างประจักษ์ชัดเจน เพราะในปัจจุบันการทบทวนวรรณกรรมงานด้านทรัพยากรมนุษย์ เนื้อหาจะเป็นในเรื่องของการควบคุมอารมณ์ทางจิตวิทยา เพื่อให้งานเขียนเรื่องนี้เป็นประโยชน์ การทบทวน บทความที่เป็นวรรณกรรมจึงเป็นสิ่งสำคัญในการทำงาน ทำให้เกิดผลลัพธ์ทางวิชาการ เพราะเมื่อเกิดความ เข้าใจในเนื้อหาของวรรณกรรมแล้ว บริบทที่เป็นนวัตกรรมจะเป็นเหมือนการส่งให้เห็นถึงปัญหาและแนวคิดที่

ต้องการที่จะนำเสนอและวิธีการปฏิบัติกับสิ่งที่เรียกได้ว่าการมีสติสัมปชัญญะ การรู้ตัว ความรู้สึกด้วยตัวเอง ความรอบคอบไม่เผอเรอ ตื่นรู้ตลอดเวลา ทั้งส่วนของผู้บริหารและพนักงาน ซึ่งในบริบทของการทำงาน หรือนิยามในองค์กรที่พึงรับรู้และปฏิบัติงาน การแก้ปัญหา จากความเข้าใจถึงข้อบกพร่อง เพื่อคุณภาพงานในอนาคต เพื่อความก้าวหน้า และเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงาน ในหน่วยงานของฝ่ายการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และองค์กร (Anderson,2004)

2. การทบทวนวรรณกรรม

สติเป็นเหมือนหลักการและปรัชญาทางพระพุทธศาสนาเป็นเหมือนเจตจำนงของมนุษย์ในการกระทำ การใดๆเพื่อให้เกิดความแจ่มใสของจิตใจ การสร้างความตื่นตัวของวิถีชีวิตประจำวัน เป็นการเน้นย้ำให้เกิดความตั้งใจถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของสติการทำสมาธิให้สติเจริญทั้งนี้เป็และนัยยะที่ส่งผลดีต่อโลกปัจจุบัน ที่ดูแลแล้วจะทำให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น Glomb (2011) ได้กล่าวถึงการใช้สติในชีวิตประจำวัน และการดำเนินงานที่ใช้สติให้เกิดความเจริญในหน้าที่มากขึ้น ส่วนใหญ่นั้นนอกจากนักจิตวิทยา และการทำงานทางด้านกายภาพและการเรียนการสอน การใช้สติและสมาธิในการบำบัด ในรอบหลายปีที่ผ่านมาการใช้สติ และสมาธิเป็นบทบาทสำคัญในการรักษาและบรรเทาอาการได้ทางร่างกายและจิตใจ ซึ่งอยู่ในความหลากหลาย ของพุทธศาสนา คริสต์ อิสลาม และอื่นๆ ในการวางแผนในการดำเนินชีวิตด้วย แม้ว่าส่วนใหญ่จะมีรากเหง้ามาจากปรัชญาแต่การอยู่ร่วมกันในพหุวัฒนธรรมเป็นเรื่องที่สากลให้การยอมรับ เพราะการเจริญสติ สามารถวัดผลได้ทางวิทยาศาสตร์ได้อีกด้วย (Marx, 1967). จากการสำรวจวรรณกรรมในส่วนของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การมีสติในหลากหลายสถานภาพ และเข้าใจถึงพฤติกรรมนิสัย และเป็นผลกระทบที่ดีของการทำงานในองค์กร การ ซึ่งการตั้งข้อสังเกตจากพฤติกรรม เพื่อการปรับปรุงและการพัฒนาในการทำงาน นั้นจากการสำรวจโดยรอบหลายทศวรรษที่ผ่านมา ทำให้เกิดพลัง กำลังใจที่ดีและมีการสร้างเมตริจิตที่ดี ในการทำงาน รวมถึงการฝึกสติ การใช้สมาธิ การปรับปรุงพฤติกรรมหลักการควบคุมความคิด ควบคุมอารมณ์และจัดระเบียบพฤติกรรมของตนเองได้ (Saraç, 2020). โดยสิ่งเหล่านี้สามารถเชื่อมโยงทั้งในส่วนของประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการทำงาน ของพนักงาน ในทัศนะของผู้เขียนคือ ในความหลากหลาย ที่เกิดขึ้นในงานวิจัยที่มุ่งเน้น เพื่อแก้ปัญหา และหาทางออกที่ดีเพื่อเป็นการช่วยในการกำกับดูแลปรับปรุงให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีในสังคม และองค์กรที่จะทำให้พนักงาน บริหารจัดการในชีวิตประจำวันมากขึ้น ซึ่งช่องทาง หรือหาหนทางในการผ่อนคลายเมื่อเผชิญกับปัญหาและการเขียนในครั้งนี้เพื่อทำความเข้าใจประยุกต์ใช้สติ ในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม และองค์กรการทำงาน ในงานวิจัยของ Islam, Holm, and Karjalainen, (2022) ก็ได้กล่าวถึงการมีสติในการสถานที่ทำงาน เพื่อเป็นการลดองค์ประกอบที่จะเกิดจากการต่อต้านในองค์กร และมีการบริหารจัดการวางปัญหาให้ลงตัว ให้เกิดมุมมองที่ดีในสถานที่ทำงาน.

Vu,et.al. (2022) ได้กล่าวไว้อย่างน่าสนใจ ถึงบทบาทของการรับรู้ถึงแนวทางปฏิบัติด้านความปลอดภัยในสถานที่ทำงานและการใช้สติในการแก้ปัญหา และรักษาความสงบภายในองค์กร ของพนักงาน ในช่วงวิกฤตโควิด ซึ่งการใช้สติทำงานในสภาวะที่หมดกำลังใจวิตกกังวลในเรื่องการติดโรคที่เป็นสิ่งทำให้เกิดผลกระทบทางลบในการทำงานในองค์กรช่วงเวลาที่ยุติวิเศษทำให้เกิดภาวะลำบาก ในหลายสาขาอาชีพ การ ซึ่งใช้สติ เพื่อประคองจิตใจเพื่อให้ผ่านอุปสรรคไปได้ด้วยดีเพราะบางครั้งระบุว่า ความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างานกับพนักงาน เป็นปัจจัยที่มีแนวโน้มมากที่จะก่อให้เกิดปัญหามากที่สุด ซึ่งต้องใช้สติ ในการรักษาความสัมพันธ์ ในองค์กรมากที่สุด Bartlett,et.al. (2019) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์ ประเมินสถานการณ์ที่ตอบสนองถึงข้อสงสัย ในการฝึกสติในการทำงาน โดยใช้หลักการทดลองการควบคุม จากการฝึกอบรมเพื่อเป้าหมายที่ต้องการการเปลี่ยนแปลงความเครียด สติ สุขภาพจิต ผลของการเมตาเอฟเฟกต์ (hedge's g)

คำนวณโดยใช้ข้อมูลจาก 23 การศึกษา ผลการศึกษาที่ได้บ่งชี้ ที่เป็นประโยชน์หลังการฝึกสติ ($g = 0.56, p < .001$), ความวิตกกังวล ($g = 0.62, p < .001$) Shahbaz, and Parker, (2021) ได้กล่าวว่า ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา การวิจัยและการฝึกสติได้รับความสนใจมากมุ่งเป้าไปที่ผลลัพธ์ ในที่ทำงาน ซึ่งการใช้สติได้ผลดี และความ เป็นอยู่ที่ดี มีความสัมพันธ์และผลการปฏิบัติงานของพนักงานจากการศึกษาจากงาน 32 เรื่อง ได้มีการพัฒนากรอบ การทำงานของสติในสถานที่ทำงาน สามารถสร้างกรอบเป็นรากฐานที่ดีในการพัฒนาโครงสร้างขององค์กรใน อนาคตด้วย จากการสำรวจวรรณกรรมที่เป็นแนวทางที่โดดเด่นของการรักษาฐานสติ การฝึกสติช่วยให้เกิดการ ลดความเครียดในองค์กร นอกจากช่วยให้การทำงานดีขึ้นแล้ว และสามารถแก้ปัญหา ปัญหาทางครอบครัว และทางสังคมได้ด้วย ซึ่งเป็นหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่าการใช้สติ ช่วยให้นักจิตวิทยา ชี้ให้เห็น หลักการใช้ใน ที่ทำงาน ทำให้เกิดความรอบคอบและดำเนินงานให้เกิดความลงตัวมีประสิทธิภาพ Khaled, and Gond,(2020) ได้กล่าวว่า ความสัมพันธ์ในองค์กรนั้นเกี่ยวข้องกัน มีความสำคัญกับทฤษฎีและแนวทางสังคมวิทยา เพื่อเป็น การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กรอย่างบ่อยครั้ง และการสร้างเครื่องมือทางจริยธรรมก็ถือเป็นความสำคัญที่ ช่วยให้องค์กรในการทำงานเป็นไปในทิศทางที่เป็นมืออาชีพมากขึ้นโดยการสำรวจจากบริษัทข้ามชาติจำนวน 4 แห่ง ที่ใช้เครื่องมือทางจริยธรรมมากถึง 23 รายการ

นอกจากนี้ยังเห็นได้ว่า ผลกระทบต่อความเป็นผู้นำ ที่นำสติ มาใช้และเป็นเหมือนกลไกในการ เปลี่ยนแปลงในผลลัพธ์ในที่ทำงาน ที่จะต้องให้ความสำคัญทั้งในเรื่องฝึกรอบรม การใช้สติ ความรอบคอบเป็น เหมือนตัวกลาง ที่คอยแทรกแซงทำให้องค์กรการเจริญเติบโต ทำให้ลดความสูญเสียที่เกิดจากงาน เพราะการ ทำงานคนเดียว หรือการทำงานรวมกันเป็นทีม หรือเป็นกลุ่มแผนกที่ต้องเผชิญกับความหลากหลายของมนุษย์ ถ้านำสติมาใช้ จะทำให้ลดการเกิดปัญหาได้

ผลกระทบของสติต่อการทำงานของมนุษย์

การสร้างความสำเร็จอย่างชัดเจนถ่องแท้มากขึ้น คนที่มีสติ จะรับมือกับแรงกดดันในการทำงานใน หลายรูปแบบ สิ่งสำคัญในการที่นักวิชาการ ด้านพัฒนาองค์ความรู้และนักปฏิบัตินำไปพัฒนาให้เกิดประโยชน์ สิ่งที่สร้างผลกระทบ หลักของการทำงาน การรวมอยู่ในส่วนของอารมณ์พฤติกรรมและหลักสรีรวิทยา เป็น ศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับหน้าที่ และการทำงานของระบบต่างๆในร่างกาย ว่าเกิดผลกระทบ อะไรขึ้นใน ผลงานวิจัย ซึ่งงานวิจัยอีกหลายเรื่องก็แสดงให้เห็นถึงเนื้อหาที่สร้างมาจาก ประเด็นขอบเขตเหล่านี้ บางส่วน ของงานวิจัยใช้หลัก อนุกรมเพื่อหา ความเครียด ความกดดันในการทำงาน ที่มีผลกับผลลัพธ์ขององค์กร เพราะ หากมองในส่วนของทฤษฎีแล้วความพร้อมในร่างกายที่มีผลต่อการทำงานของมนุษย์ถือเป็นหลักที่น่าสนใจ ที่ เกี่ยวข้องกับนักทรัพยากรมนุษย์ ที่พยายามตั้งข้อสังเกตพนักงานของตนเองในบริษัท ที่ใช้สติมาใช้ในการ ทำงาน และพยายามให้เกิด ผลใน ความมั่นคงทางอารมณ์ ด้วยกับประมาณการที่เคยเกิดขึ้นจากอดีตที่เรียนรู้ ทั้งในหลักการของอารมณ์ที่เป็นผลมาจากปฏิภยานั้นเป็นสิ่งที่สังเกตเห็นได้ง่ายที่สุด เพราะเป็นเหมือนสิ่งที่ แสดงออกให้เราเข้าใจได้มากที่สุด เป็นสิ่งที่เลือกที่จะสังเกตได้ง่าย การแสดงให้เห็นกับเพื่อนร่วมงานที่เป็น ประสบการณ์ทางอารมณ์ทุกอย่างเป็นเหมือนสิ่งที่ผันผวนให้กันและกัน ข้อควรพิจารณาที่เกิดขึ้นจริงนั้น สติ เป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในวงกว้างต่อการทำงานของแต่ละบุคคลซึ่งอาจจะเป็นเครื่องมือในการจัดการอารมณ์ของ ตน ที่น่าสนใจและสิ่งสำคัญคือ การใช้สติอาจจะ เป็น กลไกสำคัญในการควบคุมพฤติกรรมของตนเองและเพื่อน ร่วมงาน และสามารถสร้างตัวแปรที่เกิดขึ้นในองค์กรทำให้สามารถบริหารจัดการคนในองค์กร ในการใช้สติ แก้ไขปัญหาในยามจำเป็น หรือใช้สติในการประณีประนอมสถานการณ์ และการควบคุมสติ ใช้ในการ ปฏิบัติงาน แก้ไข และการจัดการปัญหา ผ่านกลยุทธ์ในหลายรูปแบบทั้งในส่วนของ การคัดเลือก การฝึกรอบรม และการออกแบบงาน ซึ่งการมีสติที่ดีเป็นการคิดเชิงบวกเป็นคุณสมบัติที่ดีในสังคม และเป็นแบบอย่างที่ดี เป็น

ตัวอย่างที่ดีให้กับหน่วยงาน ซึ่งสติถูกใช้ในการทางการแพทย์เป็นส่วนใหญ่ทางการทหารในโรงเรียน และองค์กรการทำงานอีกด้วย (Siegel, Germer, and Olendzki, 2009) การมีสติเป็นแนวคิดที่ยากในกำหนดในภาษา และใช้สื่อสารในการทำงาน แต่"ความหมายของสตินั้นยัง เป็นข้อตกลงที่ยังคงอยู่บนธรรมชาติพื้นฐานของตัวตนของคน"ความเอาใจใส่ที่เปิดกว้างและการรับรู้ถึงเหตุการณ์และประสบการณ์ในปัจจุบัน" หากจะพูดเป็นในหลักของเชิงวิชาการ คือ สติเป็นกระบวนการ ที่องค์กรให้ความสนใจกับสิ่งที่เกิดขึ้นในขณะนั้น ทั้งภายในและสิ่งที่เกิดขึ้นจากภายนอก รวมถึงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ในองค์กรและทางสังคม การสังเกตสิ่งเหล่านั้น โดยไม่ต้องตัดสินหรือประเมินหากว่าบุคคลที่ผ่านประสบการณ์สามารถที่จะกำหนดความหมายให้ เป็นสิ่งสำคัญและแนวทางทฤษฎีที่คู่ควร ตัวอย่างเช่น สติระดับพื้นฐาน ได้แก่ ประสบการณ์ต่างๆ เช่น การตระหนักรู้ ทักษะ เช่น การสังเกต พฤติกรรมประจำวันของเพื่อนร่วมงาน การตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลง ความสดใส ความหมองหม่น ดังนั้นตระหนักรู้ และความสนใจจึงเป็นหัวใจสำคัญของการมีสติ แต่การมีสติ ยังเกี่ยวข้อง กับ จิตที่กระทบกับสิ่งเร้าต่างๆ ที่สร้างผลกระทบทางจิตใจอีกด้วย (Glomb, 2011)

สติเป็นการสร้างปัญญาในการทำงาน

แนวคิดเรื่องสติ ไม่เพียงแต่เป็นการกำหนดขอบเขตการตระหนักรู้ในชีวิตการทำงาน ชีวิตประจำวัน แล้ว ยังส่งผลให้ถึงสุขภาพแล้วความเป็นอยู่ที่ดี และการสร้างความเท่าเทียมทางด้านจิตใจ ซึ่งเป็นเรื่องของธรรมชาติของมนุษย์ การมีสติที่ดีการตระหนักรู้เข้าใจกับเรื่องราวในปัจจุบัน และเข้าใจองค์กร พร้อมกับการเสียสละในการทำงาน และปัจเจกบุคคลที่ไม่จมอยู่กับอดีตที่ผ่านมา ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่ถ่ายทอดออกมา การแสดงออกประมวผลผลข้อมูลที่ดำเนินการออกมา ความสามารถของมนุษย์ ที่มาจากความอยากรู้อยากศึกษา ที่สร้างความเห็นใจ ในการใช้สติ เพื่อการสร้างประสิทธิภาพ ประสิทธิผลสิ่งที่ดีในองค์กร ในการทำงาน หรือจะเป็นประโยชน์หรือการประยุกต์ใช้เพื่อเป็นพลวัตขององค์กร ทั้งในส่วนของพนักงานด้วย

จากการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยสร้างสรรค์ที่มาจากผลของวิธีคิดทางจิตวิทยา ในเรื่องสติสามารถครอบคลุม และฝึกฝนในการเอาใจใส่ให้คนทำงานตระหนักรู้ ถึงปัญหาและการสั่งสมประสบการณ์ กล่าวได้ว่า การมีสติ จะช่วยในการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีทางสังคม ทำให้ชีวิตมีความยืดหยุ่นและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน สติยังช่วยในการมุ่งมั่นในการทำงานไปสู่เป้าหมาย สร้างความเพลิดเพลินและสร้างความทรงจำที่ดีในชีวิตการทำงาน ดังนั้นองค์กรสมัยใหม่ให้ความสำคัญและการใช้สติ เข้ามาแทรกแซง โดยการใช้ การฝึกอบรม ให้นำสติไปใช้ และนำไปสู่การรับรู้และสร้างแนวทางที่เป็นพฤติกรรมที่ดีให้กับพนักงาน การจัดสร้างโปรแกรมการอบรมที่เป็นประโยชน์ ทั้งในส่วนของธุรกิจบริการ ทั้งในการสอนให้มีการควบคุมตนเอง ควบคุมวิธีการที่ผิดหวังและการรับมือ ทำให้จิตใจของมนุษย์มีความตื่นตัว ฉะนั้นและสิ่งที่มีอิทธิพล และเป็นตัวที่จะสามารถเบี่ยงเบนตัวตนของเราทั้งในการทำงานการอยู่ร่วมกัน การแก้ไขปัญหา และบรรเทาความไม่แน่นอน การสร้างสติในเชิงบวก รวมถึงความคิดสร้างสรรค์ได้ (Thomas, 2006) งานวิจัยของZheng (2022) ได้กล่าวถึงแบบจำลองแบบหลายมิติในการพัฒนามาตราส่วน ถึงแม้ว่าการมีสติจะได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นในองค์กร แต่มีงานวิจัยเพียงไม่กี่ชิ้นที่ดำเนินการเรื่องสติในสถานที่ทำงานโดยศึกษา จาก ประกอบด้วยสามมิติ: ความตระหนัก ความสนใจ และการยอมรับเพื่อเป็นการประเมินสติของพนักงานในสถานการณ์การทำงาน.

สติและการสร้างขวัญกำลังใจ

Pattnaik, and Jena, (2020). นอกจากนี้ความสำคัญการสร้างกำลังใจกับพนักงานในองค์กรขวัญกำลังใจของพนักงานเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการดำเนินธุรกิจและหลายนักวิจัยที่ให้คำจำกัดความสติสามารถสร้างขวัญกำลังใจเป็นเหมือนสภาวะความผาสุทางจิตใจ เป็นปัจเจกบุคคลหรือพื้นฐานความ

มันใจเหล่านี้จะระบุดึงความมีประโยชน์และวัตถุประสงค์ ที่ระบุว่าทำให้พนักงานมีพลังศรัทธาเกิดขึ้น หรือได้รับความพอใจจากองค์กร ขวัญกำลังใจที่มาจากสติความรู้สึกรู้สึกที่เกิดขึ้นในเชิงบวก และการสนับสนุนที่มีต่อองค์กร และกำลังใจที่เป็นเหมือนพลังทางใจ ที่มาจากพลังเชิงบวกและการสนับสนุน ที่เป็นปัจจัยสร้างพลังในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และสามารถสะท้อนให้เห็นถึงการอธิบายลักษณะ โดยทั่วไปที่เป็นการสร้างอารมณ์เชิงบวกให้เกิดขึ้น เกิดความตื่นตัว ตื่นตัวในการทำงาน ความกระตือรือร้น ที่ที่สามารถสร้างกำลังใจเชิงบวกได้ เช่น เสรีภาพและความเป็นอิสระแก่พนักงาน ในการปฏิบัติงานการให้ได้ รางวัลเมื่อพนักงานทำงานเกินความคาดหวังขององค์กร และมีความใส่ใจการแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนของใจในองค์กรได้

สติและขวัญกำลังใจ เป็นกลยุทธ์การสร้างบทบาทสำคัญ เป็นการสร้างกำลังใจเชิงรุกในสถานที่ทำงาน ให้เกิดสิ่งดีๆ และส่วนสำคัญในการสร้างความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ความพึงพอใจในการทำงาน และความมุ่งมั่นของพนักงานในองค์กร จะทำให้ประสิทธิภาพขององค์กรที่เพิ่มขึ้น เป็นพลังใจที่เพิ่มเติม ไปถึงความสามัคคีความร่วมมือ กระตือรือร้นในองค์กร ลดความท้อแท้ในการทำงาน ลดทัศนคติด้านลบของพนักงาน หากจะพิจารณา ร่วมกับด้านคุณธรรมที่สอดคล้องกับความพยายาม ในการทำงานส่งผลให้เกิดความมุ่งมั่นขึ้นในองค์กร ความพอใจที่เกิดในการทำงานมากขึ้น ก่อให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นการพัฒนาการและความภาคภูมิใจของตนเอง และเป็นแรงบันดาลใจ ความปรารถนาในการไปสู่เป้าหมาย และเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร หากจะกล่าวถึงในทำนองเดียวกันนั้น ขวัญกำลังใจที่ต่ำลง จากการขาดงาน พลังการทำงานน้อย การลาออก ความคับข้องใจ สติที่ไม่สงบ คืออุปสรรคในการทำงาน และสามารถส่งผลถึงผลลัพธ์ของงาน นอกจากนี้แล้วขวัญกำลังใจ หากไม่มี จะเป็นตัวขัดขวางความสำเร็จขององค์กร สร้างผลเสียให้กับองค์กรบริษัท ลดความสามารถในการแข่งขัน ขวัญกำลังใจต่ำอาจจะเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้น ผลกระทบในองค์กรและบางเหตุผลที่เกิดขึ้นในองค์กร และยังส่งผลเสียต่อสภาพจิตใจของพนักงาน เพราะคำตำหนิ หรือความชื่นชมในการทำงานมีผลทางใจในการทำงานเป็นต้น (Steel, and Lounsbury, 2009)

การเชื่อมโยงระหว่างใช้สติเพื่อความยั่งยืนในการทำงาน

การอยู่ร่วมกันในสังคม โดยการใช้สติ และความยั่งยืน ที่เป็นเหมือนนิยามญาณถือเป็นอีกประเด็นที่สำคัญของการเขียนบทความในเรื่องนี้ ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงระหว่างกันและถือว่าการสร้างกรอบวิธีการเพื่อเป็นการแก้ปัญหา ด้วยความยั่งยืนในสังคมโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การทบทวนความสัมพันธ์จากในอดีตการเรียนรู้เหตุผลและเป็นเรื่องที่ชี้ให้เห็นว่าแนวทางจากอดีตที่หลายเรื่องราวยังไม่ได้รับรู้และเรียนรู้จากผลงานวิจัย ในคณะงานวิจัยของ Sajjad and Shahbaz (2020) ได้กล่าวถึง การมีสติที่ถือว่าเป็นสิ่งที่สร้างความยั่งยืนทางสังคม เป็นเหมือนการผสมผสานกันระหว่างวัฒนธรรมองค์กรและวัฒนธรรมทางสังคมที่ดำเนินงานและการอยู่ร่วมกันและในส่วนของบริบทแห่งงานองค์กรและงานทรัพยากรบุคคล การสร้างโปรแกรมหรือแบบแผนอบรมที่ทำให้สติหรือสมาธิในการทำงานเป็นที่น้อมรับ หรือความต้องการการเสริมสร้างศักยภาพของหน่วยงานทรัพยากรมนุษย์ที่ยั่งยืนนำมาซึ่งการทำงานที่ยั่งยืน นอกจากนี้จะเป็นองค์กรธุรกิจบริการการพบหรือพูดคุยกับลูกค้าและงานบางอย่างที่เน้นความรู้ความสามารถความชำนาญและประสบการณ์ในการรับมือกับสิ่งที่ไม่คาดฝัน การเผชิญกับการแข่งขันทางธุรกิจความผันผวนของอัตราการเงิน หรือเศรษฐกิจการรับมือสติกับบางสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างไม่คาดคิด. คำนิยามของ Becke, (2014) ได้กล่าวว่า สติเป็นเรื่องที่ต้องเตรียมความพร้อมในงานทรัพยากรมนุษย์เพื่อรับมือกับสิ่งที่ไม่คาดฝันที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

3. บทสรุป และข้อเสนอแนะ

จากการนำเสนอเรื่องราวทั้งในส่วนของการทำงานสติในองค์กร ขวัญกำลังใจการใช้สติ เพื่อเป็นการเอาใจใส่พนักงานในองค์กร ยังคงมีความสำคัญสำหรับคนทำงานและสามารถสร้างประสิทธิผลนอกจากนี้ ความเกี่ยวข้องของสติ ที่มีความเกี่ยวข้องซึ่งกัน และสัมพันธ์ภาพที่เพิ่มขึ้น ซึ่งพนักงานหรือคนทำงานได้รับการอบรม และมีความสมบูรณ์ทางความคิดและจิตใจ นอกจากนี้ บทเรียนจากโรคระบาดที่สามารถทำให้มนุษย์เข้าใจถึงหลายคุณค่าในการทำงานการอยู่ร่วมกัน การประหยัดต่อออมเป็นเรื่องที่ผ่านการพิจารณาจากประสบการณ์ที่ล้ำค่าของงานทรัพยากรมนุษย์ในรอบ 3-5ปีที่ผ่านมา การอยู่ภายใต้ความสิ้นหวังการทำงานที่เปลี่ยนแปลง ความรู้สึก รายได้ที่ลดลงเป็นเหมือนช่วงที่เป็นหัวเลี้ยวหัวต่อในชีวิตเป็นสิ่งสำคัญ เทคนิคเหล่านี้คนทำงานสามารถนำสติมาใช้ เพื่อการมีส่วนร่วมและองค์กร ก็จะนำมาใช้เพื่อสร้างขวัญกำลังใจของพนักงาน

เนื้อหาที่กล่าวมานั้นได้พยายามที่จะบรรยายในรูปแบบการอยู่ร่วมกัน ความอดทน จากวิธีปฏิบัติใหม่ เพราะการก้าวผ่านปัญหาไปแล้วมุมมองที่ผ่านมาจะถูกมองเป็นประสบการณ์ และสิ่งที่จะเผชิญนั้นก็คือพลังที่มาจากตัวตน ส่งผลให้การทำงานเชิงรุกเป็นสิ่งที่องค์กรต้องปลูกฝังวัฒนธรรมที่มีร่วมอย่างมากในการทำงาน สร้างความสมดุลที่เป็นมิตรภาพระหว่างชีวิตส่วนตัวและส่วนร่วมที่รายล้อมไปด้วยสัมพันธ์ภาพกับเพื่อนร่วมงาน แม้ว่าการเผชิญกับบททดสอบ ชุดประสบการณ์นั้นเป็นสิ่งที่หลอหลอมมาจากเรื่องราวที่ให้คุณค่าจากที่ผ่านมาของการทำงานรับกับปัญหาวิกฤติ ความยากลำบากได้อย่างทนทาน เรื่องที่ได้ทำการสำรวจจากโครงสร้างองค์กรที่ผ่านพบจากการทบทวนเป็นการสังเคราะห์เนื้อหาเชิงให้เกิดแนวคิด ฉะนั้นแล้ว การใช้สติเป็นการเปลี่ยนแนวคิด ที่สร้าง Mind Set แนวใหม่ในแบบปกติใหม่ เป็นเหมือนองค์ประกอบที่สำคัญของการมีส่วนร่วม การทำงานร่วมกันเป็นทีม และยังช่วยเป็นเหมือนกำลังใจที่ใช้ใจในการทำงาน ในช่วงที่เผชิญปัญหา และเป็นประเด็นโจทย์ที่สำคัญที่ใช้ในการศึกษาถึงอนาคตขององค์กร

เอกสารอ้างอิง

- กุสุมา พูลเฉลิม และ มานพ ชูนิล (2557). พฤติกรรมการใช้เวลาว่างในที่ทำงานและสัมพันธ์ภาพระหว่างเพื่อนร่วมงานที่พยากรณ์ความสุขในการทำงานของบุคลากร. **จันทร์ เกษมสาร**, 20(39), 99-108.
- ปฐกร ปรีชา และ ศันสนีย์ จะสุวรรณ (2564,). การบริหารความขัดแย้งภายในองค์กร. In **Proceeding National and International Conference 2**,(14)1191
- Anderson, V. (2004) **Research Methods in Human Resource Management**. CIPD, London.
- Bartlett, L., Martin, A., Neil, A. L., Memish, K., Otahal, P., Kilpatrick, M., and Sanderson, K. (2019). A systematic review and meta-analysis of workplace mindfulness training randomized controlled trials. **Journal of occupational health psychology**, 24(1), 108.
- Ben Khaled, W., and Gond, J. P. (2020). How do external regulations shape the design of ethical tools in organizations? **An open polity and sociology of compliance perspective**. **Human relations**, 73(5), 653-681.
- Becke, G. (2014). **Human-resources mindfulness**. In **Sustainability and human resource management** Springer, Berlin, Heidelberg.
- Decuyper, A., Audenaert, M., and Decramer, A. (2020). **Leader mindfulness: Well-being throughout the organization**. The Palgrave handbook of workplace well-being,

- Glomb, T. M., Duffy, M. K., Bono, J. E., and Yang, T. (2011). **Mindfulness at work**. In **Research in personnel and human resources management**. Emerald Group Publishing Limited.
- Glomb, T.M., Duffy, M.K., Bono, J.E. and Yang, T. (2011), "Mindfulness at Work", Joshi, A., Liao, H. and Martocchio, J.J. (Ed.) *Research in Personnel and Human Resources Management* (Research in Personnel and Human Resources Management, **Emerald Group Publishing Limited, Bingley**),(30)115-157.
- Hick, S. F. (2009). **Mindfulness and social work**. Oxford University Press.
- Islam, G., Holm, M., and Karjalainen, M. (2022). Sign of the times: Workplace mindfulness as an empty signifier. **Organization**, **29**(1), 3–29.
- Marx, K. (1967) **Writings of the young Marx on philosophy and society**. Hackett Publishing.
- Niemiec, R. M. (2013). **Mindfulness and character strengths**. Hogrefe Publishing.
- Pattnaik, L., and Jena, L. K. (2020). Mindfulness, remote engagement and employee morale: conceptual analysis to address the “new normal”. **International Journal of Organizational Analysis**.**29** (4).
- Sajjad, A., and Shahbaz, W. (2020) Mindfulness and Social Sustainability: An Integrative Review. **Soc Indic Res** (150)73–94
- Saraç, M. (2020). A literature review on mindfulness at work places: Conceptualization, measurement, and outcomes. **Handbook of research on positive organizational behavior for improved workplace performance**, 55-71
- Shahbaz, W., and Parker, J. (2021). Workplace mindfulness: An integrative review of antecedents, mediators, and moderators. **Human Resource Management Review**, 100849.
- Siegel, R. D., Germer, C. K., and Olendzki, A. (2009). **Mindfulness: What is it? Where did it come from?**. In **Clinical handbook of mindfulness**, Springer, New York, NY.
- Steel, R. P., and Lounsbury, J. W. (2009). Turnover process models: Review and synthesis of a conceptual literature. **Human Resource Management Review**, **19**(4), 271-282.
- Thomas, D. C. (2006). Domain and development of cultural intelligence: The importance of mindfulness. **Group and Organization Management**, **31**(1), 78-99.
- Vu, T. V., Vo-Thanh, T., Chi, H., Nguyen, N. P., Nguyen, D. V., and Zaman, M. (2022). The role of perceived workplace safety practices and mindfulness in maintaining calm in employees during times of crisis. **Human Resource Management**, **61**(3), 315-333.
- Zheng, X., Ni, D., Liu, X., and Liang, L. H. (2022). Workplace Mindfulness: Multidimensional Model, Scale Development and Validation. **Journal of Business and Psychology**, 1-25.

หลักเกณฑ์ที่เหมาะสมต่อการประเมินศูนย์การเรียนรู้พื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล”

Appropriate Assessment Criteria to the Prototype Area for Quality of Life According to the New Theory, Applied to the “Khok Nong Na Model”

อณิษฐา หาญภักดีนิยม¹ และ ศิลาวัฒน์ ชัยวงศ์^{2*}
(Anitta Hanphakdeeniyom¹ and Silawat chaiwong²)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบการขับเคลื่อนของศูนย์การเรียนรู้พื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ประยุกต์สู่โคก หนอง นา โมเดล 2) เพื่อจัดทำหลักเกณฑ์การประเมินศูนย์การเรียนรู้พื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ประยุกต์สู่โคก หนอง นา โมเดล 3) ปัญหาอุปสรรคและหาข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนพื้นที่ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิต พื้นที่ทำการวิจัยจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานวิธี ในการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เข้าร่วมโครงการพัฒนาพื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” จำนวน 164 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 15 คน ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับกรม/จังหวัด/อำเภอ เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ เจ้าของแปลงตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการฯ ประชาชนในพื้นที่ และนักวิชาการ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า (1) องค์ประกอบของโครงการต่อแนวทางการขับเคลื่อนพัฒนาพื้นที่เรียนรู้ชุมชนต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตมีความสำคัญกับการเป็นศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบ โดยภาพรวมแล้วประเด็นทั้ง 4 ด้าน ด้านสังคม ด้านความรู้ ด้านพื้นที่ ด้านกระบวนการ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก 2) นำไปสู่การสร้างหลักเกณฑ์การประเมินศูนย์การเรียนรู้พื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” ที่มีความสำคัญ คือ สถานที่ คน ผลผลิต/ผลิตภัณฑ์ การตลาด/ประชาสัมพันธ์ และการบริหารจัดการ (3) สภาพปัญหาพบว่า เรื่องของการขาดความรู้ความเข้าใจ ไม่มีบุคลากรที่เชี่ยวชาญในด้านออกแบบพื้นที่ ผลกระทบจากภัยธรรมชาติ รวมถึงระยะเวลาในการขับเคลื่อนโครงการฯ ที่น้อย ไม่สอดคล้องกับระยะเวลาการขุดปรับรูปแบบแปลงที่ดินให้แล้วเสร็จ โดยมีข้อเสนอแนะ คือ ควรมีการกำกับ ติดตาม สนับสนุนข้อมูลระยะยาว ในการพัฒนาขยายผลกิจกรรมในพื้นที่ตามสภาพภูมิสังคมให้เกิดความสมบูรณ์และยั่งยืน

คำสำคัญ: หลักเกณฑ์ประเมิน โคก หนอง นา โมเดล ศูนย์เรียนรู้ชุมชนต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตระดับตำบล

¹นักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรม กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย,10210

²อาจารย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง, 52000

¹Public Relations Officer, Office of the Secretary, Community Development Department, Ministry of Interior,10210

² Lecturer of Mahachulalongkornrajavidyalaya University. lampang buddhist college's., 52000

Corresponding author: intiyod@hotmail.co.th

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the factors of the prototype area for quality of life according to the New Theory, applied to the “Khok Nong Na Model”, and 2) to provide assessment criteria to the prototype area for quality of life according to the New Theory, applied to the “Khok Nong Na Model” and 3) study guidelines, problems and obstacles in the prototype area for quality of life according to the New Theory, applied to the “Khok Nong Na Model” This study used mix-method research. For the quantitative research, the sample group included 164 people. Data were collected by questionnaire and analyzed with descriptive statistics. For the qualitative research, 15 key informants, including Executives at department/province/district level responsible government officers, landlords and people in the area. The instruments were in-depth interview. Data were analyzed by content analysis

The results revealed that the activities including 1) the factors of the prototype area for quality of life according to the New Theory, applied to the “Khok Nong Na Model” As for the overall criteria assessment results 4 consisting of social, knowledge, be it area and process it was at a high level (2) to provide assessment criteria to the prototype area for quality of life according to the New Theory, applied to the “Khok Nong Na Model” that is important consisting of 5 consisting 20 measure of Place, People, Product, Promotion and Management 3) guidelines, problems and obstacles in the prototype area for quality of life according to the New Theory, applied to the “Khok Nong Na Model to lack of knowledge don't skilled personnel about area design. The impact of Natural Disasters including period of time inconsistent with the excavation period to complete. The suggestion is, there should be supervision, monitoring, and long-term Data support to develop and expand the activities in the area according to the social landscape for completeness and sustainability.

Keywords: assessment criteria, Khok Nong Na model, sub-district learning center

Article history:

Received 27 November 2022

Revised 7 February 2023

Accepted 9 February 2023

SIMILARITY INDEX = 5.74 %

1. บทนำ

จากปัญหาวิกฤตด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศถูกทำลายลงอย่างมาก จนขาดความสมดุล ก่อให้เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ อุทกภัย อากาศแปรปรวนอย่างกว้างขวาง เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมและมลพิษต่าง ๆ ตามมา ซึ่งเป็นปัญหาที่สะสมมาอย่างยาวนาน และมีที่ท่าว่าจะทวีความรุนแรงมากขึ้นในทุก ปี อีกทั้ง จากวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่เริ่มมาตั้งแต่เดือนธันวาคมปี 2562 ก่อให้เกิดความกังวลกับการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และผลกระทบจากเศรษฐกิจและสังคมที่ตามมา ประกอบกับมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด โดยการปิดประเทศ (Lock Down) ส่งผลให้สถานประกอบการหลาย ๆ แห่งปิดตัวลง แรงงาน ลูกจ้าง ต่างตกงานกันเป็นจำนวนมาก ส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงทางอาหารไปทั่วโลก กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมของประชาชน ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ ให้ประชาชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี จากสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทำให้กรมการพัฒนาชุมชน เห็นความสำคัญกับสภาพปัญหาดังกล่าว โดยเฉพาะปัญหาการว่างงานของภาคประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ ทำให้แรงงานจำนวนมากตกงาน ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต แรงงานจำนวนมาก เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานกลับคืนถิ่น และในการย้ายถิ่นฐานครั้งนี้ ก็ทำให้แรงงานจำนวนมากกลับสู่อาชีพ เกษตรกรในพื้นที่ของตนเองมากยิ่งขึ้น ทำให้ในปี 2563 กรมการพัฒนาชุมชน ได้มีนโยบายสำคัญคือ โครงการพัฒนาหมู่บ้านและชุมชนท้องถิ่นตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีแนวทางการดำเนินงาน 3 ระดับ ดังนี้ ระดับที่ 1 ระดับครัวเรือน เพื่อการพอกิน พอใช้ พออยู่ พอมีเงิน ระดับที่ 2 ระดับอาชีพ/กลุ่มอาชีพ ส่งเสริมและพัฒนากลุ่มอาชีพ เพื่อสร้างรายได้ให้อยู่ดี มีสุข และระดับที่ 3 ระดับชุมชน ส่งเสริมความร่วมมือพัฒนาชุมชนให้มีกิจกรรม สร้างหลักประกัน สวัสดิการ ความสัมพันธ์ในชุมชน สร้างคุณภาพชีวิตประชาชนหลากหลายและยั่งยืน (กรมการพัฒนาชุมชน. 2565).

การดำเนินงานโครงการพัฒนาพื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” เพื่อส่งเสริมฟื้นฟูเศรษฐกิจท้องถิ่นและชุมชน ส่งเสริมการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้แก่เกษตรกร แรงงาน รวมถึงบัณฑิตที่จบใหม่ ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในพื้นที่เป้าหมาย 73 จังหวัด 575 อำเภอ 3,246 ตำบล 25,179 ครัวเรือน ด้วยการน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติอย่างเป็นขั้นเป็นตอน โดยมีการใช้หมู่บ้านเป็นฐานของการพัฒนา มุ่งสร้างภูมิคุ้มกันให้ทุกครัวเรือน และพัฒนาคนให้มีความรู้ และสามารถปรับตัวดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข มีอาชีพ และมีรายได้ ในการประยุกต์ใช้กับแนวคิดการพัฒนาพื้นที่และการออกแบบเชิงภูมิสังคมไทย เพื่อการพึ่งตนเองและรองรับกับภัยพิบัติในรูปแบบ “โคก หนอง นาโมเดล” ด้วยการนำศาสตร์พระราชากับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่ด้านการฟื้นฟูดินด้านการบริหารจัดการน้ำ ด้านการใช้ประโยชน์ป่า 3 อย่าง เพื่อประโยชน์ 4 อย่าง ทำงานตามหลักกิจกรรมธรรมชาติ (หลักการทำการเกษตรแบบพึ่งพิงธรรมชาติ) เช่น การปรับปรุงดิน, ดูแลระบบน้ำ, การปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ บำรุงรักษา ทำให้พืช สัตว์เจริญเติบโต โดยไม่ใช้สารเคมีทำการเกษตรแบบใช้เทคโนโลยีและภูมิปัญญาชาวบ้านในพื้นที่เรียนรู้ชุมชนต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิต (กรมการพัฒนาชุมชน, 2564)

จังหวัดกาญจนบุรี เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ มีวิถีชีวิตของชนเผ่าที่หลากหลาย แต่ประสบปัญหาน้ำท่วมซ้ำซากเป็นประจำทุกปี ท่วมพื้นที่อาศัย พื้นที่ทำการเกษตร หลายอำเภอ เกิดน้ำป่าไหลหลากน้ำท่วมฉับพลัน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยมักเกิดจากปัจจัยด้านสภาพการใช้ดิน สภาพดินและหิน ความลาดชันของพื้นที่ ขนาด

พื้นที่ลุ่มน้ำ และปริมาณน้ำฝน (กรมทรัพยากรธรณี, 2562) การเข้าร่วมโครงการครั้งนี้ จึงเป็นการช่วยให้ชุมชนสามารถเพิ่มพื้นที่กักเก็บน้ำฝน เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างอาชีพ ภายใต้โครงการพัฒนาพื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” รวมถึงจังหวัดกาญจนบุรีมีพื้นที่เรียนรู้ชุมชนต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตระดับตำบล หรือ CLM รวมทั้งสิ้น 27 แปลง ซึ่งมีขนาดพื้นที่ตั้งแต่ 10 - 15 ไร่ พัฒนาพื้นที่ให้เป็นศูนย์เรียนรู้ด้านการพัฒนาพื้นที่ตามแบบ โคก หนอง นา โมเดล ระดับตำบล ให้บุคคลที่มีความสนใจได้เข้าเรียนรู้และศึกษารูปแบบเพื่อนำไปปฏิบัติในพื้นที่ของตนเองต่อไป

จากการศึกษาวิจัยพบว่า การขับเคลื่อนงานให้มีประสิทธิภาพควรมีหลักเกณฑ์ที่เหมาะสม ต่อการประเมินผลโครงการให้เห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความก้าวหน้าของโครงการ เพราะการประเมินโครงการมิได้จำกัดอยู่แต่ในทางการศึกษาเท่านั้น แต่การประเมินโครงการมีเป้าประสงค์หลักคือต้องการข้อมูลที่บ่งชี้ว่าโครงการที่ดำเนินการนั้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ รวมถึงทำให้ทราบว่าการดำเนินการโครงการมีปัญหาที่ต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขในเรื่องอะไรบ้าง การประเมินจึงเป็นเครื่องมือในการวัดความสำเร็จของโครงการได้เป็นอย่างดี หลักเกณฑ์ที่เหมาะสมต่อการประเมินศูนย์การเรียนรู้ฯ จึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ ประชาชนในพื้นที่มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน มีศูนย์การเรียนรู้หรือแหล่งเรียนรู้ที่มีชีวิต มีศักยภาพ เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนด้วยการน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและหลักทฤษฎีใหม่ โดยการนำรูปแบบการประเมินแบบ CIPP Model มาใช้วิเคราะห์องค์ประกอบการขับเคลื่อนของศูนย์การเรียนรู้พื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ประยุกต์สู่โคก หนอง นา โมเดล ศูนย์การเรียนรู้พื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิต(Community Lab Model for quality of life : CLM) ระดับตำบล เพื่อจัดทำหลักเกณฑ์ที่เหมาะสมต่อการประเมินศูนย์การเรียนรู้พื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการขับเคลื่อนของศูนย์การเรียนรู้พื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิต ตามหลักทฤษฎีใหม่ประยุกต์สู่โคก หนอง นา โมเดล
2. เพื่อจัดทำหลักเกณฑ์การประเมินศูนย์การเรียนรู้พื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ประยุกต์สู่โคก หนอง นา โมเดล
3. ศึกษาปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนพื้นที่ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิต

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1) แนวคิดโคก หนอง นา โมเดล

ตามแนวคิดของ วิวัฒน์ ศัลยกำธร (2558) กล่าวว่า โคก หนอง นา โมเดล คือ การจัดการพื้นที่ซึ่งเหมาะสมกับพื้นที่การเกษตร ซึ่งเป็นการผสมผสาน เกษตรทฤษฎีใหม่เข้ากับภูมิปัญญาพื้นบ้านที่อยู่อย่างสอดคล้องกับธรรมชาติในพื้นที่นั้น ๆ เป็นการที่ให้ธรรมชาติจัดการตัวมันเอง โดยมีมนุษย์เป็นส่วนส่งเสริมให้สำเร็จเร็วขึ้นอย่างเป็นระบบ โดยการนำศาสตร์พระราชานำร่วมกับภูมิปัญญาท้องถิ่น นำมาสู่การออกแบบพื้นที่ 1 พื้นที่ จำนวนกี่ไร่ก็ได้ ให้สามารถเก็บน้ำ ฝนในพื้นที่นั้น ๆ ไว้ให้ได้ทั้ง 100% โดยต้องมีการคำนวณปริมาณน้ำฝนที่ตกลงมา น้ำสำหรับการบริโภค และปลูกข้าว ซึ่งเป็น หลักการสำคัญของเกษตรทฤษฎีใหม่ นอกจากนั้นยังนำศาสตร์พระราชาด้านการจัดการ ดิน น้ำ ป่า มาใช้เพื่อฟื้นฟูระบบนิเวศในภาพรวม ทั้งการกั้นฝายชะลอ

น้ำ ผ่ายชุ่มชื้น การบำบัดน้ำเสีย การปลูกแฝก และป่า 3 อย่าง ประโยชน์ 4 อย่าง ส่วนภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น ได้แก่ การนำดินที่ขุดจากหนองมาทำ โคน การขุดหนองคดโค้ง เพื่อเพิ่มพื้นที่รอบหนอง และเพื่อให้เป็นที่อยู่อาศัยของปลา การขุดคลองไส้ไก่เพื่อเพิ่มความชุ่มชื้นในพื้นที่ การยกหัวคันนาสูงเพื่อกักเก็บน้ำฝน การทำนา น้ำลึก โดยใช้ระดับน้ำในท้องนาควบคุมวัชพืช และศัตรูพืช หลุมขมนครก เมื่อนำมาปฏิบัติ จะแตกต่างกันตามพื้นที่ลุ่ม และพื้นที่สูง แบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ ในพื้นที่ลุ่มใช้รูปแบบ “โคก หนอง นา โมเดล” ในพื้นที่สูง ใช้การ “เปลี่ยนเขาหัวโล้น เป็นเขาหัวจุก” โดยมีหลักการในการจัดการพื้นที่ ดังนี้ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2565)

1. โคน หรือพื้นที่สูง โดยดินที่ขุดทำหนองน้ำนั้นให้นำมาทำโคก บนโคกปลูก “ป่า 3 อย่าง ประโยชน์ 4 อย่าง”

2. หนอง หนองน้ำหรือแหล่งน้ำ โดยขุดหนองเพื่อกักเก็บน้ำไว้ใช้ยามหน้าแล้งหรือจำเป็น และเป็น ที่รับน้ำยามน้ำท่วม (หลุมขมนครก) ขุด “คลองไส้ไก่” หรือคลองระบายน้ำรอบพื้นที่ ตามภูมิปัญญาชาวบ้าน

3. นา สามารถบริหารจัดการให้เกิดประโยชน์ โดยพื้นที่นาขึ้นให้ปลูกข้าวอินทรีย์พื้นบ้าน เริ่มจากการฟื้นฟูดิน ด้วยการทำเกษตรอินทรีย์ยั่งยืน โดยยกคันนาให้มีความสูงและกว้าง เพื่อใช้เป็นที่รับน้ำยามน้ำท่วม และปลูกพืชอาหารตามคันนา

กรมการพัฒนาชุมชน (2565) การประเมินผลโครงการใช้รูปแบบที่เน้นการตัดสินใจคุณค่า (Judgmental Evaluation Model) กำหนดขอบเขตการประเมินผล ออกเป็น 3 ส่วน คือ ปัจจัยเบื้องต้นหรือสิ่งนำ กระบวนการหรือการปฏิบัติและผลผลิต/ผลลัพธ์จังหวัดกาญจนบุรี ได้ดำเนินการจัดสถานะประเภทพื้นที่ โคน หนอง นา โมเดล ในความรับผิดชอบเพื่อแบ่งประเภทตามลักษณะของการศูนย์เรียนรู้พื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” ซึ่งจะนำไปสู่การส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานพัฒนาพื้นที่อย่างมีทิศทาง

2.2) แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเกษตรทฤษฎีใหม่

ตามแนวคิด อนุรักษ์ศรีทอง (2556) ทฤษฎีใหม่เป็นแนวทางและวิธีการที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ รัชกาลที่ 9 ทรงมีพระราชดำริสำหรับเกษตรกรตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสร้างความสมดุลในการดำเนินชีวิต เพื่อให้เกษตรกรรู้จักวิธีการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติที่ตนเองมีอยู่ในท้องถิ่น เช่น ที่ดิน น้ำ ต้นไม้ พืชผล สัตว์เลี้ยงต่าง ๆ มาใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจทำให้เกษตรกรที่มีรายได้พึ่งพาตนเองได้ เป็นแนวทางและวิธีการที่จะทำให้ชนบท ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศมีความเข้มแข็งเป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศและสังคมไทย ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ในระดับบุคคลและครอบครัว โดยมุ่งเน้นแก้ปัญหาของเกษตรกรที่อยู่ห่างไกลแหล่งน้ำต้องพึ่งฝนและมีความเสี่ยงจากปริมาณน้ำฝนไม่เพียงพอต่อการเพาะปลูก โดยมีข้อสมมติว่าเกษตรกรมีที่ดินพอเพียงในการขุดบ่อเพื่อแก้ไขปัญหาด้านความเสี่ยงเรื่องน้ำ จะทำให้เกษตรกรมีข้าว เพื่อการบริโภคได้ระดับหนึ่ง และใช้ที่ดินส่วนที่เหลือตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของครอบครัวและสร้างรายได้ เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ซึ่งไม่สามารถผลิตได้เอง ซึ่งเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันในตัวให้เกิดขึ้นในระดับครอบครัว ในเกษตรทฤษฎีใหม่ขั้นแรกจะเห็นได้ว่า เน้นการพึ่งพาตนเองของเกษตรกรเป็นหลักให้สามารถอยู่ได้ด้วยตนเอง ตลอดจนกิจกรรมที่สามารถสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย

ขั้นที่ 2 ในระดับชุมชนและระดับองค์กร ซึ่งสนับสนุนให้เกษตรกรรวมพลังกันในกลุ่ม สหกรณ์ หรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่มีความพอเพียงขั้นพื้นฐานแล้ว เพื่อร่วมมือกันสร้างประโยชน์ให้แก่กลุ่ม และส่วนรวมบนพื้นฐานของการไม่เบียดเบียน ช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามกำลังและตามความสามารถของตนเอง ทำให้ชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจ

ชุมชนเกิดความพอเพียงในวิถีการปฏิบัติงานร่วมกัน เน้นการพึ่งพาตนเอง โดยอาศัยความร่วมมือของคนในชุมชน

ขั้นที่ 3 ในระดับประเทศและระดับสังคม โดยการสร้างเครือข่ายกลุ่มอาชีพและการขยายกิจกรรมทางเศรษฐกิจให้มีความหลากหลายขั้นนี้เป็นขั้นเชื่อมโยงกับขั้นที่ 2 คือ ขั้นการเชื่อมโยงกับภายนอกเช่นภาคธุรกิจ ภาคราชการ และภาคองค์กรพัฒนาเอกชน เพื่อการขยายกิจกรรมทางเศรษฐกิจให้มีความหลากหลายมากขึ้น พึ่งพากันเองและพึ่งพาตนเอง

ทั้งนี้เกษตรกรต้องยึดพื้นฐานการทำเกษตรทฤษฎีใหม่ในขั้นที่ 1 และขั้นที่ 2 ไว้เป็นพื้นฐานสำคัญของการสร้างระบบพันธสัญญาเพื่อให้ยังคงสามารถพึ่งพาตนเองได้ สร้างชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน

2.3) แนวความคิดเกี่ยวกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ตามแนวคิดของสำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจาก พระราชดำริ (2552) เศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง เศรษฐกิจที่สามารถอุ้มชูตัวเองได้ให้ความพอเพียงกับตัวเอง (Self Sufficiency) อยู่ได้โดยไม่ต้องเดือดร้อน โดยต้องสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจของตนเองให้ดีเสียก่อนคือ ตั้งตัวให้มีความพอมีพอกินพอใช้ ไม่ใช่มุ่งหวังแต่จะทุ่มเทสร้างความเจริญยกเศรษฐกิจให้รวดเร็ว แต่เพียงอย่างเดียว เพราะผู้ที่มีอาชีพและฐานะเพียงพอที่จะพึ่งตนเองย่อมสามารถสร้างความเจริญก้าวหน้า และฐานะทางเศรษฐกิจขั้นที่สูงขึ้นไปตามลำดับต่อไปได้ โดยใช้หลักการพึ่งตนเอง ตามประเวศ วิชา สู้ ให้ความเห็นว่า เศรษฐกิจพอเพียงไม่ได้แปลว่า เกี่ยวข้องกับใคร ไม่ค้าขาย ไม่ผลิต ไม่ส่งออก ไม่ทำเศรษฐกิจมหภาค แต่หมายถึง การที่มนุษย์เรามีความพอเพียงอย่างน้อย 7 ประการ ด้วยกันได้แก่ (สุกัญญา ดวงอุปมา ภัทรพร ภาระนาค และปารีณา แอนเดอร์สัน 2558)

1) พอเพียง สำหรับทุกคน ทุกครอบครัว ไม่ใช่เศรษฐกิจแบบทอดทิ้งกัน 2) จิตใจพอเพียง ทำให้รักและเอื้ออาทรต่อผู้อื่น 3) สิ่งแวดล้อมพอเพียง ได้แก่ การรู้จักที่จะอนุรักษ์และเพิ่มพูนสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัว เอื้อเอื้อประโยชน์ต่อการยังชีพ และทำมาหากินในชีวิตประจำวันได้เช่น การเกษตรแบบผสมผสาน เป็นต้น 4) ชุมชนเข้มแข็งพอเพียง คือ การที่ชุมชนสามารถรวมตัวกัน มีความสามัคคีต่อกันเพื่อสร้างความเป็นปึกแผ่นมั่นคง รวมตัวกันเป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็ง ซึ่งจะทำให้สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างง่ายดาย ส่งผลให้ชีวิตมีความสุขและมีสุขภาพที่ดี 5) ปัญหาพอเพียง มีการเรียนรู้สิ่งต่างๆ ร่วมกัน สามารถปรับตัวต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง 6) อยู่บนพื้นฐานวัฒนธรรมพอเพียง คือ การที่กลุ่มชนมีวิถีการดำเนินชีวิตที่สัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและรากฐานทางวัฒนธรรมของตน ซึ่งดำเนินชีวิตภายใต้รูปแบบของการมีวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับตนนั้น จะไม่ก่อให้เกิดผลกระทบใดๆ ที่ร้ายแรงต่อคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคน เนื่องจากสิ่งเหล่านั้นล้วนเอื้อประโยชน์ต่อครองชีวิตของตนทั้งสิ้น และ 7) มีความมั่นคงพอเพียง ไม่ใช่ขี้วาบขี้แวงจน เดียวราย ซึ่งเมื่อทุกอย่างเกิดความพอเพียงก็จะเกิดความสมดุล คือ ความเป็นปกติและความยั่งยืน ซึ่งอาจจะเรียกในชื่ออื่นๆ ได้เช่น เศรษฐกิจพื้นฐานเศรษฐกิจสมดุล หรือเศรษฐกิจบูรณาการ เป็นต้น

2.4) แนวคิดการบริหารจัดการศูนย์การเรียนรู้

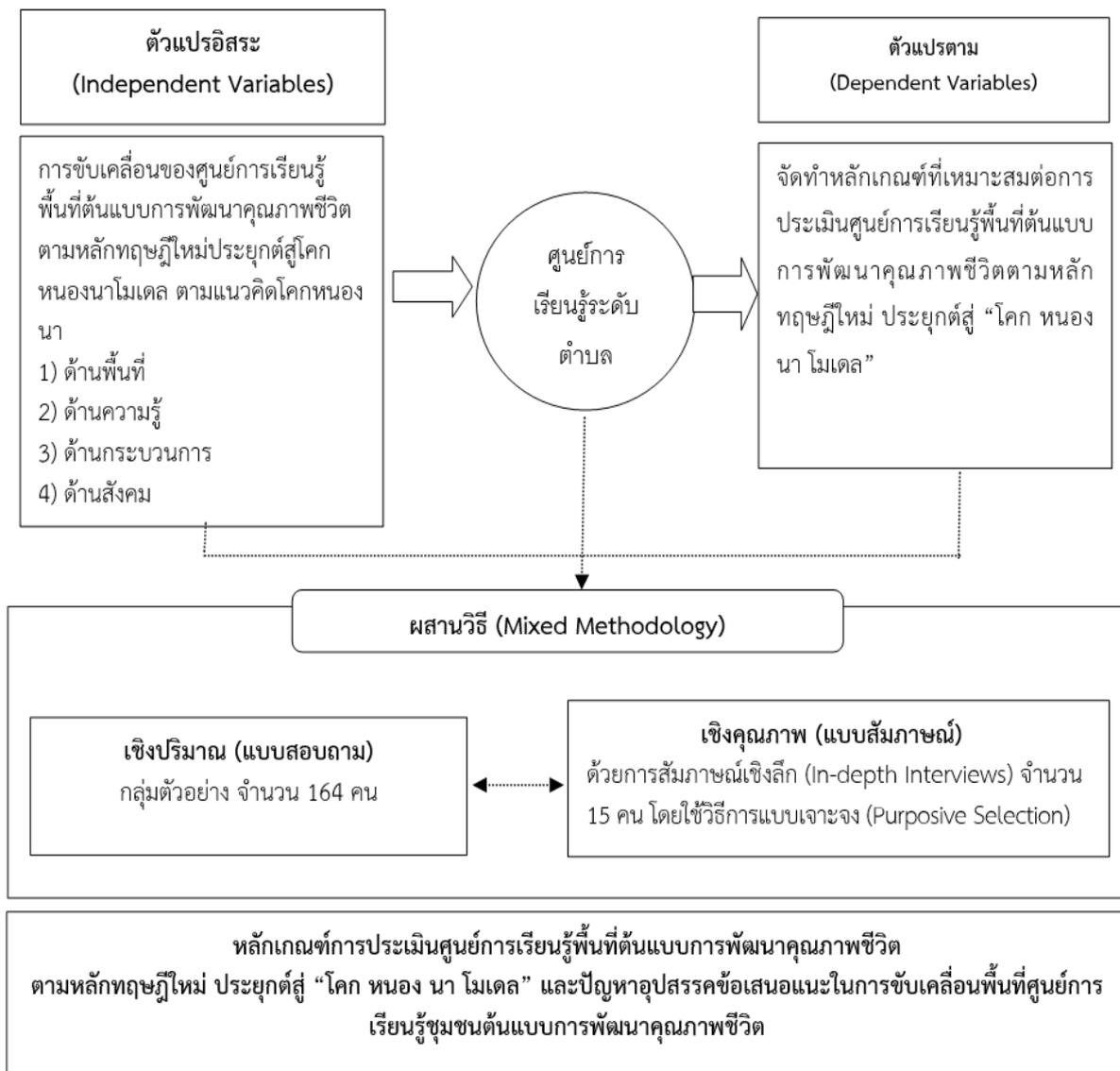
ตามแนวคิดของ อภิชัย พันธเสน (2557) กล่าวว่า กระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจของการพัฒนาชุมชน โดยใช้ศูนย์การเรียนรู้ที่เสริมสร้างให้สมาชิกในชุมชน มีความสามารถในการตัดสินใจและกำหนดตัวเอง ซึ่งนำไปสู่ความเข้มแข็งและคุณภาพชีวิตของชุมชน ด้วยกิจกรรม การจัดการความรู้ การขุดค้นและรวบรวมความรู้

นำมาจัดหมวดหมู่ เพื่อสื่อสารและถ่ายทอดความรู้ภายในศูนย์การเรียนรู้ชุมชน โดยมีกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อยกระดับความรู้ การสร้างความรู้ใหม่ และนำไปประยุกต์ใช้

2.5) แนวคิดและรูปแบบโมเดลการประเมินแบบชิปโมเดล (CIPP Model)

ตามแนวคิดของ Stufflebeam (2002) เป็นการใช้รูปแบบการประเมิน CIPP ที่แบ่งมิติการประเมินออกเป็น 4 ด้าน คือ บริบท (Context) ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และผลผลิต (Product) มาประเมินโครงการ แผนงาน หรือหลักสูตรที่สิ้นสุดระยะเวลาดำเนินการ ใช้เพื่อที่จะสรุปภาพรวม ผลการประเมินโครงการ แผนงานดังกล่าว มาเป็นรายมิติที่ทำการประเมิน ซึ่งมีลักษณะเป็นการประเมินย้อนหลังและไม่ได้ให้ ข้อเสนอแนะสำหรับการตัดสินใจดำเนินงานจากผลการประเมินแต่ละด้าน

กรอบดำเนินการทำวิจัย



แผนภาพที่ 1 ดำเนินการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลหลัก

3.1.1 กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ (Samples) ได้แก่ ผู้ที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาพื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” ในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งมีแปลงต้นแบบที่สามารถเป็นจุดเรียนรู้ให้กับพื้นที่อื่น ๆ ได้ โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ของ Yamane (1973) จำนวน 164 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ 1) เป็นแปลงที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาพื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” (2) ผู้มีส่วนร่วมกับปฏิบัติงานร่วมกับเจ้าของแปลง เจ้าหน้าที่รัฐ กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน ตัวแทนประชาชนในพื้นที่ ชุมชนใกล้เคียงหรือชุมชนอื่น ๆ ที่เป็นผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder)

3.1.2 ผู้ให้ข้อมูลหลักเชิงคุณภาพ (Key Informants) ได้แก่ ผู้ที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาพื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” ในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) จำนวน 15 คน โดยใช้วิธีการแบบเจาะจง (Purposive Selection) และกำหนดหลักเกณฑ์สำคัญในการคัดเลือกตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล ดังนี้ 1) ผู้บริหารระดับกรม/จังหวัด/อำเภอ จำนวน 4 ท่าน 2) เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ จำนวน 3 ท่าน 3) เจ้าของแปลงตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 3 ท่าน 4) ประชาชนในพื้นที่ จำนวน 3 คน และ 5) นักวิชาการ จำนวน 2 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อคำถามแบบปลายปิดและแบบปลายเปิด ประกอบด้วยประเด็นข้อคำถามที่สำคัญ ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไป (2) แนวทางการขับเคลื่อนของศูนย์การเรียนรู้พื้นที่ต้นแบบ และ (3) ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนพื้นที่ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตโดยจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 162 คน

2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลในประเด็นหลักเกณฑ์ที่เหมาะสมต่อการประเมินศูนย์การเรียนรู้พื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” และปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลง โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 6 จังหวัด ๆ ละ 4 คน รวม 24 คน

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ประสานหนังสือขอความร่วมมือไปยังจังหวัดที่เกี่ยวข้อง เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือในการประสานงานการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและผู้ให้ข้อมูลหลัก

2. ประสานกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมให้ข้อมูลตามวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนด โดยชี้แจงรายละเอียดและวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยให้กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลหลักรับทราบ และนำแบบสอบถามและสัมภาษณ์ที่สมบูรณ์ ซึ่งผ่านการเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลหลักตามที่กำหนด พร้อมรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามและสัมภาษณ์เชิงลึกกรายบุคคล นำไปวิเคราะห์สรุปประเด็นต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึกและบันทึกเสียงในการสัมภาษณ์เชิงลึก มาเรียบเรียงวิเคราะห์และจัดแยกประเด็น ตีความและสรุปข้อมูลเปรียบเทียบที่ละประเด็น และอภิปรายผลข้อมูลตามทฤษฎีและปรากฏการณ์ เพื่อสร้างข้อสรุปและข้อเสนอแนะ

4. ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องจัดทำหลักเกณฑ์ประเมินศูนย์การเรียนรู้พื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” ในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ จากกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาพื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” จากพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 164 คน พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มากที่สุด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 65.9 และเป็นเพศหญิง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 โดยส่วนใหญ่มีตำแหน่งทางสังคม คือ กลุ่มเจ้าของแปลงที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาประชาชนในพื้นที่และใกล้เคียง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 โดยมีระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาพื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” มากกว่า 1 ปีขึ้นไป จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 92.1 รองลงมาระยะเวลา 6 เดือน – 1 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 และน้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

1. สรุปผลการศึกษารายการประกอบการขับเคลื่อนของศูนย์การเรียนรู้พื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ประยุกต์สู่โคก หนอง นา โมเดล

พบว่า โดยภาพรวมแล้วประเด็นทั้ง 4 ด้าน มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.05$, S.D = 0.26) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า ด้านสังคมมีความสำคัญต่อการเป็นศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบ ($\bar{x}=4.19$, S.D = 0.42) รองลงมาด้านพื้นที่ โคก หนอง และนา ($\bar{x}=4.07$, S.D = 0.31) ด้านความรู้ ซึ่งมีความจำเป็นต่อการเป็นต้นแบบของศูนย์การเรียนรู้ ($\bar{x}=4.03$, S.D = 0.42) และด้านกระบวนการ ($\bar{x}=3.91$, S.D = 0.43) ตามลำดับ

2. สรุปผลการศึกษาจัดทำหลักเกณฑ์ประเมินศูนย์การเรียนรู้พื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล”

โดยใช้แนวทางการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview guideline) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) การดำเนินโครงการพบว่า ได้เสนอหลักเกณฑ์ประเมินศูนย์การเรียนรู้ฯ จากพื้นที่ต้นแบบจังหวัดกาญจนบุรี โดยอำเภอท่ามะกา ได้มีการขับเคลื่อนโครงการพัฒนาพื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” โดยอำเภอท่ามะกา มีพื้นที่ CLM ขนาด 15 ไร่ จำนวน 2 แปลง อำเภอท่าม่วง ขนาดพื้นที่ 15 ไร่ จำนวน 1 แปลง โดยการสร้างพื้นที่เรียนรู้ชุมชนต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิต (Community Lab Model for quality of life : CLM) ระดับตำบล ซึ่งมีการกำหนดแนวทางการขับเคลื่อนเป็น 3 ระดับ ดังนี้

จากการศึกษา ได้เสนอหลักเกณฑ์ประเมินศูนย์การเรียนรู้ฯ จากพื้นที่ต้นแบบจังหวัดกาญจนบุรี โดยจัดเกณฑ์การประเมิน ประกอบด้วย องค์ประกอบ 5 ด้าน 20 ตัวชี้วัด 100 คะแนน โดยเกณฑ์การประเมินจัดระดับพื้นที่ 3 ระดับ ดังนี้

ระดับ A ต้นแบบศูนย์เรียนรู้ คະแนน 81 - 100

ระดับ B สร้างเสริมสู่ต้นแบบ คະแนน 61 - 80

ระดับ C ปรับตัวสู่การพัฒนา คະแนน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 60

ด้านที่ 1 สถานที่ : Place (30 คະแนน) องค์กรประกอบทางกายภาพของพื้นที่ต้นแบบฯ ให้มีความสมบูรณ์ เป็นรูปร่างชัดเจน ประกอบด้วย โคน หนอง นา คลองไส้ไก่ คันนาทองคำ และฐานการเรียนรู้ต่างๆ

ด้านที่ 2 วิทยากร : People (20 คະแนน) การสร้างและพัฒนาครูพาทำให้เป็นวิทยากรมืออาชีพ ด้านการพัฒนาพื้นที่ต้นแบบเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต เป็นผู้มีความรู้และสามารถถ่ายทอดได้เป็นอย่างดี เป็นผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาพื้นที่ต้นแบบตาม หลักทฤษฎีใหม่ รูปแบบ โคน หนอง นา ที่มีศักยภาพ และเป็นต้นแบบในการน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปสู่การปฏิบัติ รวมถึงสร้างเครือข่ายเยาวชน บ่มเพาะเยาวชน เป็นผู้นำสายพันธุ์ใหม่ที่มีใจรักในการทำเกษตร อย่างต่อเนื่อง ภายใต้เยาวชน คน “โคก หนอง นา” (Start Up) เพื่อสืบทอดแนวคิดและภูมิปัญญาการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล”

ด้านที่ 3 ผลผลิตและผลิตภัณฑ์ : Product (20 คະแนน) สร้างความมั่นคงทางสังคม เพื่อการพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริม การออม การแบ่งปัน รวมถึงสร้างมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ โดยการแปรรูป และพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

ด้านที่ 4 การตลาดและการประชาสัมพันธ์ : Promotion (15 คະแนน) ส่งเสริมการตลาดและจำหน่าย ผลผลิตผ่านช่องทางการตลาดในระดับชุมชน ระดับจังหวัด และระดับประเทศ ผ่านช่อง online และ offline อย่างต่อเนื่อง

และด้านที่ 5 การบริหารจัดการ : Management (15 คະแนน) ศูนย์การเรียนรู้ จะต้องมีความเหมาะสมและคณะกรรมการในการขับเคลื่อนศูนย์การเรียนรู้ และแผนปฏิบัติการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล”

จากการศึกษา หลักเกณฑ์ที่นำมาเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินศูนย์การเรียนรู้พื้นที่ต้นแบบ การพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” ที่มีความสำคัญ ประกอบด้วย สถานที่ (Place) คน (People) ผลผลิต/ผลิตภัณฑ์ (Product) การตลาด/ประชาสัมพันธ์ (Promotion) นอกจากนี้ การบริหารจัดการ (Management) จะเป็นตัวขับเคลื่อนให้ศูนย์การเรียนรู้ มีความเหมาะสมและมีศักยภาพ มีความสามารถในการพึ่งตนเอง ในเรื่องของน้ำ อาหาร และพลังงานทดแทน สร้างภูมิคุ้มกันชุมชน ต่อสภาพปัจจุบันได้อย่างยั่งยืน และเป็นต้นแบบให้กับผู้ที่สนใจและพื้นที่เป้าหมายในระดับครัวเรือน ได้เรียนรู้ ซึ่งศูนย์การเรียนรู้ จะเป็นแหล่งเรียนรู้ที่เป็นรูปธรรม ปฏิบัติได้จริง และมีผลผลิตและรายได้จากการลงมือปฏิบัติ ในการเป็นศูนย์เรียนรู้ที่มีชีวิต สามารถตอบสนองต่อเป้าหมาย ของ SDGs (Sustainable Development Goals-SDGs) คือ “เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน” ถ้าถามว่าการพัฒนาที่ยั่งยืนคืออะไร ต้องบอกว่าเป็น การพัฒนาที่สมดุลกันใน 3 เสาหลักของมิติความยั่งยืน (Three Pillars of Sustainability) นั่นคือ สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม นั่นก็คือ การเกษตรแบบผสมผสาน จึงเป็นทางออกที่สมบูรณ์แก่ทุกคน

3. ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนพื้นที่ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิต จากการสัมภาษณ์เชิงลึกค้นพบว่า ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนพื้นที่ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิต

1) ปัญหาการขาดความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในโครงการฯ ปัญหาด้านสภาพพื้นที่ บางรายขาด หนองเจ็กอ่อนหิน ไม่สามารถขุดต่อไปได้

2) บางพื้นที่ไม่มีบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านการขุด ทั้งการออกแบบพื้นที่และขุดปรับรูปแบบแปลง ส่งผลทำให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความล่าช้า ไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้

3) ผลกระทบจากภัยธรรมชาติ ทั้งอุทกภัยและวาตภัย รวมถึงปริมาณน้ำฝนในช่วงฤดูฝน ส่งผลกระทบในช่วงระหว่างดำเนินการขุดปรับพื้นที่ทำให้เกิดความล่าช้า อีกทั้งยังส่งผลทำให้พื้นที่แปลงที่ขุดปรับและพัฒนาเกิดความเสียหาย รวมถึงวัสดุ ครุภัณฑ์ที่ได้รับการสนับสนุนเกิดความเสียหาย

4) ระยะเวลาการจ้างงานนักพื้นที่ต้นแบบ ไม่สอดคล้องกับระยะเวลาการขุดปรับรูปแบบแปลงที่ดินแล้วเสร็จ ส่งผลให้พื้นที่เรียนรู้ชุมชนต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิต (Community Lap Model for Quality of life : CLM) ระดับตำบล ขาดบุคลากรที่เข้ามาช่วยในการพัฒนาพื้นที่ ทำให้การขับเคลื่อนการพัฒนาพื้นที่ตามกระบวนการเกิดความล่าช้า

5) บางพื้นที่ขาดการเชื่อมโยงกันระหว่างเจ้าของแปลงกับภาคีเครือข่ายในพื้นที่อื่น ระหว่างพื้นที่เรียนรู้ชุมชนต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิต (Community Lap Model for Quality of life : CLM) ระดับตำบล ซึ่งขาดการเชื่อมโยงในระดับพื้นที่ดังกล่าว ส่งผลทำให้ครุภัณฑ์ที่ได้รับการสนับสนุน รวมถึงฐานการเรียนรู้ต่าง ๆ ไม่ได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างคุ้มค่า รวมถึงขาดพลังในการขับเคลื่อน

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า องค์ประกอบของโครงการต่อแนวทางการขับเคลื่อนพัฒนาพื้นที่เรียนรู้ชุมชนต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิต ตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” ภายใต้หลักการของ CIPP MODEL มาใช้ในการประเมินโครงการที่แบ่งมิติการประเมินออกเป็น 4 ด้าน คือ บริบท (Context) คือ ด้านภูมิ, ปัจจัยนำเข้า (Input) คือ ด้านความรู้, กระบวนการ (Process) คือ ด้านกระบวนการ และผลผลิต (Product) คือ ด้านสังคม ได้รับผลประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนโครงการเป็นอย่างมาก โดยมีลักษณะสำคัญตามองค์ประกอบกระบวนการขับเคลื่อนของศูนย์การเรียนรู้พื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ประยุกต์สู่ โคก หนอง นา โมเดล มาใช้บริหารจัดการน้ำ และพื้นที่การเกษตร จากการผลิตผสมผสานกับภูมิปัญญาพื้นบ้านให้สอดคล้องกัน เพื่อให้ได้ประโยชน์ คือ มีกิน มีอยู่ มีใช้ มีความสมบูรณ์และความร่มเย็น ดังนี้

1) ด้านภูมิ ด้านพื้นที่ การที่ศูนย์ต้นแบบฯ จากการขับเคลื่อนโดยยึดหลักตามศาสตร์ของพระราชชา หลักการคือ การประยุกต์ด้วยหลักทฤษฎีใหม่ ได้แก่ เน้นการออกแบบพื้นที่เพื่อการจัดการน้ำและการฟื้นฟูระบบนิเวศ การจัดการดินและจัดการป่า โดยการปลูกป่า 3 อย่างประโยชน์ 4 อย่าง ภายใต้หลักการโคก หนอง นา โมเดล พื้นที่แต่ละแห่งมีลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกัน จึงมีการออกแบบพื้นที่และจัดการพื้นที่ตามภูมิสังคมของพื้นที่นั้น ๆ โดยทำการเกษตรผสมผสาน เลี้ยงสัตว์ เพื่อสอดคล้องกับวิถีชีวิตและขนาดของพื้นที่ โดยสามารถออกแบบเพื่อกักเก็บน้ำไว้ทั้งบนดิน (ด้วยหนอง คลองไส้ไก่ และคันนา) ในการบริหารจัดการน้ำ

2) ด้านความรู้ ก็เป็นสิ่งสำคัญ ความรู้ การมีเหตุผล โดยนำทักษะความรู้ในด้านกลไกกรมธรรมชาติจัดการ ดิน น้ำ ป่า มาประยุกต์ใช้อย่างเป็นรูปธรรมในการสร้างฐานการเรียนรู้ ในพื้นที่ศูนย์ต้นแบบโคก หนอง นา โมเดล มุ่งหวังจะเป็นศูนย์แห่งการเรียนรู้ในการขับเคลื่อน ด้วยหลัก ร่วมคิด ร่วมสร้าง ร่วมพัฒนา ในการขับเคลื่อนโครงการร่วมกันในด้านการเรียนรู้ตามหลักทฤษฎีใหม่ 1) ฐานการเรียนรู้ ด้านคน กลไกกรมธรรมชาติ สร้างแรงบันดาลใจและปรับทัศนคติ ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่ ในรูปแบบโคก หนอง นา โมเดล 2) ฐานการเรียนรู้ ด้านดิน การปรับปรุงคุณภาพของดินให้มีความเหมาะสมกับการเพาะปลูก

พืช เช่น ฐานคนรักขดิน ฐานเรียนรู้คนหัวเห็ด ฐานรักษ์แม่โพสพ ฐานหัวคันทาทองคำ 3) ฐานการเรียนรู้ ด้านน้ำ การบริหารจัดการน้ำให้เพียงพอต่อการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ เช่น ฐานคนรักขน้ำ 4) ฐานการเรียนรู้ ด้านป่า การบริหารจัดการพืชในพื้นที่ให้มีความเหมาะสมกับสภาพภูมิสังคม เช่น ฐานคนรักขป่า ฐานพืชสมุนไพร ฐานป่า 3 อย่าง ประโยชน์ 4 อย่าง 5) ฐานการเรียนรู้ ด้านพลังงาน การบริหารจัดการด้านพลังงาน เช่น ฐานคนมีไฟ เรียนรู้เกี่ยวกับการใช้โซลาร์เซลล์สำหรับการเกษตร และฐานคนเอาถ่าน เรียนรู้การทำถ่านธรรมชาติและประโยชน์ของน้ำส้มควันไม้ในการไล่แมลง

3) ด้านกระบวนการ ศูนย์การเรียนรู้ สถานที่ต้องมีความเหมาะสม ป้ายการเรียนรู้ คณะกรรมการ และแผนการดำเนินงาน เพื่อเป็นเข็มทิศในการขับเคลื่อนระดมพลังให้เกิดการเรียนรู้ มีวิทยากรประจำฐาน/จุดเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสม สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้และบริหารจัดการศูนย์เรียนรู้ มีสื่อ/อุปกรณ์ที่เหมาะสมกับการเรียนรู้ ทำให้ศูนย์การเรียนรู้มีประสิทธิภาพ เป็นต้นแบบถ่ายทอดองค์ความรู้ได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการจัดสรรงบประมาณของศูนย์เรียนรู้ฯ ให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และจัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์ ที่จำเป็นในการพัฒนาศูนย์เรียนรู้ โดยยึดหลักการใช้วัตถุดิบและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีในชุมชน

4) ด้านสังคม เป็นการสร้างความมั่นคงทางอาหารแก่ชุมชนอย่างยั่งยืน การที่เรามีทุนความรู้ ทุนพื้นที่ และธรรมชาติ ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม และทุนทางวัฒนธรรม โดยการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนำไปประยุกต์สู่การปฏิบัติในรูปแบบ โคก หนอง นา โมเดล ได้จริง ก่อให้เกิดความเอื้อเฟื้อแผ่เสริมสร้างความสามัคคี และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับครัวเรือนและชุมชน

จะเห็นว่ามิติการประเมินทั้ง 4 ด้าน คือ บริบท (Context) ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และผลผลิต (Product) ของสตัฟเฟิลบีม (Stufflebeam's CIPP Model) ผลของการประเมินพบว่า การขับเคลื่อนพัฒนาพื้นที่เรียนรู้ชุมชนต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิต ตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” ประชาชนผู้เข้าร่วมโครงการได้รับประโยชน์จากโครงการในระดับมาก มีการเรียนรู้อบรมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนำไปประยุกต์สู่การปฏิบัติในรูปแบบ โคก หนอง นา โมเดล ได้จริง สามารถจัดการพื้นที่การเกษตรได้อย่างเหมาะสม ตามภูมิศาสตร์ของแ่งละพื้นที่ ด้วยการผสมผสานเกษตรทฤษฎีใหม่เข้ากับภูมิปัญญาพื้นบ้าน เกิดพื้นที่เรียนรู้ชุมชนและครัวเรือนต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตภายในชุมชนได้ ทั้งด้านของพื้นที่ ความรู้ กระบวนการ และผลผลิต ก่อให้เกิดการพึ่งพาตนเองในเรื่องของน้ำ อาหาร และพลังงานทดแทน รวมถึงสร้างภูมิคุ้มกันให้กับชุมชนต่อสภาพปัจจุบัน

โคก หนอง นา โมเดล จึงเป็นรูปแบบหนึ่งของการแก้ไขปัญหาของเรื่อง การจัดการน้ำตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงและมูลนิธิกิจกรรมธรรมชาติได้น้อมนำพระราชดำริสในรัชกาลที่ 9 ด้านการทำเกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้บริหารจัดการน้ำและพื้นที่การเกษตร โดยมีการผสมผสานกับภูมิปัญญาพื้นบ้าน จากการกักเก็บน้ำนั้นหลายคนอาจจะเข้าใจว่า จะเก็บน้ำได้มาก ๆ ต้องเก็บไว้ในบ่อหรือในหนอง ที่มีลักษณะเป็นหลุมเก็บกักน้ำไว้เท่านั้น แต่ความจริงแล้วสามารถเก็บน้ำไว้ใต้ดินในทุกๆ สภาพพื้นที่ได้หมายความว่า ถ้าดินมีความอุดมสมบูรณ์ก็จะสามารถเก็บน้ำไว้ได้มาก ทั้งในรูปของ หนอง นา หรือโคก ก็ให้เกิดธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ นอกจากเป็นการพึ่งพาตนเองแล้วยังมีส่วนช่วยให้การบริหารจัดการน้ำในภาพรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย โดยยึดการดำเนินการในระดับพื้นที่เป็นหลัก โดยนำแนวทางการดำเนินงานโครงการพัฒนาพื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” ซึ่งอยู่ในกรอบภารกิจของกรมการพัฒนาชุมชน ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมกระบวนการเรียน มุ่งเน้นให้เกิดการจ้างงานเพื่อสร้างรายได้ และสร้างอาชีพของประชาชนชุมชนในพื้นที่ต่างๆ สอดคล้องกับ คมสันต์ หุตะแพทย์. (2558) อธิบายว่า โครงการ โคก หนอง นา โมเดลนี้มาจากกลุ่มเกษตรกรบางกลุ่มที่น้อมนำเอา "เกษตรทฤษฎีใหม่"ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มาใช้เพื่อเป็นแนว

ทางการรับมือภัยพิบัติเรื่อง น้ำ ที่ให้ความสำคัญกับการกักเก็บน้ำ และระบบการจัดการน้ำเป็นหลัก สิ่งที่ต้องพิจารณาในการออกแบบพื้นที่ภายใต้แนวคิดเกษตรทฤษฎีใหม่ โดยการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อความพอเพียงเพื่อความมั่นคงทางการเกษตรและอาหาร เช่นเดียวกับ มาริษา ศรีชะแก้ว และสถาพร วิชัยรัมย์ (2563) ทำการศึกษาเรื่อง ศาสตร์พระราชานี้ : เกษตรทฤษฎีใหม่ในรูปแบบ “โคก หนอง นา โมเดล” ได้อธิบายว่า โคก หนอง นา โมเดล เป็นหลักการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยเน้นการกักเก็บน้ำให้เพียงพอและการสร้างผลผลิตเพื่อดำรงชีพในระดับบุคคลและครัวเรือน องค์ประกอบของโคก หนอง นา ประกอบด้วย (1) โคก (พื้นที่สูง) คือ การใช้ดิน ที่ได้จากการขุดหนองมาเป็นโคก หรือคันนาที่มีขนาดใหญ่ ปลูกพืชและไม้ผลเพื่อสร้างอาหารและรายได้ให้แก่ครัวเรือน (2) หนอง (แหล่งกักเก็บน้ำ) เป็นการขุดหนองน้ำที่มีความลึกประมาณ 6 - 8 เมตร เพื่อกักเก็บน้ำไว้ใช้ตลอดทั้งปี รวมทั้งมีการขุดคลองไส้ไก่กระจายน้ำไปยังส่วนต่างๆ ในพื้นที่ สร้างความชุ่มชื้นในพื้นที่ (3) นา (พื้นที่ปลูกข้าว) คือ การปลูกข้าวแบบอินทรีย์เพื่อบริโภคอย่างปลอดภัย อันจะเป็นการใช้ทรัพยากร ในพื้นที่แบบพึ่งพาตนเอง ลดการพึ่งพาจากภายนอก สร้างความมั่นคง ในครัวเรือนและชุมชนนำไปสู่ความเข้มแข็งในการพัฒนาประเทศ ด้วยการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและหลักทฤษฎีใหม่มาใช้ในการพัฒนาชุมชน ส่งผลให้การปฏิบัติงานโครงการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นในพื้นที่ชุมชน ตลอดจนสามารถสร้างกระบวนการเรียนรู้ในระดับบุคคล ที่มุ่งเน้นแนวทาง “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา”

แม้ว่าโครงการฯ จะถูกพัฒนาขึ้นภายใต้บริบทด้านการเกษตร แต่สามารถนำไปต่อยอดสู่การใช้ประโยชน์ในด้านอื่นด้วย เช่น การเป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชน การเป็นศูนย์จำหน่ายสินค้าของชุมชน เป็นศูนย์กลางการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงชุมชนที่จะนำรายได้มาสู่คนในพื้นที่ได้ต่อไป ดังนั้น ก่อนการดำเนินงานจึงต้องทำความเข้าใจ “ภูมิสังคม” ของพื้นที่ด้วยการศึกษาข้อมูลในพื้นที่ นอกจากนี้แล้ว ในการดำเนินงาน ควรสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับภาคีเครือข่ายในพื้นที่ รวมถึงผู้สนใจเข้าร่วมโครงการฯ เพื่อให้มีแนวทางการทำงานให้ประสบความสำเร็จ สามารถยกระดับศักยภาพของผู้ที่เข้าร่วมโครงการ ได้ 3 ด้านด้วยกัน ด้านแรก คือ การสร้างภูมิคุ้มกันต่อความเสี่ยงด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ด้านที่สอง คือ การปรับปรุงแนวทางการทำเกษตรที่สามารถสร้างความมั่นคงทางอาหารในระดับครัวเรือนควบคู่ไปกับการหารายได้ ช่วยให้คนไม่ต้องอพยพย้ายออกจากพื้นที่ และด้านสุดท้าย คือ สำหรับพื้นที่ที่มีความพร้อมจะสามารถยกระดับไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือชุมชนท่องเที่ยวได้ การจะบรรลุเป้าหมายทั้ง 3 ด้านได้ จึงจำเป็นต้องมีหลักเกณฑ์ที่เหมาะสมต่อการประเมินศูนย์การเรียนรู้พื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” ประกอบด้วย องค์ประกอบ 5 ด้าน 20 ตัวชี้วัด คือ ด้านที่ 1 สถานที่ : Place องค์ประกอบทางกายภาพของพื้นที่ต้นแบบฯ ให้มีความสมบูรณ์ เป็นรูปร่างชัดเจน ประกอบด้วย โคก หนอง นา คลองไส้ไก่ คันนาทองคำ และฐานการเรียนรู้ต่างๆ ด้านที่ 2 วิทยากร : People การสร้างและพัฒนาครูพาทำให้เป็นวิทยากรมืออาชีพ ด้านการพัฒนาพื้นที่ต้นแบบเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต เป็นผู้มีความรู้และสามารถถ่ายทอดได้เป็นอย่างดี เป็นผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาพื้นที่ต้นแบบตาม หลักทฤษฎีใหม่ รูปแบบโคก หนอง นา ที่มีศักยภาพ และเป็นต้นแบบในการน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปสู่การปฏิบัติ รวมถึงสร้างเครือข่ายเยาวชน บ่มเพาะเยาวชน เป็นผู้นำสายพันธุ์ใหม่ที่มีใจรักในการทำเกษตรอย่างต่อเนื่อง ภายใต้เยาวชน คน “โคก หนอง นา” (Start Up) เพื่อสืบทอดแนวคิดและภูมิปัญญาการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” ด้านที่ 3 ผลผลิตและผลิตภัณฑ์ : Product สร้างความมั่นคงทางสังคมเพื่อการพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริม การออม การแบ่งปัน รวมถึงสร้างมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ โดยการ

แปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ด้านที่ 4 การตลาดและการประชาสัมพันธ์ : Promotion ส่งเสริมการตลาดและจำหน่ายผลผลิตผ่านช่องทางการตลาดในระดับชุมชน ระดับจังหวัด และระดับประเทศ ผ่านช่อง online และ offline อย่างต่อเนื่อง และด้านที่ 5 การบริหารจัดการ : Management ศูนย์การเรียนรู้ จะต้อง มีแนวทาง คณะกรรมการในการขับเคลื่อนศูนย์การเรียนรู้ และแผนปฏิบัติการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลัก ทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” โดยจัดระดับความพร้อมของพื้นที่ต้นแบบตามเกณฑ์ประเมิน 3 ระดับ ดังนี้ ระดับ A ต้นแบบศูนย์เรียนรู้ ระดับ B สร้างเสริมสู่ต้นแบบ ระดับ C ปรับตัวสู่การพัฒนา เพื่อ สามารถวิเคราะห์ แยกแยะ ปัญหาและความต้องการในการพัฒนา ส่งเสริม สนับสนุน ต่อยอดขยายผลการ ดำเนินงาน เพื่อเป็นศูนย์เรียนรู้ที่มีคุณภาพสามารถเป็นต้นแบบให้ผู้ที่สนใจเข้ามาศึกษาเรียนรู้ได้อย่างมี ประสิทธิภาพ จะเห็นได้ว่า เงื่อนไขความสำเร็จของการดำเนินงานประกอบด้วยบุคคล พื้นที่ องค์ความรู้ และ การพึ่งตนเองของเกษตรกร

ทั้งนี้การนำหลักเกษตรทฤษฎีใหม่ไปใช้จะต้องมีความรู้ความเข้าใจที่ชัดเจน รู้จักยึดหยุ่น สามารถ นำมาปรับใช้ให้เหมาะสมในแต่ละพื้นที่ได้ ด้วยกระบวนการแบบมีส่วนร่วมในทุกภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐ ภาค วิชาการ ภาคผู้นำศาสนา ภาคเอกชน ภาคประชาชน ภาคประชาสังคม และภาคสื่อมวลชน ทำหน้าที่เป็นผู้ ประสานการปฏิบัติในส่วนภูมิภาค และประสานงานร่วมกับผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสืบทอด แนวคิดและภูมิปัญญาการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” สอดคล้องกับ ศิวราภรณ์ ไชยบุรี (2555) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจ พอเพียง ชุมชนบ้านทาป่าเปา ตำบลทาปลาดุก อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน พบว่า ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจ พอเพียง เกิดขึ้นจากการร่วมมือระหว่างชุมชนกับภาคราชการ เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนการเรียนรู้ ปัญหาทรัพยากรป่าไม้ และปัญหาต่างๆ ของชุมชน โดยการนำนโยบายของรัฐบาล ตามพระราชดำริของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 เกี่ยวกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มาเป็น แนวทางปฏิบัติเพื่อให้เกิดเป็นรูปธรรม ในส่วนรูปแบบและโครงสร้างการดำเนินงาน ทั้งระบบการบริหาร จัดการมีความชัดเจนในรูปของคณะกรรมการ ขณะเดียวกันปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของศูนย์การเรียนรู้ เศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วยปัจจัยภายใน ได้แก่ วิสัยทัศน์/นโยบาย/การวางแผน/การกำหนดกลยุทธ์ใน การทำงาน ความเข้มแข็งของคณะกรรมการ บทบาทหน้าที่ ความพร้อมด้านความรู้ความสามารถของ คณะกรรมการ การมีส่วนร่วมของภาคประชาชน วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน การบริหารงบประมาณ และการจัดโครงสร้างอัตรากำลังคน ในส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ ความเหมาะสมของสถานที่ตั้งศูนย์การเรียนรู้ การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ล้วนเป็นปัจจัยในการสนับสนุน ความสำเร็จ รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. การดำเนินการโครงการพัฒนาพื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตาม หลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” ควรจะกำหนดแผนงานโครงการให้ชัดเจน เพื่อให้ศูนย์การเรียนรู้ฯ ต้นแบบสามารถพัฒนาต่อยอดกิจกรรมในพื้นที่ได้อย่างสมบูรณ์ พร้อมทั้งสนับสนุนวัสดุ อุปกรณ์ เพื่อเกิดการ เรียนรู้้อย่างยั่งยืนในอนาคต

2. ควรมีการประเมินผลการดำเนินโครงการในแต่ละพื้นที่ ตามลักษณะของพื้นที่ เนื่องจากพื้นที่ มีสภาพของภูมิศาสตร์ ภูมิสังคม ที่แตกต่างกัน เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในระดับปฏิบัติการในพื้นที่นั้น ๆ

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีคณะทำงานติดตามประเมินผล ตั้งแต่ออกแบบและจัดเก็บรวบรวมข้อมูลการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพตั้งแต่ก่อนดำเนินโครงการจนถึงโครงการเสร็จสิ้น
2. นำผลการวิจัยหลักเกณฑ์การประเมินศูนย์การเรียนรู้พื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล” ไปต่อยอดประยุกต์ใช้ในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเรียนรู้ ในพื้นที่อื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2564). **ชุดข้อมูลด้านการพัฒนาชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 30 เมษายน 2565 จาก <https://data.go.th/blog/datasetcommunity>
- กรมการพัฒนาชุมชน. (2565). **รายงานสรุปผลการดำเนินงาน โครงการพัฒนาพื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นาโมเดล”**. กรุงเทพมหานคร: กรมการพัฒนาชุมชน
- กรมทรัพยากรธรณี. (2562). **ข้อมูลพื้นที่เสี่ยงภัยจากดินถล่ม น้ำป่าไหลหลากและน้ำท่วมฉับพลัน ประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร: กองธรณีวิทยาสิ่งแวดล้อม.
- คมสันต์ หุตะแพทย์. (2558). โคก หนอง นา โมเดล หยุดท่วม หยุดแล้ง นวัตกรรมจัดการน้ำสู่วิถีที่ดี. **เกษตรกรรมธรรมชาติ.17(9)**. 25-28.
- ณรัชชอร์ ศรีทอง. (2556). **แนวคิด หลักการและการปฏิบัติ ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง**. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- ปริญกร เพชรล่ำรุ่ง (2558). **ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงกับการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน: ศึกษกรณีสูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชน ตำบลโมถ่าย อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. กรุงเทพมหานคร: รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มาริษา ศรีชะแก้ว และสถาพร วิชัยรัมย์. (2563). **เศรษฐกิจพอเพียง : แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในประเทศไทย**. วารสารสหวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. **4 (2)**.39-48.
- รัตนะ บัวสนธ. (2556). **การประเมินโครงการ: การวิจัยเชิงปริมาณ**. กรุงเทพมหานคร: :คอมแพคปรีน.
- รัฐพงศ์ สีแสง. (2556). **การประเมินโครงการศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชน กรณีศึกษาศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. กรุงเทพมหานคร: รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รัชนีวรรณ จินธรรม, ปณณรภัส ถกภักดี และอรวรรณ ภัสสรศิริ. (2561). **การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของเครือข่ายกิจกรรมธรรมชาติ**. วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์. **3(2)**.238-248.
- วิวัฒน์ ศัลยกำธร. (2558). **โคก-หนอง-นา-โมเดล การสร้างวิถีชีวิตที่ยั่งยืน**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 28 เมษายน 2565 จาก http://lugean25042017.blogspot.com/2015/04/blog-post_6.html.
- โสภิต นาสืบ. (2564). **รายงานผลกระทบเชิงเศรษฐกิจและสังคมจากการระบาดของโรคโควิด-19 ในระดับโลก และในประเทศไทย**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 15 เมษายน 2565 จาก <https://ddc.moph.go.th/uploads/publish/1177420210915075055.pdf>

- ศิริราภรณ์ ไชยบุรี. (2555). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนบ้านท่าป่าเปา ตำบลท่าปลาตึก อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน. ขอนแก่น: รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.). (2552). เศรษฐกิจพอเพียงแนวคิดสู่การประยุกต์ใช้ที่ยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร. บริษัท เอเชียแปซิฟิก ออฟเซ็ท จำกัด.
- สุกัญญา ดวงอุปมา ภัทรพร ภาระนาค และปาริณา แอนเดอร์สัน. (2558). การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพอย่างยั่งยืนของครัวเรือนเกษตรกรตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษาบ้านโนนสง่า ตำบลหนองกุงจังหวัดกาฬสินธุ์. กาฬสินธุ์: รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์.
- อภิชัย พันธเสน. (2557). เหลียวหลังเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงในทศวรรษหน้า (2556 – 2565). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- Stufflebeam, D.L.,(2002). CIPP evaluation model checklist: A tool for applying the fifth installment of the CIPP model to assess long-term enterprises. Retrieved April 11, 2022 from <http://www.wmich.edu/evalctr/checklist/cippcheck.htm>.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introduction Analysis**. New York: Harper International Edition.

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อ
ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
The Causal Relationship Model Between Quality of Working Life and
Organizational Culture the affect Organizational Commitment of Supporting
Staffs of Rajamangala University of Technology Krungthep

ศักดิ์ชัย จันทะแสง*
(Sakchai Jantasang)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์และ 2) เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรสายสนับสนุน จำนวน 210 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ด้วย Google Form และวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยใช้โปรแกรม LISREL

ผลการวิจัยพบว่า 1) โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ตามสมมติฐานนั้น มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าสถิติไค-สแควร์ เท่ากับ 55.28 ค่า df เท่ากับ 42 ค่า p-value เท่ากับ .08 ดัชนี GFI เท่ากับ .98 ดัชนี AGFI เท่ากับ .98 ค่า SRMR เท่ากับ .01 ค่า RMSEA เท่ากับ .02 และ 2) คุณภาพชีวิตการทำงานมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน โดยมีตัวแปรวัฒนธรรมองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน และวัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน ตัวแปรทั้งหมดสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพได้ร้อยละ 78

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิตการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กร

¹สำนักงานประกันคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ 10120

Office of Educational Quality Assurance, Rajamangala University of Technology Krungthep, 10120

Corresponding author: e-mail: Sakchai.j@mail.rmutk.ac.th

ABSTRACT

This research aimed to: 1) examine the relationship of the developed model with empirical data; and 2) develop the causal relationship model between quality of working life and organizational culture the affect organizational commitment of supporting staffs of Rajamangala University of Technology Krungthep.

The sample was 210 supporting staff of Rajamangala University of Technology Krungthep derived by convenience sampling. Data were collected by an online questionnaire with Google Form and the casual relationship was examined by LISREL.

The research results were as follows: 1) The causal relationship model between quality of working life and organizational culture the affect organizational commitment of supporting staffs of Rajamangala University of Technology Krungthep was consistent with the empirical data with goodness of fit statistics: chi-square test = 55.28, df=42, p-value=.08, GFI=.98, AGFI=.98, SRMR=.01, RMSEA=.02 and 2) quality of working life has positive direct effect and indirect effect on organizational commitment by organizational culture as mediator and organizational culture has positive direct effect on the organizational commitment. All variables in the model can explain 78 % of the variance of the organizational commitment of the supporting staffs.

Keywords: Quality of Working Life, Organizational Culture, Organizational Commitment

Article history:

Received 19 September 2022

Revised 16 April 2023

Accepted 17 April 2023

SIMILARITY INDEX = 5.39 %

1. บทนำ

องค์กรจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้นั้น ต้องอาศัยปัจจัยที่สำคัญหลายปัจจัยโดยเฉพาะทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญที่สุดในการบริหารงานของทุกองค์กร ไม่ว่าจะหน่วยงานด้านธุรกิจ หน่วยงานราชการ บุคลากรย่อมมีบทบาทที่สำคัญที่สุด เพราะในปัจจุบันยังไม่มีสิ่งใดที่สามารถทำงานแทนมนุษย์ได้อย่างเต็มรูปแบบทรัพยากรมนุษย์เปรียบเสมือนวัตถุดิบที่ช่วยให้กิจกรรมและทุกหน้าที่ในองค์กรสามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีส่วนช่วยในการผลักดันให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น องค์กรจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการรักษาพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ และมีบทบาทสำคัญให้คงอยู่กับองค์กรได้อย่างยั่งยืนและไม่ส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องของการดำเนินการทางธุรกิจ (Das and Baruah, 2013)

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มุ่งให้การศึกษาและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อความเป็นเลิศทั้งด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และด้านสังคมศาสตร์ควบคู่คุณธรรม จริยธรรม และดำรงไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรม การบริหารจัดการมีสภามหาวิทยาลัยควบคุมดูแลนโยบายและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย ซึ่งประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกและบุคลากรภายในมหาวิทยาลัย โดยมีอธิการบดีเป็นผู้บังคับบัญชา และรับผิดชอบการบริหารงานของมหาวิทยาลัย มีรองอธิการบดี ผู้ช่วยอธิการบดี คณบดี ผู้อำนวยการสำนัก สถาบัน และกองต่าง ๆ ปฏิบัติงานตามนโยบายของมหาวิทยาลัย โดยมีบุคลากรหลักในการปฏิบัติการกิจสำคัญในมหาวิทยาลัย คือ คณาจารย์และบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการของมหาวิทยาลัยซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญขององค์กร และบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการเป็นหน่วยงานสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนที่เป็นหน่วยขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จ ปัจจัยที่จะทำให้บุคลากรนั้นปฏิบัติงานให้แก่องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่องานและองค์กร เพราะว่าการทำงานที่บุคลากรมีความผูกพันต่อองค์กร คือการทำงานที่มีความรักและมีความผูกพันทางจิตใจต่อองค์กร ต้องการดำรงอยู่กับองค์กรในระยะยาว ตลอดจนปฏิบัติตนให้เหมาะสม และรักษาจรรยาบรรณตามที่องค์กรได้กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด (สรสุตา แก่นจันทร์, 2561) ซึ่งการสร้างคุณภาพชีวิตการทำงานเป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญมากนำไปสู่ประสิทธิภาพของงานและการบรรลุเป้าหมายขององค์กร หากองค์กรทุกองค์กรคำนึงถึงการสร้างคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีแล้วย่อมจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศอีกด้วย (ผจญ เฉลิมสาร, 2557) ในทางกลับกันการที่พนักงานมีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ไม่ดีผลกระทบต่อตามมา คือการขาดความพึงพอใจในการทำงาน มีการหยุดงานบ่อย สุขภาพจิตไม่ดีเป็นผลให้ประสิทธิภาพในการผลิตลดลง มีการลาออกจากงานเพิ่มมากขึ้นส่งผลต่อองค์กรทำให้ผลิตภาพขององค์กรลดลง อีกปัจจัยที่เป็นกรอบที่คนในองค์กรประพฤติปฏิบัติเป็นสิ่งที่คนในองค์กรยอมรับองค์กรควรที่จะสร้างวัฒนธรรมที่ทำให้พนักงานเกิดการมีส่วนร่วมในงานและมีส่วนร่วมในการปรับปรุงองค์กรให้ดีขึ้น ทำให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของงานว่างานของพนักงานมีความสำคัญต่อองค์กรทำงานสอดคล้องกับเป้าหมาย เพื่อให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กร (มณฑิตา ศรีนคร, 2563) อีกทั้งวัฒนธรรมองค์กรยังมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาความรู้สึกของบุคลากรให้เกิดความผูกพันและเสียสละให้กับองค์กรวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานจะทำให้พนักงานรู้สึกว่าเขาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรพร้อมที่จะทุ่มเทกำลังกายกำลังใจให้กับองค์กรอย่างเต็มที่ปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กรนั้นตลอดไป ดังนั้น สิ่งที่องค์กรจะต้องคำนึงถึงก็คือจะทำอย่างไร เพื่อให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรควรที่จะสร้างวัฒนธรรมองค์กรลักษณะใดเพื่อเป็นส่วนช่วยเสริมให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีราชวมงคลกรุงเทพ เนื่องจากต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน ซึ่งผลวิจัยที่ได้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการบริหารจัดการด้านบุคลากร แก้ไขและปรับปรุงระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของ องค์กรในการกำหนดและพัฒนานโยบายขององค์กร เพื่อเพิ่มความผูกพันองค์กรของบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชวมงคลกรุงเทพให้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงาน และวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชวมงคลกรุงเทพกับข้อมูลเชิงประจักษ์
2. เพื่อศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชวมงคลกรุงเทพ

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความผูกพันต่อองค์กร (Organization Commitment) หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีระหว่างบุคคลกับองค์กร ซึ่งบุคคลมีความรักความภาคภูมิใจความเอาใจใส่ต่อองค์กรรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่ง มีความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรเต็มใจและเสียสละความสุขส่วนตัวเพื่อเป้าหมายและต้องการที่จะดำรงไว้ซึ่งการเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นตลอดไป ในการวัดความผูกพันต่อองค์กรได้ยึดแนวคิดของ Allen and Meyer (1990) แบ่งองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความผูกพันต่อองค์กรด้านความรู้สึก (Affective Commitment) 2) ความผูกพันต่อองค์กรด้านความต่อเนื่อง (Continuous Commitment) และ 3) ความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน (Normative Commitment) ซึ่งความผูกพันต่อองค์กรเป็นทัศนคติที่สะท้อนความเกี่ยวข้องระหว่างบุคคลกับองค์กร ซึ่งบุคลากรมีความเต็มใจและพร้อมที่จะมีส่วนร่วมในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร รวมถึงการยอมรับเป้าหมายและคุณค่าขององค์กร และยินดีที่จะปฏิบัติงานในองค์กรให้บรรลุเป้าหมายนั้น ตลอดจนปฏิบัติงานของตนอย่างเต็มความรู้ความสามารถโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์กรเป็นสำคัญ

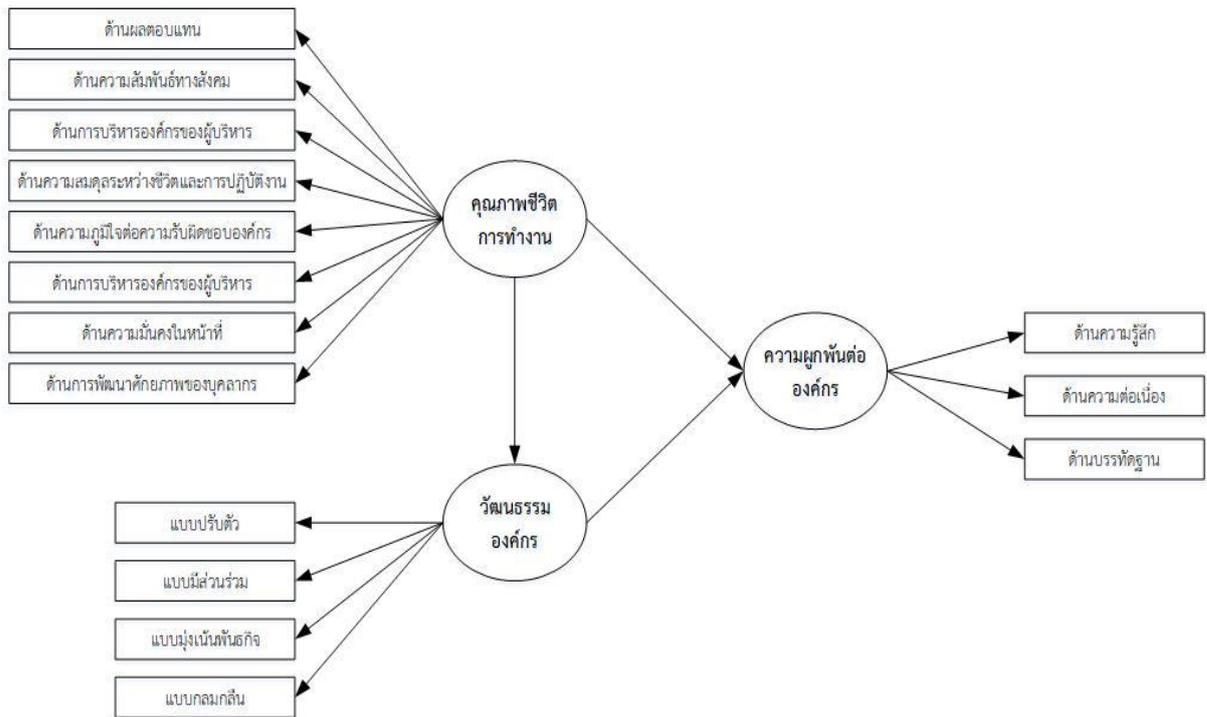
วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture) หมายถึง พฤติกรรมค่านิยมที่สร้างขึ้น หล่อหลอม และเรียนรู้ร่วมกันโดยคนในองค์กร รวมถึงแนวปฏิบัติที่กลายเป็นธรรมเนียมขององค์กร และส่งจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งอาจได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยภายในองค์กรเองหรือบริบทภายนอก เช่น กฎหมาย สังคม การเมือง หรือแม้แต่วัฒนธรรมของชาติ ในการวัดวัฒนธรรมองค์กรได้ยึดแนวคิดของ Denison, Haaland, and Goelzer (2004) ได้แบ่งวัฒนธรรมองค์กรออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) วัฒนธรรมองค์กรแบบปรับตัว (Adaptability) 2) วัฒนธรรมองค์กรแบบมีส่วนร่วม (Involvement) 3) วัฒนธรรมองค์กรแบบมุ่งเน้นพันธกิจ (Mission) และ 4) วัฒนธรรมองค์กรแบบกลมกลืน (Consistency) จากการสังเคราะห์งานวิจัย พบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์ทางตรงเชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร สอดคล้องกับเอกสารและงานวิจัยของ Aranki, Suifan and Sweis, (2019); Jufrizen et al., (2021); Sarhan et al., (2020); อัจฉรา ภาณุสถานต์ และอัศวรัตน์ แสงวิภาค, (2565); ชฎาภรณ์ เพ็ญยุระ สามารถ อัยการ และ ชาตติชัย อุดมกิจมงคล, (2565); ยงยุทธ รักษาพล สุมาลี รามันฎ และ ธัญนันท์ บุญอยู่ (2565) ซึ่งวัฒนธรรมองค์กรในแต่ละแบบนั้นย่อมส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร วัฒนธรรมองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กรนั้น ๆ จะช่วยลดปัญหาความหลากหลายของบุคลากร และก่อให้เกิดอัตลักษณ์และความมุ่งมั่น ร่วมกันไปสู่วิสัยทัศน์ขององค์กรในอนาคต

คุณภาพชีวิตการทำงาน (Quality of Work Life) หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรในองค์กรที่มีความต้องการที่จะทำให้ตนเองสามารถปฏิบัติงานในองค์กรได้อย่างมีความสุข และเกิดความพึงพอใจในการทำงานสามารถทำให้งานบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ ในการวัดวัฒนธรรมองค์กรได้ยึดแนวคิดของ Walton (1973) และ Kandasamy and Anceri (2009) ได้ชี้ให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างคุณภาพการทำงานนั้นว่าประกอบไปด้วยเงื่อนไขต่าง ๆ 8 ด้าน ดังนี้ (1) การได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม (Adequate and Fair Compensation) (2) สภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ (Safe and Healthy Working Condition) (3) ความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน (Growth and Security) (4) โอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคคล (Development of Human Capacities) (5) การบูรณาการทางสังคม (Social Integration) (6) ประชาธิปไตยในองค์กร (Constitutionalism) (7) ความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Total Life Space) และ (8) การคำนึงถึงความต้องการของสังคม (Social Relevance) จากการสังเคราะห์งานวิจัย พบว่า คุณภาพชีวิตการทำงานมีความสัมพันธ์ทางตรงเชิงบวกกับวัฒนธรรมองค์กรของบุคลากร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Aminizadeh et al. (2022); Astuti and Soliha, (2021); Natasya and Awaluddin, (2021); ชฎาภรณ์ เพ็ญระ สามารถ อัยการ และ ชาตติชัย อุดมกิจมงคล , (2565); อัจฉรา ภาณุศานต์ และอัครวรรณ์ แสงวิภาค, (2565); กิตติยา วงศ์เบ็ญสัจจ์, (2564)

คุณภาพชีวิตการทำงานมีความสัมพันธ์ทางตรงเชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Anggitaning, Sapta and Sudja, (2022); Sumarsi, and Rizal, (2022); Astuti and Soliha, (2021); Kodikal and Rahman, (2016); จิราภรณ์ สอนดี และ อภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์, (2564); สุริมา เกิดสุข และดวงพร พุทธวงศ์, (2564) แสดงให้เห็นว่าคุณภาพชีวิตการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรนำไปสู่ความผูกพันต่อองค์กรได้และทำให้องค์กรสามารถพัฒนาได้ตามเป้าหมายขององค์กรในอนาคต

จากการศึกษาและการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของผู้วิจัยได้ศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยแบบจำลองประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัว เป็นตัวแปรเชิงสาเหตุ 2 ตัว คือ คุณภาพชีวิตการทำงาน (Walton, 1973; Kandasamy and Anceri, 2009) และวัฒนธรรมองค์กร (Denison, Haaland, and Goelzer (2004) ตัวแปรตาม 1 ตัวแปร ความผูกพันต่อองค์กร (Allen and Meyer, 1990) ตัวแปรทั้งหมดวัดจากตัวชี้วัด 17 ตัวแปร เมื่อนำตัวแปรทั้งหมดมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย สามารถแสดงได้ดังแผนภาพที่ 1

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยว่าโมเดลสมมติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนี้

1. โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพที่พัฒนาขึ้น มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์
2. คุณภาพชีวิตการทำงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกผ่านวัฒนธรรมองค์กร
3. วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ จำนวน 364 คน ที่ปฏิบัติงานอยู่ใน ปีการศึกษา 2563 ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2014) เสนอว่าเกณฑ์ขั้นต่ำสำหรับการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างขนาดตัวอย่างควร มีประมาณ 10 ต่อการประมาณค่า 1 พารามิเตอร์ โดยโมเดลในการวิจัยในครั้งนี้มีจำนวนที่ต้องการประมาณค่าทั้งหมด 21 พารามิเตอร์ ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจึงควรเท่ากับ $21 \times 10 = 210$ ตัวอย่าง ซึ่งครอบคลุมขนาดของกลุ่มตัวอย่างและเพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูล ($n > 200$) เพื่อการสร้างตัวแบบสมการโครงสร้าง

(Madden and Dillion,1982) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (convenience sampling) สำหรับการเก็บตัวอย่างในครั้งนี้หลังจากที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสำหรับการวิจัยออนไลน์ ด้วย Google Form ระหว่างวันที่ 1-31 มีนาคม 2564 เมื่อนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องแล้ว มีจำนวนข้อมูลที่ใช้ได้จริงในการการวิจัยจำนวนทั้งสิ้น 210 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรสาเหตุ ได้แก่ คุณภาพชีวิตการทำงาน และวัฒนธรรมองค์กร
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความผูกพันต่อองค์กร

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) มี มีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 แบบสอบถามวัดคุณภาพชีวิตการทำงาน ตามแนวคิดของ Walton (1973) และ Kandasamy and Anceri (2009)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามวัดวัฒนธรรมองค์กร ตามแนวคิดของ Denison, Haaland, and Goelzer (2004) การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ซึ่งเป็นการนำนิยามเชิงทฤษฎีและโครงสร้างในการสร้างข้อคำถามมาใช้พิจารณาควบคู่กับแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามตามที่ระบุไว้ในแบบสอบถาม และกรอกแบบฟอร์มการประเมิน ข้อคำถามในแต่ละข้อ โดยดัชนีที่ใช้แสดงค่าความสอดคล้อง เรียกว่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม และ วัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 มากกว่า 0.50 (Rovinelli and Hambleton,1976) ค่าอำนาจจำแนกรายข้อตั้งแต่ .24 ถึง .78 ซึ่งค่าอำนาจจำแนกของข้อคำถามอยู่ในเกณฑ์ 0.20 ขึ้นไป จึงถือว่าข้อคำถามที่พัฒนาขึ้นมีค่าอำนาจจำแนกใช้ได้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) และทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการหาค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถาม โดยมีค่าความเชื่อมั่นของสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.80-0.84 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า .070 จึงถือแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยนี้มีค่าความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ (ชไมพร กาญจนกิจสกุลม 2555)

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) โดยวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อพิจารณาลักษณะการแจกแจงของตัวแปร วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในโมเดล เพื่อให้ได้เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ สำหรับนำไปใช้ในการตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

4. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 145 คน (ร้อยละ 69.05) อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 35-40 ปี จำนวน 90 คน (ร้อยละ 42.86) สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในสถานภาพสมรส จำนวน 103 คน (ร้อยละ 49.05) ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 137 คน (ร้อยละ 65.24) ระยะเวลาในการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการทำงานอยู่ในระดับ 10-15 ปีจำนวน 96 คน (ร้อยละ 45.71) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านวัฒนธรรมองค์กรในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.65, S.D.=0.52) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบมีส่วนร่วมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.78, S.D.=0.50) รองลงมาคือ ด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบปรับตัวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.65, S.D.=0.44) ด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบกลมกลืนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.60, S.D.=0.52) และด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบมุ่งเน้นพันธกิจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.58, S.D.=0.60) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.73, S.D.=0.62) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.95, S.D.=0.73) รองลงมาคือ ด้านการได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.84, S.D.=0.61) ด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.79, S.D.=0.42) ด้านโอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคคลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.78, S.D.=0.55) ด้านสภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.69, S.D.=0.63) ด้านการคำนึงถึงความต้องการของสังคมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.65, S.D.=0.66) ด้านการบูรณาการทางสังคมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.60, S.D.=0.76) และด้านประชาธิปไตยในมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.55, S.D.=0.56) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการวัดระดับความคิดเห็นด้านความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.62, S.D.=0.51) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านบรรทัดฐานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.85, S.D.=0.54) รองลงมาคือ ด้านความรู้สึกรักมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.76, S.D.=0.50) และด้านความต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.48, S.D.=0.54) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน

โมเดลการวัดทั้ง 3 โมเดล ได้ผลดังนี้

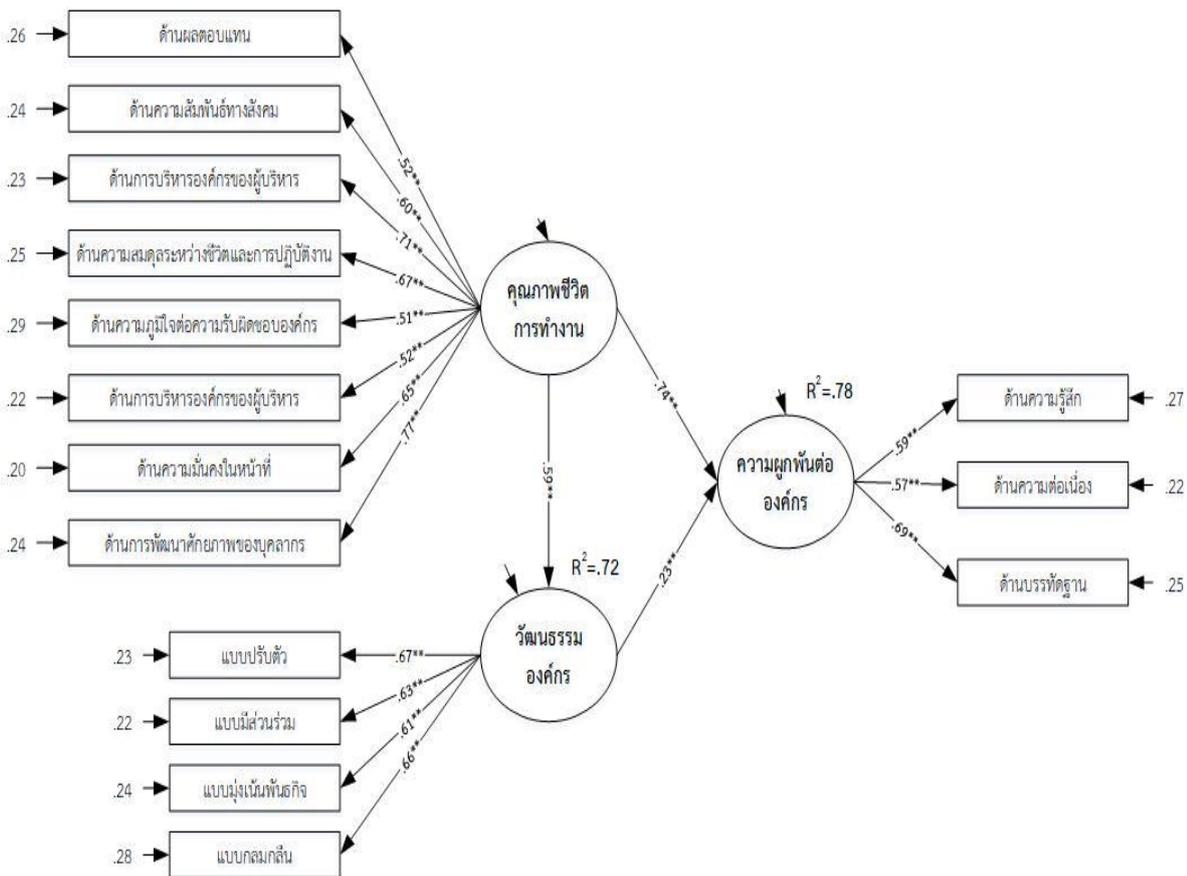
1) โมเดลการวัดคุณภาพชีวิตการทำงาน วัดจากตัวแปรสังเกตได้ 8 ตัวแปร ได้แก่ (1.1) ด้านผลตอบแทน (1.2) ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม (1.3) ด้านการบริหารองค์กรของผู้บริหาร (1.4) ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตและการปฏิบัติงาน (1.5) ด้านความภูมิใจต่อความรับผิดชอบองค์กร (1.6) ด้านความ

ปลอดภัยและเงื่อนไขทางกายภาพในการทำงาน (1.7) ด้านความมั่นคงในหน้าที่ และ (1.8) ด้านการพัฒนา ศักยภาพของบุคลากร

2) โมเดลการวัดวัฒนธรรมองค์กร วัดจากตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ได้แก่ (2.1) แบบปรับตัว (2.2) แบบมีส่วนร่วม (2.3) แบบมุ่งเน้นพันธกิจ และ (2.4) แบบกลมกลืน และ

3) โมเดลการวัดความผูกพันต่อองค์กร วัดจากตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ได้แก่ (3.1) ด้านความรู้สึก (3.2) ด้านการคงอยู่ และ (3.3) ด้านบรรทัดฐาน

2. ตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัด ได้ค่า Chi-square=55.28, df=42, p-value=.08, GFI=.98, AGF=.98, CFI=1.00, IFI=1.00, NFI=1.00, RMSEA=.02, RMR=.00, SRMR=.01 ค่าสัมประสิทธิ์ การทำนายของตัวแปรตามคือ ตัวแปรความผูกพันต่อองค์กรได้ร้อยละ 78 ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อ ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร ได้แก่ คุณภาพชีวิตการทำงาน และวัฒนธรรมองค์กร ดังแสดงในผลการ ตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลตามสมมติฐาน



แผนภาพที่ 2 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อ ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ (โมเดลหลังปรับ)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลตามสมมติฐาน (N=210)

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล					
	วัฒนธรรมองค์กร			ความผูกพันต่อองค์กร		
	TE	DE	IE	TE	DE	IE
คุณภาพชีวิตการทำงาน	.59** (.12)	.59** (.12)	-	.87** (.20)	.74** (.16)	.79** (.18)
ความผูกพันต่อองค์กร	.23** (.10)	.23** (.10)	-	-	-	-
สัมประสิทธิ์การทำนาย (R ²)	.72			.78		

Chi-square=55.28, df=42, p-value=.08, GFI=.98, AGF=.98, CFI=1.00, IFI=1.00, NFI=1.00, RMSEA=.02, RMR=.00, SRMR=.01

หมายเหตุ: TE = ผลรวมอิทธิพล, DE = อิทธิพลทางตรง, IE = อิทธิพลทางอ้อม, ** P < .01

สำหรับการพิจารณาเส้นทางอิทธิพลของตัวแปรแฝงที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ศึกษาตามลำดับของสมมติฐานในการวิจัยดังนี้

1. วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .23

2. คุณภาพชีวิตการทำงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .74 และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยมีตัวแปรวัฒนธรรมองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่านโดยมีขนาดอิทธิพลโดยรวม เท่ากับ .87

3. คุณภาพชีวิตการทำงานและวัฒนธรรมองค์กร สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพได้ร้อยละ 78

4. คุณภาพชีวิตการทำงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มากกว่าตัวแปรวัฒนธรรมองค์กร

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปและอภิปรายผล

ผู้วิจัยได้นำข้อค้นพบจากการศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์มาร่วมอภิปรายกับผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้

1. โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพที่พัฒนาขึ้น มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า Chi-square=55.28, df=42, p-value=.08, GFI=.98, AGF=.98, CFI=1.00, IFI=1.00, NFI=1.00, RMSEA=.02, RMR=.00, SRMR=.01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉรา ภาณุ ศานต์ และอัศวรัตน์ แสงวิภาค (2565) ทำการศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานและ วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมโรงกลั่นน้ำมันนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง ที่พบว่าตัวแปรคุณภาพชีวิตการทำงาน และวัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของชฎาภรณ์ เพ็ญระ สามารถ อัยการ และ ชาตติชัย อุดมกิจมงคล(2565) ทำการศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร

องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอพรหมานิกม จังหวัดสกลนคร แสดงให้เห็นว่าความผูกพันต่อองค์กร เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่องานและองค์กร เพราะว่าการที่บุคลากรมีความผูกพันต่อ องค์กร คือการที่พนักงานมีความรักและมีความผูกพันทางจิตใจต่อองค์กร ต้องการดำรงอยู่กับองค์กรในระยะ ยาว ตลอดจนปฏิบัติตนให้เหมาะสม และรักษาจรรยาบรรณตามที่องค์กรได้กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด (สรสุดา แก่นจันทร์, 2561) ซึ่งการสร้างคุณภาพชีวิตการทำงานเป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญมากนำไปสู่ ประสิทธิภาพของงานและการบรรลุเป้าหมายขององค์กร หากองค์กรทุกองค์กรคำนึงถึงการสร้างคุณภาพชีวิต การทำงานที่ดีแล้วย่อมจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศอีกด้วย (ผจญ เฉลิมสาร, 2557) และ วัฒนธรรมองค์กรยังมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาความรู้สึกของบุคลากรให้เกิดความผูกพันและเสียสละ ให้กับองค์กรวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานจะทำให้พนักงานรู้สึกว่าพวกเขาเป็นส่วนหนึ่งของ องค์กรพร้อมที่จะทุ่มเทกำลังกายกำลังใจให้กับองค์กรอย่างเต็มที่ปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กรนั้นตลอดไป

2. คุณภาพชีวิตการทำงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสาย สนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .74 สอดคล้องกับ งานวิจัยของ สุริมา เกิดสุข และดวงพร พุทธวงศ์ (2564) ทำการศึกษาปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุนและคุณภาพ ชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานมีผลทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Anggitaning, Saptu and Sudja (2022); Sumarsi, and Rizal, (2022); Astuti and Soliha (2021); จิรา ภรณ์ สอนดี และ อภิสิริ ตั้งเกียรติศิลป์ (2564) ที่พบว่าคุณภาพชีวิตการทำงานมีความสัมพันธ์กับความความ ผูกพันต่อองค์กร และสอดคล้องกับ Kodikal and Rahman (2016) ที่ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพชีวิตการ ทำงานที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรมการผลิต พบว่า กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากร มนุษย์ในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตการทำงานเป็นสิ่งที่ทำให้ความผูกพันต่อองค์กรดีขึ้น และมีอิทธิพล ทางอ้อมเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยมีตัวแปรวัฒนธรรมองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่านโดยมีขนาดอิทธิพลโดยรวม เท่ากับ .87 ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของอัจฉรา ภาณุสานต์ และอัศวรัตน์ แสงวิภาค (2565) ทำการศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานและ วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมโรงกลั่นน้ำมัน นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง พบว่าคุณภาพชีวิตการทำงานมีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมองค์กร สอดคล้องกับ งานวิจัยของ Aminizadeh et al. (2022); Astuti and Soliha (2021); Natasya and Awaluddin (2021); ชฎาภรณ์ เพ็ญระ สามารถ อัยการ และ ชาตติชัย อุดมกิจมงคล (2565) ซึ่งหลายองค์การในปัจจุบันต่างให้ ความสำคัญกับการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับบุคลากรเพื่อให้ บุคลากรทำงานอยู่ร่วมกับองค์กรให้นานที่สุด รวมทั้งเป็นการดึงดูดให้บุคคลภายนอกอยากเข้ามาร่วมงานกับองค์กร องค์กรที่น่าอยู่และบุคลากรมีความสุข ในการทำงาน นั่นคือ การมีวัฒนธรรมองค์กรที่ดีจะส่งผลโดยตรงต่ออัตราการลาออกของพนักงาน (Turnover Rate) ประสิทธิภาพการทำงาน (Performance) ผลประกอบการ (Business Profits) และแม้กระทั่งความพึง พอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) (กิตติยา วงศ์เป็ยัสัจจ, 2564) องค์กรประกอบทั้งหมดนี้จะนำพา องค์กรพัฒนา ไปในทางที่ดีขึ้น วัฒนธรรมองค์กรของแต่ละองค์กรจะมีรูปแบบกิจกรรม ประเพณี ความเชื่อ รวมทั้งพฤติกรรมต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งแต่ละองค์กรจะมีรูปแบบวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ของ ตนเองในด้านการบริหาร วัฒนธรรมขององค์กรจะมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร คุณภาพของงาน รวมทั้งยังมีต่อคุณภาพชีวิตการทำงานและความเป็นอยู่ของพนักงานในองค์กร ดังนั้นองค์กร

ต่าง ๆ จึงมีการสร้างและแสวงหาวัฒนธรรมที่มีความเหมาะสมกับองค์การ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานและสามารถขับเคลื่อนองค์การให้ก้าวหน้าสู่ความสำเร็จ

3. วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .23 สอดคล้องกับงานวิจัยของงานวิจัยของ Aranki, Suifan and Sweis (2019) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรและความผูกพันต่อองค์กรของบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในประเทศจอร์แดน ที่พบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์ทางตรงเชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jufrizen et al., (2021); Sarhan et al., (2020); อัจฉรา ภาณุศานต์ และอัครวรรณ์ แสงวิภาค (2565); ชญาภรณ์ เพี้ยยุระ สามารถ อัยการ และ ชาตติชัย อุดมกิจมงคล (2565). ที่พบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์ทางตรงเชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กร และสอดคล้องกับ ยงยุทธ รักษาพล สุมาลี รามันภู และ ธัญนันท์ บุญอยู่ (2565) ได้ศึกษาความผูกพันในองค์กรในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงวัฒนธรรมองค์กรและการบริการทรัพยากรมนุษย์สู่ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง พบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์ทางตรงเชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ซึ่งจากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า พนักงานให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งลักษณะวัฒนธรรมองค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลง มีความพร้อมที่จะเสี่ยงเรียนรู้จากความผิดพลาดในอดีต อีกทั้งยังสามารถที่จะใช้ประสบการณ์ที่ผ่านมาเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงต่อองค์กร อีกทั้งยังเป็นองค์กรที่มีลักษณะวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างศักยภาพในการพัฒนาความสามารถของพนักงานในทุกระดับขององค์กร ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความขยันมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงานและทำให้พนักงานรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร โดยจะเห็นได้ว่าองค์กรนั้นได้มีการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมกับองค์กรในหลาย ๆ ด้าน จึงทำให้พนักงานค่อนข้างมีความผูกพันต่อองค์กรเป็นอย่างมาก

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1) บุคลากรมหาวิทยาลัยสายสนับสนุนมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการปฏิบัติงานต่าง ๆ ขององค์กร ดังนั้นเมื่อมีการบรรจุเข้าทำงานควรมีการปฐมนิเทศให้ความรู้ และสร้างความเข้าใจกับบริบทขององค์กร เช่น ระบบการบริหารจัดการ ภาวะผู้นำ รวมทั้งขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานก่อให้เกิดความพึงพอใจในงาน

2) ผู้บริหารควรนำผลการวิจัยไปใช้ปรับปรุงกระบวนการบริหารด้านต่าง ๆ เช่น นโยบายและการบริหาร ลักษณะงานและปริมาณงาน ความก้าวหน้าในการทำงาน รวมทั้งสร้างกลไกการส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างบุคลากรในองค์กรกับผู้บริหาร

3) ผู้บริหารควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการสร้างความผูกพันต่อองค์กร เช่น สร้างความรู้สึกให้กับบุคลากรว่าตนเองมีส่วนร่วมในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรให้มีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายและวิธีการทำงานในหน้าที่ของตนเอง

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1) ผลการวิจัยในครั้งนี พบว่าตัวแปรคุณภาพชีวิตการทำงานและวัฒนธรรมองค์กร สามารถร่วมกันอธิบายความผูกพันต่อองค์กร ได้ร้อยละ 78 ในการศึกษาครั้งนี้ จึงควรจะมีการศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้โครงสร้างมหาวิทยาลัย แรงจูงใจที่เอื้อต่อการทำงาน เป็นต้น

2) เนื่องจากจำนวนตัวอย่างที่ศึกษาจำกัดเฉพาะบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพเท่านั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น และศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่ง หรือในสถาบันการศึกษาอื่น ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการนำผลการวิจัยไปใช้ในการหาแนวทางพัฒนาให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละสถาบัน

เอกสารอ้างอิง

- กิตติยา วงศ์เปี้ยสังข์. (2564). **วัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากร บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (สำนักงานใหญ่)**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขารัฐประศาสนศาสตร์ และบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จิราภรณ์ สอนดี และ อภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์ (2564). **คุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานมหาวิทยาลัย สาย วิชาการมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. Pathumthani University Academic Journal, 13(2), 559-572.**
- ชฎาภรณ์ เพี้ยยุระ สามารถ อัยการ และ ชชาติชัย อุดมกิจมงคล. (2565). **คุณภาพชีวิตในการทำงานและวัฒนธรรม องค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอพรหมานิมม จังหวัดสกลนคร. วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ, 2(5), 75-96.**
- ชไมพร กาญจนกิจสกุล. (2555). **ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์**. ตาก: โพรเจ็คท์ ไฟฟ์-โพร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). **วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1.**(พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ผจญ เฉลิมสาร. (2557). **ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุน และคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของ ผู้ปฏิบัติงานในองค์กร กรณีศึกษาการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.**
- มณฑิตา ศรีนคร. (2563). **ผลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กรและความผูกพันยึดมั่นในงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ยานยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี. วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์, 15(1), 120-133.**
- ยงยุทธ รักษาพล สุมาลี รามัญ และ ธีรวัฒน์ บุญอยู่. (2565). **ความผูกพันในองค์กรในฐานะตัวแปรคัน กลางที่เชื่อมโยงวัฒนธรรมองค์กรและการบริการทรัพยากรมนุษย์สู่ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานใน บริษัทอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง. วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์ และ สังคมศาสตร์, 8(1), 31-46.**
- สรสุดา แก่นจันทร์. (2561). **การรับรู้บรรยากาศองค์กร ความผูกพัน ความพึงพอใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษากลุ่มใหม่ในเขต กรุงเทพฯและ ปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.**
- สุริมา เกิดสุข และดวงพร พุทธรังค์. (2564). **ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุน และ คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. UMT-POLY Journal, 18(1), 333-344.**

- อัจฉรา ภาณุสถานต์ และอัครวรรณ์ แสงวิภาค (2565). คุณภาพชีวิตในการทำงานและ วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมโรงกลั่นน้ำมันนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง. **University of the Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Sciences**, 42(1), 132-149.
- Allen, N. and Meyer, J. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization. **The Journal of Occupational Psychology**, 63 (1), 1-18.
- Aminizadeh, M., Saberinia, A., Salahi, S., Sarhadi, M., Jangipour Afshar, P., and Sheikhbardsiri, H. (2022). Quality of working life and organizational commitment of Iranian pre-hospital paramedic employees during the 2019 novel coronavirus outbreak. **International Journal of Healthcare Management**, 15(1), 36-44.
- Anggitaning, K. Y. A., Sapta, I. K. S., and Sudja, N. (2022). The effect of work motivation and quality of work life on organizational commitment and performance of employees at the department of industry and trade in Bali Province. **Economist Journal: Scientific Journal of Accountancy, Management and Finance**, 2(3), 182-196.
- Aranki, D. H., Suifan, T. S., and Sweis, R. J. (2019). The relationship between organizational culture and organizational commitment. **Modern Applied Science**, 13(4), 137-154.
- Astuti, J. P., and Soliha, E. (2021). The effect of quality of work life and organizational commitment on performance with moderation of organizational culture: study on public health center Puskesmas in Gabus district. **International Journal of Social and Management Studies**, 2(6), 89-99.
- Das, B. L., and Baruah, M. (2013). Employee retention: A review of literature. **IOSR Journal of Business and Management**, 14(2), 8-16.
- Desion, D. R., Haaland, S., and Goelzer, P. (2004). Corporate culture and organizational effectiveness: Is Asia different from the rest of the World. **Organizational Dynamics**, 33(1), 98-109.
- Hair, J.F., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R. E. (2014). **Multivariate data analysis a global perspective** (7th ed.). New Jersey: Prentice-Hall International.
- Jufrizen, J., Mukmin, M., Nurmala, D., and Jasin, H. (2021). Effect of moderation of work motivation on the influence of organizational culture on organizational commitment and employee performance. **International Journal of Business Economics (IJBE)**, 2(2), 86-98.
- Kandasamy, I., and Ancheri, S. (2009). Hotel employees' expectations of quality of work: A qualitative study. **International Journal of Hospitality Management**, 28, 328-337.
- Kodikal, R., and Rahman, H. U. (2016). Influence of quality of work life on organizational commitment amongst employees in manufacturing sector. **International Journal in Multidisciplinary and Academic Research**, 5(5), 1-30.

- Madden, T. J. and Dillon, W. R. (1982). Causal analysis and latent class models: An application to a communication hierarchy of effects model. **Journal of Marketing Research**, **19**, 472-490.
- Natasya, N. S., and Awaluddin, R. (2021). The Effect of Quality of Work Life, Organizational Culture and Job Satisfaction on Employee Engagement. **Bina Bangsa International Journal Of Business And Management**, **1**(2), 158–165.
- Rovinelli, R., and Hambleton, R. K. (1976). **On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity**. Washington, D.C. : ERIC.
- Sarhan, N., Harb, A., Shrafat, F., and Alhusban, M. (2020). The effect of organizational culture on the organizational commitment: Evidence from hotel industry. **Management Science Letters**, **10**(1), 183-196.
- Sumarsi, S., and Rizal, A. (2022). The effect of competence and quality of work life on organizational citizenship behavior (OCB) with organizational commitment mediation. **International Journal of Social and Management Studies (IJOSMAS)**, **2**(6), 69-88.
- Walton, R. E. (1973). Quality of working life: what is it. **Sloan management review**, **15**(1), 11-21.

Factors Affecting the Competitive Advantages and Performance of Thai
Construction Industry Organizations
ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานขององค์กร
อุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างในประเทศไทย

ณัฐสุภรณ์ สมณา*
(Nuttsuporn Somna)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารอบแนวคิด ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานขององค์กรอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างในประเทศไทย ผู้วิจัยใช้การทบทวนเอกสารงานวิจัย และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพื่อยืนยันกรอบแนวความคิด

ผลการวิจัยพบว่า

- 1) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และการจัดการนวัตกรรม ส่งผลต่อทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างในประเทศไทย
- 2) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การจัดการนวัตกรรม ส่งผลต่อทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง และ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน จะส่งผลทางตรงต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างในประเทศไทย

คำสำคัญ: ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผลการดำเนินงาน อุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 10900
Doctor of Business Administration students Sripatum University, 10900
Corresponding author: annn.acc365@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to develop a conceptual framework. Factors Affecting the Competitive Advantages and Performance of Thai Construction Industry Organizations Researchers used the review of research papers and the relationship between variables to confirm the conceptual framework.

Research findings.

1) Human resource management, Transformational Leadership and innovation management directly affect the competitive advantage of Thailand's construction industry

2) Human resource management, Transformational Leadership and innovation management indirectly affect the performance of the construction industry. Competitive advantage will directly affect the performance of Thailand's construction industry.

Keywords: Competitive advantage, Performance, Construction industry.

Article history:

Received 8 March 2023

Revised 16 April 2023

Accepted 17 April 2023

SIMILARITY INDEX = 0.89 %

1. Introduction

Today, organizations in the business sector face environmental uncertainty. Actions, including extreme continuous change and more complex competition All business sectors are affected by this change, especially globalization. Thailand's economic crisis Enterprises in all departments need to adjust their business strategies to survive.

The construction industry is an integral part of national development, and income generation connects the entire manufacturing industry (for example. Construction materials, equipment, machinery, etc.) Transportation, energy, and financial banks including employment. From 2015 to 2022, there were about 400000 jobs, especially the shortage of Thai labor in the construction industry. This has led to the need for foreign workers and the shortage of skilled workers, followed by the problem of attracting and robbing workers, including professionals. For example, engineers, architects, foremen, etc. Construction operators need to carefully manage human resources to have enough potential to wait. Support the highly competitive business (Panitanwong, Boonyasopon Wisuttipaet and Roopsing 2020, 353) However, due to the current turbulent situation, construction contractors are facing fierce competition from domestic contractors. And spread to borderless competition with external contractors. Technological development will change rapidly and will have a significant impact on the social life and economic activities of the country. (Boonyu and Panyaprasit 2019, 82-83) In the era of globalization, architecture is one of the industries that hurt the environment, and society to reduce the impact. Therefore, the contractor must develop sustainable construction for the economic survival of the organization. Today, the organization relies on adaptation to cope with changes in future events to survive. Therefore, contractors need to find competitive advantages (Kaewjunant and Pongpeng, 2020)

The construction industry faces challenges in creating good performance. To support or maintain the business and enable it to adhere to good management, a good organization will bring good projects and efficiency. In today's industry, finding competitiveness to create competitive advantage is a challenge In the 1980s, competitiveness was closely concern by practitioners and researchers from all walks of life. In the construction industry, many competitiveness achievements have been released (Flanagan, Lu, Shen, and Jewell, 2007).

In the study, the impact of competitive advantage on the performance of the construction industry has been confirmed. For example, Boonyu and Panyaprasit (2019) proposed that competitive advantage directly affects the performance of an organization. In the statistical sense of 0.01, Kaewjunant and Pongpeng (2020) suggested that: Therefore, the contractor needs to find advantages to increase the chances of winning the bid. Abidin, Adros, and Hassan (2014) investigated the competitive strategy and efficiency of the construction industry. Found in Malaysia. The competitiveness of the construction industry is affected by the number of newcomers, the strength of competitors, customer expectations, and difficulties. However, the country's economic situation has also affected the stability of the

industry and made it competitive. The research of Kaewnaknaw, Siripathanakul, Phayachrom, and Limna (2022) Construction companies: The case study of the Bangkok business analysis model also gives the same results.

It can be concluded that the construction industry lacks good management and cannot produce valuable returns or achieve the goals set by the company. The modern risk is the loss and failure of the project, which will lead to the focus of this study: Factors Affecting the Competitive Advantages and Performance of Thai Construction Industry Organizations Sustainable Development Organization It is beneficial for interested people and researchers to further study and analyze the data of the industry.

Research objective

To develop the conceptual framework. Factors Affecting the Competitive Advantages and Performance of Thai Construction Industry Organizations.

2. Literature review

Competitive advantages of the construction industry

The concept of competitive advantage in this study is consistent with the theory of resource dependence. And the organization development theory under the change of various factors is the variable caused by various factors. "A place that will inevitably lead to the variation of the results," supported by Roger (2003), put forward the innovative communication theory. Therefore, it applies to national, industrial, and organizational development, as well as Davao, the mayor, and Hera (2011) explained that competitiveness is divided into three levels: organization, industry, and country. The definition of national competitiveness is a macroeconomic variable based on exchange rate indicators. The proportion of the country's exports in the global market and the competitiveness of microeconomics are defined by income and living standard indicators. Cooper's view (2005) the development of organizational competitiveness or competitive advantage reflects the results of the country's industrial groups. And contributed to the success of that country.

Porter's view (2005). focuses on emphasizing competitive advantage at the organizational level. From the marketing perspective of the organization's products or products, it is used to formulate important strategies, including:

1. Cost leadership strategy of three elements: efficiency, efficiency, and productivity.
2. The characteristic of the differentiation strategy is to create value. Products and services of organizations that differentiate or outperform competitors in the same way. Creating a response to consumers exceeds the maximum demand or expectation.
3. The focus strategy is tailored according to the choice. Market position in terms of product quality and the price difference.

Competitive advantage refers to the ability of an organization to surpass other competitors. To produce the right products or services by correctly meeting customer satisfaction. In the construction industry, the following factors have been studied:

Tan and Shen (2011) Evaluation method for the competitiveness of construction contractors in Hong Kong Internal analysis helps customers choose the right contractor

Orozco Serpell and Molenarr (2011) jointly studied competitiveness using factors and indexes of Chilean construction companies. Internal factors include leadership, training, and innovation, and external factors include regulation, the number of competitors, and interest rates. And indexes that help analyze competitiveness to help determine the competitiveness of the company.

Nurira Malahayati and Mahmuddin (2018) said that competitiveness is the ability of a company to compete with its competitor's Competitive strategy and competitive advantage

Samee and Pongpeng (2016) studied the structural equation model of construction equipment selection and contractor competitive advantage. Competitive advantages include four factors: financial stability, technical ability, and bidding opportunities. And image and reputation.

From the literature review that the industry competitive advantage of the construction contractor business lies in conducting external evaluation of competitors, and use the personnel in the organization to find the most appropriate strategy in each case, and developing from the inside. Prepare for the organization by training the personnel in the organization to be ready at any time.

Enterprise performance concept

Performance is very important to the organization because it is an indicator to measure whether the organization's operation is in line with its goals or objectives. Or whether the work is carried out effectively (Funda Ozer and Cihan Tinaztepe, 2014; Ngamkham, 2014), which was measured in the past. The operation will focus on financial measurement, but the current measurement of financial and non-financial performance is as follows: (1) Financial performance, such as profit, return on assets, return on investment, etc. (2) Marketing performance, such as sales, market share, etc.; and (3) organizational performance. e. g. Shareholder return, economic added value, etc. (Muiruri, 2016; Sulong and Laeheem, 2015) the main goal of organizational performance management is to create competitive advantages. The management must plan and implement as planned to achieve the organization's objectives (Tavisaprakit, 2015)

For the concept of the balanced scorecard, the measurement standards used by enterprises (Mio, Costantini, and Panfilo, 2022) Business sector applied to business and financial services (BFS) Similar to commercial organizations that generally aim at a profit, there are four views: (1) financial view. This view focuses on the effective use of resources to support

the strategic objectives of the business sector (2) stakeholder views. The stakeholder perspective is a perspective that focuses on attracting talented customers (3) Internal business perspective. (Internal business perspective) is a view that focuses on supporting the business sector to achieve its objectives; (4) An organizational development perspective focuses on the continuous development and improvement of business units (Kaplan, 2009)

Human resource management

Wickham (2019) said: "How to implement sustainable human resource management practices and find customer responses to generate satisfaction is very important." Through the participation of internal personnel, research shows that innovation and customer satisfaction depend on practice. Sustainable human resources reflect that the organization needs human resources practice to achieve customer satisfaction. In particular, improve the ability of personnel to achieve sustainable capacity building in the organization. Some organizations have less innovation but found that Strong because human resource practices are sustainable and can retain customers. It is also equal to innovation management, which can be said to be innovation and practice. Sustainable human resources can replace each other and enhance the power of customer satisfaction.

The perspective of Ren and Jackson (2019) shows that in the context of organizational change, organizational sustainability is a challenge to human resources management. (Change management) is challenging in solving conflict problems and obstacles the natural clarity of the scope of responsibility leads to changes in human resources. Talent human capital, also known as talent. Human resource management is the agent of change in communication transformation. It is from top to bottom, from inside to outside, from outside, from bottom to top - to influence the work process to promote sustainable competitive advantage.

From the perspective of Cotes and Ugarte (2021), the concept of human resource management process. The new development and training route is to improve the link between training and necessary development. Rank the needs of enterprises to achieve performance objectives. Chams and Garcia Bland ó n (2019) the importance of human resources management has led to a change in sustainable development goals. Policy assessment and the guidelines approved and supported by the industrial sector under this project emphasize improvement and financial results, thus promoting economic development. Environment, performance, profitability, new organizational goals, personalization, gap analysis, and Ability to create sustainable management of future potential; Components of human resources management indicators.

Simsit, Vayvay and Ozturk (2014). The strategy and planning under the vision are crucial to the innovation management process and support the collection of data and technology. (Big data and information) Various abilities of employees to create participation, awareness, and communication through employee processes. And teamwork.

Wickham (2019) said that innovation must be based on sustainable human resource practices. Customer satisfaction is caused by the following factors: Improve employees' abilities in all aspects to improve their potential. It can be said that the organization can organize human capital, which is an asset for creating management. How to achieve innovation and sustainable competitive advantage in the same business? Some scholars believe that sustainable and sustainable human resources management can create competitive advantages for the organization and also create innovation.

Ren and Jackson (2019) found that senior management representatives of organizations with clear direction and cooperation with human resources management departments (Change agents) communicate within the organization in a top-down, internal and external, and, bottom-up way. Make the operation process of the organization effective and help to promote competitive advantage sustainably.

Cotes and Ugarte (2021) found that institutions responsible for human resources management need to focus on improving performance. By looking at the necessary training and development, and sorting the needs to achieve performance objectives. Before enterprises need to achieve human resource management results, they need to start by formulating human resource management policies. Analyze training gaps and solve problems by using personal personnel database as information. Related to the operation within the specified time.

Transformational Leadership

the Transformational Leadership theory a new leadership theory or a new paradigm? Leadership is widely used to describe the process of influence at the micro level. Between leaders and followers, from individual to the macro level (macro level), and between leaders and personnel of the whole organization (Bass, 1985). The theory of leadership change focuses on In this era, leaders must have a vision. Be able to translate the vision into reality and put it into practice, and communicate with followers who are willing to follow. Realize the vision of defining the attributes of leaders, that is, lead by example and inspire. Motivation: encourage initiative and personal consideration.

Bass and Riggio (2006) are based on the development of leadership concepts, and changes in Bass and Avolio, 1994, leadership behavior. "Change" refers to the behavior of leaders to motivate and motivate followers to achieve higher goals. It includes four elements: 1) Is ideological influence (II) that leaders act by example or by respected model? Trust followers. 2) Inspiration (IM) is when leaders act in a way that inspires followers. Through the establishment of internal incentives, leaders can stimulate the team spirit, make it full of vitality, and develop their attachment to long-term goals. 3) Road incentives. Intelligence (IS) refers to the behavior of leaders that stimulates followers to realize problems. Various events in the organization have led followers to find new ways to solve problems. 4) Personalization

considerations; IC). This is a behavioral relationship involving individuals as leaders to take care of their followers and make them speak with value. Consider interpersonal differences;

Yaghoubi, Mahallati, Moghadam, and Fallah (2014) have been researching to find the impact path of transformational leadership on creativity. Organizational knowledge through the development of leadership elements, the transformation from leadership theory, and the transformation of Bass and Avorio (1994) Among managers and managers, senior managers infer that change leaders should be visionary and visionary must have challenges. Guess, make a difference. Leaders should communicate their vision, set goals, and work towards them, including promoting teamwork. It consists of five elements:

1) Ideological influence means that leaders have influence and confidence. Committed to the ideal of achieving goals, considering the interests of others and organizations. Have the ability, will, confidence, and firm ideology to consider the consequences in the moral and ethical aspects of decision-making. Let others feel proud to be involved in it, thus generating respect.

2) Inspiration refers to the work in that leaders inspire and challenge followers. Express enthusiasm by creating positive attitudes and positive ideas. You must show confidence in your work goals. Motivate the team and followers. Communicate. Create positive attitudes and ideas. Set standards and guidelines. It can guide the organization to achieve the goal of maximum benefit.

3) Intellectual stimulation refers to leaders urging followers to be aware of various problems in the organization. Make followers need to find new solutions to solve problems in the organization. Find better conclusions. Create new and Innovate, innovate, and encourage followers to try new solutions. Cultivate the ability and awareness of self-solving problems and interaction among members.

4) Personalized consideration means that leaders understand followers and take care of individual followers. Encourage followers to feel a careful leader, and pay special attention to the needs of followers, to achieve achievements and personal growth. Leaders will develop the potential of followers and colleagues, provide support, take personal differences into account, and teach and guide followers' success.

5) Vision interpretation means that leaders have a clear vision of the future and an understanding of the mission. The final goal, which can explain the desired future and show how to achieve that future, is targeted and determined. Achieving that goal includes making colleagues feel trust and acceptance.

Innovation management

Innovation is the core process of an enterprise. It is the core of its survival and development (Chesbrough, 2003) Innovation is also important for enhancing competitiveness. Innovation is related to the invention. But the invention is a discovery, a new knowledge that

no one has invented or discovered before. This may not be used economically, but innovation will be the practical application of new knowledge or discoveries. It may be in the form of technology or other than technology (Luangpirom, 2014). Innovation does not only mean products or there are only new inventions, but innovation means products, inventions, services, production processes, and organizational structures. Management, financial management, business, marketing, or other this is new or significantly improved and can be used for commercial and public purposes (Ministry of Higher Education) Science, Research and Innovation, 2019)

At present, both the public and private sectors attach importance to innovation. There is new innovative competition in the organization to show the ability to think and invent new things and satisfy customers or users. Therefore, organizations try to innovate in the organization through different methods and processes, which depend on many factors. The innovation process is called "innovation management" (Namburi, 2013)

Longnick-Hall et al. (2009) said that innovation management refers to the management process of putting various innovations into practice, innovation. There are four key management processes: (1) acquisition and (2) execution. (3) Introduction and (4) maintenance.

Tidd & Bessant (2014) defined innovation management as organizational innovation management. Promote the development of innovative ideas in the organization by exchanging members' knowledge within the organization. And impart knowledge of the creativity of creating new products, services, and workflow. This includes mechanisms to support the monitoring of the operation of innovation systems with the appropriate application of innovation management knowledge.

Tidd and Bessant (2018) divided the innovation management process into four stages:

(1) Search is an opportunity for innovation; (2) choose the content and reason for innovation; (3) application. (Implementation) how to realize innovation, and (4) how ownership benefits from innovation.

Mokekhaow (2016) summarized the five steps of the innovation management process:

1) The senior management of the organization is the key person responsible for formulating the strategy. Develop a strategic plan and communicate the strategy to subordinates throughout the organization. The innovation management strategy of the organization department must conform to the main strategy of the organization. The development of a clear strategy will help the management and operation staff share a common vision. It can lead the strategy to a specific implementation.

2) Innovation process management Enterprise executives must formulate steps to create innovation to help executives and practitioners have the ability to develop ideas. Efficiency, from putting forward new ideas, exchanging ideas, screening ideas, testing ideas, and innovating ideas. And demonstrate innovation to users. Track and evaluate the success

of innovation. Learn and improve the innovation process. And properly manage innovation resources and promote the efficient use of innovation resources.

3) Manage an innovative organization. Organizational managers must have the qualities they show. Leadership can lead to better changes in the organization. By showing creativity and inventing new methods or working methods, the organizational structure is as follows: It is conducive to innovation, flexibility, and flexibility, and provides opportunities for horizontal and vertical coordination. A structure that enables innovation managers and teams to make decisions quickly.

4) External contact management is the connection between the organization and external organizations, technical environment, marketing, and economy. Social, cultural, and other environments that affect the innovation process you can manage the relationship with external organizations by establishing a good relationship with suppliers. (Supplier), subcontractors, schools, and organization user representatives, including the operation procedures for providing opportunities for customers and suppliers. Other organizations or institutions have the opportunity to innovate together.

5) Knowledge management process management. Systematic knowledge management will help Organizations can effectively manage existing knowledge within the organization and create new knowledge, especially deep knowledge. Tacit knowledge is hidden among people with knowledge, ability, and interpersonal relationship structure in the organization, making it difficult to find. Therefore, we must systematically manage the learning process by finding knowledge, creating knowledge, and managing knowledge. Create a system for acquiring and exchanging knowledge by processing and screening knowledge. There is a system for reviewing objectives at every step of the innovation process. There is an opportunity to exchange experiences with various institutions to create opportunities. Learn and improve the innovation process to achieve sustainable success.

3. Methodology

The researcher did a literature review. both from academic books, articles on reliable websites, and articles from academic journals and research both domestically and internationally to find the correspondence of influences between variables for develop a conceptual framework Causal Factors Affecting Competitive Advantage and Performance of Construction Industry Organizations in Thailand To summarize the results of the research as follows.

4. Results

Research shows that human resource management, Transformational Leadership, and innovation management Directly affects the competitive advantage of Thailand's construction industry, such to Farida Ma (2021) This paper studies the human resource management that

affects the competitive advantage of the hotel business. Human resource management and strategic management process have a positive impact on the competitive advantage of small hotels. Research by Chan, Shaffer, and Snape (2004). Thematic research searching for sustainable competitive advantage: the impact of organizational culture, competitive strategy, and human resources Human resource management practices have no significant impact on performance. However, corporate culture can become a valuable resource for company operations.

Jushaisong and Niruttikul (2021). A structural equilibrium model of factors. Affecting the competitive advantages of auto parts manufacturers in the Eastern Economic Corridor Transformative leadership will indirectly affect competitive advantage, and the research of Chen, Li, and Wang (2020) Comprehensive quality management and sustainable competitive advantage: serial media for transformation leadership and management The conclusion of competence is that leadership, change, and management is a mechanism (process). Promote and coordinate internal and external factors, so that the organization has a sustainable competitive advantage.

Chonwattana and Laohavichen (2022) studied the relationship between total quality management, Innovation, competitive advantage, and organizational sustainability of Thai manufacturing companies. Innovation has a positive and direct impact on the competitive advantage and sustainability of the organization. Udriya, Tham and Azam (2019). Impact of market positioning and innovation on textile competitive advantage and business performance Small and medium-sized enterprises. Research findings: Market direction and innovation also directly or indirectly affect business performance through competitive advantage.

Sankhantiviroj and Ramanust (2021) studied the impact of competitive advantage and entrepreneurial ability. Impact on the performance of construction business operators in Bangkok and its surrounding areas Competitive advantage is an intermediate variable that links the entrepreneur's ability and results. Lestari et al. (2020) reported the performance of contractors in Bangkok and its surrounding areas. The study found that entrepreneurs have both positive and significant impacts on the performance of SMEs through competitive advantage. And innovation management.

5. Discussion

The research results enable researchers to develop the following research framework:

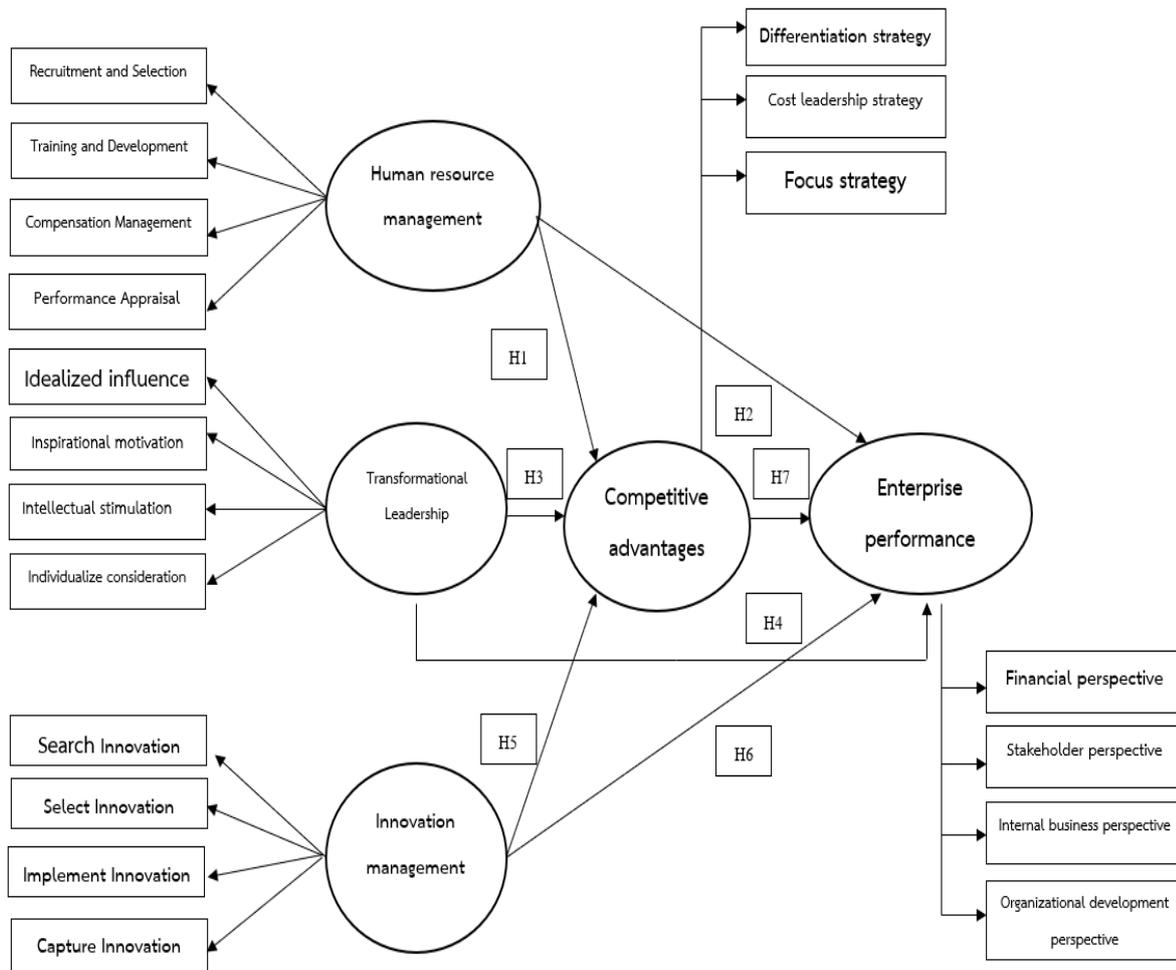


Figure 1: A research framework

5.1 Suggestion

1. The literature review shows that competitive advantage will have a significant impact on organizational performance. The construction industry in Thailand needs to develop its organization so that it has a competitive advantage in social change. Create good performance and organizational sustainability.

2. Human resource management, Transformational Leadership, and innovation management are all important factors that directly affect the competitive advantage of Thailand's construction industry. Improving employee well-being through appropriate leadership and innovative management will have a positive impact on the organization.

5.2 Suggestions for further research

1. Such research is in the early stages of the study. The researcher will further develop it by creating tools to collect data for further quantitative research.

2. It will be more intense if, after the study by doing quantitative research, the results will be verified by conducting qualitative research with operators in the construction industry.

Reference

- Abidin, N. Z., Adros, N. A., and Hassan, H. (2014). Competitive strategy and performance of quantity surveying firms in Malaysia. **Journal of Construction in developing countries**, **19**(2), 15-32.
- Bass, B. M. (1985). **Leadership and performance beyond expectations**: Collier Macmillan.
- Bass, B. M., and Avolio, B. J. (1994). **Improve organizational effectiveness through leadership**. London: Sage.
- Bass, B. M., and Riggio, R. E. (2006). **Transformational Leadership**. Mahwah, NJ: L. I Lawrence Erlbaum.
- Boonyu,T and Panyaprasit, W. (2019). The Effect of Competitive Advantage on Core Competence and Organizational Performance of Thailand's Construction Business. **Journal of Humanities and Social Sciences of Southeast Asian University**. **3** (2). 81-90. [in Thai]
- Chams, N., and García-Blandón, J. (2019). On the importance of sustainable human resource management for the adoption of sustainable development goals. **Resources, Conservation and Recycling**, **141**, 109–122.
- Chan, L. L., Shaffer, M. A., and Snape, E. (2004). In search of sustained competitive advantage: the impact of organizational culture, competitive strategy and human resource management practices on firm performance. **The International Journal of Human Resource Management**, **15**(1), 17-35.
- Chonwattana,C. and Laohavichien,T. (2022). The Relationship among Total Quality Management, Innovation, Competitive Advantage and Organizational Sustainability of Manufacturing Companies in Thailand. **Burapha Journal of Business Management Burapha University**, **11**(2), 18–41. [in Thai]
- Chen, R., Lee, Y. D., and Wang, C. H. (2020). Total quality management and sustainable competitive advantage: serial mediation of transformational leadership and executive ability. **Total Quality Management and Business Excellence**, **31**(5-6), 451-468.
- Chesbrough, H. (2003). **Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting, from Technology**. Boston: Harvard Business School Press.
- Cotes, J., and Ugarte, S. M. (2021). A systemic and strategic approach for training needs analysis for the International Bank. **Journal of Business Research**, **127**, 464-476.
- Cooper, R. N. (2005). **The political economy of competitiveness**. Retrieved April 20, 2022 from <http://www.nesdb.go.th>

- Davo, N. B., Mayor, M. G., and Hera, L. B. (2011). Empirical analysis of technological innovation capacity and competitiveness in EU-15 countries. **African Journal of Business Management**, 5(14), 5753-5765.
- Farida Ma (2021). The human resource management influence of competitive advantage of hotel operators. **Academic Journal Bangkok thonburi University** 10 (2) 133-146. [in Thai]
- Flanagan, R., Lu, W., Shen, L., and Jewell, C. (2007). Competitiveness in construction: a critical review of research. **Construction management and economics**, 25(9), 989-1000.
- Funda Ozer and Cihan Tinaztepe. (2014). Effect of Strategic Leadership Styles on Firm Performance: A study in a Turkish SME. **Social and Behavioral Sciences**, 150 (2), 778-784.
- Juthaisong ,C. and Niruttikul, N..(2021). The Structural Equation Model of Factors Influencing the Competitive Advantage of Automobile Parts Manufacturers in Eastern Economic Corridor. **Business Review Journal**, 13(2), 237–254 [in Thai]
- Kaewjunant, S and Pongpeng, J. (2020). Factors for Evaluating Building Sustainability of Contractors Affecting Competitive Advantage. **Ladkrabang Engineering Journal**, 37(4). 26–35. [in Thai]
- Kaewnaknaew, C., Siripipatthanakul, S., Phayaphrom, B., and Limna, P. (2022). Modelling of talent management on construction companies' performance: A model of business analytics in Bangkok. **International Journal of Behavioral Analytics**, 2(1).1-17.
- Kaplan, R. S. (2009). Conceptual foundations of the balanced scorecard. **Handbooks of management accounting research**, 3, 1253-1269.
- Lengnick-Hall, M. L., Lengnick-Hall, C. A., Andrade, L., and Drake, B. (2009). Strategic human resource management: **Human Resource Management Review**, 19, 64-85.
- Lestari, S. D., Leon, F. M., Widyastuti, S., Brabo, N. A., and Putra, A. H. P. K. (2020). Antecedents and consequences of innovation and business strategy on performance and competitive advantage of SMEs. **The Journal of Asian Finance, Economics and Business**, 7(6), 365-378.
- Luangpirom, N. (2014). **Innovation Management**. Bangkok: Duangkamol Pub Lease. [in Thai]
- Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation (2019). **Higher Education, Science, Research and Innovation Policy and Strategy 2020-2027 and Science Plan Research and innovation**. Retrieved April 20, 2022 from <https://www.mhesi.go.th/home/index.php/aboutus/stg-policy/930-2563-2570>
- Mio, C., Costantini, A., and Panfilo, S. (2022). Performance measurement tools for sustainable business: A systematic literature review on the sustainability balanced scorecard use. **Corporate social responsibility and environmental management**, 29(2), 367-384.
- Mokekhaow, K. (2016). **Transformational Leadership relationship model Knowledge of innovative management performance in community hospital wards**. Nakhon

- Pathom: Graduate School of Christian University. [in Thai]
- Muiruri, M.S. (2016). **Relationship between Knowledge Management and Organizational Performance: A Case Study of United States International University – Africa.** (Masters of Business Administration). United States International University.
- Namburi, N. (2013). Causal model of factors affecting management ability. Innovations affecting the business performance of the palm oil extraction and refining industry in Thailand. **Minutes of the Third National Graduate Conference of the Art Program of the School of Social Sciences, Kasetsart University.** 1-18. [in Thai]
- Ngamkha, N. (2014). Causality model of management and quality development commitment Operation of private non-profit hospitals in Thailand. **Journal of Public Health and Development, 12** (2), 49-68. [in Thai]
- Nurisra, N. Malahayati and Mahmuddin. (2018). The main factor affecting the competitiveness of Contractor Company. **The 7th AIC-ICMR on Sciences and Engineering**, Article ID 352, pp.012034.
- Orozco, F. Serpell, A. and Molenarr, K. (2011). Competitiveness factors and indexes for construction companies: findings of Chile, **Revista de la Construcción, 10**(1), .91-107.
- Panitanwong, Y. Boonyasopon, T. Wisuttipaet, S. and Roopsing, T. (2020). The Development Model of the Management's Potential in Construction Service Industry for Thailand 4.0. **The Journal of KMUTNB. 30** (2).351-360. [in Thai]
- Porter, M. E. (2005). **The competitive advantage creating and sustaining superior performance.** New York: The Free Press.
- Ren, S., and Jackson, S. E. (2019). HRM institutional entrepreneurship for sustainable business organizations. **Human Resource Management Review, 30**(3), 1-18.
- Rogers, E. M. (2003). **Diffusion of Innovation.** (5th ed.). New York: The Free Press.
- Samee, K. and Pongpe ng, J. (2016). Structural Equation Model for Construction Equipment Selection and Contractor Competitive Advantages, **KSCE Journal of Civil Engineering, 20** (1).77-89.
- Sankhantiviroj, N. and Ramanust, S.. (2021). Influence of Competitive Advantage and Entrepreneur Ability Affecting the Performance of Construction Business Operators in Bangkok and Perimeter. **Journal of Politics, Administration and Law. 13**(2). 253-268.
- Simsit, Z. T., Vayvay, O., and Ozturk, O. (2014). An outline of innovation management process: Building a framework for managers to implement innovation. **Procedia-Social and Behavioral Sciences, 150**, 690-699. doi:10.1016/j.sbspro.2014.09.021
- Sulong, M and Laeheem, K. (2015). Development of a causal relationship model for operations Islamic cooperative in Thailand and test the model invariance between cooperative savings and cooperative service. **AL-HIKMAH. 5**(10). 27-36. [in Thai]
- Tan, Y. and Shen, L.-Y. (2011). A fuzzy approach for assessing contractors' competitiveness, **Engineering, Construction and Architectural Management, 18**, (3).234-247.

- Tavisapakit, P. (2015). **Leadership, knowledge management, innovation management and Technologies that affect the performance of Thai MAI listed companies.** (doctoral dissertation) Ramkhamhaeng University. [in Thai]
- Tidd, J. and Bessant, J. (2014). **Management innovation** (5th ed.). West Sussex: Wiley.
- Tidd, J. and Bessant, J. (2018). **Management innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change** (6th ed). West Sussex: Wiley.
- Udriyah, U., Tham, J., and Azam, S. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs. **Management Science Letters**, *9*(9), 1419-1428.
- Wikhamn, W. (2019). Innovation, sustainable HRM and customer satisfaction. **International Journal of Hospitality Management**, *76*(6), 102-110. doi:10.1016/j.ijhm.2018.04.009
- Yaghoubi, H., Mahallati, T. Moghadam, A. S., and Fallah, M. A. (2014). Transformational Leadership: Enabling Factor of Knowledge Management Practices. **Journal of Management and Sustainability**, *4*(3), 165-74.

การทำงานทางไกลในสถานการณ์ COVID – 19 ขององค์การภาครัฐไทย Telecommuting in the COVID – 19 Pandemic Situation in Thai Public Organizations

กัญญาภัทร ปานหอมยา¹ และ สุวรรณีย์ แสงมหาชัย^{2*}
(Kanyaphatr Panhomya¹ and Suwannee Sangmahachai²)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความพร้อมของการทำงานทางไกลในสถานการณ์วิกฤต COVID -19 ขององค์การภาครัฐไทย และผลของการทำงานทางไกลที่มีต่อผลิตภาพขององค์การและความพึงพอใจในงานของบุคลากรภาครัฐ ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา โดยกำหนดให้สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกรมชลประทาน สังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นกรณีศึกษา ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากหน่วยงานทั้งสองรวมทั้งสิ้น 42 ตัวอย่าง นอกจากนี้ ยังมีการวิจัยเอกสาร การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมอีกด้วย ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัยและการสังเคราะห์ข้ามกรณีศึกษา ผลการศึกษาพบว่า

1) ความพร้อมของการทำงานทางไกลในสถานการณ์วิกฤต COVID - 19 ขององค์การภาครัฐประกอบด้วย (1) ความพร้อมของผู้นำน้องการที่มีความกล้าในการตัดสินใจและมีคุณลักษณะภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (2) ความพร้อมในการปรับเปลี่ยนองค์กร (3) ความพร้อมของบุคลากรในทักษะการทำงานทางไกล (4) ความพร้อมของอุปกรณ์เทคโนโลยีดิจิทัล โปรแกรมการสื่อสารและการเชื่อมต่อที่ปลอดภัย และ (5) ความพร้อมของสถานที่ทำงานทางไกล

2) ความพร้อมของการทำงานทางไกลส่งผลต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากร โดยงานที่เหมาะสมที่จะทำงานทางไกลได้แก่ งานที่สามารถใช้ระบบเทคโนโลยีทดแทนหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานได้ เช่น งานอนุมัติอนุญาต งานให้คำปรึกษาแนะนำ งานให้บริการประชาชน งานบริหาร งานวางแผนและพัฒนานโยบาย งานวิชาการ วิเคราะห์ วิจัย ฯลฯ ในขณะที่บางลักษณะงานไม่สามารถทำงานทางไกลได้ เช่น งานด้านวิศวกรรม งานด้านอุทกวิทยา เป็นต้น ถึงแม้การทำงานทางไกลส่งผลให้ขาดการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา แต่องค์การภาครัฐได้มีการกำกับติดตามการทำงานทางไกลและการดูแลในเรื่องของค่าจ้างและสวัสดิการที่เป็นธรรมตามกฎหมายระเบียบของทางราชการ มีนโยบายการทำงานทางไกลที่ชัดเจน และมีการทบทวนนโยบายการทำงานอย่างสม่ำเสมอ ส่งผลให้บุคลากรมีความพึงพอใจในงาน และ

3) ความพร้อมของการทำงานทางไกลส่งผลต่อผลิตภาพขององค์การ โดยองค์การภาครัฐมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้เพื่อลดขั้นตอนและระยะเวลาในการให้บริการ จึงทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ส่งผลให้ประหยัดงบประมาณ และเกิดความคุ้มค่าในทุกภารกิจ ดังนั้น การทำงานทางไกลจึงส่งผลให้องค์การภาครัฐมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล หรืออาจกล่าวได้ว่ามีผลดีต่อผลิตภาพขององค์การ

คำสำคัญ: การทำงานทางไกล การปรับเปลี่ยนองค์กร สถานการณ์วิกฤต COVID -19

¹ นักศึกษาปริญญาเอก โครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง 10240
Ph. D. candidate in Public Administration, Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University 10240

² รองศาสตราจารย์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง 10240

Associate Professor, Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University 10240

Corresponding author: email Kanlayakan84@gmail.com

ABSTRACT

The objectives of this research were to investigate the readiness of telecommuting in the COVID-19 pandemic situation in Thai public organizations and its effects on organizational productivity and personnel's job satisfaction. The researcher adopted a multiple-case-study qualitative research methodology. The cases comprised 2 departments in the Ministry of Agriculture and Cooperatives (MOAC): the Office of the Permanent Secretary and Royal Irrigation Department (RID). Data collection included the conduct of in-depth interviews with 42 key informants as well as documentary research, participant observation and non-participant observation. Data were analyzed, classified, and synthesized across cases.

The research findings were as the following:

1) The readiness of telecommuting in the COVID-19 pandemic situation in Thai public organizations comprised 5 components: (1) the readiness of organization's leader in terms of decision-making and innovative leadership; (2) the readiness of organizational change; (3) the readiness of personnel's telecommuting skills; (4) the readiness of organization's technological support including hardware and secure connection; and (5) the readiness of telecommuting workplace.

2) The readiness of telecommuting had an effect on personnel's job satisfaction. Jobs that were appropriate for telecommuting included those which could be replaced or supported by digital technology; for instance, approval or consultation tasks, service delivery, administrative and academic tasks. However, engineering and hydrology were considered unsuitable for telecommuting. Despite telecommuting has induced the lack of interaction among co-workers and supervisors, public organizations provided work supervision and monitoring, fair welfare and compensation, according to rules and regulations in times of teleworking. Explicit telecommuting policy and its regular policy revision had led to personnel's job satisfaction.

3) The readiness of telecommuting had an effect on organizational productivity. Public organizations applied digital technology in order to reduce work processes and service time which resulted in customers' satisfaction, budget savings and values. Consequently, telecommuting had an influence on public organizations' efficiency and effectiveness; in other words, telecommuting caused organizational productivity.

Keywords: Telecommuting, the readiness of organizational change ,the COVID – 19 Pandemic Situation

Article history:

Received 15 March 2023

Revised 16 April 2023

Accepted 17 April 2023

SIMILARITY INDEX = 2.17%

1. บทนำ

ปัจจุบันกระแสโลกาภิวัตน์ส่งผลให้สภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อันเนื่องมาจากสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (climate change) การพัฒนาของเทคโนโลยีสมัยใหม่ การเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ และการเกิดโรคอุบัติใหม่หรือโรคติดต่อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจอย่างรุนแรง รวมไปถึงการปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานขององค์กรในภาครัฐและภาคเอกชน โดยเฉพาะในสถานการณ์ของโรค COVID - 19 ที่มีการแพร่ระบาดไปอย่างรวดเร็ว จนกระทั่งองค์การอนามัยโลก (WHO) ยกย่องให้เป็น “ภาวะการณ์ระบาดใหญ่ทั่วโลก” ส่งผลให้รัฐบาลไทยต้องประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (พ.ร.ก. ฉุกเฉิน) ที่ว่าราชอาณาจักร และจัดตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) (ศบค.) โดยกำหนดมาตรการต่างๆ ในการควบคุมโรค เช่น มาตรการ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” มาตรการรักษาระยะห่าง 1 - 2 เมตร (social distancing) และการประกาศเคอร์ฟิวในบางช่วงเวลาทั่วประเทศ ทำให้ผู้คนต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันและชีวิตการทำงานในองค์กร โดยมีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบใหม่ที่แตกต่างจากอดีต หรือที่เรียกว่า “ความปกติใหม่” (new normal) เช่น การขับเคลื่อนภารกิจโดยใช้เทคโนโลยีออนไลน์ การทำงานจากที่บ้าน (work from home: WFH) หรือการทำงานทางไกล (telecommuting) เป็นต้น

สถานการณ์ดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยในเรื่อง “การทำงานทางไกลในสถานการณ์ COVID - 19 ขององค์กรภาครัฐไทย” เป็นการศึกษาความพร้อมของการทำงานทางไกลในสถานการณ์วิกฤต COVID -19 ขององค์กรภาครัฐไทย และผลของการทำงานทางไกลที่มีต่อผลิตภาพขององค์กรและความพึงพอใจในงานของบุคลากรภาครัฐ และเพื่อเสนอแนะแนวทางแก่รัฐบาลในการกำหนดนโยบายการทำงานทางไกลของบุคลากรภาครัฐ รวมทั้งเพื่อพัฒนาระบบราชการและวิธีการปฏิบัติราชการนอกสถานที่ที่เหมาะสมกับสถานการณ์วิกฤตที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและอาจเกิดขึ้นอีกในอนาคต

คำถามในการวิจัย

ความพร้อมของการทำงานทางไกลในสถานการณ์วิกฤต COVID - 19 ขององค์กรภาครัฐไทยมีลักษณะเป็นเช่นไร การทำงานทางไกลมีผลต่อผลิตภาพขององค์กรและความพึงพอใจในงานของบุคลากรภาครัฐหรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพร้อมของการทำงานทางไกลในสถานการณ์วิกฤต COVID -19 ขององค์กรภาครัฐไทย และผลของการทำงานทางไกลที่มีต่อผลิตภาพขององค์กรและความพึงพอใจในงานของบุคลากรภาครัฐ

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สถานการณ์ COVID-19 ส่งผลให้องค์กรภาครัฐต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถรับมือกับการแพร่ระบาดของโรค โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะลดอัตราการแพร่เชื้อไม่ให้ลุกลามจนยากที่จะควบคุมได้ การปรับตัวรวมถึงการปรับวิธีการปฏิบัติงานให้มีลักษณะเป็นการทำงานทางไกล เพื่อตอบสนองกับมาตรการรักษาระยะห่างทางสังคม (social distancing) ของรัฐบาล โดยปรับเปลี่ยนจากการให้บุคลากรปฏิบัติงานรวมกันในสำนักงานตามวิธีการทำงานปกติที่เคยปฏิบัติ เปลี่ยนมาเป็นการทำงานที่บ้านหรือการทำงานทางไกล โดยใช้ระบบการ

สื่อสารทางไกลแบบออนไลน์เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร นอกจากนี้ องค์การภาครัฐยังเร่งรัดในการให้บริการประชาชนด้วยระบบดิจิทัลผ่านการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์การไม่สะดุดหยุดลง แต่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่องและบรรลุเป้าหมายขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

แนวคิดเกี่ยวกับการทำงานทางไกล

การทำงานทางไกลเป็นการจัดการการทำงานที่ยืดหยุ่น พนักงานสามารถปฏิบัติงานจากที่บ้านหรือสถานที่ใดๆก็ได้โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (information communication technologies : ICTs) แนวคิดของการทำงานทางไกลคือ การทำงานเป็นเรื่องของการเคลื่อนย้ายตัวงานไปสู่ผู้ปฏิบัติงานแทนที่จะเป็นเรื่องของการเคลื่อนย้ายผู้ปฏิบัติงานไปสู่ตัวงานเหมือนเช่นในอดีต นอกจากนี้ การทำงานทางไกลยังหมายถึงการปฏิบัติงานภายนอกสำนักงานเป็นบางครั้งบางคราว เพื่อขจัดความเครียดจากการทำงานในรูปแบบเดิม (การทำงานในสำนักงาน) โดยพนักงานสามารถปฏิบัติงานจากที่บ้าน หรือจากสถานที่ที่ใกล้กับลูกค้า หรือจากศูนย์การทำงานระยะไกล อย่างน้อย 1 วันใน 1 สัปดาห์ (Nilles, 1998)

ความพร้อมของการทำงานทางไกล ผลผลิตขององค์การ และความพึงพอใจในงานของบุคลากร

การทำงานทางไกลจะบรรลุเป้าหมายได้ก็ต่อเมื่อองค์การและพนักงานผู้ปฏิบัติงานต้องมีความพร้อม ความพร้อมของการทำงานทางไกลจะส่งผลต่อผลผลิตขององค์การ ความสำเร็จของการทำงานทางไกลจึงขึ้นอยู่กับความพร้อมความพร้อมสำหรับการทำงานทางไกล เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานทางไกลได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การเตรียมความพร้อมในการทำงานทางไกลประกอบด้วย

1. *ความพร้อมของผู้ผู้นำ* หมายถึงผู้นำองค์การเตรียมความพร้อมในการสนับสนุนและพัฒนาทักษะการทำงานให้แก่บุคลากรขององค์การ และบริหารงานภายใต้สถานการณ์วิกฤตให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
2. *ความพร้อมของการปรับเปลี่ยนองค์การ* หมายถึงการที่องค์การปรับเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติงาน จากการทำงานในสำนักงานเป็นการทำงานทางไกล
3. *ความพร้อมของบุคลากร* หมายถึง ความพร้อมในทักษะการทำงานของบุคลากรเพื่อการทำงานทางไกลในสถานการณ์ COVID - 19
4. *ความพร้อมของเทคโนโลยีดิจิทัล โปรแกรมการสื่อสาร และการเชื่อมต่อที่ปลอดภัย* หมายถึงการเตรียมความพร้อมของการทำงานทางไกลในด้านอุปกรณ์ ซอฟต์แวร์และเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ใช้ในการปฏิบัติงานของบุคลากร
5. *ความพร้อมของสถานที่ทำงาน* หมายถึง การเตรียมความพร้อมของสถานที่ที่ใช้ในการทำงานทางไกล โดยอาจเป็นการเตรียมพื้นที่ทำงานในบ้านให้มีความเงียบสงบและเหมาะสมกับการปฏิบัติงาน โดยไม่ถูกรบกวนจากบุคคลในครอบครัวหรือสิ่งรบกวนอื่น ๆ

ผลผลิตขององค์การ

หากองค์การมีการเตรียมความพร้อมของการทำงานทางไกลที่ดี ก็จะส่งผลต่อผลผลิตขององค์การ ผลผลิตขององค์การ หมายถึงการที่องค์การสามารถดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยหากองค์การต้องการที่จะเพิ่มผลผลิตแล้วให้เพิ่มทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Atzeni, Mecca, and Merialdo, 1998: 41) โดยประสิทธิภาพสามารถวัดได้จากการวัดอัตราส่วนระหว่างผลผลิตกับปัจจัยนำเข้าที่ใช้ในการปฏิบัติงาน (output/input) (กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, สำนักงาน

นวัตกรรมการแห่งชาติ, 2555: 178) ส่วนประสิทธิผลวัดได้จากความมากน้อยของการที่องค์การบรรลุเป้าหมาย กล่าวคือ การวัดผลผลิตภาพขององค์การสามารถวัดจากประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์การร่วมกัน (Johnston, 2013: 201-204)

ความพึงพอใจในงาน

ความพึงพอใจในงานเป็นความรู้สึกของบุคลากรที่ต้องการบรรลุผลสำเร็จจากการทำงาน เป็นการเชื่อมโยงระหว่างการเรียนรู้ถึงประสิทธิภาพเช่นเดียวกับความสุขของบุคลากรที่เกิดขึ้นจากการทำงาน ความพึงพอใจในงานจึงเป็นการที่บุคลากรมีความรู้สึกสนุกกับงานที่ตนเองได้ทำ แล้วทำได้ดีลงานดี ส่งผลให้ได้รับรางวัลตอบแทนจากความพยายามในการทำงานให้สำเร็จ ความพึงพอใจในงานเป็นความกระตือรือร้นและเป็นความสุขของบุคลากรในการทำงาน ดังนั้น ความพึงพอใจในงานจึงนำไปสู่การยอมรับจากผู้อื่น รายได้ การเลื่อนตำแหน่ง และการบรรลุผลสำเร็จที่ตอบสนองต่อความต้องการของบุคลากรจากการทำงาน (Kaliski, 2007: 446) สอดคล้องกับการศึกษาของ Scarpello and Campbell (1983: 577-582) ที่ได้เสนอองค์ประกอบของความพึงพอใจในงาน 6 ด้าน ได้แก่ ลักษณะงาน (nature of work) การควบคุมงาน (control over work) คุณภาพของสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (quality of physical environment) ผู้บังคับบัญชา (supervisor) และเพื่อนร่วมงาน (co-workers)

ในสถานการณ์ COVID-19 ความพร้อมของการทำงานทางไกลจะส่งผลต่อผลิตภาพขององค์การและความพึงพอใจในงานของบุคลากรภาครัฐ โดยภาครัฐส่งเสริมให้มีการลงทุนในด้านกายภาพและขีดความสามารถในการจัดการขององค์การและบุคลากร ให้มีความสำคัญกับความเป็นอยู่ที่ดีของบุคลากร กับการนำนวัตกรรมมาใช้ในระยะยาว ในขณะที่ลดพื้นที่ในการปฏิบัติงานในสำนักงานลง (OECD Policy Response to Coronavirus, 2020) นอกจากนี้ งานวิจัยยังพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการทำงานทางไกลกับความพึงพอใจในงานของบุคลากรอีกด้วย (Agdalen and Lehtisalo, 2019)

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา (multiple-case-study research) โดยมีองค์การภาครัฐในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ 2 องค์การเป็นกรณีศึกษา ได้แก่ สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกรมชลประทาน โดยผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่ากระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นกระทรวงหลักเกี่ยวกับการเกษตรกรรม การจัดหาแหล่งน้ำและพัฒนาระบบชลประทาน ส่งเสริมและพัฒนาระบบสหกรณ์ ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรเพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศที่ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ผู้วิจัยจึงเจาะจงเลือกกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นกรณีศึกษาเพราะเป็นกระทรวงที่เกี่ยวข้องกับประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศดังกล่าวข้างต้น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีจำนวนทั้งสิ้น 42 คน ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จำนวน 21 คน และผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกรมชลประทานในระดับส่วนกลางที่เกี่ยวข้องกับการทำงานทางไกลจำนวน 21 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง ซึ่งมีคำถามครอบคลุมประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการทำงานทางไกลที่ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมมา นอกจากนี้ ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) และด้านระเบียบวิธีวิจัย (methodological triangulation)

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้แนวทางเชิงตรรก โดยตรวจสอบการเกิดซ้ำของข้อมูลแล้วจึงทำการสรุปแบบอุปนัยตามประเด็นที่ค้นพบจากข้อมูล ผู้วิจัยมีการเขียนกรณีศึกษาแยกเป็น 2 กรณีศึกษา และมีการสังเคราะห์

ข้ามกรณีศึกษา (cross-case synthesis) เพื่อสรุปให้เป็นกรณีทั่วไปเชิงวิเคราะห์ (analytical generalization) ตามแนวทางการสังเคราะห์ข้ามกรณีศึกษาของ Yin (2015)

4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

1. ความพร้อมของการทำงานทางไกลในสถานการณ์วิกฤต COVID -19 ขององค์การภาครัฐไทย

1) ความพร้อมของภาวะผู้นำ จากการวิจัยพบว่าผู้นำมีความกล้าตัดสินใจในการปรับเปลี่ยนองค์การ จากเดิมที่บุคลากรทุกคนทำงานในสำนักงาน เปลี่ยนเป็นรูปแบบการทำงานที่บ้าน (work from home – WFH) หรือการทำงานทางไกล มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงาน โดยผู้บริหารมีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม มีการสร้างความมุ่งมั่น บริหารจัดการความเสี่ยง และมีความสามารถในการใช้และพัฒนานวัตกรรมในองค์การได้เป็นอย่างดี จึงทำให้การบริหารงานดำเนินไปด้วยดี มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทำให้เกิดผลดีกับองค์กร

2) ความพร้อมของการปรับเปลี่ยนองค์การ พบว่าองค์การมีการปรับโครงสร้างจากโครงสร้างแนวตั้ง (vertical structure) เป็นโครงสร้างแนวนอน (horizontal structure) เพราะการทำงานทางไกลจำเป็นต้องมีการกระจายอำนาจการตัดสินใจ (decentralization) โดยพนักงานที่ทำงานทางไกลจะใช้ดุลพินิจในการปฏิบัติงานมากขึ้น ขั้นตอนในการกำกับดูแลน้อยลงเนื่องจากปฏิบัติงานทางไกลจากหัวหน้างานหรือผู้บังคับบัญชา มีการปรับเปลี่ยนขั้นตอนและวิธีการทำงานให้มีลักษณะยืดหยุ่น (agile) ภายใต้การนำระบบเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในการสื่อสารและการปฏิบัติงาน

3) ความพร้อมของบุคลากรในทักษะการทำงานทางไกล จากการวิจัยพบว่าบุคลากรมีความพร้อมในทักษะการทำงานทางไกล ได้แก่ (1) ทักษะการปรับตัวและมีความยืดหยุ่นในขณะปฏิบัติงานทางไกล (2) ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โดยบุคลากรส่วนใหญ่มีความเข้าใจและสามารถเรียนรู้และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ (3) ทักษะการอ่านและการใช้ข้อมูล บุคลากรส่วนใหญ่มีความพร้อมและมีความสามารถในการอ่านข้อมูล เข้าใจและสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลได้

4) ความพร้อมของเทคโนโลยีดิจิทัล โปรแกรมการสื่อสาร และการเชื่อมต่อที่ปลอดภัย องค์การมีการจัดหาและสนับสนุนเทคโนโลยีดิจิทัล โปรแกรมการสื่อสาร ตลอดจนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเตรียมความพร้อมในการทำงานทางไกล โดยมีแนวทางการทำงานผ่านระบบเทคโนโลยีและช่องทางต่าง ๆ เช่น การประชุมแบบออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน การประสานงานผ่านแอปพลิเคชันสนับสนุนการทำงานร่วมกันเป็นทีม การปฏิบัติงานร่วมกันผ่านแอปพลิเคชันการทำงานสำนักงานออนไลน์ การปฏิบัติงานผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อทำงานผ่านระบบหรือช่องทางดิจิทัลที่องค์กรกำหนด รวมทั้งการดูแลรักษาความปลอดภัยของอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำงานทางไกล การป้องกันการเกิดภัยคุกคามทางไซเบอร์ (ransomware) ปกป้องการสูญหายของข้อมูล (data loss) และความรัดกุมในการเข้าถึงแฟ้มข้อมูลที่สำคัญขององค์การ

5) ความพร้อมของสถานที่ทำงานทางไกล พบว่าองค์การมีการจัดสถานที่ปฏิบัติงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น มีการจัดสถานที่ทำงานร่วมกัน (co-working space) หรือจัดสถานที่ทำงานในที่พักอาศัยของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ หรือสถานที่ที่ใกล้เคียงที่พักอาศัย เป็นต้น สถานที่ที่ใช้ในการทำงานทางไกลต้องเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับสถานที่ทำงานที่บ้าน บุคลากรมีการจัดพื้นที่สำหรับการทำงานในบ้าน (workstation) อย่างจริงจัง เตรียมอุปกรณ์เพื่อให้พร้อมแก่การทำงานทางไกล เช่น โต๊ะ เก้าอี้ คอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ที่จำเป็นต่อการสื่อสาร รวมถึงการ

ติดตั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่จะสนับสนุนการทำงานในทุกสถานที่ (anywhere) ทั้งนี้ข้อจำกัดของความพร้อมขึ้นอยู่กับบุคลากรแต่ละคน สถานที่ และอุปกรณ์สนับสนุน รวมทั้งงบประมาณ

2. ความพร้อมของการทำงานทางไกลส่งผลต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรและผลผลิตขององค์กร

1) การทำงานทางไกลกับความพึงพอใจในงานของบุคลากร

จากการวิจัยพบว่า ลักษณะงานที่เหมาะสมกับการทำงานทางไกลคือ งานที่สามารถใช้ระบบเทคโนโลยีทดแทนหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานได้ อาทิเช่น งานอนุมัติ อนุญาต งานให้คำปรึกษาแนะนำ งานให้บริการประชาชน งานบริหาร วางแผน พัฒนานโยบาย งานวิชาการ ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย งานด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ งานด้านกฎหมาย ระเบียบ หลักเกณฑ์ งานบริหารการเงิน การคลัง งบประมาณ งานด้านบริหารบุคคล งานประชุมฝึกอบรม สัมมนา งานประชาสัมพันธ์ งานสนับสนุน งานธุรการ งานอำนวยการ ฯลฯ การทำงานทางไกลในภารกิจเหล่านี้จะไม่เกิดผลเสียต่อส่วนรวม องค์กร และการอำนวยความสะดวกต่อการให้บริการแก่ส่วนราชการอื่นและประชาชน

การทำงานทางไกลส่งผลต่อการปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา กล่าวคือ การทำงานทางไกลในสถานการณ์ COVID – 19 ทำให้พนักงานขาดความสัมพันธ์และความใกล้ชิดกับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา การทำงานตามลำพังคนเดียวที่บ้านเป็นเวลานานอาจทำให้เกิดภาวะความโดดเดี่ยวทางสังคม (social isolation) ได้ จากการวิจัยพบว่าองค์กรมีการส่งเสริมปฏิสัมพันธ์เพื่อลดความห่างเหินระหว่างพนักงาน เช่น หัวหน้างานหรือผู้บังคับบัญชาขึ้นต้นจัดประชุมทุกวันผ่านระบบ social media ก่อนเริ่มเวลาปฏิบัติงาน เป็นการพูดคุยถามสารทุกข์สุกดิบซึ่งกันและกัน ซึ่งช่วยลดความเครียดของพนักงานลงได้ การทำงานทางไกลแสดงถึงการที่ผู้บังคับบัญชามีความไว้วางใจและไว้วางใจผู้ใต้บังคับบัญชา จึงส่งผลให้บุคลากรขององค์กรมีความพึงพอใจในงาน

นอกจากนี้ยังพบว่า ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 องค์กรมีการกำกับติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งดูแลในเรื่องการจ่ายค่าจ้างและสวัสดิการให้เป็นไปตามระเบียบของทางราชการ โดยปฏิบัติตามแนวทางการกำกับติดตามงานสำหรับผู้ปฏิบัติงานที่บ้านขององค์การภาครัฐดังนี้ (1) ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานที่บ้านจัดทำข้อตกลงการปฏิบัติราชการร่วมกัน เพื่อใช้ในการกำกับ ติดตามการปฏิบัติราชการของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานที่บ้าน (2) ผู้ปฏิบัติงานที่บ้านรายงานผลการปฏิบัติราชการในช่วงระหว่างการปฏิบัติงานที่บ้าน รวมทั้งมีการติดต่อสื่อสารและรายงานผลการปฏิบัติราชการต่อผู้บังคับบัญชาอย่างสม่ำเสมอทุกวันหรือเป็นรายสัปดาห์ และ (3) ในระหว่างการปฏิบัติงานที่บ้านผู้บังคับบัญชากับผู้ปฏิบัติงานที่บ้านมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันโดยใช้เทคโนโลยีสนับสนุนในการทำงาน เช่น รายงานความก้าวหน้าของงานผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) หรือช่องทางแอปพลิเคชัน Line เป็นต้น

จากการวิจัยพบว่า องค์กรมีการกำหนดนโยบายการทำงานทางไกลและกรอบแนวทางการปฏิบัติงานที่ชัดเจนในช่วงสถานการณ์ COVID-19 กล่าวคือ มีนโยบายที่ใส่ใจในผู้ปฏิบัติงานเพื่อให้การปฏิบัติงานมีความต่อเนื่อง นโยบายดังกล่าวนำไปสู่ความพึงพอใจในงานของพนักงาน นอกจากนี้ องค์กรยังได้มีการทบทวนนโยบายการทำงานทางไกลอย่างสม่ำเสมอ ทบทวนระเบียบ ข้อบังคับและแนวทางปฏิบัติที่ใช้อยู่ เพื่อให้การสนับสนุนการทำงานทางไกลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) การทำงานทางไกลกับผลผลิตขององค์กร

จากการวิจัยเอกสารของทางราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น รายงานประสิทธิภาพการปฏิบัติราชการนอกสถานที่ตั้ง หรือการปฏิบัติงานที่บ้าน แผนการปฏิบัติงาน คู่มือการปฏิบัติราชการนอกสถานที่ตั้ง ประกาศ/คำสั่ง กฎหมาย/ระเบียบต่าง ๆ และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่าผลผลิตภาพ

ขององค์การที่เป็นผลมาจากการทำงานทางไกล พิจารณาได้จาก ประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์การ กล่าวคือ ในด้านประสิทธิภาพ พบว่ามีการลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน ทำให้เกิดความรวดเร็วในการให้บริการ ประชาชน ด้วยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงานทางไกล ซึ่งแม้ว่าจะก่อให้เกิดผลกระทบในหลาย ๆ ด้าน เช่น ค่าใช้จ่ายและการฝึกอบรม แต่ก็ก่อให้เกิดผลดีในเรื่องของความประหยัดและความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของรัฐ

ส่วนในด้านประสิทธิผล พบว่ามีการปรับขั้นตอนการปฏิบัติงาน ทั้งงานที่เป็นภารกิจหลัก งานด้านสนับสนุน และงานด้านบริการประชาชน โดยปรับลดขั้นตอนการทำงานให้สั้นลง ลดระยะเวลาของการปฏิบัติงานและการให้บริการ มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ เช่น ภารกิจที่เกี่ยวกับการให้ความรู้และการฝึกอบรมให้แก่เกษตรกร “การพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่” ได้มีการปรับรูปแบบวิธีการจัดสัมมนาจากรูปแบบการสัมมนาปกติ (onsite) เปลี่ยนเป็นรูปแบบออนไลน์ (online) และมีการนำระบบงานสนับสนุน (back office) มาใช้ในการปฏิบัติงาน เช่น การใช้ระบบการประชุมทางไกลผ่านระบบ Zoom ฯลฯ มีการนำระบบ Google Forms มาปรับใช้ในการออกแบบสำรวจหรือการเก็บข้อมูลต่าง ๆ เป็นต้น รวมทั้งได้พัฒนางานบริการประชาชนให้อยู่ใน “ระบบ linkage center” ซึ่งสามารถเชื่อมโยงฐานข้อมูลบุคคลกับหน่วยงานต่างๆ ซึ่งทำให้สามารถบรรลุเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

จากการสังเคราะห์ข้ามกรณีศึกษาพบว่า การทำงานทางไกลเป็นนโยบายที่มีข้อดีมากกว่าข้อเสีย ภายใต้การพิจารณาถึงความต้องการของหน่วยงาน ภารกิจ และลักษณะงาน รวมทั้งความพร้อมของผู้ปฏิบัติงาน สิ่งสำคัญที่สุดคือ ความรับผิดชอบของผู้ปฏิบัติงานที่จะทำงานให้สำเร็จ ประกอบกับการสร้างระบบการสนับสนุนที่ดี ด้วยการทบทวนปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการทำงานทางไกล ถอดบทเรียนจากการดำเนินการที่ผ่านมา ทบทวนและปรับนโยบายการทำงานให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนา จากการวิจัยมีข้อเสนอแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาแก้ไขปัญหาของการทำงานทางไกลหลายประการ เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี การส่งเสริมให้มีการทำงานที่ยืดหยุ่น (work flexibility) การส่งเสริมสมรรถนะของภาวะผู้นำ (leadership competency) การปรับปรุงรูปแบบการพัฒนาทรัพยากรบุคคล การส่งเสริมความรู้ทางดิจิทัลของบุคลากร (digital literacy) และการออกแบบองค์การให้เป็นแนวราบ เป็นต้น

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

จากผลการศึกษา สามารถสรุปและอภิปรายได้ดังนี้

1) ความพร้อมของการทำงานทางไกลในสถานการณ์วิกฤต COVID -19 ขององค์การภาครัฐไทย ประกอบด้วยความพร้อมของผู้นำองค์การ ความพร้อมในการปรับเปลี่ยนองค์การ ความพร้อมของบุคลากร ความพร้อมของเทคโนโลยีดิจิทัลและการเชื่อมต่อที่ปลอดภัย และความพร้อมของสถานที่ทำงานทางไกล

ความพร้อมของผู้นำองค์การ คือการที่ผู้นำมีความกล้าตัดสินใจปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานขององค์การ เป็นรูปแบบการทำงานทางไกล ด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการปฏิบัติงาน ตลอดจนมีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ทั้งนี้เพราะการบริหารงานในสถานการณ์ COVID - 19 องค์การภาครัฐต้องตอบสนองกับภาวะที่ไม่ปกติที่ไม่เคยประสบมาก่อน จึงต้องอาศัยการคิดนอกกรอบ การคิดพัฒนานวัตกรรมต่าง ๆ และนำมาใช้ประโยชน์หรือแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ทำให้การปฏิบัติงานไม่สะดุดหยุดลง และยังสามารถให้บริการประชาชนต่อไปได้อย่างราบรื่น

ความพร้อมในการปรับเปลี่ยนองค์การ ในสถานการณ์ COVID-19 องค์การภาครัฐได้ให้บริการประชาชนด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้และพัฒนาระบบงานเพื่อทำให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว และ

ตอบสนองความต้องการของประชาชน ลักษณะการปรับเปลี่ยนดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ วลัยพร รัตน์เศรษฐ และสมศักดิ์ วาณิชยาภรณ์ (2564) ที่ระบุว่าบทบาทของภาครัฐในการบริหารจัดการในสถานการณ์ การแพร่ระบาดของ COVID-19 คือการจัดวางระบบ ทั่วโลก ในการปฏิบัติงานเสียใหม่ มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัล มาใช้ในการบริหารงาน ซึ่งจะสามารถแก้ไขปัญหหรือภัยคุกคามต่างๆที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้

ความพร้อมของบุคลากร หมายถึงการที่บุคลากรภาครัฐมีความพร้อมในการปรับตัวและพัฒนาทักษะ ทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และการใช้งานด้านโปรแกรมการสื่อสารต่างๆ พัฒนาความรู้ในทักษะเดิม (upskill) และเสริมทักษะความรู้ใหม่ๆ (reskill) ตลอดจนมีความยืดหยุ่นและความคล่องตัวในการทำงาน (agility) หรือ ความกระตือรือร้นในการปรับตัวและสามารถฟื้นตัวกลับมาจากสถานการณ์ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อ ไวรัสโคโรนา 2019 ได้อย่างรวดเร็ว (resilience)

ความพร้อมของเทคโนโลยีดิจิทัลและการเชื่อมต่อที่ปลอดภัย มีการนำแอปพลิเคชันมาใช้ในการเพิ่ม ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางไกล จัดเตรียมโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง จัดเตรียมอุปกรณ์ คอมพิวเตอร์ที่สามารถเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายภายในสำนักงานได้ จัดเตรียมแอปพลิเคชันและเทคโนโลยีที่ สนับสนุนการทำงานทางไกล จัดเตรียมระบบ cloud server ที่มีความปลอดภัยสูง เนื่องจากความพร้อมของ อุปกรณ์ต่างๆเหล่านี้จะทำให้การปฏิบัติงานไม่ติดขัด ทำให้การให้บริการประชาชนเป็นไปอย่างต่อเนื่องและ ราบรื่น

ความพร้อมของสถานที่ทำงานทางไกล โดยมีการจัดสถานที่ทำงานร่วมกัน (co-working space) หรือ จัดสถานที่ทำงานในที่พักอาศัยของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ หรือสถานที่ที่ใกล้เคียงที่พักอาศัย เป็นต้น โดยมี แนวคิดที่ว่าสถานที่ที่ใช้ในการทำงานทางไกลต้องเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดสถานที่ด้านกายภาพ อุปกรณ์สื่อสารทางไกล ซึ่งอาจมีข้อจำกัดของความพร้อม ขึ้นอยู่กับ บุคลากรแต่ละคน สถานที่ อุปกรณ์สนับสนุน และงบประมาณที่ได้รับจากองค์กร

2) การทำงานทางไกลกับความพึงพอใจในงานของบุคลากรภาครัฐและผลผลิตขององค์กร งานที่ เหมาะสมในการทำงานทางไกลได้แก่ งานที่สามารถใช้ระบบเทคโนโลยีทดแทนหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานได้ งานให้คำปรึกษา งานให้บริการประชาชน และงานวิชาการ แต่มีบางลักษณะงานที่ไม่สามารถทำงานทางไกลได้ เช่น งานที่ต้องใช้ความรู้ด้านเทคนิคเฉพาะต่างๆ ดังแนวคิดของ Turcotte (2010) ที่พบว่าผู้ปฏิบัติงานที่บ้าน ส่วนใหญ่จะทำงานบริหาร งานวิชาชีพ งานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ งานสำนักงานหรือธุรการ งานขายและ งานอุตสาหกรรมที่เป็นการผลิตเบื้องต้น และการศึกษาของ Boeri, Caiumi and Paccagnella (2020) ที่ระบุ ว่าการทำงานทางไกล บางงานอาจทำงานทางไกลได้ แต่บางงานอาจทำไม่ได้ เพราะไม่เหมาะสมที่จะทำงาน ผ่านระบบออนไลน์ทั้งหมดในทุกขั้นตอน

ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา การทำงานทางไกลในสถานการณ์ COVID – 19 ทำให้ขาดความสัมพันธ์และความใกล้ชิดกับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา เพราะการทำงานคนเดียวเป็น เวลานานอาจทำให้เกิดภาวะความโดดเดี่ยวทางสังคม (social isolation) ขึ้น ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับ การศึกษาของ Lugtu Jr. (2021) ที่พบว่าการทำงานที่บ้านอาจส่งผลเชิงลบในด้านความสัมพันธ์กับเพื่อน ร่วมงาน ซึ่งอาจแก้ไขได้โดยจัดให้มีการปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและสมาชิกในทีมด้วยการประชุมร่วมกัน สร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับบุคลากร (remote social interaction) เป็นครั้งคราว เพื่อสร้างสานสัมพันธ์อัน ดีต่อกัน

ด้านการกำกับติดตามและประเมินผล รวมทั้งค่าจ้างและสวัสดิการ องค์กรภาครัฐมีการปฏิบัติตาม แนวทางของระเบียบของทางราชการ กล่าวคือเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาการปฏิบัติราชการนอกสถานที่ ผู้ปฏิบัติงานจะต้องรายงานผลการปฏิบัติงานต่อผู้บังคับบัญชาชั้นต้น โดยผู้บังคับบัญชาชั้นต้นจะเป็นผู้

ประเมินผลการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งรายงานผลสำเร็จของงานต่อผู้บังคับบัญชาเหนือชั้นขึ้นไปเพื่อนำไปสู่การเลื่อนขั้นเงินเดือนต่อไป แนวทางปฏิบัติดังกล่าวตอกย้ำถึงความสำคัญของการประเมินที่เน้นไปที่ผลการปฏิบัติงานเป็นสำคัญ มิใช่การประเมินผลโดยพิจารณาในประเด็นอื่น

ด้านนโยบายและการปกครองบังคับบัญชา องค์การภาครัฐมีการกำหนดนโยบายการทำงานทางไกลและกรอบแนวทางการปฏิบัติงานที่ชัดเจน มีการทบทวนนโยบายการทำงานอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งในภาพรวมสรุปได้ว่าบุคลากรขององค์การภาครัฐ มีความพึงพอใจในงานและส่งผลเชิงบวกต่อผลิตภาพโดยรวมขององค์การ

การที่องค์การภาครัฐมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้เพื่อลดขั้นตอนและระยะเวลาในการให้บริการประชาชน ทำให้เกิดความประหยัด และความคุ้มค่ากับการใช้งบประมาณในทุกภารกิจของภาครัฐ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น การทำงานทางไกลจึงส่งผลให้องค์การภาครัฐมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล หรืออาจกล่าวได้ว่ามีผลดีต่อผลิตภาพขององค์การ ข้อสรุปดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Yasenov (2020) ที่ศึกษากลุ่มพนักงานในสหรัฐอเมริกาที่ทำงานจากที่บ้าน พบว่า กลุ่มพนักงานในสหรัฐอเมริกาที่ทำงานจากที่บ้านสามารถทำงานได้ดีและมีประสิทธิภาพในการทำงานสูงกว่าการทำงานที่บริษัทหรือสำนักงาน หรืออาจกล่าวได้ว่า การทำงานที่บ้านช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และการทำงานที่บ้านไม่ได้ทำให้ผลิตภาพองค์การลดลง แต่สามารถลดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเช่าสถานที่ทำงาน ค่าไฟฟ้าในสำนักงาน ได้เป็นอย่างมาก

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเพื่อรับมือกับภาวะวิกฤตดังต่อไปนี้

1. กฎหมาย หรือระเบียบของทางราชการบางฉบับยังเป็นอุปสรรคในการปฏิบัติงานภายใต้สภาวะวิกฤต หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการปรับปรุงและแก้ไขกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เป็นอุปสรรคหรือยังไม่ครอบคลุมต่อการปฏิบัติราชการนอกสถานที่ตั้ง

2. องค์การภาครัฐควรเร่งพัฒนางานด้านเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับงานด้านสนับสนุน และงานบริการประชาชน โดยพัฒนาให้ทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี

3. องค์การภาครัฐควรเร่งปรับลดขั้นตอนในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานที่เป็น การให้บริการประชาชนให้เป็นไปในลักษณะการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ

4. องค์การภาครัฐควรเผยแพร่ความรู้แก่ประชาชน/ผู้รับบริการให้ครอบคลุมทุกภารกิจของกระทรวง รวมทั้งภารกิจของส่วนราชการในสังกัดในรูปแบบออนไลน์ รวมทั้งปรับปรุงระบบ call center ให้ตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับบริการ พร้อมทั้งจัดให้มีช่องทาง Q & A เพื่อให้คำปรึกษา รับทราบปัญหา หรือตอบคำถามต่าง ๆ ให้แก่ประชาชน

5. องค์การภาครัฐควรมีการทบทวนและปรับปรุงกระบวนการบริการประชาชนตามพระราชบัญญัติการอำนวยความสะดวกในการพิจารณาอนุญาตของทางราชการ พ.ศ. 2558 ในเรื่องของการลดขั้นตอนและระยะเวลาในการให้บริการ รวมทั้งปรับกระบวนการให้เป็นรูปแบบดิจิทัล ตลอดจนหน่วยงานควรมีการปรับคู่มือบริการประชาชนให้เป็นไปตามขั้นตอนและระยะเวลาที่หน่วยงานได้ดำเนินการปรับปรุง และเผยแพร่ในศูนย์รวมข้อมูลเพื่อติดต่อราชการในปัจจุบัน

6. องค์การภาครัฐควรมีการทำแผนรองรับเหตุการณ์/สถานการณ์ฉุกเฉิน โดยนำกรณีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มาเป็นกรณีศึกษาเพื่อเรียนรู้ร่วมกัน แล้วขยายผลไปยังกรณีอื่นๆ เพื่อร่วมกันคิด ร่วมกันพิจารณา และร่วมกันวางแผนรองรับเหตุการณ์/สถานการณ์ฉุกเฉินใน

แต่ละกรณี รวมถึงประเมินความเสี่ยง โอกาสและผลกระทบที่อาจมีขึ้น ตลอดจนควรมีการทบทวนแผนและ ซักซ้อมการปฏิบัติหากเกิดเหตุการณ์ในแต่ละกรณีด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลสำเร็จต่อการปฏิบัติงานทางไกลและลักษณะการทำงานทางไกลในรูปแบบอื่นๆ ในยุคหลัง COVID – 19
2. ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการทำงานทางไกลในหลากหลายรูปแบบและหลากหลายลักษณะงาน
3. ควรมีการศึกษาสำรวจความต้องการของบุคลากรทั้งภาครัฐและเอกชนต่อรูปแบบการทำงานทางไกล หรือการทำงานที่บ้าน หรือการทำงานในรูปแบบอื่นๆ ในยุคหลัง COVID – 19
4. การถอดบทเรียนการดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐต่างๆ เพื่อดำเนินการศึกษา วิเคราะห์ วิจัย โดยหน่วยงานผู้รับผิดชอบหลัก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินการและประสิทธิผลที่แท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2555). **การจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร (Innovation management for executives--IMEs)**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ
- วัลย์พร รัตนเศรษฐ และ สมศักดิ์ วานิชยาภรณ์. (2564). **บทบาทของภาครัฐในการบริหารจัดการกับการแพร่ระบาดของโควิด-19**. กรุงเทพมหานคร: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- Agdalen, L. and Lehtisalo, S. (2019). **Telework and job satisfaction**. Liv Agdalen, Sara Lehtisalo: Stockholm Business School.
- Atzeni, P., Mecca, G., and Merialdo, P. (1998). **Design and maintenance of data-intensive websites**. Heidelberg, Germany: Springer-Verlag.
- Boeri, T., Caiumi, A. and Paccagnalla, M. (2020). Mitigating the work-safety trade-off. **Covid economics: Vetted and real-time papers**, 1(2). 60–66.
- Johnston, R. (2013). Service productivity: Towards understanding the relationship between operational and customer productivity. **International Journal of Productivity and Performance Management**. 53(3), 201-213.
- Kaliski, B. S. (2007). **Encyclopedia of business and finance**. (2nd ed., Vols. 2). Detroit, MI.: Thompson Gale.
- Lugtu Jr., R. (2021). Work-from-home - are workers truly productive? **The Manila Times**. Retrieved April 18, 2021 from <https://www.manilatimes.net/2021/05/27/business/top-business/work-from-home-are-workers-truly-productive/1800805>
- Nilles, J. M. (1998). **Managing telework: Strategies for managing the virtual workforce**. (Vol. 6). New York, NY.: Wiley.

- OECD Policy Response to Coronavirus (COVID-19). (2020). **Productivity gains from teleworking in the post COVID-19 era: How can public policies make it happen?** Retrieved April 18, 2021 from <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/productivity-gains-from-teleworking-in-the-post-covid-19-era-how-can-public-policies-make-it-happen-a5d52e99/>
- Scarpello, V., and Campbell, J. P. (1983). Job satisfaction: Are all the parts there? **Personnel Psychology**. **36**(3), 577-600.
- Turcotte, M. (2010). **Working at home: an update. Canadian social trends**. Retrieved January 15, 2021, from <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/11-008-x/2011001/article/11366-eng.htm>
- Yasenov, V. I. (2020). **Who can work from home?** Retrieved January 15, 2021, from <https://www.healthaffairs.org/topics>.
- Yin, R. K. (2015). **Qualitative research from start to finish**. (2nd ed.). New York: Guilford Press.

ผลการดำเนินงานของบริษัทกับการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน:
อิทธิพลตัวแปรส่งผ่านด้านความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อ
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

Firm Performance and Corporate Sustainability Performance Management:
The Mediating Effect of Investors' Reliability towards
Companies listed on the Market for Alternative Investment (MAI)

ธเนศ อุ่นปรีชาวนิชย์*
(Thanet Oonprechavanich)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ วิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรที่มีต่อการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยมีตัวแปรแฝงจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรสาเหตุคือ ผลการดำเนินงานของบริษัท ตัวแปรส่งผ่านคือ ความไว้วางใจของนักลงทุนต่อบริษัท และตัวแปรผลคือ การบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของบริษัท เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยอาศัยแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จำนวน 125 ราย โดยอาศัยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ และเลือกตัวอย่างแบบง่าย ทำการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างแบบ Partial Least Square (PLS-SEM) ผลการศึกษา พบว่า (1) ผลการดำเนินงานของบริษัทส่งผลโดยตรงต่อความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัทเท่ากับ 0.820 (ร้อยละ 82.00) และการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของบริษัทเท่ากับ 0.311 (ร้อยละ 31.10) (2) ความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัทส่งผลโดยตรงต่อการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของบริษัท เท่ากับ 0.595 (ร้อยละ 59.50) และ (3) ผลการดำเนินงานของบริษัทส่งผลทางอ้อมต่อการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของบริษัทผ่านความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัทเท่ากับ 0.488 (ร้อยละ 48.80)

คำสำคัญ: ผลการดำเนินงานของบริษัท การบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ความไว้วางใจของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

* สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม 65000
Marketing Program in Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University 65000

Corresponding author: thanet.o@psru.ac.th

ABSTRACT

This research aimed to analyze direct and indirect effects of variables influencing the corporate sustainability performance management. The model consisted of 3 latent variables, namely firms' performance as cause variable, investors' reliability as mediator variable, and the effect variable as the corporate sustainability performance management of companies listed on the Market for Alternative Investment (MAI). This research was the survey research testing 125 respondents from entrepreneurs in Market for Alternative Investment (MAI). The research samples were obtained from stratified random sampling. The data was collected by questionnaire. In this study, Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) technique was used for hypothesis testing. According to the analysis found that (1) the firm's performance had a direct effect on the investors' reliability and the corporate sustainability performance management of companies listed on MAI were equal to 0.820 and 0.311 respectively (2) the investors' reliability had a direct effect on the corporate sustainability performance management of companies listed on MAI was equal to 0.595 and (3) the firm's performance had indirect effect on the corporate sustainability performance management of companies listed on MAI by passing through the investors' reliability was equal to 0.488.

Keywords: firm performance, sustainability performance management, investors' reliability, Market for Alternative Investment (MAI)

Article history:

Received 10 March 2023

Revised 25 April 2023

Accepted 27 April 2023

SIMILARITY INDEX = 3.39 %

1. บทนำ

นับตั้งแต่ปี 2558 องค์การสหประชาชาติได้ประกาศเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนหรือ Sustainable Development Goals (SDGs) สำหรับแนวทางและข้อตกลงร่วมกันในประชาคมโลก เพื่อร่วมกันพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้เติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน ทั้งนี้ตลาดทุนทั่วโลกได้ถูกใช้เพื่อเป็นกลไก สำคัญเพื่อการขับเคลื่อนตลาดทุนสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ด้วย เป็นไปตามที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมกับ UN Sustainable Stock Exchanges (SSE) ซึ่งเป็นเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานขององค์การสหประชาชาติ และในเดือนกันยายน 2558 พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีได้ร่วมลงนามรับรองวาระการพัฒนาใหม่ของ โลกที่เรียกว่า เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) พ.ศ. 2559 - 2573 ทำให้ไทยเป็น 1 ใน 193 ประเทศที่เข้าร่วมเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (ThaiPublica, 2020: ออนไลน์)

บริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ภายใต้การขับเคลื่อน ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน นอกจากจะต้องเป็นบริษัทที่มีศักยภาพ มี ผลการดำเนินงานที่ประสบผลสำเร็จหรือบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ โดยอาศัยตัวชี้วัดทางการเงินและ ตัวชี้วัดที่ไม่ใช่ทางการเงินในการควบคุมและประเมินผลการดำเนินงาน (Kopecka, 2015: 67-68) แล้ว บริษัท ยังจะต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการมุ่งสู่กระบวนการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน เพื่อสร้าง ความมั่นคงทางการเงิน สร้างชื่อเสียง และการเป็นที่ยอมรับของทุกภาคส่วน เกิดภาพลักษณ์ที่ดีโดยเฉพาะ ภาพลักษณ์ที่คำนึงถึงผลประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม ก่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่ก้าวหน้าอย่างยั่งยืน (Mio, Costantini and Panfilo, 2022: 380)

จากผลการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จของบริษัทเป็นการสร้าง “ชื่อเสียง” และ “คุณค่า” กับ บริษัท ตลอดจนการเพิ่มมูลค่าทางการตลาดให้กับบริษัท ทำให้นักลงทุนไม่ว่าจะเป็นนักลงทุนทั่วไป นักลงทุน สถาบัน ตลอดจนนักลงทุนต่างประเทศเกิดความไว้วางใจต่อการลงทุนในหุ้นของบริษัท สอดคล้องกับแนวคิด ของ Friedman (1970: 122) ตลอดจนงานวิจัยของ Dakhllalh et al. (2020: 16); Bajo, Croci and Marinelli (2020: 65) และ Nair et al. (2020: 12) พบว่า บริษัทที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพผลการดำเนินงาน ตลอดจนความสามารถทางการแข่งขัน จะทำให้มูลค่าของบริษัทสูงขึ้นและเป็นที่ต้องการของนักลงทุนที่สนใจ ลงทุนกับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ สร้างความมั่งคั่งให้เกิดขึ้นกับธุรกิจและผู้ลงทุน นอกจากนี้ ความน่าเชื่อถือ/ชื่อเสียงของบริษัทฯ ตลอดจนความเชื่อมั่นในการร่วมลงทุนในหุ้นของบริษัทนับเป็นปัจจัย สำคัญที่ทำให้บริษัทต้องมุ่งสู่กระบวนการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับทฤษฎี ผู้มีส่วนได้เสียของ Freeman (1984: 107) อธิบายถึง การสร้างความสัมพันธ์และคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มี ส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ย่อมส่งผลต่อผลลัพธ์ความสำเร็จของบริษัท นับเป็นรากฐานสำคัญเพื่อสร้าง การเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับบริษัทในปัจจุบันและอนาคต สามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีและยั่งยืนในระยะยาว ให้กับนักลงทุน (Abdioglu, 2020: 203)

จากที่กล่าวมาทั้งหมด ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างด้านผลการ ดำเนินงานของบริษัท ความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัท และการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ทั้งนี้เพื่อแนวทางสู่การบริหารผลการดำเนินงานอย่าง ยั่งยืน สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ว่า “ธุรกิจเติบโตอย่างมีคุณภาพ มุ่งมั่น สร้างสรรค์ให้ตลาดทุนเกิดประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนของสังคม ยกกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชาติ และสร้าง ความแข็งแกร่งให้แก่ประเทศ”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของผลการดำเนินงานของบริษัทที่มีต่อการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยมีความไว้วางใจของนักลงทุนต่อบริษัทเป็นตัวแปรส่งผ่าน

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรตามกรอบแนวคิดของการวิจัยดังนี้

จากแนวคิด “ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย” ที่พัฒนามาจาก “กรอบแนวคิดด้านความร่วมมือ” ของ Barnard (1938: 84) และ Freeman (1984: 107) กล่าวถึง คุณธรรมและค่านิยมในการจัดการองค์กรที่ให้ความสำคัญต่อการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความไว้วางใจของนักลงทุนที่นำไปสู่ความยั่งยืนขององค์กรในบริบทที่แตกต่างกันในแต่ละองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ที่ผู้มีส่วนได้เสียมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความเชื่อมั่นต่อองค์กร และความสำเร็จอย่างยั่งยืน

ผลการดำเนินงานของบริษัท คือ ความสามารถของบริษัทในการบรรลุเป้าหมายตามแผนการดำเนินงานที่กำหนดไว้ ซึ่งเกิดจากการใช้ทรัพยากรที่สอดคล้องประสานกันกับวิธีดำเนินการต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ (Neely, Kennerley and Adams, 2007: 145-146) ซึ่งความสำเร็จของบริษัทเป็นผลจากการวางแผน การนำแผนไปปฏิบัติใช้ และการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสภาวะแวดล้อม เพื่อบรรลุตามเป้าหมายหรือเป้าประสงค์ของบริษัท นอกจากนี้งานวิจัยของ Singer and Edmondson (2008: 54); Kaplan and Norton (2005: 6) และ Hoque (2005: 479) พบว่า การที่บริษัทสามารถบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ จำเป็นต้องอาศัยตัวชี้วัดทางการเงินและตัวชี้วัดที่ไม่ใช่ทางการเงิน เพื่อควบคุมและประเมินผลการดำเนินงาน ให้บริษัทประสบความสำเร็จ โดยอาศัยแนวคิดของระบบการวัดผลดุลยภาพ (Balanced Scorecard: BSC) ที่ประกอบด้วย (1) มุมมองด้านการเงิน (2) มุมมองด้านลูกค้า (3) มุมมองด้านกระบวนการภายในธุรกิจ และ (4) มุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ทั้งรวมถึงธุรกิจ SME ก็อาศัยแนวคิดของระบบการวัดผลดุลยภาพเพื่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้วยเช่นกัน (Gumbus and Lussier, 2006: 407)

ผลประกอบการของบริษัทที่เป็นไปตามเป้าหมายตามที่กำหนดไว้แสดงในรูปแบบของผลกำไร อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน หรือกำไรเมื่อเทียบกับมูลค่าราคาหุ้นของบริษัท เป็นการสร้าง “ชื่อเสียง” ให้เกิดขึ้นกับบริษัท สามารถสร้างความประทับใจในลักษณะองค์กรรวมและเด่นชัดของกลุ่มบุคคลที่มีต่อบริษัท (van Riel and Fombrun, 2007: 2-3) และคุณค่าของชื่อเสียงที่ดีของบริษัทนั้นสามารถเพิ่มมูลค่าทางการตลาดให้กับบริษัทได้ รวมถึงชื่อเสียงที่ดีของบริษัทย่อมส่งผลต่อความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัท (Investors' Reliability) ทั้งนักลงทุนโดยทั่วไป รวมถึงนักลงทุนสถาบัน ตลอดจนนักลงทุนต่างประเทศที่มีต่อมูลค่าของบริษัท (Black, Carnes and Richardson (2000: 39)

สมมติฐานที่ 1 (H1): ผลการดำเนินงานของบริษัทที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความไว้วางใจจากนักลงทุนที่มีต่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

ทั้งนี้ความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัทนั้นอธิบายได้จาก 1) ความน่าเชื่อถือของบริษัท และ 2) ความเชื่อมั่นในการร่วมลงทุนกับบริษัท (Bajo, Croci and Marinelli, 2020: 78; Dakhlallh et al., 2020: 16; Nair et.al, 2020: 1)

บริษัทในตลาดทุนภายใต้การดำเนินงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสียย่อมส่งผลต่อความสำเร็จและชื่อเสียงของบริษัท สามารถสร้างความไว้วางใจให้กับนักลงทุน (Javed, Rashid, Hussain and Ali, 2020: 1395) รวมถึงการดำเนินธุรกิจภายใต้การขับเคลื่อนตลาดทุนสู่เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อให้เกิดประโยชน์กับประชาชน และทุกภาคส่วน บริษัทฯ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมุ่งสู่การบริหารผลการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน (Awan, Kraslawski and Huiskonen, 2017: 768; Cooper and Weber, 2021: 979; Nikolaou, Tsalis and Evangelinos, 2019: 14;) เป็นการสร้างความมั่นใจว่าบริษัทฯ สามารถอยู่รอดในระยะยาวภายใต้ระบบเศรษฐกิจ สังคม และ สภาพแวดล้อมที่มีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้การบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

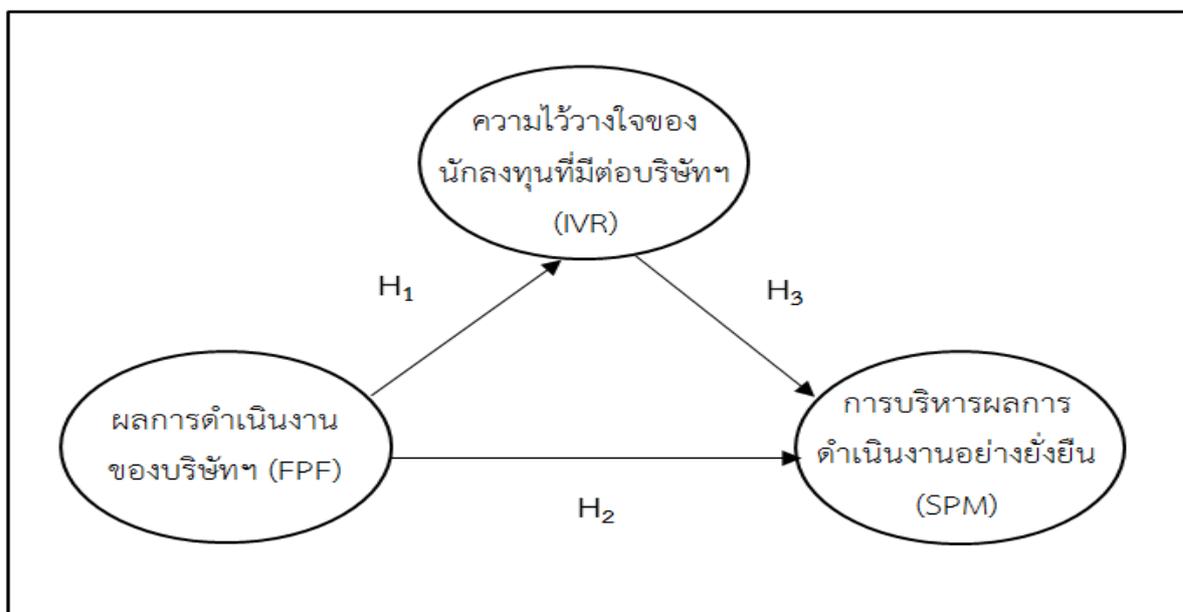
สมมติฐานที่ 2 (H2): ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

สมมติฐานที่ 3 (H3): ความไว้วางใจจากนักลงทุนที่มีต่อบริษัทฯ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

ทั้งนี้การบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนอธิบายได้จาก 1) ทูทางสังคม 2) การจัดการทรัพยากร 3) ทูทางปัญญา และ 4) การกำกับดูแลกิจการที่มีประสิทธิภาพ (Abdioglu, 2020: 67; Amiraslan, Lins, Servaes and Tamayo, 2022: 35; Bananuka et al., 2022: 1; Maharantika and Fuad, 2022: 10)

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยนี้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม (PSRU-EC) แบบเร่งรัด (Expedited Review) หมายเลขโครงการวิจัยคือ PSRU-EC. 2021/069 การศึกษาวิจัยนี้ เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม 2564 ถึงเดือนพฤศจิกายน 2565 โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1 ประชากร คือ ประชากรของการวิจัยครั้งนี้คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จำนวน 8 กลุ่มอุตสาหกรรม รวมทั้งสิ้นจำนวน 181 บริษัท ข้อมูล ณ วันที่ 22 มีนาคม 2565 (ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ, 2565: ออนไลน์)

3.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จำนวน 125 ราย จากสูตรการคำนวณของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อน 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ Hair, Black, Babin and Anderson (2010: 100-102) ได้แนะนำให้ใช้จำนวน 10-20 กลุ่มตัวอย่างต่อ 1 ตัวแปรที่สังเกตได้ และจำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 100 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น โดยวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ และเลือกตัวอย่างแบบง่าย ดังรายละเอียดตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 กลุ่มอุตสาหกรรมบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย

กลุ่มอุตสาหกรรม	AGRO	CONS	FINC	INDS	PROP	RESU	SERV	TECH
จำนวน (บริษัท)	8	14	10	38	34	12	47	18
กลุ่มตัวอย่าง (บริษัท)	6	10	7	26	24	8	32	12

การวิจัยครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามคือ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการผู้อำนวยการ หรือกรรมการผู้จัดการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์

3.3 เครื่องมือวิจัยในการวิจัย เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดประกอบด้วย

ส่วนที่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา สาขาที่สำเร็จการศึกษา และระยะเวลาการทำงาน

ส่วนที่ 2) ผลการดำเนินงานของบริษัท (FPF) ประกอบด้วย มุมมองด้านการเงิน (FP) มุมมองด้านลูกค้า (CP) มุมมองด้านกระบวนการภายในธุรกิจ (IP) และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (LP)

ส่วนที่ 3) ความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัท (IVR) ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ/ชื่อเสียงของบริษัทฯ (CR) และความเชื่อมั่นในการร่วมลงทุนกับบริษัทฯ (CI) และ

ส่วนที่ 4) การบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของบริษัท (SPM) ประกอบด้วย ด้านทุนทางสังคม (SC) ด้านการจัดการทรัพยากร (RM) ด้านทุนทางปัญญา (IC) และด้านการกำกับดูแลกิจการที่มีประสิทธิภาพ (GE)

สำหรับแบบสอบถามในส่วนที่ 2, 3 และ 4 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยค่าความอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 (จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน) ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 แสดงว่า แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Rovinelli and Hambleton, 1977: 11-14) จากนั้นนำไปทดสอบกับบริษัทที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 30 ราย ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามส่วนที่ 2, 3 และ 4 มีค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.898, 0.945 และ 0.882 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง (Cronbach, 1970: 102-104)

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-moment Correlation) เพื่อตรวจสอบปัญหาสหภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ (Multicollinearity) ของตัวแปรด้านผลการดำเนินงานของบริษัท ความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัท และการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และ 2) การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) แบบ Partial Least Square (PLS-SEM) เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

4. ผลการวิจัย

4.1 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของตัวแปรด้านผลการดำเนินงานของบริษัท ความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัท และการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของบริษัท

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของตัวแปรด้านผลการดำเนินงานของบริษัท ความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัท และการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของบริษัท

ตัวแปร	FP	CP	IP	LP	CR	CI	SC	RM	IC	GE
FP	1									
CP	.442**	1								
IP	.476**	.623**	1							
LP	.470**	.376**	.501**	1						
CR	.558**	.539**	.646**	.589**	1					
CI	.484**	.373**	.418**	.436**	.536**	1				
SC	.554**	.525**	.534**	.478**	.613**	.581**	1			
RM	.516**	.438**	.400**	.485**	.501**	.438**	.488**	1		
IC	.566**	.524**	.491**	.495**	.625**	.534**	.590**	.576**	1	
GE	.493**	.501**	.461**	.371**	.481**	.428**	.407**	.426**	.643**	1

** นัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรจำนวน 45 คู่ มีค่าความสัมพันธ์ระหว่าง 0.371 ถึง 0.646 ซึ่งมีค่าไม่เกิน +/- 0.85 ตามเกณฑ์การพิจารณาของ (Kline, 2005: 56) ดังนั้นข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์ผลการวิจัยครั้งนี้จะไม่มีปัญหาสหภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ (Multicollinearity)

4.2 การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างของผลการดำเนินงานของบริษัทฯ กับการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน โดยมีอิทธิพลตัวแปรส่งผ่านด้านความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

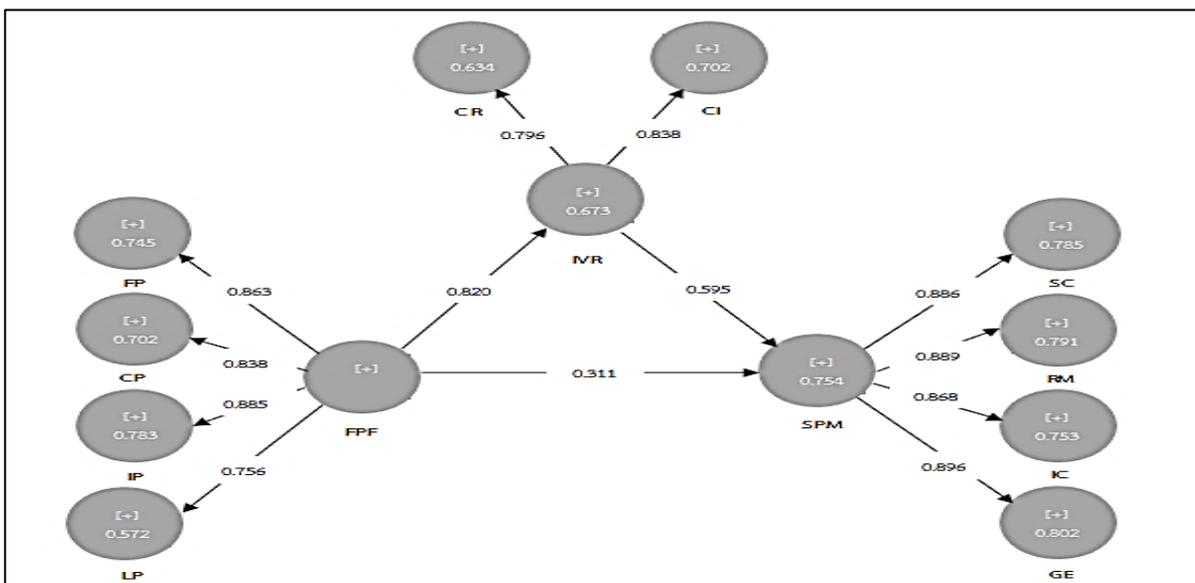
ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบแบบจำลองที่กำหนด/ไม่กำหนดความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัทเป็นตัวแปรส่งผ่าน

เส้นทาง	แบบจำลองที่ไม่กำหนดความไว้วางใจ ของนักลงทุนเป็นตัวแปรส่งผ่าน			เส้นทาง	แบบจำลองที่กำหนดความไว้วางใจ ของนักลงทุนเป็นตัวแปรส่งผ่าน		
	Beta	SE	t-value		Beta	SE	t-value
FPF->SPM	0.799***	0.033	24.212	FPF->SPM	0.311***	0.048	6.479
				FPF->IVR	0.820***	0.033	24.848
				IVR->SPM	0.595***	0.041	14.512

*** นัยสำคัญที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 3 แบบจำลองที่ไม่กำหนดความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัทเป็นตัวแปรส่งผ่าน อิทธิพลทางตรงของผลการดำเนินงานของบริษัท (FPF) ที่มีต่อการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (SPM) เท่ากับ 0.799 แต่สำหรับแบบจำลองที่กำหนดความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัท (IVR) เป็นตัวแปรส่งผ่าน (แบบจำลองที่พัฒนาขึ้น) อิทธิพลทางตรงของผลการดำเนินงานของบริษัท (FPF) ที่มีต่อการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (SPM) จะลดลงเท่ากับ 0.311 และมีอิทธิพลทางอ้อมโดยผ่านความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัท (IVR) เป็นตัวแปรส่งผ่านจะเท่ากับ 0.488 (จาก Beta 0.820 x Beta 0.595) ซึ่งทำให้เห็นว่า อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของผลการดำเนินงานของบริษัท (FPF) ที่มีต่อการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (SPM) โดยมีความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัท (IVR) เป็นตัวแปรส่งผ่านยังคงมีค่าเท่ากับ 0.799 เช่นเดียวกับแบบจำลองที่ไม่กำหนดความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัทเป็นตัวแปรส่งผ่าน ดังนั้นพบว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างของผลการดำเนินงานของบริษัท กับการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนที่พัฒนาขึ้น โดยกำหนดความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัทเป็นตัวแปรส่งผ่านมีความเหมาะสม

แบบจำลองสมการโครงสร้างของผลการดำเนินงานของบริษัท กับการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน โดยมีอิทธิพลตัวแปรส่งผ่านด้านความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ แสดงความสัมพันธ์ได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แบบจำลองสมการโครงสร้างของผลการดำเนินงานของบริษัท กับการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน โดยมีตัวแปรส่งผ่านด้านความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัท

ผลจากวิจัยที่ได้ สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ดังนี้ (1) ผลการดำเนินงานของบริษัท (FPF) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัท (IVR) เท่ากับ 0.820 (ร้อยละ 82) (2) ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ (FPF) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (SPM) ของบริษัทเท่ากับ 0.311 (ร้อยละ 31.10) และ (3) ความไว้วางใจจากนักลงทุนที่มีต่อบริษัท (IVR) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (SPM) ของบริษัท 0.595 (ร้อยละ 59.50) ทั้งนี้ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ (FPF) ส่งผลทางอ้อมเชิงบวกต่อการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (SPM) ของบริษัท ผ่านความไว้วางใจของนักลงทุน (IVR) ที่มีต่อบริษัทเท่ากับ 0.488 (48.80)

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ (FRF) สามารถอธิบายความไว้วางใจจากนักลงทุนที่มีต่อบริษัท (IVR) ได้เท่ากับ 0.673 (ร้อยละ 67.30) รวมถึงผลการดำเนินงานของบริษัท (FPF) และความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัท (IVR) ร่วมกันอธิบายการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของบริษัท (SPM) ได้เท่ากับ 0.754 (ร้อยละ 75.40)

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

บริษัทที่ประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานนั้น เป็นผลสัมฤทธิ์จากการที่บริษัทฯ มีการวางแผน การนำแผนไปปฏิบัติใช้ รวมถึงการควบคุมและประเมินผลการดำเนินงาน ตลอดจนการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสภาวะแวดล้อม เพื่อให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายหรือเป้าประสงค์ของบริษัทฯ อย่างมีประสิทธิภาพ ตามที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sari, Alfiany, Hesti and Nisa (2022: 56) พบว่า ผู้บริหารจะต้องอาศัยตัวชี้วัดในมิติต่างๆ เพื่อการบริหารจัดการแบบสมดุลทั้งในด้านการเงินเพื่อเป้าหมายกำไรที่ชัดเจน ในด้านลูกค้าเพื่อการสร้างยอดขาย/รายได้ตามประมาณการที่กำหนดจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท ในด้านกระบวนการภายในเพื่อการตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และด้านการเรียนรู้และการเติบโต โดยอาศัยกระบวนการพัฒนาการปฏิบัติงานของบุคลากรในบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายผลการดำเนินงานของบริษัท สอดคล้องกับแนวคิดระบบการวัดผลดุลยภาพ (Balanced Scorecard: BSC) ของ Kaplan and Norton (2005: 12) และงานวิจัยของ Wahyudin et al. (2021: 1) พบว่า แนวคิดระบบการวัดผลดุลยภาพมีความจำเป็นต่อการบริหารจัดการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) เพื่อบรรลุเป้าหมายผลการดำเนินงานของธุรกิจ

การระดมทุนของบริษัทในตลาดทุน หรือตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาความไว้วางใจให้เกิดขึ้นกับนักลงทุน จากความน่าเชื่อถือ/ชื่อเสียงของบริษัท เพื่อความเชื่อมั่นในการร่วมลงทุน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mishra and Mishra (2013: 261) และ Feola, Vesci, Marinato and Parente, 2021: 1246) พบว่า ความไว้วางใจเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้บริษัทได้รับการยอมรับจากนักลงทุน เปรียบเสมือนเป็นสินทรัพย์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของนักลงทุน และจากการที่นักลงทุนเกิดความไว้วางใจต่อบริษัท ย่อมเป็นการส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมความร่วมมือระหว่างนักลงทุนกับบริษัทฯ หรือเป็นลักษณะของความมั่นใจในการร่วมลงทุนของนักลงทุนกลุ่มต่างๆ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang and Zhao (2021: 11) พบว่า การสร้างความไว้วางใจให้กับนักลงทุนนับเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทฯ เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่มีความซับซ้อน ดังนั้นความไว้วางใจของนักลงทุนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจสามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน

จากผลการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จ และความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัท ตลอดจนการดำเนินธุรกิจภายใต้การขับเคลื่อนตลาดทุนสู่เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อประโยชน์กับประชาชน

และทุกภาคส่วน ดังนั้นบริษัทมีความจำเป็นต้องมุ่งสู่กระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืนในการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน เพื่อให้ตราสารทุน (หุ้น) ของบริษัทได้รับการจัดอันดับอยู่ในรายชื่อกลุ่มหุ้นที่ยั่งยืน มีความโดดเด่นผ่านเกณฑ์มาตรฐานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (Environment, Social and Governance: ESG) สามารถสร้างผลตอบแทนที่ต่ออย่างยั่งยืนในระยะยาวให้กับนักลงทุน (Abdioglu, 2020: 203) สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนของ Barbier (1987: 104) ที่กล่าวว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืนจะก่อให้เกิดการพัฒนาพร้อมกันอย่างเป็นระบบทั้งในระดับประเทศ และระดับสากล โดยจากผลการวิจัยนี้: ด้านทุนทางสังคม คือ การสร้างเครือข่ายทางสังคมบนพื้นฐานความเชื่อถือไว้วางใจซึ่งกันและกัน การพัฒนาคุณค่าด้านสุขภาพและความปลอดภัยต่อสังคม ด้านการจัดการทรัพยากร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nugroho, Hanani, Toiba and Sujarwo (2022: 2) ด้านการจัดการทรัพยากร คือ การวางแผน/จัดสรรการใช้ทรัพยากรให้เป็นไปตามเป้าหมายในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดเท่าที่เป็นไปได้ รวมถึงการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทจากข้อจำกัดด้านทรัพยากร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Roxas (2021: 2197) และ Maharantika and Fuad (2022: 10) ด้านทุนทางปัญญา คือ การพัฒนาบุคลากรที่มีความสามารถในการสร้างความยั่งยืน การสืบทอดองค์ความรู้ ทักษะ และขีดความสามารถให้คงอยู่กับบริษัทต่อไปได้ รวมถึงการพัฒนาาระบบคลังข้อมูลเพื่อการดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Alvino, Di Vaio, Hassan and Palladino (2020: 85); Nasifoglu Elidemir, Ozturen and Bayighomog (2020: 1) และ Bananuka et al. (2022: 15) สำหรับด้านการกำกับดูแลกิจการที่มีประสิทธิภาพ คือ การดำเนินงานที่มุ่งเน้นฉันทามติหรือการหาข้อตกลงทั่วไปภายในกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่น/ไว้วางใจให้เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jan et al. (2021: 8) นอกจากนี้ ผลการวิจัยทั้งหมดมีความสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนของ Naciti (2019: 1) ที่อธิบายถึง การพัฒนาอย่างยั่งยืนมีองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญ 3 ประการที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กัน ได้แก่ ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ความยั่งยืนด้านสังคม และความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ด้วยการกำกับดูแลกิจการที่มีประสิทธิภาพ

ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายหรือเป้าประสงค์ของบริษัทฯ นั้นมีความสัมพันธ์กับการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของบริษัทในประเทศที่พัฒนาแล้ว (Goyal, Rahman and Kazmi, 2013: 361) และรวมถึงบริษัทในประเทศกำลังพัฒนาด้วย (Laskar and Maji, 2018: 414) นอกจากนี้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายหรือเป้าประสงค์ของบริษัทยังส่งผลต่อความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัทฯ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Obamuyi (2013: 141) และ Baker and Wurgler (2007: 149) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการลงทุนคือ การที่บริษัทสามารถสร้างความเชื่อมั่น/ความมั่นใจในผลตอบแทนที่นักลงทุนจะได้รับ รวมถึงความคาดหวังต่อผลกำไรของบริษัท ราคาหุ้น และนโยบายการจ่ายเงินปันผล ซึ่งหากนักลงทุนมีความไว้วางใจต่อบริษัทมากก็จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อการลงทุน นอกจากนี้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีหน้าที่ในการพัฒนาศักยภาพอย่างมีคุณภาพ ด้วยการสร้างสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kumar and Firoz (2022: 41) ที่พบว่า บริษัทต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนเพื่อการดำรงอยู่ของธุรกิจในระยะยาว ความยั่งยืนขององค์กรเป็นการสร้างการเติบโตไปพร้อมกันทั้งตลาดทุน สังคม และประเทศชาติอย่างสมดุล มีคุณภาพ และยั่งยืนในระยะยาว จะเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จากตัวแปรเชิงสาเหตุ ได้แก่ ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และตัวแปรส่งผ่าน ได้แก่ ความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัทฯ เท่านั้น อย่างไรก็ตามการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนจะประสบผลสำเร็จเสร็จได้นั้น บริษัทฯ จำเป็นต้องสร้างพลังแห่งการเป็นหุ้นส่วนและความร่วมมือระหว่างทางธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นสำคัญด้วย

ผู้บริหารจำเป็นต้องสร้างกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการแลกเปลี่ยนวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศกับหุ้นส่วน/บริษัทอื่น เพื่อบรรลุการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม การศึกษาวิจัยนี้ได้ดำเนินการในช่วงระยะเวลาที่การระบาดของโรคติดต่อไวรัสโคโรนา 2019 ยังไม่สิ้นสุด ซึ่งนับเป็นข้อจำกัดหนึ่งที่เกิดขึ้นกับการวิจัยในครั้งนี้

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้เพื่อให้การศึกษาสามารถนำไปเพื่อเป็นแนวทางในการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น จึงสมควรนำแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงเหตุนี้ใช้เป็นประเด็นในการดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพต่อไป

นอกจากนี้การศึกษาถึงปัญหาหรือข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ก็จะทำให้บริษัทฯ ทราบถึงปัญหาหรืออุปสรรคและสามารถกำหนดแนวนโยบายทางเพื่อการบรรลุการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ThaiPublica. (2020). 45 ปีตลาดหลักทรัพย์ฯ “มุ่งพัฒนาตลาดทุน เพื่อทุกคน” อย่างยั่งยืน. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 มกราคม 2565 จาก <https://thaipublica.org/2020/04/45-years-set-native-ad/>.
- ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. (2565). โครงสร้างการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 22 มกราคม 2565 จาก https://www.set.or.th/mai/th/company/industry_group_p1.html.
- Abdioglu, N. (2020). The Role of Corporate Sustainability on Firm Value: An Application on Borsa Istanbul. In *Handbook of Research on Creating Sustainable Value in the Global Economy* (pp. 203-220). IGI Global.
- Alvino, F., Di Vaio, A., Hassan, R., and Palladino, R. (2020). Intellectual capital and sustainable development: A systematic literature review. *Journal of Intellectual Capital*, 22(1), 76-94.
- Amiraslani, H., Lins, K. V., Servaes, H., and Tamayo, A. (2022). Trust, social capital, and the bond market benefits of ESG performance. *Review of Accounting Studies*, 1-42.

- Awan, U., Kraslawski, A., and Huiskonen, J. (2017). Understanding the relationship between stakeholder pressure and sustainability performance in manufacturing firms in Pakistan. **Procedia Manufacturing**, **11**, 768-777.
- Bajo, E., Croci, E., and Marinelli, N. (2020). Institutional investor networks and firm value. **Journal of Business Research**, **112**, 65-80.
- Baker, M., and Wurgler, J. (2007). Investor sentiment in the stock market. **Journal of economic perspectives**, **21**(2), 129-152.
- Bananuka, J., Nkundabanyanga, S. K., Kaawaase, T. K., Mindra, R. K., and Kayongo, I. N. (2022). Sustainability performance disclosures: the impact of gender diversity and intellectual capital on GRI standards compliance in Uganda. **Journal of Accounting in Emerging Economies**. Retrieved January 28, 2022, from <https://doi.org/10.1108/jaee-09-2021-0301>.
- Barbier, E. B. (1987). The concept of sustainable economic development. **Environmental conservation**, **14**(2), 101-110.
- Barnard, C. I. (1938). **The functions of the executive**. Cambridge, MA Harvard University Press.
- Black, E. L., Carnes, T. A., and Richardson, V. J. (2000). The market valuation of corporate reputation. **Corporate Reputation Review**, **3**(1), 31-42.
- Cooper, L. A., and Weber, J. (2021). Does Benefit Corporation status matter to investors? An exploratory study of investor perceptions and decisions. **Business and Society**, **60**(4), 979-1008.
- Cronbach, L. J. (1970). **Essentials of Psychological Testing**. New York: Harper and Row.
- Dakhlallah, M. M., Rashid, N., Abdullah, W. A. W., Qawqzeh, H. K., and Dakhlallah, A. M. (2020). Accrual-based Earnings Management, Real Earnings Management and Firm Performance: Evidence from Public Shareholders Listed Firms on Jordanian's Stock Market. **Jour of Adv Research in Dynamical and Control Systems**, **12**(1), 16-27.
- Feola, R., Vesci, M., Marinato, E., and Parente, R. (2021). Segmenting “digital investors”: Evidence from the Italian equity crowdfunding market. **Small Business Economics**, **56**(3), 1235-1250.
- Freeman, R.E. (1984). **Strategic management: a stakeholder approach**. Boston: Pitman.
- Friedman, M. (1970). **The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits**. New York Times Magazine, 13 September 1970, 122-126.
- Goyal, P., Rahman, Z., and Kazmi, A. A. (2013). Corporate sustainability performance and firm performance research: Literature review and future research agenda. **Management Decision**, **51**(2), 361-379.
- Gumbus, A., and Lussier, R. N. (2006). Entrepreneurs use a balanced scorecard to translate strategy into performance measures. **Journal of Small Business Management**, **44**(3), 407-425.

- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2010). **Multivariate Data Analysis**. (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Hoque, Z. (2005). Linking environmental uncertainty to non-financial performance measures and performance: a research note. **The British Accounting Review**, **37**(4), 471-481.
- Jan, A. A., Lai, F. W., Draz, M. U., Tahir, M., Ali, S. E. A., Zahid, M., and Shad, M. K. (2021). Integrating sustainability practices into islamic corporate governance for sustainable firm performance: from the lens of agency and stakeholder theories. **Quality and Quantity**, 1-24.
- Javed, M., Rashid, M. A., Hussain, G., and Ali, H. Y. (2020). The effects of corporate social responsibility on corporate reputation and firm financial performance: Moderating role of responsible leadership. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, **27**(3), 1395-1409.
- Kaplan, R. S., and Norton, D. P. (2005). **Creating the office of strategy management**. Boston, MA: Division of Research, Harvard Business School.
- Kline, R. B. (2005). **Principles and practice of structural equation modeling**. New York: Guilford Press.
- Kopecka, N. (2015). The balanced scorecard implementation, integrated approach and the quality of its measurement. **Procedia Economics and Finance**, **25**, 59-69.
- Kumar, P., and Firoz, M. (2022). Does Accounting-based Financial Performance Value Environmental, Social and Governance (ESG) Disclosures? A detailed note on a corporate sustainability perspective. **Australasian Accounting, Business and Finance Journal**, **16**(1), 1-33.
- Laskar, N., and Maji, S. G. (2018). Disclosure of corporate sustainability performance and firm performance in Asia. **Asian Review of Accounting**, **26**(4), 414-443.
- Maharantika, S. F., and Fuad, F. (2022). The Influence of Environmental Performance, Environment Management Systems, and Corporate Social Responsibility Disclosure on the Financial Performance. **Diponegoro Journal of Accounting**, **11**(1), 1-15.
- Mio, C., Costantini, A., and Panfilo, S. (2022). Performance measurement tools for sustainable business: A systematic literature review on the sustainability balanced scorecard use. **Corporate social responsibility and environmental management**, **29**(2), 367-384.
- Mishra, A., and Mishra, D. (2013). Applications of stakeholder theory in information systems and technology. **Engineering Economics**, **24**(3), 254-266.
- Naciti, V. (2019). Corporate governance and board of directors: The effect of a board composition on firm sustainability performance. **Journal of Cleaner Production**, **237**, 117727.

- Nair, S., Gopikumar, V., Viswanathan, P. K., Gopakumar, S., and Gil, M. T. (2020). A contingency model of board characteristics and foreign institutional investor ownership: the moderating role of firm size and market valuation. **Cogent Economics and Finance**, **8**(1), 1739465.
- Nasifoglu Elidemir, S., Ozturen, A., and Bayighomog, S. W. (2020). Innovative behaviors, employee creativity, and sustainable competitive advantage: A moderated mediation. **Sustainability**, **12**(8), 3295.
- Neely, A., Kennerley, M., and Adams, C. (2007). Performance measurement frameworks: a review. **Business Performance Measurement**, 143-162.
- Nikolaou, I. E., Tsalis, T. A., and Evangelinos, K. I. (2019). A framework to measure corporate sustainability performance: A strong sustainability-based view of firm. **Sustainable Production and Consumption**, **18**, 1-18.
- Nugroho, T. W., Hanani, N., Toiba, H., and Sujarwo, S. (2022). Promoting Subjective Well-Being among Rural and Urban Residents in Indonesia: Does Social Capital Matter?. **Sustainability**, **14**(4), 2375.
- Obamuyi, T. M. (2013). Factors influencing investment decisions in capital market: A study of individual investors in Nigeria. **Organizations and Markets in Emerging Economies**, **4**(1), 141-161.
- Rovinelli, R. J., and 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**, 49-60.
- Roxas, B. (2021). Environmental sustainability engagement of firms: The roles of social capital, resources, and managerial entrepreneurial orientation of small and medium enterprises in Vietnam. **Business Strategy and the Environment**, **30**(4), 2194-2208.
- Sari, A. W., Alfiany, N., Hesti, A. N., and Nisa, A. Z. (2022). The Application of a Balanced Scorecard in SME: A case Study of Milanzo Kids. **KEUNIS**, **10**(1), 56-65.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., and Muller H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: tests of significance and goodness-of-fit models. **Methods of Psychological Research Online**, **8**, 23-74.
- Singer, S. J., and EDMONDSON, A. (2008). When Learning and Performance are at Odds: Confronting the Tension Chapter. **Learning and performance matter**, 33-58.
- Van Riel, C. B., and Fombrun, C. J. (2007). **Essentials of corporate communication: Implementing practices for effective reputation management**. London: Routledge.
- Wahyudin, A., Sari, M. P., Ardiansari, A., Raharja, S., and Kalbuana, N. (2021). Instrument design of small industry performance measurement in Semarang city with balanced scorecard concept. **Academy of Accounting and Financial Studies Journal**, **25**(3), 1-9.

- Wang, Y., and Zhao, D. (2021). **Research on the Evaluation Index System of Trust, Innovation and MandA Value.** In International Symposium on Automation, Information and Computing (ISAIC 2020) 2-4 December 2020, Beijing, 1828(012178).
- Yamane, Taro. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis.** (3rd ed). New York: Harper and Row Publications.

การตัดสินใจทางจริยธรรมในสถาบันอุดมศึกษา

Ethical Decision Making In Higher Education Institutions

ภาณุมาศ ทองชนะ^{1*} รวิภา ธรรมโชติ²
(Panumas Thongchana¹ and Ravipa Thummachote²)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาวิธีการตัดสินใจทางจริยธรรมของบุคลากรสายวิชาการในสถาบันอุดมศึกษา เมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ความขัดแย้งทางจริยธรรมในการพิจารณากำหนดตำแหน่งทางวิชาการ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพแบบปรากฏการณ์วิทยาแนวการตีความและการศึกษาเอกสาร เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากบุคลากรสายวิชาการในสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 17 คน

จากการศึกษา พบว่า การตัดสินใจทางจริยธรรมในสถาบันอุดมศึกษา ส่วนใหญ่เป็นการตัดสินใจแบบไม่มีโครงสร้าง เนื่องจากความซับซ้อนของสถานการณ์และความไม่ชัดเจนของปัญหา ทำให้ไม่สามารถกำหนดวิธีการตัดสินใจ เพื่อแก้ไขปัญหาความขัดแย้งทางจริยธรรมไว้ล่วงหน้า โดยคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ของผู้มีบทบาทในการตัดสินใจและวัฒนธรรมองค์การส่งผลต่อการตัดสินใจทางจริยธรรม

คำสำคัญ: การตัดสินใจทางจริยธรรม การพิจารณากำหนดตำแหน่งทางวิชาการ สถาบันอุดมศึกษา

¹นักศึกษาปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง 10240

Department of Public Administration, Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University 10240

²รองศาสตราจารย์ ดร. คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง 10240

Assoc. Prof. Dr. Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University 10240

Corresponding author: email tpanumas@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to study the ethical decision-making approaches of academics in institutions of higher education when they encounter ethical conflicts regarding the determination of academic positions. Interpretative phenomenological analysis, a form of qualitative research, together with document research are used. Data is further collected from in-depth interviews with a total of 17 academics from institutions of higher education.

The study reveals that ethical decision making in institutions of higher education occurs, for the most part, without a structure. This is due to the complexity of the situations and the lack of clarity about the problems. As a result, it is not possible to determine in advance the decision-making approaches to address such ethical problems. Factors that impact the ethical decision-making approaches include personal characteristics in terms of the prior experiences of decision makers and the organizational culture.

Keywords: Ethical decision making, determination of academic positions, institutions of higher education

Article history:

Received 20 March 2023

Revised 2 May 2023

Accepted 3 May 2023

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. บทนำ

บุคลากรสายวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาของประเทศไทยเริ่มทำงานด้วยตำแหน่งอาจารย์ และสามารถพิจารณาตำแหน่งทางวิชาการในระดับที่สูงขึ้นเพื่อแสดงถึงความรู้และความเชี่ยวชาญในสาขาวิชา โดยอาจารย์สามารถขอเลื่อนตำแหน่งทางวิชาการเป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ และศาสตราจารย์ตามลำดับ ซึ่งการขอพิจารณาตำแหน่งทางวิชาการจะต้องผลิตผลงานให้ได้ตามปริมาณและมีคุณภาพตามที่กำหนด จากรายงานการสำรวจในปี พ.ศ. 2565 พบว่า ประเทศไทยมีบุคลากรสายวิชาการจำนวนทั้งสิ้น 60,098 คน เป็นตำแหน่งอาจารย์ มากที่สุด ร้อยละ 62.56 รองลงมา ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยละ 24.25 ตำแหน่งรองศาสตราจารย์ ร้อยละ 11.12 และตำแหน่งศาสตราจารย์ ร้อยละ 1.42 (สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ, 2565) โดยการพิจารณากำหนดตำแหน่งทางวิชาการของบุคลากรสายวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาเป็นกระบวนการหนึ่งที่สามารถประสพกับประเด็นปัญหาทางจริยธรรมในขั้นตอนต่าง ๆ ได้ เช่น การนำผลงานของผู้อื่นมาเป็นผลงานของตนเอง การลอกเลียนผลงานของบุคคลอื่น การเลือกผู้ทรงคุณวุฒิที่อาจทำให้การประเมินผลงานทางวิชาการไม่เป็นกลาง การเปิดเผยรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นต้น เมื่อเกิดปัญหาทางจริยธรรมในกระบวนการดังกล่าวอาจนำไปสู่ปัญหาความขัดแย้งทางจริยธรรม (ethical dilemma) ซึ่งเป็นสิ่งที่ได้รับการยอมรับว่ามีความยุ่งยากต่อการตัดสินใจเพื่อแก้ไขปัญหา

ปัญหาความขัดแย้งทางจริยธรรมเป็นปรากฏการณ์ที่ค่านิยมทางจริยธรรมอย่างน้อย 2 ประการ มีความขัดแย้งกัน โดยผู้มีบทบาทในการตัดสินใจจะต้องตีความปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นและต้องตัดสินใจเลือกวิธีการปฏิบัติตามค่านิยมทางจริยธรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเหนือกว่าการปฏิบัติตามค่านิยมทางจริยธรรมอื่น โดยปัญหาความขัดแย้งทางจริยธรรมหรือภาวะที่ยากต่อการตัดสินใจดังกล่าวอาจเกิดขึ้นได้จาก (1) สิ่งที่ต้องตัดสินใจเป็นสถานการณ์ที่บุคคลไม่ทราบแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้อง (2) ผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจพบว่าแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องเป็นไปได้ยากมากกว่าทางเลือกอื่น ๆ หรือ (3) ความเข้าใจที่ผิดพลาดของผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจ (Chauhan and Chauhan, 2002: 373; Veijeren, 2011: 10)

เมื่อพิจารณางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมการบริหารภาครัฐ (ethics in public administration) ในบริบทของสังคม พบว่าการศึกษาวิจัยยังไม่มีผู้ที่ศึกษาอย่างจริงจังและยังไม่เป็นที่แพร่หลายเท่าที่ควร (พลอยสืบวิเศษ, 2561: 278) หากพิจารณาเฉพาะงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทางจริยธรรม (ethical decision making) ในบริบทของสถาบันอุดมศึกษา พบว่า เป็นประเด็นที่มีการศึกษาในประเทศไทยจำนวนน้อย ซึ่งถือได้ว่าเป็นช่องว่างด้านองค์ความรู้ (knowledge gap) เกี่ยวกับการตัดสินใจทางจริยธรรมในบริบทของสังคมไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาวิธีการตัดสินใจทางจริยธรรมของบุคลากรสายวิชาการในสถาบันอุดมศึกษา เมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ความขัดแย้งทางจริยธรรมในการพิจารณากำหนดตำแหน่งทางวิชาการ

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จริยธรรม (ethics) หมายถึง การกระทำตามค่านิยมหรือความเชื่อของแต่ละบุคคลที่ได้รับการพิจารณาว่าดีงาม ถูกต้อง ควรค่าแก่การปฏิบัติ และหมายรวมถึงการละเว้นจากการกระทำ (Beck, Bowman and West, 2010: 73-75; Lawton, Lasthuizen and Rayner, 2013: 2) อย่างไรก็ตาม การให้คำจำกัดความเกี่ยวกับจริยธรรม คือ สิ่งที่ต้องและไม่ถูกต้องเพียงอย่างเดียวนั้นอาจเป็นความเข้าใจเพียงผิวเผิน เพราะ จริยธรรมมีความหมายค่อนข้างกว้างขวาง ประกอบไปด้วยแนวคิดต่าง ๆ ที่มีความสลับซับซ้อน

รวมทั้งการประยุกต์ใช้และการตีความซึ่งรวมอยู่ในเรื่องของจริยธรรม อีกทั้ง จริยธรรมยังมีความหมายครอบคลุมถึงการศึกษาศาสตร์ของการพิจารณาว่าการกระทำนั้นถูกหรือผิด (Bishop, 2013: 635-636) สำหรับสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ได้ให้คำจำกัดความของจริยธรรมในการบริหารงานภาครัฐ หมายถึง ค่านิยม (values) และหลักการ (principle) ที่เป็นเครื่องชี้นำพฤติกรรมที่ถูกและผิดในการปฏิบัติงาน (Menzel, 2007:6) ความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดทำบริการสาธารณะ และหมายความรวมถึงความรับผิดชอบขององค์การภาครัฐจากการกระทำที่เกิดขึ้นต่อพลเมืองของตน (Denhardt and Denhardt, 2009: 127)

สำหรับการตัดสินใจทางจริยธรรมมีนักวิชาการได้พยายามบูรณาการองค์ความรู้เรื่องการตัดสินใจทางจริยธรรมและตัวแบบของการตัดสินใจทางจริยธรรมที่ถูกนำเสนอจากนักวิชาการในอดีต สังเคราะห์จนกลายเป็นตัวแบบการตัดสินใจทางจริยธรรมแบบบูรณาการ โดยสามารถสรุปได้ว่าการตัดสินใจทางจริยธรรมประกอบขึ้นตอนสำคัญ คือ

(1) การตระหนักรู้ทางจริยธรรม คือ ช่วงเวลาที่บุคคลเกิดความตระหนักเมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ทางจริยธรรม หรือต้องกระทำกรอย่างหนึ่งอย่างใดที่อาจส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์ หรือความคาดหวังของตนเองหรือของบุคคลอื่นในลักษณะที่เป็นการขัดแย้งกับมาตรฐานทางจริยธรรม อย่างไรก็ตาม บุคคลอาจขาดความตระหนักรู้ทางจริยธรรมได้เช่นเดียวกัน

(2) การตัดสินใจทางจริยธรรม เป็นกระบวนการเลือกแนวทางการปฏิบัติที่เหมาะสมที่สุดจากบรรดาทางเลือกที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งการตัดสินใจอาจเกิดขึ้นจากการใช้อารมณ์ (ความรู้สึก) สัญชาตญาณ (การล่องรู้) การให้เหตุผลทางจริยธรรม (การพิเคราะห์) การให้เหตุผลเพื่อสนับสนุนการกระทำทางจริยธรรม (การหาเหตุผลอันสมควร) การปรึกษาทางจริยธรรม (การยินยอม) นำไปสู่เจตคติ (ความมุ่งมั่น) ทางจริยธรรม

(3) พฤติกรรมทางจริยธรรม เป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจ และ

(4) วงจรสะท้อนกลับ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการแสดงพฤติกรรมทางจริยธรรม ซึ่งผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจจะสามารถสังเกตผลลัพธ์ ผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจทางจริยธรรมของตนเอง อันจะส่งผลให้บุคคลเกิดการเรียนรู้และส่งผลกระทบต่อความสามารถทางจริยธรรมของบุคคลเมื่อต้องตัดสินใจทางจริยธรรมในอนาคต (Schwartz, 2016: 760-770)

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ของการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรสายวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ประสบการณ์หรือมีความเกี่ยวข้องกับการพิจารณากำหนดตำแหน่งวิชาการ ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบลูกโซ่ (snowball sampling) จำนวน 17 คน ประกอบด้วย บุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาที่ดำรงตำแหน่งศาสตราจารย์ จำนวน 2 คน รองศาสตราจารย์ จำนวน 1 คน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จำนวน 6 คน และอาจารย์จำนวน 8 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) แบบปรากฏการณ์วิทยาแนวการตีความ (interpretive phenomenology) และการศึกษาเอกสาร โดยมุ่งทำความเข้าใจวิธีการตัดสินใจทางจริยธรรมของบุคลากรสายวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาเมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ความขัดแย้งทาง โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) ซึ่งมาจากแหล่งข้อมูลที่

แตกต่างกัน หากข้อมูลที่ได้มีความเหมือนหรือสอดคล้องกัน แสดงว่าข้อมูลที่ได้รับมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ (Yin, 2015: 160-161)

4. ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องการตัดสินใจทางจริยธรรมในสถาบันอุดมศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปวิธีการตัดสินใจทางจริยธรรมของบุคลากรสายวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาเมื่อต้องเผชิญกับปรากฏการณ์ความขัดแย้งทางจริยธรรมในการพิจารณากำหนดตำแหน่งทางวิชาการ ดังนี้

1. การรับรู้และการตระหนักรู้ทางจริยธรรม

เมื่อเกิดประเด็นความขัดแย้งทางจริยธรรมในการพิจารณากำหนดตำแหน่งทางวิชาการ การตัดสินใจทางจริยธรรมของบุคลากรสายวิชาการจะเกิดขึ้นเมื่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจสามารถรับรู้และตีความปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้ว่าเป็นปัญหาทางจริยธรรม และตระหนักว่าตนเองคือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจเพื่อแก้ไขปัญหาทางจริยธรรมดังกล่าว หากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจไม่รับรู้ถึงปัญหา หรือไม่ตระหนักว่าตนเองคือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจ กระบวนการตัดสินใจทางจริยธรรมจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้

จากการศึกษาค้นพบว่า ประสบการณ์ในการทำงาน ความเชี่ยวชาญของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจ ส่งผลต่อมุมมองและการตีความปรากฏการณ์ความขัดแย้งทางจริยธรรมที่เกิดขึ้น โดยผู้ให้ข้อมูลที่มีประสบการณ์ทางวิชาชีพไม่มากมีมุมมองต่อเรื่องการจ่ายเงินเพื่อให้ได้ตีพิมพ์ผลงานทางวิชาการในวารสารที่มีชื่อเสียงว่า หากผลงานทางวิชาการไม่มีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมในการทำวิจัยแล้ว ย่อมถือได้ว่าการดำเนินงานวิจัยเป็นไปอย่างมีจริยธรรม ซึ่งเป็นประเด็นที่ต้องพิจารณาแยกกันระหว่างการทำวิจัยกับการเผยแพร่ผลงาน ดังนั้น “... การจ่ายเงินเพื่อให้ผลงานของตนเองได้เผยแพร่ในวารสารที่มีชื่อเสียงจึงเป็นเรื่องของกระบวนการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานวิจัยจึงเป็นสิ่งที่สามารถกระทำได้” แต่สำหรับผู้ให้ข้อมูลที่มีประสบการณ์มากกว่ากลับมีมุมมองต่อประเด็นดังกล่าวว่า การจ่ายเงินเพื่อให้ได้เผยแพร่ผลงานที่ใช้สำหรับการขอตำแหน่งทางวิชาการในวารสารที่มีชื่อเสียงหรือน่าเชื่อถือ เป็นการกระทำที่ผิดจริยธรรม เนื่องจากการดำเนินการดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อการศึกษาของผู้ทรงคุณวุฒิได้ เช่น การจ่ายเงินเพื่อให้ได้เผยแพร่ในวารสารที่อยู่ในฐาน Scopus ย่อมเป็นการกระทำที่มีความตั้งใจให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่ประเมินผลงานทางวิชาการเข้าใจว่าผลงานมีคุณภาพสามารถตีพิมพ์ในวารสารที่มีชื่อเสียงน่าเชื่อถือได้ หากผู้ทรงคุณวุฒิไม่พิจารณาผลงานทางวิชาการที่ส่งมาให้ประเมินอย่างละเอียด และเชื่อมั่นว่าวารสารที่ผู้ขอตำแหน่งทางวิชาการสามารถตีพิมพ์ได้เป็นวารสารที่มีคุณภาพ ย่อมเป็นการกระทำที่จงใจให้ผู้ประเมินมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน จึงเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมในการขอพิจารณากำหนดตำแหน่งทางวิชาการอย่างชัดเจน

ดังนั้น เมื่อการรับรู้และการตระหนักรู้ทางจริยธรรมมีความแตกต่างกัน ย่อมส่งผลให้การกระทำของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างชัดเจน กล่าวคือ ผู้ให้ข้อมูลที่มีมุมมองว่าการจ่ายเงินเพื่อให้ได้เผยแพร่ผลงานทางวิชาการในวารสารที่มีชื่อเสียงไม่ผิดจริยธรรมและเป็นสิ่งที่สามารถกระทำได้ เมื่อมุมมองที่มีต่อปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นเช่นนี้แล้ว การกระทำในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเพื่อแก้ไขปัญหาทางจริยธรรมจึงไม่เกิดขึ้น แต่สำหรับผู้ให้ข้อมูลที่เห็นว่าการกระทำดังกล่าวเป็นสิ่งที่ผิดจริยธรรมและไม่สามารถกระทำได้ ย่อมทำให้เกิดความตระหนักว่าจะต้องแสวงหาวิธีการเพื่อแก้ไขปัญหาทางจริยธรรมดังกล่าวต่อไป

2. การกำหนดทางเลือกและการพิจารณาทางเลือก

เมื่อผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจรับรู้ว่ามีปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นปัญหาทางจริยธรรมที่ตนเองคือผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจเพื่อแก้ไขปัญหาจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อกำหนดทางเลือกและพิจารณาทางเลือกสำหรับการแก้ไขปัญหา จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินผลงานทางวิชาการหากมีข้อสงสัยว่าผลงานที่เสนอเข้าข่ายผิดจริยธรรมในการขอตำแหน่งทางวิชาการ จะดำเนินการตรวจสอบเบื้องต้นกับประกาศของ ก.พ.อ. ดังคำสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล ที่ว่า “... หากมีข้อสงสัยว่าเป็นเรื่องผิดจริยธรรมหรือไม่ ก็ต้องเข้าไปดูเกณฑ์ก่อนว่ามีการกำหนดไว้อย่างไร” และจะดำเนินการติดต่อกลับไปยังสถาบันอุดมศึกษาที่ขอประเมิน เพื่อให้อาจารย์ผู้ขอตำแหน่งทางวิชาการช่วยอธิบายหรือชี้แจงรายละเอียดเพิ่มเติมในประเด็นที่มีข้อสงสัย หรือให้หน่วยงานที่ขอประเมินดำเนินการตรวจสอบเพิ่มเติม ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูล ที่ว่า “... หากสงสัยเรื่องการคัดลอกผลงานก็ติดต่อกลับไปยังหน่วยที่ขอประเมิน ให้เขาช่วยตรวจสอบเรื่องการคัดลอกให้หน่อย เขาก็จะแจ้งผลกลับมาว่าคัดลอกก็เปอร์เซ็นต์” ดังนั้น การตรวจสอบข้อมูลของผู้ทรงคุณวุฒิในกรณีที่มีข้อสงสัยเกี่ยวกับประเด็นทางจริยธรรมในผลงานทางวิชาการสะท้อนให้เห็นถึงวิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบการกำหนดทางเลือกและการพิจารณาทางเลือก

อย่างไรก็ตาม การพิจารณากำหนดตำแหน่งทางวิชาการเป็นกระบวนการที่กำหนดวิธีการและขั้นตอนในการดำเนินงานเอาไว้ค่อนข้างอย่างรัดกุม อีกทั้ง กระบวนการพิจารณายังเป็นระบบปิด กล่าวคือ ห้ามไม่ให้ผู้ขอตำแหน่งทางวิชาการทราบว่าผู้ทรงคุณวุฒิที่ประเมินผลงานทางวิชาการคือบุคคลใด ดังนั้น หากผู้ทรงคุณวุฒิมีข้อสงสัยเรื่องประเด็นจริยธรรมในผลงานทางวิชาการทางเลือกหรือวิธีการปฏิบัติที่ผู้ทรงคุณวุฒิจะสามารถกระทำได้จึงมีอยู่อย่างจำกัด เพราะระบบห้ามไม่ให้ผู้ทรงคุณวุฒิติดต่อกับผู้ขอประเมินตำแหน่งทางวิชาการโดยตรง ผู้ทรงคุณวุฒิจึงทำได้เพียงติดต่อกับหน่วยงานที่ขอประเมินเพื่อให้ดำเนินการตรวจสอบหรือส่งข้อมูลเพิ่มเติม

3. การปรึกษาทางจริยธรรม

หากปัญหาทางจริยธรรมที่เกิดขึ้นเป็นประเด็นที่ผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจไม่ทราบวิธีการแก้ไขปัญหาหรือต้องการยืนยันวิธีการแก้ไขปัญหาตามที่ตนเองต้องการที่จะเลือก ผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจจะทำการปรึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ที่มีความรู้หรือประสบการณ์ที่ตนเองเคารพนับถือ หรือปรึกษากับเพื่อนร่วมงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับปัญหาดังกล่าว เพื่อขอคำแนะนำ ข้อเสนอแนะหรือยืนยันวิธีการแก้ไขปัญหา จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเคยมีประสบการณ์ถูกลูกศิษย์ของตนเองติดต่อเป็นการส่วนตัวให้ช่วยประเมินตำแหน่งรองศาสตราจารย์ กล่าวว่า “... ตอนนั้นเครียดมากเลย คือ ไม่รู้จะทำยังไง ก็ปรึกษากับอาจารย์ที่เป็นเพื่อนร่วมงานด้วยกันว่าจะทำยังไงดี เขาก็ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์” เพราะกรณีดังกล่าว นอกจากผู้ขอประเมินตำแหน่งทางวิชาการจะเคยเป็นลูกศิษย์ของผู้ประเมินแล้ว ยังทราบว่าอาจารย์ที่ปรึกษาในระดับปริญญาโทคือผู้ทรงคุณวุฒิที่ทำหน้าที่ในการประเมินตำแหน่งทางวิชาการของตนเองอีกด้วย ดังนั้น ไม่ว่าจะผลการประเมินจะเป็นอย่างไร ย่อมส่งผลกระทบต่ออาจารย์ที่เป็นผู้ประเมินและลูกศิษย์ซึ่งเป็นผู้ขอประเมินอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ กล่าวคือ หากมีความเห็นให้ผ่านอาจมีข้อสงสัยว่าสาเหตุที่ผ่านเพราะผู้ขอประเมินตำแหน่งทางวิชาการเคยเป็นลูกศิษย์ของผู้ทรงคุณวุฒิ แต่หากประเมินให้ไม่ผ่านความสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์ซึ่งเป็นผู้ประเมินกับลูกศิษย์อาจมีปัญหาเรื่องความสัมพันธ์ แม้ว่าสัญญาตถุณของคนเป็นอาจารย์ย่อมมีความปรารถนาให้ลูกศิษย์ของตนเองประสบความสำเร็จ ได้รับการประเมินให้ดำรงตำแหน่งทางวิชาการที่สูงขึ้น แต่การกระทำตามแนวทางดังกล่าวย่อมขัดกับหลักจริยธรรมในการประเมินตำแหน่งทางวิชาการ

4. การตัดสินใจทางจริยธรรม

การตัดสินใจทางจริยธรรมเป็นขั้นตอนซึ่งผู้มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกแนวทางการปฏิบัติตามค่านิยมทางจริยธรรมที่เหมาะสมที่สุด เพื่อแก้ไขปัญหาความขัดแย้งทางจริยธรรมที่เกิดขึ้น โดยปัจจัยด้านองค์การเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เช่น กรณีที่ประธานหลักสูตรขอให้อาจารย์ใส่ชื่อของอาจารย์ประจำหลักสูตรท่านหนึ่งที่ไม่ได้ทำผลงานทางวิชาการในผลงานวิจัยที่จะใช้เสนอขอตำแหน่งทางวิชาการ โดยมีสาเหตุมาจากการประเมินคุณภาพของหลักสูตร แม้ว่าอาจารย์ซึ่งเป็นผู้นิพนธ์ผลงานจะทราบดีว่าการใส่ชื่อของบุคคลอื่นที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องในผลงานวิจัยเป็นสิ่งที่ผิดจริยธรรม แต่การปฏิบัติตามคำสั่งของผู้บังคับบัญชาและปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานที่อาจจะเกิดขึ้นตามมาภายหลังก็เป็นสิ่งที่ผู้มีบทบาทในการตัดสินใจไม่อาจมองข้ามได้เช่นเดียวกัน ดังนั้น ทางเลือกที่อยู่กึ่งกลางระหว่างการปฏิบัติตามค่านิยมทั้ง 2 ประการ คือ การเชื่อฟังคำสั่งของผู้บังคับบัญชากับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณนักวิจัยจึงเป็นแนวทางที่ถูกเลือกขึ้นมาปฏิบัติสำหรับกรณีดังกล่าว ดังคำสัมภาษณ์ ที่ว่า “อาจารย์ก็ส่งบทความให้อาจารย์ท่านนั้นทางไลน์ ก็แจ้งเขาไปว่าอาจารย์หนูจะส่งบทความไปตีพิมพ์ อาจารย์ช่วยตรวจดูให้หน่อย ถ้าอาจารย์มีข้อเสนอแนะก็แจ้งกลับมาได้เลย ... ก็เห็นในไลน์ขึ้นว่าอ่านแล้วนะ แต่ไม่ได้พิมพ์อะไรตอบกลับมา ... ก็คิดว่าไม่เป็นไร อย่างน้อยก็มีชื่อเราอยู่เป็นผู้นิพนธ์หลัก”

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทราบว่าทางเลือกที่ถูกต้องคือ การไม่ใส่ชื่อของบุคคลอื่นที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัย แต่ผลกระทบจากการเลือกปฏิบัติตามทางเลือกที่ถูกต้องมีมากกว่าและเกิดขึ้นเร็วกว่าการปฏิบัติตามทางเลือกอื่น ผู้มีบทบาทในการตัดสินใจจึงปฏิบัติตามทางเลือกที่ส่งผลกระทบต่อตนเองน้อยกว่า และเลือกที่จะละเลยต่อการปฏิบัติตามจริยธรรมและมโนธรรมที่ตนเองยึดถือ

5. พฤติกรรมทางจริยธรรม

พฤติกรรมทางจริยธรรมเป็นการปฏิบัติตามทางเลือกที่ได้ตัดสินใจไว้ ดังกรณีที่ผู้ขอพิจารณากำหนดตำแหน่งทางวิชาการทราบว่าผู้ทรงคุณวุฒิที่ประเมินผลงานของตนเอง คือ อาจารย์ที่ปรึกษาในระดับปริญญาโท จึงได้ทำการติดต่อกับผู้ทรงคุณวุฒิที่ทำหน้าที่ประเมินผลงานทางวิชาการโดยตรง จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยและมีประสบการณ์ตรงในเรื่องดังกล่าวบอกเล่ากับผู้วิจัยว่าได้ตัดสินใจเลือกวิธีการแก้ไขปัญหาโดยการติดต่อกลับไปยังสถาบันอุดมศึกษาที่ขอประเมินตำแหน่งทางวิชาการ เพื่อแจ้งให้ทราบถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้นและให้สถาบันอุดมศึกษาที่ขอประเมินดำเนินการแก้ไขปัญหา ดังนั้น พฤติกรรมที่ผู้ทรงคุณวุฒิท่านนี้กระทำจึงเป็นผลลัพธ์ของการตัดสินใจเลือกวิธีการแก้ไขปัญหา ดังคำสัมภาษณ์ ที่ว่า “อาจารย์ก็ติดต่อกลับไปบอกเจ้าหน้าที่เขาว่าอาจารย์ไม่ขอประเมินผู้ขอตำแหน่งทางวิชาการรายนี้ เนื่องจากเขาทราบว่าอาจารย์เป็นผู้ประเมิน อาจารย์รู้สึกว่ามันไม่ secure และรู้สึกที่ไม่อยากประเมินการเจ้าหน้าที่เขาก็ดำเนินการเปลี่ยนผู้ทรง และให้อาจารย์ไปประเมินผลงานทางวิชาการของอาจารย์อีกท่านหนึ่ง อาจารย์จึงย้ายไปว่า ห้ามให้อาจารย์คนใหม่นี้รู้เด็ดขาดว่าอาจารย์เป็นผู้ประเมินตำแหน่งทางวิชาการให้เขา”

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การตัดสินใจทางจริยธรรมในสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่เป็นการตัดสินใจแบบไม่มีโครงสร้าง (unstructured decision) เนื่องจากปัญหาทางจริยธรรมที่เกิดขึ้นไม่ใช่ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นประจำ ทำให้ผู้มีบทบาทในการตัดสินใจไม่สามารถกำหนดแนวทางหรือวิธีการสำหรับการตัดสินใจเอาไว้ล่วงหน้า เมื่อปรากฏการณ์ทางจริยธรรมไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นเป็นประจำจึงทำให้ลักษณะของปัญหาขาดความชัดเจน ส่งผลต่อ

การรับรู้และการตระหนักรู้ของผู้มีบทบาทในการตัดสินใจ อีกทั้ง ผู้มีบทบาทในการตัดสินใจยังไม่สามารถนำกฎระเบียบ หรือข้อบังคับที่มีอยู่มาบังคับใช้กับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างเคร่งครัด จึงต้องอาศัยการวิเคราะห์หาสาเหตุและวิธีการที่มีความเหมาะสมสำหรับการแก้ไขปัญหาทางจริยธรรมที่เกิดขึ้นเป็นรายกรณี โดยผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ปัญหาทางจริยธรรมเป็นปัญหาที่มีลักษณะของความเป็นนามธรรมและยังมีความคลุมเครือสูง เนื่องจากการรับรู้และความสามารถในการระบุปัญหาทางจริยธรรมต้องอาศัยประสบการณ์ทางวิชาชีพ การศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าบุคลากรสายวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาที่มีประสบการณ์ในการทำงานมาก หรือมีตำแหน่งทางวิชาการในระดับสูงจะมีความไวทางจริยธรรม (moral sensitivity) หรือความตระหนักรู้ทางจริยธรรมดีกว่าอาจารย์ที่มีประสบการณ์ทำงานน้อยกว่าหรือตำแหน่งทางวิชาการต่ำกว่า นอกจากนี้วัฒนธรรมของสถาบันอุดมศึกษามีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจทางจริยธรรมในสถาบันอุดมศึกษา เช่น การเชื่อฟังคำสั่งของผู้บังคับบัญชา เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Roshanzadeh, Vanaki, and Sadooghiasl (2020) ที่พบว่า ผู้มีบทบาทในการตัดสินใจทางจริยธรรมจะต้องเป็นผู้ที่มีสามารถรับรู้และมีความตระหนักรู้ในประเด็นทางจริยธรรมที่ตนเองต้องตัดสินใจ เพื่อให้การตัดสินใจมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Bordvik (2022) ที่พบว่า ลักษณะของบุคคลและวัฒนธรรมองค์การเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทางจริยธรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ Trevino (1986) ที่นำเสนอว่า การตัดสินใจทางจริยธรรมเป็นกระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล (Individual) กับสถานการณ์ (situational) ซึ่งผลลัพธ์ของกระบวนการปฏิสัมพันธ์ดังกล่าว คือ พฤติกรรมทางจริยธรรมของแต่ละบุคคล

2. การตัดสินใจทางจริยธรรมในสถาบันอุดมศึกษามีความเกี่ยวข้องกับความเข้มข้นของปัญหาทางจริยธรรม (moral intensity) กล่าวคือ หากปัญหาทางจริยธรรมมีระดับของความรุนแรงไม่มาก หรือผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากการกระทำผิดจริยธรรมยังอยู่อีกห่างไกล อาจทำให้ผู้มีบทบาทในการตัดสินใจทางจริยธรรมขาดความตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาทางจริยธรรมที่เกิดขึ้นอยู่ในขณะนั้น เช่น กรณีอาจารย์ผู้นิพนธ์ผลงานวิจัยถูกผู้บังคับบัญชาขอให้ใส่ชื่อของอาจารย์ประจำหลักสูตรท่านหนึ่งซึ่งไม่มีผลงานวิจัย โดยผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นหากอาจารย์ผู้นิพนธ์ผลงานปฏิเสธการใส่ชื่อของอาจารย์ประจำหลักสูตร คือ ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์ผู้นิพนธ์ผลงานกับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานคนอื่น ๆ ซึ่งเป็นผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในเวลาอันใกล้หากอาจารย์ผู้นิพนธ์ผลงานตัดสินใจเลือกปฏิบัติตามแนวทางนี้ ส่วนผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นหากอาจารย์ผู้นิพนธ์ผลงานยอมใส่ชื่อของอาจารย์ประจำหลักสูตรที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องในงานวิจัย เป็นผลกระทบที่ยังไม่แน่นอนว่าจะเกิดขึ้นหรือไม่ เนื่องจากผลกระทบดังกล่าวจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อต้องมีผู้ตรวจสอบพบว่าอาจารย์ท่านที่ถูกใส่ชื่อเพิ่มเข้าไปเป็นผู้ที่ไม่มีส่วนร่วมในงานวิจัย ซึ่งเป็นผลกระทบที่ยังอยู่อีกห่างไกล ดังนั้น อาจารย์ผู้นิพนธ์ผลงานวิจัยจึงเลือกปฏิบัติตามแนวทางแรก คือ การใส่ชื่อของอาจารย์ผู้ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในผลงานที่ใช้เสนอขอตำแหน่งทางวิชาการ เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในเวลาอันใกล้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Jones (1991) ที่กล่าวว่า ระดับความรุนแรงของปัญหาทางจริยธรรมที่เกิดขึ้นส่งต่อความไวทางจริยธรรมของผู้มีบทบาทในการตัดสินใจ เช่น ความรุนแรงของผลกระทบที่จะเกิดขึ้น หากประโยชน์หรืออันตรายที่จะเกิดขึ้นกับตนเองหรือบุคคลอื่นมีมากจะทำให้ผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจรับรู้ปัญหาทางจริยธรรมได้ไวขึ้น หรือระยะเวลาของผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นจากการกระทำก็สามารถส่งผลต่อความไวทางจริยธรรมของผู้มีบทบาทในการตัดสินใจได้เช่นเดียวกัน และสอดคล้องกับแนวคิดของ Kidder (2009) ที่นำเสนอว่า สถานการณ์ที่ต้องตัดสินใจเลือกระหว่างความจริง (การไม่ใส่ชื่อของบุคคลที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องในงานวิจัย) กับความภักดี (การใส่ชื่อของบุคคลที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องในงานวิจัยตามคำขอร้องของผู้บังคับบัญชา) เป็นสถานการณ์ที่ยากต่อการตัดสินใจของบุคคล

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ควรกำหนดแนวทางการปฏิบัติที่มีความชัดเจนแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ความขัดแย้งทางจริยธรรมในกระบวนการพิจารณากำหนดตำแหน่งทางวิชาการ การไม่กำหนดวิธีการปฏิบัติที่ชัดเจนอาจทำให้ผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจทางจริยธรรมนำค่านิยมหรือวัฒนธรรมองค์กรที่ย่อยที่ตนเองยึดถือมาเป็นแนวทางปฏิบัติซึ่งอาจขัดแย้งกับค่านิยมหรือวัฒนธรรมหลักขององค์กร

2. ควรกำหนดกรอบด้านระยะเวลาสำหรับการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนให้มีความชัดเจนและเป็นมาตรฐานเดียวกัน หรืออาจกำหนดกรอบระยะเวลาสำหรับการดำเนินงานทั้งกระบวนการ ทั้งนี้เพื่อให้สถาบันอุดมศึกษาดำเนินการให้เป็นไปตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด เนื่องจากการพิจารณากำหนดตำแหน่งทางวิชาการที่ใช้ระยะเวลายาวนานอาจทำให้เกิดช่องว่างซึ่งทำให้การประเมินผลงานทางวิชาการไม่ได้ตั้งอยู่บนหลักคุณธรรม ความรู้ ความสามารถของผู้ขอตำแหน่งทางวิชาการ โดยระยะเวลาในการดำเนินที่รวดเร็วจะช่วยลดโอกาสที่จะเกิดการกระทำที่ผิดจริยธรรมได้

3. อคติในการพิจารณากำหนดตำแหน่งทางวิชาการของผู้ทรงคุณวุฒิเป็นสิ่งที่สามารถเกิดขึ้นได้ หากผู้ทรงคุณวุฒิทราบว่ากำลังประเมินผลงานทางวิชาการของบุคคลใด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพิจารณากำหนดตำแหน่งทางวิชาการในสายสังคมศาสตร์ เช่น รัฐศาสตร์ นิติศาสตร์ เป็นต้น ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากความเชื่อหรืออุดมการณ์ทางวิชาการที่แตกต่างกัน ดังนั้น การพิจารณากำหนดตำแหน่งทางวิชาการควรเป็นระบบปกปิดข้อมูลทั้งสองทาง (double-blind) กล่าวคือ ผู้ขอตำแหน่งทางวิชาการจะต้องไม่ทราบว่าผู้ทรงคุณวุฒิคนใดเป็นผู้ประเมินผลงานทางวิชาการของตนเอง ในทางกลับกันผู้ทรงคุณวุฒิที่ทำหน้าที่ประเมินผลงานทางวิชาการก็ต้องไม่ทราบว่าผลงานทางวิชาการที่ตนเองกำลังประเมินเป็นของบุคคลใด ซึ่งระบบปกปิดข้อมูลทั้งสองทางจะช่วยป้องกันอคติที่อาจเกิดขึ้นในการประเมินผลงานทางวิชาการ

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัญหาจริยธรรมและประเด็นขัดแย้งทางจริยธรรม ในสถาบันอุดมศึกษา
2. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเชิงจริยธรรม ในสถาบันอุดมศึกษา (คุณค่า ความเชื่อ วัฒนธรรมกฎหมาย จรรยาบรรณวิชาชีพ)

เอกสารอ้างอิง

- พลอย สืบวิเศษ. (2561). **จริยธรรมทางการบริหารงานในภาครัฐ สำหรับนักบริหารในภาครัฐและองค์การไม่แสวงหากำไร**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : รัตนาไตร.
- สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ. (2565). **ดัชนีวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม บันไดสู่การพัฒนาประเทศ 2565**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2566 จาก https://pr.nrct.go.th/wpcontent/uploads/2022/11/PDF_November/Handout_R_Index2565.pdf
- Beck, M. A., Bowman, J.S., and West, J. P. (2010). **Achieving competencies in public service: the professional edge**. (2nd ed.). New York: M.E. Sharpe.
- Bishop, W.H. (2013). The role of ethics in 21st century organizations. **Journal of business ethics**, **118**(3), 635-637.
- Bordvik, M. B. (2022). **Ethical code of conduct and its impact in decision making among managers in local government in Zimbabwe**. (Doctoral dissertation). Minnesota. Walden University.
- Chauhan, D., and Chauhan, S. P. (2002). Ethical dilemmas faced by managers: Some real-life cases. **Indian journal of industrial relations**, **37**(3), 370-385.
- Denhardt, R. B., and Denhardt, J. V. (2009). **Public administration: an action orientation**. (6th ed.). California: Thomson.
- Jones, J.J. (1991). Earnings Management during Import Relief Investigations. **Journal of Accounting Research**, **29**, 193-228.
- Kidder, R. M. (2009). **How Good People Make Tough Choices: Resolving the Dilemmas of Ethical Living**. Harper Perennial.
- Lawton, A., Lasthuizen, K., and Rayner, J. (2013). **Ethics and management in the public sector**. Abingdon: Routledge.
- Menzel, D.C. (2007). **Ethics management for public administrators: Building organizations of integrity**. New York: Sharpe.
- Roshanzadeh, M., Sadooghiasl, A., Vanaki. Z. (2020). Sensitivity in ethical decision-making: The experiences of nurse managers. **Nursing Ethics**, **27**(5), 1174-1186.
- Schwartz, M. S. (2016). Ethical decision-making theory: An integrated approach. **Journal of business ethics**, **139**(4), 755-776.
- Trevino, L. K. (1986). Ethical decision-making in organizations: A person-situation interactionist model. **The Academy of Management Review**, **11**(3), 601-617.
- Veijeren, J. M. (2011). **Guide to organizational ethics**. Windhoek: Namibia Institute for Democracy.
- Yin, R. K. (2015). **Qualitative research from start to finish** (2nd ed.). New York: Guilford Press.

ดัชนีชี้วัดการเป็นองค์กรนวัตกรรมในประเทศไทย

Indicators for being an innovative organization in Thailand

จิราภรณ์ ชันญชนะ^{1*} และคณะ²
(Jiraporn Chananchana¹ et al.²)

บทคัดย่อ

ปัจจุบันโลกเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างกะทันหัน ฉับพลัน สภาพแวดล้อมใหม่ของอุตสาหกรรมต่าง ๆ สิ่งทีวางแผนไว้ล่วงหน้าสามารถเปลี่ยนแปลง เกิดขึ้นใหม่ หรือไม่เป็นไปตามแผนที่คาดหวัง ประกอบกับสภาพการแข่งขันเศรษฐกิจโลกที่รุนแรงขึ้น ล้วนส่งผลให้องค์กรต้องปรับปรุงตัวเพื่อความอยู่รอด ด้วยเหตุนี้นวัตกรรมจะเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยให้องค์กรสามารถยืนหยัดท่ามกลางความท้าทายดังกล่าวได้อย่างยั่งยืน

ดัชนีชี้วัดเป็นมาตรฐานตัวหนึ่งทีองค์กรต้องยึดถือ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรม โดยดัชนีชี้วัดจะต้องมีคุณลักษณะที่สามารถกำหนดทิศทาง วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกลยุทธ์ ที่ชัดเจน สามารถสร้างนวัตกรรมเพื่อยกระดับคุณภาพองค์กร มีผู้นำองค์กรที่มีวิสัยทัศน์และเป็นนักพัฒนา รวมถึงสร้างองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ผู้บริหารมีความมุ่งมั่น ผลักดันให้เกิดการสร้างวัฒนธรรมภายในองค์กร และให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร การสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในที่ทำงานที่เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรม และองค์กรมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งคน กระบวนการ ธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ และบริการ

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์นวัตกรรม นวัตกรรม องค์กรนวัตกรรม

¹หลักสูตรการจัดการดุขภูิบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ 73170
Doctor of Management in Innovative Management, Rattanakosin College of Innovation Management, 73170

²⁻⁴คณะผู้วิจัย อำนวย บูญรัตน์ไมตรี ฐิติมา ให้ล่ายอง และศุภวัฒน์ สุขะประเมษฐ

²⁻⁴Amnuay Boonrattanamaitree, Thitima Holomyong, and Supawat Sukhaparamate

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ 73170

Rattanakosin College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin, 73170

Corresponding author: Jiraporn.cha@rmutr.ac.th

ABSTRACT

Today's world is undergoing swift and rapid changes. Due to this fact, industries planned strategies can change, be invented, or fail at a moment's notice. This fact and the increasingly volatile competition in the global economy drove organizations to improve to survive. Innovation is, therefore, the key element that may sustainably help organizations in the face of the challenge mentioned.

Organizations must abide by indicators to lead to a guideline for a transformation into innovative ones. Indicators must establish clear directions, objectives, goals, and strategies and create innovations to elevate organizational performance. Organization leaders must be visionary and developer, turning one's organization into a learning organization. One must also be dedicated, aiming to create organizational culture, prioritizing human resource development, and directing the organization to continuously develop human resources, business, innovations, and services.

Keywords: Innovative strategy, Innovation, Innovative organization

Article history:

Received 12 March 2023

Revised 2 May 2023

Accepted 3 May 2023

SIMILARITY INDEX = 2.86%

1. บทนำ

โลกกำลังเผชิญเหตุการณ์จากกระแสการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว หรือ Digital Disruption ทำให้พฤติกรรมของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป และพลิกโฉมอุตสาหกรรมต่าง ๆ ไปอย่างสิ้นเชิง และจากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ตั้งแต่การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค การแทนที่ของรูปแบบธุรกิจ Disruption สงครามการค้าระหว่างประเทศ ทำให้เกิดผลกระทบต่อกันมาอย่างมีนัยสำคัญ และไม่สามารถคาดการณ์เหตุการณ์ที่จะเกิดในอนาคตได้ สถานการณ์แบบนี้ เรียกว่า “วูก้า” VUCA หรือ VUCA World (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (กพ.), 2566) นอกเหนือจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วข้างต้น ซึ่งทำให้หลายอุตสาหกรรมเปลี่ยนโฉมหน้าไปจากอดีตอย่างมาก ยังมีอีกหนึ่งจุดเปลี่ยนสำคัญที่มักจะถูกหยิบยกขึ้นมาเป็นตัวอย่างของ VUCA นั่นคือ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด (Disruptive Technology) ที่ไม่เพียงเข้ามาเปลี่ยนโลกในชีวิตประจำวัน แต่ยังเปลี่ยนรูปแบบของโลกรธุรกิจไปอย่างไม่มีวันเหมือนเดิมอีกต่อไป ดังเช่นเทคโนโลยีขุดเจาะน้ำมันจากชั้นหินดินดานหรือเชลลอลอยล์ของสหรัฐฯ ที่ทำให้สหรัฐฯ ขึ้นแทนผู้ผลิตน้ำมันอันดับหนึ่งของโลกแทน ซาอุดีอาระเบียในปี 2560 และราคาน้ำมันในตลาดโลกผันผวนมากขึ้น ซึ่งถือเป็นการพลิกโฉมวงการน้ำมันโลก ไปโดยสิ้นเชิง ต่อมา Apple ยังได้เปิดตัว iTunes Music Store หรือบริการขายเพลงออนไลน์ที่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อเพลงได้โดยไม่ต้องเหมาทั้งอัลบั้ม ซึ่งนับเป็นจุดเริ่มต้นของการพลิกโฉมวงการดนตรีอย่างแท้จริง (ขวัญใจ เตชเสนสกุล, 2562)

จากแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” เพื่อความสุขของคนไทยทุกคน โดยใช้โมเดลประเทศไทย 4.0 เน้นการขับเคลื่อนประเทศไทยด้วยนวัตกรรม นวัตกรรมเกิดขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์ ความมุ่งมั่น และพัฒนาอย่างต่อเนื่องของบุคคล ในการทำสิ่งต่างๆ ด้วยวิธีใหม่ๆ หรือการเปลี่ยนแปลงทางความคิด การผลิต หรือองค์กร ไม่ว่าจะการเปลี่ยนแปลงนั้นจะเกิดขึ้นจากด้วยเหตุปฏิวัติ ต่อยอด และการพัฒนา (อนันต์ มณีรัตน์, 2559) สิ่งสำคัญในการสร้างสรรค์ให้เกิดนวัตกรรม ได้แก่ คนหรือบุคคลผนวกด้วยความรู้ ปัญญา และทักษะของแต่ละบุคคล จะเป็นกุญแจสำคัญของการสร้างสรรค์สร้างประสิทธิผลของการทำงาน และขับเคลื่อน ผลักดันองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน (สนั่น เกาชาวี, 2551) การพยายามสร้างนวัตกรรมเป็นการคิด และทำความเข้าใจให้เกิดผลลัพธ์เชิงประจักษ์ เป็นลักษณะพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมของบุคคลซึ่งแบ่งเป็น 3 มิติ คือ การสร้างความคิด การสนับสนุนความคิด และการทำให้ความคิดสะท้อนความเป็นจริง (ประเวศ ชุ่มเกษรกุลกิจ และศจีมาจ ฦ วิเชียร, 2561)

องค์กรที่สามารถปรับตัวเป็นองค์กรนวัตกรรมจะสามารถผ่านพ้นสภาพแวดล้อมที่มีพลวัตเหล่านี้ได้ ทั้งนี้ ลักษณะขององค์กรนวัตกรรมควรมีคุณสมบัติใดบ้าง จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจที่จะทำการศึกษาค้นคว้า เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับตัวสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมสำหรับองค์กร ในปัจจุบันองค์กรแห่งนวัตกรรมมีความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับ โดยมีการจัดอันดับความเป็นนวัตกรรมจากการรายงานประจำปีความได้เปรียบทางการแข่งขันของระดับภูมิภาคและระดับประเทศ หรือที่เรียกว่า The Global Competitiveness ของ World Economic Forum (WEF) (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562) ผู้บริหารองค์กรพยายามที่จะปรับองค์กรของตนให้เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมโดยใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน แม้ว่าจะมีผู้กล่าวถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม นั้นยังไม่มีข้อสรุปที่แน่ชัดถึงปัจจัยและลำดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม โดยการพัฒนาองค์กรเข้าสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมมีความสำคัญในด้านความสามารถในการแข่งขัน สามารถนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ ๆ ให้แก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและตรงเป้าหมาย องค์กรแห่งนวัตกรรมจะสามารถผลิตสินค้าได้เร็วขึ้น คุณภาพสินค้าสูง ต้นทุนการผลิตต่ำ การสั่งซื้อต่อหน่วยต่ำ การนำเสนอความหลากหลายให้แก่ผู้บริโภค (สำนักงาน

นวัตกรรมแห่งชาติ, 2549) องค์กรที่เป็นผู้นำทางธุรกิจพบว่าองค์กรนั้นมีความสำเร็จจากนวัตกรรมไม่ทางใดก็ทางหนึ่งไม่ว่าเป็นนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ด้านบริการด้านกระบวนการ ด้านการจัดการและด้านการตลาด และองค์กรที่มีความสามารถสร้างนวัตกรรมในปัจจุบันและสร้างความเป็นไปได้สำหรับนวัตกรรมในอนาคต นำไปสู่สู่นวัตกรรมใหม่ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย องค์กรนวัตกรรมมีเกี่ยวข้องกับความสามารถทางนวัตกรรมซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ รวมถึงการสร้างความแตกต่างโดยสามารถวัดได้จากการสร้างความพึงพอใจ การตอบสนองความต้องการของลูกค้า การลดต้นทุนการบริหารจัดการ รวมถึงการเป็นองค์กรที่สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน และการแข่งขัน องค์กรแบบดั้งเดิมต้องมีการสร้างวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation Culture) และระบบนิเวศนวัตกรรม (Innovation Ecosystem) ในองค์กรเพื่อนำไปสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมอย่างสมบูรณ์ เป็นองค์กรที่มีความสามารถในการสร้างหรือสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมซึ่งครอบคลุมทั้ง ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ การบริการ และการบริหารจัดการ เพื่อสร้างคุณค่าต่อลูกค้า สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและความสามารถในการปรับตัวให้กับองค์กรได้อย่างยั่งยืน

เป้าหมายของการพัฒนาสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรม นั้นคือความต้องการยกระดับความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น เพื่อสร้างการเติบโตที่มั่นคงเพียงพอต่อการดำรงอยู่ขององค์กรในอนาคต ทั้งนี้ องค์ประกอบของความสามารถในการแข่งขันหรือความสามารถในการแข่งขันนั้น อาจพิจารณาได้จากแนวทางของรายงานการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันโลกหรือ Global Competitiveness Report (GCR) ซึ่งได้ให้ความสำคัญมากขึ้นกับนวัตกรรมและความสามารถในการจัดการนวัตกรรม และในปี 2562 (GCR 2019) ปรากฏว่าประเทศไทยมีดัชนีด้านความสามารถทางนวัตกรรม (Innovation Capability) ต่ำกว่าด้านอื่นๆ โดยมีคะแนนเพียง 44 จาก 100 คะแนน อยู่ในอันดับที่ 50 จาก 141 ประเทศ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2564)

การพัฒนาองค์กรสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมได้จะต้องมีทิศทางในการพัฒนา โดยสิ่งสำคัญที่จะช่วยกำหนดทิศทางขององค์กร ประกอบด้วยบริหารจัดการด้านนวัตกรรม อาทิ นโยบาย กลยุทธ์ และแผนงานในการบริหารจัดการและส่งเสริมนวัตกรรมที่สอดคล้องและสนับสนุนธุรกิจ การมีส่วนร่วมของฝ่ายนโยบายและฝ่ายบริหารในการจัดการนวัตกรรมภายในบริษัทอย่างเป็นระบบ แนวทางการจัดการความรู้ภายในบริษัทและกิจกรรมในการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่สำคัญ การติดตามประเมินผล และการสื่อสารสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการจัดการนวัตกรรมของบริษัท แนวทางการจัดสรรทรัพยากรทั้งด้านการเงินและไม่ใช้การเงิน เพื่อสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม การบริหารพอร์ตนวัตกรรมเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง และเกียรติประวัติที่เคยได้รับจากการพัฒนานวัตกรรมขององค์กร

2. นวัตกรรมและองค์กรนวัตกรรม

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับตัวชี้วัดการเป็นองค์กรนวัตกรรมในประเทศไทย จากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำทฤษฎีแนวคิดองค์กรนวัตกรรม ประเภทขององค์กรนวัตกรรม แนวคิดองค์ประกอบของนวัตกรรม มาใช้ในวิเคราะห์ ซึ่งมุ่งเน้นที่จะรวบรวมข้อมูล เกณฑ์ กฎระเบียบ รวมถึงตัวชี้วัดและองค์ประกอบของการเข้าสู่องค์กรนวัตกรรมของประเทศไทย วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารระดับทุติยภูมิ ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาจาก 1) มีความถูกต้อง (Authenticity) คือ เป็นเอกสารที่มาจากแหล่งเชื่อถือได้ มีความต้องถูกต้อง สมบูรณ์ 2) มีความน่าเชื่อถือ (Credibility) คือ เป็นข้อมูลจากเอกสารที่ปราศจากข้อผิดพลาดและการบิดเบือน 3) ความเป็นตัวแทน (Representativeness) คือ เป็นเอกสารที่มีรายละเอียด แลเอกสารนั้นสามารถเป็นตัวแทนกลุ่มประชากรตัวอย่างได้ดี และ

4) มีความหมายชัดเจน (Meaning) คือ เป็นเอกสารที่สามารถเข้าใจได้ง่าย ชัดเจน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และนัยสำคัญของการศึกษา ซึ่งจากหลักการดังกล่าวนำมาศึกษา ดังนี้

2.1 แนวคิดของนวัตกรรม และองค์กรนวัตกรรม

องค์กรนวัตกรรม คือองค์กรที่มีขีดความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมในด้านต่างๆ โดยมีการบริหารจัดการระบบและทรัพยากร ในองค์กรให้ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่า และความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กรอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน รวมทั้งมีการนำนวัตกรรมเข้ามา ประยุกต์ใช้ในกระบวนการต่าง ๆ ขององค์กร ซึ่งมีนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ และองค์กรต่างๆ ให้คำจำกัดความไว้ ดังต่อไปนี้

2.1.1) องค์กรที่สร้างนวัตกรรม (Organizational Innovation) นักวิชาการและนักวิจัยได้ให้ความหมายว่า องค์กรนวัตกรรมเป็นองค์กรที่สร้างสรรค์สิ่งใหม่ เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจขององค์กร จากคำกล่าวของ Holder and Matter (2008) กล่าวว่า องค์กรแห่งนวัตกรรมคือองค์กรที่มีการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพ นวัตกรรมไม่จำกัดเฉพาะนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ แต่ยังรวมถึงการกระทำอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาองค์กรด้วย McGregor (2008) ชี้ว่า องค์กรแห่งนวัตกรรม หมายถึง องค์กรที่สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมในด้านต่าง ๆ ได้ นอกจากนี้ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2547) ระบุว่า องค์กรนวัตกรรมมีความหมายต่างกัน 2 ความหมาย คือ เป็นแหล่งของนวัตกรรม หรือองค์กรที่สนับสนุนการสร้างนวัตกรรมของคนภายในองค์กรนวัตกรรมที่จะใช้ปัจจัยต่างๆในการสร้างนวัตกรรม

2.1.2) แนวคิดการบริหารองค์กรแบบใหม่ นักวิชาการกลุ่มนี้ให้ความหมายขององค์กรนวัตกรรมว่าเป็นแนวคิดที่ใช้ในการบริหารองค์กรในรูปแบบใหม่หรือเป็นรูปแบบใหม่ขององค์กร โดย กิรติ ยศียงยง (2552) ได้สรุปว่า องค์กรนวัตกรรมเป็นแนวคิดใหม่ของการบริหารองค์กรที่เปลี่ยนแปลงลักษณะขององค์กรหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมองค์กร มุ่งองค์ความรู้และนวัตกรรมเป็นองค์ประกอบหลักของการเพิ่มมูลค่า เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่า มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า เพื่อความอยู่รอดและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในตลาดโลก ส่วน Sunje and Pasic (2003) กล่าวว่า องค์กรนวัตกรรมเป็นรูปแบบใหม่ขององค์กรตามแนวคิดของ Henry Mintzberg ซึ่งเกิดขึ้นครั้งแรกยุคหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรมและได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในสังคม เนื่องจากมีความเหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กรที่มีความซับซ้อนและมีพลวัต รูปแบบองค์กรนี้จะสร้างความแตกต่าง เป็นผลมาจากการมีนวัตกรรมในระดับสูงซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและทำให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้ ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของ Ekvall (2002) ที่กล่าวว่า องค์กรแห่งนวัตกรรมคือองค์กรที่มีความสามารถในการอยู่รอดในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการ ระบบโครงสร้าง และนโยบาย Tidd, Bessant, and Pavitt (2001) กล่าวว่าองค์กรนวัตกรรม คือ องค์กรที่มีการบูรณาการองค์ประกอบต่างๆ ให้ทำงานร่วมกันเพื่อเสริมสร้างสิ่งแวดล้อมที่ทำให้นวัตกรรมแพร่ไปทั่วทั้งองค์กร อีกทั้ง สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2553) กล่าวว่า องค์กรนวัตกรรม หมายถึง องค์กรรูปแบบใหม่ที่มีการปรับเปลี่ยนลักษณะองค์กรที่สนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และบุคลากรในองค์กรมีการเลือกใช้ความคิดใหม่หรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อพัฒนาเครื่องมือ ระบบ กระบวนการ นโยบาย สินค้าหรือบริการที่มีความใหม่ต่อองค์กรและทำให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับประเภทของนวัตกรรม

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2547) ได้แบ่งประเภทของนวัตกรรมตามวัตถุประสงค์การใช้งานไว้ 7 ประเภท ดังนี้

2.2.1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นหรือเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด นวัตกรรมนี้อาจใหม่ ประเทศ องค์กร หรือแม้แต่ตัวเราเอง ซึ่งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2.2.2) นวัตกรรมกระบวนการ เป็นการเปลี่ยนแนวทาง หรือวิธีการผลิตสินค้า หรือการให้บริการในรูปแบบที่แตกต่างออกไปจากเดิม ซึ่งต้องอาศัยความรู้ทางเทคโนโลยี รวมถึงการประยุกต์ใช้แนวคิด วิธีการ หรือกระบวนการใหม่ๆ เพื่อประหยัดต้นทุนและเวลา เช่น การย้ายฐานการผลิตสินค้าไปยังแหล่งใหม่ เป็นต้น นวัตกรรมกระบวนการแบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือนวัตกรรมกระบวนการทางเทคโนโลยี และนวัตกรรมกระบวนการทางองค์กร

2.2.3) นวัตกรรมจัดการ เป็นการสร้างนวัตกรรมในด้านการจัดการ องค์กรต้องใช้ความรู้ด้านการจัดการเพื่อปรับปรุง วิธจัดการ โครงสร้างเดิมขององค์กรโดยอยู่ในรูปของการมีส่วนร่วมของพนักงาน ทำให้เกิดแนวคิดใหม่ๆ ความคิดสร้างสรรค์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสามารถสร้างรายได้และนำผลกำไรมาสู่บริษัท เช่น การบริหารองค์กรแบบงานประจำ การมีสายการบังคับบัญชาสำหรับโครงการ เป็นต้น

2.2.4) แนวคิดด้านนวัตกรรมบริการ เป็นการแนะนำวิธีใช้ หรือใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า นอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มประสิทธิภาพ ปรับปรุงประสิทธิภาพการบริการและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ (ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2559)

2.2.5) นวัตกรรมรูปแบบธุรกิจ เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบหรือแนวทางการดำเนินทำธุรกิจที่สามารถสร้างมูลค่าให้เกิดขึ้น

2.2.6) นวัตกรรมการตลาด คือ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของนวัตกรรม สินค้าและบริการ จากแบบเดิมที่คนส่วนใหญ่รู้จักหรือคุ้นเคยอยู่แล้ว ไปสู่การรับรู้ใหม่ที่ทันสมัยมากขึ้น เพื่อนำเสนอเทคโนโลยี และภาพลักษณ์ใหม่ๆ สู่ผู้บริโภค เช่น เครื่องสำอางที่ปรับปรุงแบรนด์ โดยใช้เทคโนโลยีปรับปรุงสูตรใหม่ ทำให้ครองใจกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นมากขึ้น เป็นต้น

2.2.7) นวัตกรรมองค์กร คือ นวัตกรรมขององค์กรกำลังสร้างการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างธุรกิจ การดำเนินงาน แบบจำลองและกระบวนการที่เป็นไปได้ แบบจำลองการตลาดและธุรกิจเป็นนวัตกรรมที่มุ่งเน้นการปรับปรุงความสามารถขององค์กรและการจัดการ บุคลากรในองค์กรจะต้องมีความรู้และความสามารถในการจัดการบริการเพื่อปรับปรุงการจัดการภายในองค์กร

นอกจากนี้ Harvard Business School (2003) ได้แบ่งประเภทของนวัตกรรมตามลักษณะของการเปลี่ยนแปลงไว้ 2 ประเภทหลัก ได้แก่

1) นวัตกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป เป็นนวัตกรรมที่เป็นส่วนต่อขยาย มักจะใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีหรือสิ่งที่มีอยู่แล้ว โดยอาจเป็นการทำสิ่งที่มีอยู่ให้ดีขึ้นหรือเป็นการสร้างสิ่งใหม่ที่ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม เป็นการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมเพียงเล็กน้อยที่มีการพัฒนาหรือปรับปรุงสินค้าหรือบริการที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น เช่น การออกแบบรถรุ่นใหม่ ๆ ซึ่งต้องมีการปรับเปลี่ยนส่วนเสริมของรถหรืออะไหล่บางตัวเพื่อให้เกิดความแตกต่างและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาโปรแกรมหลักสูตรการเรียนการสอนในสถานศึกษาเป็นโรงเรียนสองภาษา โรงเรียนมาตรฐานสากล เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียนให้เป็นที่ยอมรับของผู้ปกครองหรือผู้มีส่วนได้เสีย มากขึ้น รูปแบบการนิเทศทางการศึกษาที่ต้องปรับปรุงพัฒนาให้เหมาะสมกับสถานการณ์และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีโดยการนิเทศผ่านระบบออนไลน์

หรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันบางประเภท เช่น เครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศ ซึ่งมีการแข่งขันไม่รุนแรงมากนักเพราะเป็นสินค้าที่มีการพัฒนาของนวัตกรรมแบบค่อยเป็นค่อยไป ผู้บริโภคสามารถเลือกได้ตามความเหมาะสมของตนเอง

2) นวัตกรรมที่สร้างความเปลี่ยนแปลงโดยสิ้นเชิง เป็นนวัตกรรมการเปลี่ยนแปลงที่ต้องเผชิญกับความเสียด้านข้างสูงเนื่องจากต้องเปลี่ยนรูปแบบโดยสิ้นเชิง ซึ่งเป็นโอกาสของการทำหายสิ่งใหม่ให้เกิดขึ้น การแข่งขันค่อนข้างสูง เช่น การเปลี่ยนแปลงจากการใช้เครื่องพิมพ์ดีด เป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์พื้นฐานของบ้านแบบตั้งโต๊ะ เป็นโทรศัพท์มือถือ การทำธุรกรรมทางธนาคารผ่านระบบเอทีเอ็ม (ATM) การซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นต้น

2.3 แนวคิดองค์ประกอบของนวัตกรรม

องค์ประกอบของนวัตกรรมประกอบด้วย 3 ประการ (Jon-Arild, 2009) ดังนี้

2.3.1) ความใหม่ คือ เป็นสิ่งใหม่ที่ได้รับการต่อยอด พัฒนา ซึ่งอาจเป็นผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการที่มีการปรับปรุงจากของเดิมหรือพัฒนาขึ้นใหม่ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า

2.3.2) การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง นวัตกรรมที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์และความรู้ของบุคคล เพื่อให้เกิดการพัฒนาขึ้นใหม่ เป็นสิ่งที่เพิ่มมูลค่าให้กับองค์กร ไม่ใช่การทำซ้ำในสิ่งที่ทำอยู่แล้ว

2.3.3) ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม ก็คือนวัตกรรมต้องสามารถเพิ่มมูลค่าจากการพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ ที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ที่สามารถวัดเป็นตัวเงินได้โดยตรง หรือเป็นการสร้างมูลค่าที่ไม่สามารถวัดเป็นตัวเงินได้

3. ดัชนีชี้วัดการเป็นองค์กรนวัตกรรมในประเทศไทย

ดัชนีชี้วัดการเป็นองค์กรนวัตกรรมจะช่วยให้องค์กรสามารถระบุจุดแข็ง และจุดอ่อนขององค์กร ทำให้มองเห็นถึงโอกาสในการพัฒนาองค์กรไปยังทิศทางที่ต้องการอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ เข้าถึงข้อมูลความสามารถทางด้านนวัตกรรมขององค์กรได้อย่างสะดวกรวดเร็วผ่านระบบออนไลน์ และกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านนวัตกรรมขององค์กรอย่างเหมาะสม โดยดัชนีชี้วัดจะวัดผลองค์กรนวัตกรรมออกเป็น 8 มิติ ประกอบไปด้วย 24 องค์ประกอบ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2564) สรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 ดัชนีชี้วัดการเป็นองค์กรนวัตกรรมในประเทศไทย

ระดับ	มิติ	องค์ประกอบ
ระดับยุทธศาสตร์	มิติที่ 1 ยุทธศาสตร์นวัตกรรม	<ul style="list-style-type: none"> ● วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์นวัตกรรม ● ค่านิยมร่วมด้านนวัตกรรม ● การติดตามและประเมินผล
	มิติที่ 2 การมุ่งเน้นบริการ	<ul style="list-style-type: none"> ● การวางแผนตลาดด้วยข้อมูลเชิงลึก ● การสร้างความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้า ● การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางนวัตกรรม

ระดับ	มิติ	องค์ประกอบ
ระดับสนับสนุน	มิติที่ 3 บุคลากร	<ul style="list-style-type: none"> ● ผู้นำนวัตกรรม ● ผู้สนับสนุนนวัตกรรม ● โครงสร้างองค์กร
	มิติที่ 4 องค์ความรู้	<ul style="list-style-type: none"> ● การพัฒนาองค์ความรู้ ● การแบ่งปันความรู้ ● การเรียนรู้ขององค์กร
	มิติที่ 5 วัฒนธรรม	<ul style="list-style-type: none"> ● ค่านิยมหลัก ● การทำงานร่วมกัน ● การสร้างแรงจูงใจ
	มิติที่ 6 ทรัพยากร	<ul style="list-style-type: none"> ● การจัดสรรทรัพยากร ● การบริหารทรัพยากรบุคคล ● การบริหารการเปลี่ยนแปลง
ระดับปฏิบัติการ	มิติที่ 7 กระบวนการ	<ul style="list-style-type: none"> ● กระบวนการนวัตกรรม ● การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ● การจัดการเครือข่ายพันธมิตร
	มิติที่ 8 ผลลัพธ์นวัตกรรม	<ul style="list-style-type: none"> ● นวัตกรรมองค์กร ● ผลตอบแทนทางการเงิน ● ผลลัพธ์เชิงความรู้

จากตารางที่ 1 แสดงดัชนีชี้วัดการเป็นองค์กรนวัตกรรมในประเทศไทย อธิบายได้ว่าเป็นการพัฒนา ศักยภาพด้านนวัตกรรมองค์กร สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับยุทธศาสตร์ (Strategy Level) ซึ่งเป็นตัวกำหนดภาพรวมในการขับเคลื่อนองค์กรให้สอดคล้องตามวิสัยทัศน์นวัตกรรม เชื่อมโยงเป้าหมายและ ทิศทางไปสู่การวางรูปแบบการดำเนินงานขององค์กรจากนั้นจึงถ่ายทอดสู่การกำหนดกระบวนการนวัตกรรม ในระดับปฏิบัติการ (Operation Level) ที่สามารถให้ผลลัพธ์นวัตกรรมสอดคล้องตามเป้าประสงค์ที่คาดหวัง ทั้งนี้การพัฒนานวัตกรรม ระดับสนับสนุน (Foundation Level) จะเป็นพื้นฐานองค์กรที่สนับสนุนการ ขับเคลื่อนนวัตกรรมเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งยังเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความยั่งยืน ของการจัดการนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องด้วย

4. บทสรุป

ดัชนีชี้วัดการเป็นองค์กรนวัตกรรม เป็นตัวชี้วัดความสามารถทางด้านนวัตกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึง ผลผลิตด้านองค์ความรู้ เทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ การวิจัยและพัฒนาแสดงให้เห็นว่าองค์กรประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ จากการศึกษาดัชนีชี้วัดการเป็นองค์กรนวัตกรรมในประเทศไทย พบว่า ประเทศไทยมีสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นองค์กรสนับสนุนภารกิจระดับทักษะ ความสามารถของบุคลากรด้านเทคนิค และการบริหารจัดการองค์กรให้เกิดเป็น "องค์กรนวัตกรรม" โดยได้มีการพัฒนาโมเดลพัฒนาศักยภาพนวัตกรรมองค์กร (Innovative Organization Model) เป็นโมเดลแบบองค์

รวมที่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการองค์กรในมิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม ครอบคลุมมิติการพัฒนา ใน 3 ระดับคือ ระดับยุทธศาสตร์ ระดับปฏิบัติการ และระดับสนับสนุน โดยระดับยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย มิติที่ 1 ยุทธศาสตร์นวัตกรรม มิติที่ 2 การมุ่งเน้นบริการ ระดับสนับสนุน ประกอบด้วย มิติที่ 3 บุคลากร มิติที่ 4 องค์ความรู้ มิติที่ 5 วัฒนธรรม มิติที่ 6 ทรัพยากร และระดับปฏิบัติการ ประกอบด้วย มิติที่ 7 กระบวนการ มิติที่ 8 ผลลัพธ์นวัตกรรม โดยแต่ละดัชนีจะมีแนวทางในการดำเนินการสรุปได้ ดังนี้

มิติที่ 1 ยุทธศาสตร์นวัตกรรม ผู้บริหารควรให้ความสำคัญและมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์ นวัตกรรมที่สอดคล้องกับวิสัยในการสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับองค์กร โดยยุทธศาสตร์นวัตกรรมต้อง เหมาะสมกับบริบทขององค์กรและผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กรทุกกลุ่ม และการกำหนดค่านิยมร่วมด้านนวัตกรรม ให้กับบุคลากรอย่างทั่วถึง

มิติที่ 2 การมุ่งเน้นบริการ องค์กรควรมีการติดตาม จัดเก็บ และใช้ข้อมูลเชิงลึกของตลาด ในการวางแผนการตลาด กำหนดทิศทางเป้าหมาย และการวางแผนการมีส่วนร่วมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการ พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และการบริการขององค์กร

มิติที่ 3 บุคลากร องค์กรควรกำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้บริหารระดับสูงให้เป็นผู้นำนวัตกรรม ที่มีความเข้าใจในเรื่องนวัตกรรมอย่างพอเพียงที่จะให้คำแนะนำและสนับสนุนกระบวนการนวัตกรรมขององค์กร พร้อมเปิดโอกาสให้มีการปฏิสัมพันธ์ กระตุ้น และผลักดันความคิดของบุคลากรให้เกิดเป็นนวัตกรรม และมีการวางแผนจัดการองค์กรอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดความชัดเจนต่อบทบาทของบุคลากรในการร่วมพัฒนา นวัตกรรม

มิติที่ 4 องค์ความรู้ องค์กรควรมีการจัดเก็บรวบรวมองค์ความรู้ที่สำคัญ ระบบการแสวงหาความรู้ ใหม่จากภายนอกองค์กร ระบบการถ่ายทอด แบ่งปัน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อพัฒนาทักษะความคิด สร้างสรรค์และนวัตกรรมของบุคลากรที่จะเกิดประโยชน์ต่อองค์กร

มิติที่ 5 วัฒนธรรม องค์กรควรปลูกฝังค่านิยมการพัฒนาปรับปรุงงานอย่างต่อเนื่อง การทำงาน ร่วมกันทั้งในสายงานและข้ามสายงาน การสร้างแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมอย่างสม่ำเสมอ

มิติที่ 6 ทรัพยากร องค์กรควรมีการจัดสรรเวลา งบประมาณ และทรัพยากรอื่น ทั้งในระดับนโยบาย มีบุคลากรหรือหน่วยงานรับผิดชอบ มีแผนงานการลงทุนด้านเทคโนโลยี การสรรหาบุคลากรที่มีทักษะและ ความสามารถด้านนวัตกรรมเพิ่มเติม ตลอดจนการบริหารการเปลี่ยนแปลงที่มีประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์ นวัตกรรมขององค์กร

มิติที่ 7 กระบวนการ องค์กรควรมุ่งเน้นการใช้ข้อมูล การจัดการความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ภายใน องค์กร การจัดการให้มีการสื่อความเกี่ยวกับนวัตกรรมขององค์กรไปตลอดห่วงโซ่อุปทาน และเครือข่าย พันธมิตรนวัตกรรม ตลอดจนมิติของกระบวนการบริหาร

มิติที่ 8 ผลลัพธ์นวัตกรรม องค์กรควรมุ่งเน้นความสามารถในการสร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรมอย่าง ต่อเนื่อง ผลประกอบการหรือผลตอบแทนทางการเงินที่เกิดจากนวัตกรรม และผลลัพธ์เชิงการสร้างองค์ความรู้ ให้กับองค์กร

ทั้งนี้ ดัชนีชี้วัดการเป็นองค์กรนวัตกรรมในประเทศไทยประกอบด้วย 8 ดัชนีชี้วัด โดยแต่ละองค์กรจะ กำหนดเป้าหมายความสำเร็จของแต่ละดัชนีชี้วัดที่แตกต่างกันออกไปตามบริบทขององค์กร ซึ่งไม่ได้มีเพียงแต่ โมเดลที่กล่าวมาข้างต้น ยังมีอีกหลายดัชนีชี้วัดและจากหลายหน่วยงานที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการ พัฒนาองค์กรให้เข้าสู่องค์กรนวัตกรรม

เอกสารอ้างอิง

- กิริติ ยศยิ่งยง. (2552). **องค์การแห่งนวัตกรรม แนวคิด และกระบวนการ**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขวัญใจ เตชเสนสกุล. (2562). **VUCA World โลกแห่งความผันผวน...New Normal ในยุคปัจจุบัน**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2566 จาก <https://www.exim.go.th/getattachment>
- ซัชพล ทรงสุนทรวงศ์. (2559). นวัตกรรมบริการ : กลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์การธุรกิจบริการ. **วารสารการจัดการสมัยใหม่**, 14(2), 13-24.
- ประเวช ชุ่มเกษรกุลกิจ, ศจีมาจ ณ วิเชียร. (2561). พฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในการทำงานแนวคิดปัจจัยเชิงสาเหตุ ความท้าทาย, **วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา**, สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, (10), 25-41.
- สำนักงานข้าราชการพลเรือน. (2566). **Digital Disruption และมาตรการรับมือด้าน HR ของภาครัฐ**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2566 จาก https://www.ocsc.go.th/sites/default/files/digital_disruption-article-ocsc-feb2020.pdf
- สนั่น เกชาชรี. (2551). กลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคลเพื่อความสำเร็จขององค์กร. **Industrial Technology Review** (187), 145-151.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2547). **การจัดการนวัตกรรมสำหรับนักบริหาร**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2549). **สุดยอดนวัตกรรมไทย**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2553). **การจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร (พิมพ์ครั้งที่ 3)**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2564). **ประเทศไทยบนเวทีดัชนีนวัตกรรมโลก Global Innovation Index (GII 2021)**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2565 จาก <https://regional.nia.or.th/th/content/category/detail/id/10/iid/59>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2562). **ขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยปี 2019 โดย World Economic Forum**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2565 จาก <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/knowledge-sharing/articles/Global-Competitiveness-Index.aspx>
- อนันต์ มณีรัตน์. (2559). **ความผูกพันในองค์การ: ศึกษากรณี สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Ekvall, G. (2002). **The Climate for Creativity and Innovation**. M1 Creativity Fresh Perspective Ideas Solution. Retrieved October 1, 2021 from <http://www.m1creativity.co.uk/innovationclimate.html>.
- Jon-Arild, J. (2009). A systemic approach to innovation: The interactive Innovation model. **Kybernetes**, 38(1-2), 158-176.

- Harvard Business School. (2003). **Managing creativity and innovation**. Boston: Harvard Business School.
- Holder, B. J., & Matter, G. (2008). **The Innovative Organization**. Retrieved October 1, 2021 from <http://www.geocities.com/CollegePark/Library/1048/innova.html>.
- McGregor, J. (2008). **The World's Most Innovative Companies**. Bloomberg BusinessWeek. (April). Retrieved October 1, 2021 from http://www.businessweek.com/magazine/content/08_17/b4081061866744.html.
- Sunje, A., & Pasic, M. (2003). Innovative Organization Human Resource Management Model. In **7th International Research/Expert Conference “Trends in the Development of Machinery and Associated Technology”**. pp. 1-3.
- Tidd, J., Bessant, J., & Pavitt, K. (2001). **Managing Innovation Integrating Technological Market and Organization Change**. Chichester: John Willey & Sons.

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ รายจ่าย และผลิตภัณฑ์มวลรวมของรัฐบาล:
หลักฐานเชิงประจักษ์จาก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
Analysis the Relationship Between Government's Revenue, Expenditure and
Gross Domestic Product: Evidence of Lao PDR

Somsanith PHANTHASITH^{1*}, Thongphan CHANTHAVONE² and Pheng HER³

บทคัดย่อ

ผลการดำเนินงานรายรับ-รายจ่ายของรัฐบาลบ่งชี้ถึงฐานะทางการเงินของรัฐบาล และเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญสำหรับการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจมหภาค ดังนั้น ผู้วิจัย จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายรับ รายจ่าย และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ของรัฐบาลลาว โดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติโครอินทีเกรชัน และ แบบจำลองเอเรอร์คอร์เรคชัน กับข้อมูลอนุกรมเวลาตั้งแต่ปี 1990-2019

ผลการศึกษาพบ ความสัมพันธ์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ในระยะยาวพบว่ามีความสัมพันธ์ของรายได้และ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับรายจ่ายโดยมีระดับนัยสำคัญที่ 0.01 และ 0.1 ตามลำดับ สำหรับระยะสั้น พบว่ารายได้ของรัฐบาลเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายของรัฐบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของ เงื่อนไขการแก้ไขข้อผิดพลาด (ECT) เท่ากับ -0.781 ในการทดสอบ การกระจายค่าปกติที่เหลือน และ สหสัมพันธ์เชิงอนุกรมบ่งชี้ว่าเราไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานว่างได้ หมายความว่าแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษานี้เหมาะสำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายรับ รายจ่าย และ ผลิตภัณฑ์รวมในประเทศ ของ สปป.ลาว นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังเสนอว่ารัฐบาลควรตัดสินใจ ด้านรายจ่ายและรายรับควบคู่กันไปโดยเพิ่มรายได้และลดรายจ่ายไปพร้อมกันเพื่อบริหารการขาดดุลงบประมาณเนื่องจากการใช้จ่ายภาครัฐที่เพิ่มขึ้นจะช่วยกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจซึ่งจะส่งผลให้รายได้ของรัฐบาลเพิ่มขึ้น

ข้อจำกัด การศึกษานี้ใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก และเป็นการศึกษาเพียงประเทศเดียว ดังนั้น นักวิจัยที่จะศึกษาเพิ่มเติมควรพิจารณาข้อมูลแบบกลุ่มและใช้ตัวแปรอิสระมากขึ้นเพื่อให้สามารถทำนายได้แม่นยำยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: รายรับ รายจ่าย ผลิตภัณฑ์รวมในประเทศ รูปแบบการแก้ไขข้อผิดพลาด

* คณะเศรษฐศาสตร์และการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสุภานุวงศ์ สปป.ลาว

The Faculty of Economics and Tourism, Souphanouvong University, Lao PDR

Corresponding author: somsanith.jr@gmail.com

ABSTRACT

The government's income-expenditure performance indicates the government's financial position and is an important indicator for macroeconomic development planning. Therefore, the researcher aims to test the relationship between Lao government's revenue, expenditure and gross domestic product (GDP) by using the Cointegration and Error Correction model with the time series data from 1990-2019. The results of the study found that there is a relationship in both the short-run and long-run. In the long-run, both revenue and GDP have a positive significant relationship on expenditure with a significance level of 0.01 and 0.1 respectively. For short-run, only government's revenue has a statistically significant relationship with government spending at a significance level of 0.01, with the coefficient of ECT equal to -0.781. In the test of residual normality distributed and serial correlation indicates we cannot reject null hypothesis, meaning that the model used in this study is suitable for testing the relationship between revenue, expenditure and GDP of Lao PDR. The researchers also suggest that the government should decide on expenditure and revenue side by side by increasing revenue and reducing expenditure simultaneously to manage the budget deficit because the increase in public spending helps to stimulate economic activities which will result in an increase in government revenue.

However, this study uses a small sampling and is a study of only one country. Therefore, further researchers should consider panel data and use more independent variables in order to more accurate predict.

Keywords: Revenue, Expenditure, Gross Domestic Product, Error Correction Model

Article history:

Received 13 January 2023

Revised 7 May 2023

Accepted 8 May 2023

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. Introduction

The global financial or economic crisis has resulted in many governments facing huge public debt and budget deficits (Presbitero, 2010). According to the sustainable budget policy, the problem of public debt and budget deficit is still a problem that both developed, developing and underdeveloped countries are facing. Cottarelli and Schaechte (2010) have argued that the short-term budget deficit results in increased unemployment leading to the problem of continuous accumulation of public debt and exceeding the level that is said to be sustainable, causing difficulties in adjusting policies or macro variables, especially affecting the gross domestic product (GDP). To solve this problem, the government should reduce expenses or increase income sources and income sources that have a balanced budget or a low dividend. However, if the country's economy is tied to foreign economies too much, when external factors or the global economy change, it will result in changes in revenue and expenditure, especially when the price of fuel. In order to understand those problem, we must understand the relationship between the revenue and expenditure of the government first, which has some research indicated that the increase in revenue or decrease in expenditure affects the related variables and makes the policy ineffective. Therefore, before increasing revenue or reducing expenditure, it is important to know the extent of the influence of those variables that affect government expenditure. Although Lao PDR's economy has been growing fast with an average of 7% per year, according to the collected data and the annual report of the Ministry of Finance, it is found that the Lao government is experiencing continuous and chronic budget deficit problems. In other words, the budget deficit is a characteristic of the Lao government, and the government of each term tries to find a way to solve it, but disable due to many factors. Sometimes reducing the problem of unemployment needs to use the budget deficit policy. Especially during the Covid-19 pandemic, has affected the economic system of Laos in a wide range and caused the government unable collecting revenue as the target, but on the other hand, there is overspending which in 2020, the revenue performance is reduced to 13.8% compared to 2019, but the expenditure performance increased by 0.8% compared to 2019 and the budget deficit is equal to 5.2% of GDP (Souvannachoumklam, 2020). However, the Government of Laos as well as the Ministry of Finance have paid attention to the implementation of various financial measures to enforce the implementation of the state budget plan to follow the National Assembly's plan to ensure that the economy is stimulated to grow and people have jobs.

From the mentioned problems, the researchers interested to test the relationship between income, government expenditure and gross domestic product using the Cointegration and Error Correction (ECM) model because: first, it is a convenient model measuring the correction from disequilibrium of the previous period, which has a very good economic implication. Second, if we have cointegration, ECMs are formulated in terms of first differences, which typically eliminate trends from the variables involved, and they resolve the

problem of spurious regressions, A third, very important, advantage of ECMs is the ease with which they can fit into the general to specific approach to econometric modelling, which is in fact a search for the most parsimonious ECM model that best fits the given data sets. Finally, the fourth and most important feature of the ECM comes from the fact that the disequilibrium error term is a stationary variable.

Objective of the Study

This study aims to test the relationship between government's revenue, expenditure and the gross domestic product of the Lao PDR by using the error correction model.

2. Literature Reviews

Wagner and Weber (1977) said that changes in government spending would be more effective in the long term than in the short term due to operational reasons (defense), wide administrative scope, and economic development planning. In addition, the increase in government spending depends on the government economic activities. When the government devolves power to the local government, local government spending must go through the political process, so it is seen that there are many factors that determine government spending. On the other hand, the problems and obstacles of managing the government's expenditure budget are caused by the lack of knowledge and understanding of the budget, the lack of knowledge and methods of budget estimation, resulting in the inability to predict accurately and precisely how much the budget will increase or decrease in the next year. In addition, the tax collection system is not as efficient as it should be, causing the budget to leak both at the local government level and at the national level, some governments still lack of loan experience and budgets arrangement, resulting in extravagant and inefficient budget spending. tested Wagner's law which found that the growth of government spending has uneven patterns and jumps during major social changes such as war. The people who have the right to vote are the reason for the expansion of government services, but at the same time they do not want to pay taxes, which is a self-contradiction that is hidden in themselves, and at that time, government expenditures will increase. Samuelson (1954) gave the concept of public expenditure in the perspective of microeconomics, which is the best allocation of resources in the event that the goods are public goods which is at a level where the additional cost of producing goods is equal to the sum of the vertical lines of individual demand because the private economic system cannot allocate public goods effectively. So, there are many theories said that government has an important role to solve those problems.

Friedman (1978) developed the hypothesis that when government revenue increases, it will result in an increase in government expenditures. This positive relationship when tax revenue increases will lead to budget deficits. Therefore, the appropriate policy is to reduce taxes to decrease spending and lead to a reduced budget deficit. On the other hand, the

budget deficit cannot be done by the government's revenue growth policy and Buchanan and Wagner (1977) said that under this hypothesis, government revenue and expenditure will have a negative relationship because the increase in government revenue may make taxpayers unhappy because they think they will have to bear the increased burden. Peacock and Wiseman (1979) and Barro (1974) developed the hypothesis of a relationship between taxes and government expenditure or revenue and government expenditure in which they assumed that changes in expenditure would lead to changes in revenue. which they said in a crisis situation will lead to what is called the displacement effect, for example: increasing government spending in current will lead to increased revenue and at the same time, increasing government spending will lead to increased taxes because when the government spends, they replace it by taxes. which may be detrimental to the shareholders (investors) and cause them to move the production base to other countries because they expected that taxes will increase in the future.

Gülşen (2022) pointed out tax revenues, non-tax ordinary incomes, factor incomes, and social funds affects economic growth and he also suggest that public investment expenditures have long term effect on economic growth. Pak (2007) found that government expenditure effect the growth rate of real GDP through 3 channels-total factor productivity, investment and aggregate demand. The study of Cyrus Muriithi (2013) identifies the connection between government income and Kenyan economic expansion. A descriptive research design was included in this study. Since only Kenya was engaged, this study was a case study of a single country. Secondary data was used to compile the tax revenue, which included import duty, customs taxes, income tax, and Value Added Tax (VAT). In addition, the research gathered information on non-tax revenue. Tables and figures were also used to illustrate the recorded information. The result revealed that economic growth and import taxes have an unfavorable connection. As import tariffs rise, so does economic growth, and vice versa. In the case of excise duty, the study shows that if the pace of increase in excise tax slows, the rate of economic growth lowers as well. In terms of income tax, the study suggests that a well-established income tax leads to steady growth in government revenue. The study also suggests that income tax has a direct association with economic growth. According to the findings, raising the VAT has a favorable impact on the rate of economic growth. Nguyen (2022) expressed that government revenue decreases while governance increases economic growth but their interaction reduces it. Besides, trade openness and inflation are significant determinants of economic growth in these countries. In addition, Roşoiu (2015) found there is also important to remember that between government revenues and government expenditure there is a bidirectional relation. Ofoegbu and Akwu (2016) examine the effect of tax revenue on the economic development of Nigerian. By using the annual time series data in the period 2005 - 2014 to estimate the linear income model and the human development index with Ordinary Least Square (OLS), the research has been shown. The positive relationship

between tax revenue and economic development. This study has shown the importance of tax revenue for Nigeria's economic development and it can be the instrument for Nigeria's economic. So, it is necessary to take measures to encourage people to pay taxes and use this revenue carefully.

3. Materials and Methods

Because Laos is still in the early stage of developing countries. Therefore, most of the information remains recording in the traditional way so that some information is damaged and cannot be disclosed, only some information can be uploaded on the website of the government or international organizations, resulting can only summarize information from 1990 onwards. Therefore, in this study, we used the time series data from 1990-2019, was collected from the website of the Bank of Lao PDR and the Asian Development Bank.

In this study, the researcher used the Cointegration and Error Correction model of Engle and Granger (1987) to analyze the long-term equilibrium relationship between government revenue and expenditure with the GDP variable as a control variable. Since economic variables are often non-stationary, the application of such techniques to the analysis will make the estimated coefficients more efficient and reliable. In addition to not causing problems of spurious relationship. This method also able to analyze the effects both in the short-run and long-run which the model could be written as following:

- Cointegration Regression

$$LnS_t = \beta_0 + \beta_1 LnR_t + \beta_2 LnGDP_t + \varepsilon_t \quad (1)$$

$$\varepsilon_t = LnS_t - \beta_0 - \beta_1 LnR_t - \beta_2 LnGDP_t \quad (2)$$

where $\varepsilon_t = I(0)$

β_0 : constant

β_i : the coefficients of independent variables.

LnS_t : logarithms of government's spending in period t

LnR_t : logarithms of government's revenue in period t

$LnGDP_t$: logarithms of GDP in period t

ε_t : error term $\sim N(0, \sigma^2)$

If the ADF test of residuals found that test statistic of residual is greater than the critical value for regression residual based cointegration tests indicates that we reject null hypothesis or accept alternative hypothesis, meaning that there are long-run relationships (Engle and Granger 1987)

Hypothesis: H_0 : there is not Cointegrated)

H_1 : there is Cointegrated

- Error Correction Model

$$\Delta \ln S_t = \beta_0 + \beta_1 \Delta \ln R_t + \beta_2 \Delta GDP_t + \beta_3 \varepsilon_{t-1} + v_t \quad (3)$$

which

$$\varepsilon_{t-1} = \ln S_t - \beta_0 - \beta_1 \ln R_{t-1} - \beta_2 \ln GDP_{t-1} \quad (4)$$

If plug (4) in (3) we get:

$$\Delta \ln S_t = \beta_0 + \beta_1 \Delta \ln R_t + \beta_2 \Delta GDP_t + \beta_3 (\ln S_t - \beta_0 - \beta_1 \ln R_{t-1} - \beta_2 \ln GDP_{t-1}) + v_t \quad (5)$$

v_t : error term $\sim N(0, \sigma^2)$

And Error Correction Model can be written as

$$\Delta \ln S_t = \beta_0 + \beta_1 \Delta \ln R_t + \beta_2 \Delta GDP_t + \beta_3 ECT + v_t \quad (6)$$

ECT: Error Correction Term

β_3 : the coefficient of error correction term or the speed of adjustment toward the long-run equilibrium which $-1 < \beta_3 < 0$

3.1 Unit Root Tests

The augmented Dickey Fuller test (Dickey and 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:

$$\Delta y_t = \theta y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \phi_i \Delta y_{t-i} + u_i \quad (7)$$

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

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

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

3.2 Cointegration Test

For test cointegration, the researchers used Two-steps ECM of Engle and Granger procedure (1987) to determine the short-run and long-run relationships between the variables.

First step: Consider a simple model, where Y_t and X_t are both I(1)

$$Y_t = \beta_1 + \beta_2 X_t + u_t \quad (10)$$

If there is a linear combination of Y_t and X_t that is stationary (that is I(0)), then Y_t and X_t are cointegrated. This implies that the estimated residuals are stationary, so that

$$\widehat{u}_t = Y_t - \widehat{\beta}_1 - \widehat{\beta}_2 X_t \quad (11)$$

Where $\widehat{\beta}_2$ is the long-run coefficient

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 reject 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).

Second Step: Express the relationship between Y_t and X_t with an ECM specification as

$$\Delta Y_t = \beta_3 + \beta_4 \Delta X_t - \pi_1 \hat{u}_{t-1} + \varepsilon_t \quad (12)$$

β_3 = constant term

β_4 = short-run coefficient, measure the immediate impact of a change in X_t will have on a change in Y_t

π_1 = coefficient of the estimated lagged residual of equation 10

ε_t = white noise error term

\hat{u}_{t-1} = error correction term

Of course $\hat{u}_{t-1} = Y_{t-1} - \hat{\beta}_1 - \hat{\beta}_2 X_{t-1}$ (13)

In this case OLS perform well.

$$\Delta Y_t = \beta_3 + \beta_4 \Delta X_t - \pi_1 (Y_{t-1} - \hat{\beta}_1 - \hat{\beta}_2 X_{t-1}) + \varepsilon_t \quad (14)$$

3.3 Jarque-Bera Test

The Jarque-Bera test (Jarque and 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.

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

$\hat{\sigma}$: 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

3.4 Serial Correlation Testing

It is a test of autocorrelation of independent variable of time derivative. In this test, Portmanteau test will be used to check the problem of white noise and autocorrelation which has the formula as:

$$Q = n(n+2) \sum_{j=1}^m \frac{1}{n-j} \hat{\rho}^2(j) \rightarrow \chi_m^2$$

m : number of Autocorrelation

χ^2 : Normal distribution with degrees of freedom m

$\hat{\rho}_j$: Autocorrelation value calculated for lag j

Hypothesis: H_0 : there is White noise

H_1 : there is not White noise

4. Empirical Results

Based on the basic conditional of ECM, 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

	H_0 : Non-stationary		H_1 : Stationary		
	Before difference				
	Test Statistic	1% Critical Value	5% Critical Value	10% Critical Value	MacKinnon (Sig. Level)
Interpolated Dickey-Fuller					
<i>LnR</i>	-2.089	-3.723	-2.989	-2.625	0.2491
<i>LnS</i>	-1.655	-3.723	-2.989	-2.625	0.4546
<i>LnGDP</i>	-0.903	-3.723	-2.989	-2.625	0.7869
After 1 st difference					
<i>D. LnR</i>	-3.012	-3.730	-2.992	-2.626	0.0338
<i>D. LnS</i>	-3.693	-3.730	-2.992	-2.626	0.0042
<i>D. LnGDP</i>	-5.428	-3.730	-2.992	-2.626	0.0000

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

According to the ADF test above seen that before diff, the revenue and spending variables of the Lao government are not stationary, but after 1st differences, we can reject the null hypothesis and accept the alternative hypothesis, means that the variable is statistically significant with a significance level of 0.05 and can be used to test the relationships and we get the long-run model as:

$$\widehat{LnS}_t = 0.3818 + 0.9138\widehat{LnR}_t + 0.0580\widehat{LnGDP}_t$$

(29.23)* (1.92)*** (5.19)*

$$R^2 = 0.9984, Adj R^2 = 0.9983, F = 8573.75, Prob = 0.000, Root MSE = 0.07777$$

Note: the value in parentheses “()” is the t-test

*, **, *** Statistically significance at 0.01, 0.05 and 0.1 respectively.

As the long-term effect model above, it is indicated that the independent variables can explain the dependent variable by 99.84% which the most influential factor being revenue. In the long term, income has a positive significant relationship with expenditure at a statistical level of 0.1, which means that if other factors are constant, when revenue increases by 1 % will result in an increase in Lao government spending by 0.9138 % and vice versa, if the government revenue decreases by 1 %, it will also reduce government spending by 0.9138 %. As for GDP, there is also a positive significant relationship with the government’s spending

at the statistical level of 0.01, meaning that if other factors are constant, an increasing in the GDP of Laos by 1% will result the government's spending increased by 0.058% and on the contrary, if the GDP of Laos increased by 1% will cause the government's spending increased by 0.058%. However, an analysis was found that the constant coefficient has a statistically significance level of 0.01, means that even if the government does not have revenue and the GDP does not increase, the Lao government still spends.

According to the ECM condition, the researchers continue to conduct the cointegration by Engle-Granger test and expressed that the test statistic of residuals equal to -4.580 which greater than the table of critical value of Cointegration test at the confidence level of 90%, 95% and 99% respectively, meaning that the ϵ_t stationary at $I(0)$ indicated that the null hypothesis was rejected or accepted alternative hypothesis that there is error correction model and written as:

$$\widehat{\Delta LnS}_t = -0.0030 + 0.9261\widehat{\Delta LnS}_t + 0.0307\widehat{\Delta GDP}_t - 0.7810ECT$$

(-0.17) (13.74)* (1.16) (-4.42)*

For the short-run found that only revenue and ETC are statistically significant of 0.01 level. If we suppose other variables are constant, when the government's revenue increased by 1% will cause the government's spending increased by 0.9261%. In contrast, the decreasing of 1% in the government's revenue will cause the government's spending decreased by 0.9261% which is according to the theory of the government's revenue and expenditure of Freidman (1978).

For the speed of adjustment or coefficient of ECT stand between $-1 < ECT < 0$, based on the assumption set indicated that the deviations from the long-run equilibrium are often corrected by the speed of adjustment of the ECT through the data set which the coefficient of ECT equal to -0.781 meaning that the residuals of the government's revenue and spending derivation from the equilibrium point in the past year will adjusted to the long-run equilibrium by 78.1%.

To check whether the model used in this test is suitable or not. The researcher conducted a test of the distribution of volatility with the method of Sharpio-Wilk W test and results:

Table 2: Residuals Normality Test

Shapiro-Wilk W test for normal data					
Variable	Observation	W	V	z	Prob>z
Residual	29	0.98138	0.577	-1.134	0.87163

As the table 2 above we cannot reject null hypothesis at the statistical level of 0.05, shown that the residuals are normally distributed, then we conduct to test serial correlation by Portmanteau test and result in:

Table 3: Serial Correlation Test

Portmanteau test for white noise	
Portmanteau (Q) statistic	12.0097
Prob > chi2(12)	0.4449

For the table 3 above we also cannot reject null hypothesis meaning that residuals do not have serial correlation problem or there is white noise which indicated our model is goodness of fit and appropriate to predict.

5. Conclusion

5.1 Results Finding

For the analysis of the relationship between revenue, expenditure of the government and GDP of Lao PDR by using the Cointegration and Error Correction model, it is found that it is according to the hypothesis. It is also found to be related both in the short-run and in the long-run. In the long-run, both revenue and GDP have a positive significant relationship on expenditure with a significance level of 0.01 and 0.1 respectively. For short-run, only government's revenue has a statistically significant relationship with government spending at a significance level of 0.01, with the coefficient of ECT equal to -0.781, suggesting that almost 78% of the discrepancy between the long-run and the short-run is corrected within a series. In the test of residual normality distributed and serial correlation indicates we cannot reject null hypothesis, meaning that the model used in this study is suitable for testing the relationship between revenue, expenditure and GDP of Lao PDR.

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 could manage revenue and expenditure efficiently to push economic growth. Because the budget balance will give the government money to manage and develop the country continuously as well as maintain economic stability.

5.3 Further Research

However, this study uses a small sampling and is a study of only one country. Therefore, further researchers should consider panel data and use more independent variables in order to more accurate predict. In addition, other models should be used to analyze to compare with this method which method can provide more accurate prediction results.

References

- Presbitero, A.F. (2010). **Total Public Debt and Growth in Developing Countries**, Development Working Papers 300, Centro Studi Luca d'Agliano, University of Milano.
- Barro, R. J. (1974). Are government bonds net wealth. **Journal of Political Economy** **82**, 1095-1118.
- Buchanan, J.M. and Wagner, R.E. (1977). **Democracy in deficit: The Political Legacy of Lord Keynes**, New York: Academic Press.
- Cottarelli, C and Schaechte, A (2010). **Long-term trends in public finances in the G-7 economies**, IMF Staff Position Notes 2010/013, International Monetary Fund.
- Dickey, D. A., and 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.
- Engle, R and Granger, C. (1987). Co-integration and error correction: Representation, estimation, and testing. **The Econometrica**, **55** (2): 251-276.
- Friedman, E.A. (1978). The Limitations of Tax Limitation, **Policy Review**: 7-14.
- Gülşen, M.A. (2022). The relationship between growth, expenditure, and income fiscal policy in Turkey: ARDL-ECM Model. **Journal of Public Finance Studies**, **67**:89-106.
- Jarque, C.M. and Bera, A.K. (1987). A test for normality of observations and regression residuals. **International Statistical Review**, **55**:163-172.
- Nguyen, T.H. (2022). The government revenue – economic growth relationship in emerging and developing Asia countries: Does governance matter? **Academy of Strategic Management Journal**, **21**(S2), 1-10.
- Souvannachoumkham, S. (2020). **Annual budget report of Lao PDR**, 3:1-22
- Muriithi, C. (2013). The relationship between government revenue and economic growth in Kenya. **International Academic Journal of Information Sciences and Project Management**, **1** (1), 87-109
- Ofoegbu and Akwu (2016). Empirical analysis of effect of tax revenue on economic development of Nigeria. **International Journal Asian Social Science**, **6**(10), 604-613.
- Pak, H.M. (2007). Government expenditure and economic growth: The supply and demand sides. **Fiscal Studies**, **28**(4):497-522.
- Paul A. Samuelson (1954). The pure theory of public expenditure. **The Review of Economics and Statistics**, **36**(4):387-389.
- Peacock and Wiseman (1979). Approaches to the analysis of government expenditure growth. **Public Finance Quarterly**, **7**, 3-23.
- Roşoiu, I. (2015). The impact of the government revenues and expenditures on the economic growth. **Procedia Economics and Finance**, **32**:526-533.
- Wagner, Richard E.; Weber, Warren E. (1977). Wagner's Law, Fiscal Institutions, and the Growth of Government. **National Tax Journal**. **30** (1): 59–68.

ความทุ่มเทของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในประเทศไทย
Employee Engagement of Sub-District Administrative Organizations
In Thailand

รัชณี ก้อนทรัพย์^{1*} และ สุวรรณิ แสงมหาชัย²
(Ratchanee Konsub and Suwannee Sangmahachai)

บทคัดย่อ

คุณลักษณะนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษา 1. ความสัมพันธ์ระหว่าง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง คุณภาพชีวิตในการทำงาน และวัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ กับความทุ่มเทของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล 2. เปรียบเทียบความทุ่มเทของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลจำแนกตามขนาดขององค์การบริหารส่วนตำบล การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม ประชากรเป็นพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 3,182 คน และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาร์ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 285 คน สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เก็บข้อมูลได้จำนวน 400 คน ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ และการทดสอบค่าที

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง คุณภาพชีวิตในการทำงาน และวัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จมีความสัมพันธ์ทางตรงเชิงบวกกับความทุ่มเทของพนักงานที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 2) ขนาดองค์การบริหารส่วนตำบลที่แตกต่างกันจะทำให้ความทุ่มเทของพนักงานด้านความทุ่มเททางความคิด กับด้านความทุ่มเททางอารมณ์ มีความแตกต่างกัน โดยองค์การบริหารส่วนตำบลขนาดกลางจะมีความทุ่มเททางความคิด กับความทุ่มเททางอารมณ์มากกว่าองค์การบริหารส่วนตำบลขนาดใหญ่ แต่ความทุ่มเททางด้านพฤติกรรมทั้งองค์การบริหารส่วนตำบลขนาดกลางและขนาดใหญ่ไม่มีความแตกต่างกัน

คำสำคัญ: ความทุ่มเท พนักงานองค์การ องค์การบริหารส่วนตำบล

¹นักศึกษาระดับปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 10240
Doctor of Philosophy Department of Public Administration, Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University, 10240

²รองศาสตราจารย์ ดร. คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 10240
Assoc. Prof. Dr. Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University, 10240

Corresponding author: lamnumammam@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this dissertation is to study: 1. The relationship between transformational leadership, quality of work life and achievement culture organizational with employee engagement of sub-district administrative organizations. 2. Comparison of the dedication of sub-district administrative organizations classified by size of sub-district administrative organizations. This research was a quantitative research by using a questionnaire. The population is 3,182 employees of sub-district administrative organizations. And the sample size was determined by Taro Yamane's formula at the confidence level of 90%, the sample group was 285 people. Accidental random sampling collected data for 400 people, the researcher therefore used a group of 400 people. Statistics used to analyze the data were percentage, mean, standard deviation, Correlation Analysis, Multiple regression analysis and t-test.

Findings showed that 1) Transformational leadership and achievement culture organizational positive direct relationships with employee engagement at the statistically significant level of .01. 2) The size of sub-district administrative organizations that are different will cause the staff's dedication in knowledge and thinking with emotional commitment there is a difference. The medium-sized sub-district administrative organization will have a dedication in knowledge and thinking with more emotional dedication than large sub-district administrative organizations. But there was no difference in employee engagement medium and large sub-district administrative organizations.

Policy recommendations: expanding knowledge of organizational behavior that correlates with the dedication of employees and executives of sub-district administrative organizations apply research results to develop employees to be dedicated to their work to achieve the highest efficiency and effectiveness for Sub-district Administrative Organizations in Thailand.

Keywords: engagement, employee, Sub-District Administrative Organizations

Article history:

Received 2 March 2023

Revised 8 May 2023

Accepted 13 May 2023

SIMILARITY INDEX = 4.13 %

1. บทนำ

โลกปัจจุบันมีลักษณะเป็นพลวัต มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อหลาย ๆ องค์การ ไม่ว่าจะเป็นองค์การของภาครัฐและภาคเอกชน ประเทศไทยได้เผชิญกับวิกฤตทางเศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ. 2540 ทำให้เกิดกระแสความสนใจการปฏิรูปด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะในภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นการปฏิรูประบบราชการ การปรับบทบาทภาครัฐ การกระจายอำนาจลงสู่ท้องถิ่น โดยเฉพาะเมื่อทรัพยากรมีจำนวนจำกัด ความสนใจจึงพุ่งเป้าไปที่การใช้จ่ายงบประมาณและการดูแลทรัพยากรของท้องถิ่น รัฐธรรมนูญแห่งอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 มีเจตนารมณ์ที่หวังให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองภายใต้ระบอบประชาธิปไตยทั้งระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญในการกระจายอำนาจด้านการปกครองท้องถิ่น ถึงแม้รัฐธรรมนูญฉบับพุทธศักราช 2540 ได้ถูกยกเลิกไป แต่ปัจจุบันรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ได้บัญญัติเกี่ยวกับการปกครองท้องถิ่นไว้ในหมวด 14 มาตรา 249 ความว่า รัฐต้องจัดให้มีการปกครองส่วนท้องถิ่นยึดหลักแห่ง การปกครองตนเองตามเจตนารมณ์ของประชาชนในท้องถิ่น การจัดตั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ในรูปแบบใดนั้นให้คำนึงถึงความสามารถในการปกครองตนเองในด้านรายได้ จำนวนและความหนาแน่นของประชากร และพื้นที่ที่ต้องรับผิดชอบ (วิชาญ ฤทธิธรรม และวีรศักดิ์ บำรุงตา, 2564) ตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545 มาตรา 3/1 บัญญัติว่า “การบริหารราชการตามพระราชบัญญัตินี้ต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ ความมีประสิทธิภาพ ความคุ้มค่าในเชิงภารกิจแห่งรัฐ การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน การลดภารกิจและยุบเลิกหน่วยงานที่ไม่จำเป็น การกระจายภารกิจและทรัพยากรให้แก่ท้องถิ่น การกระจายอำนาจตัดสินใจ การอำนวยความสะดวก และการตอบสนองความต้องการของประชาชน ทั้งนี้ โดยมีผู้รับผิดชอบต่อผลของงาน”

ระบบราชการไทยในปัจจุบันก็ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมเช่นเดียวกัน หากพิจารณาโดยการแบ่งกระทรวง ทบวง กรม ออกเป็นกลุ่มตามประเภทของงานที่ปฏิบัติ เช่น กรมที่เกี่ยวกับการพัฒนาประเทศหรือการป้องกันประเทศ จะเห็นได้ว่ากระทรวงที่เกี่ยวกับการพัฒนาประเทศมักจะเป็นองค์การใหม่ที่ใช้ความรู้ มีลักษณะของงานที่ใช้สหวิทยาการพนักงานเป็นคนรุ่นใหม่ ปฏิบัติงานโดยใช้ความรู้และวิชาชีพ จึงมีแนวโน้มที่จะนิยมการเปลี่ยนแปลงและรับสภาพของการเปลี่ยนแปลงได้ดีกว่า เพราะงานที่ปฏิบัติเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทั้งระบบ การทำงาน พฤติกรรมคน และกระบวนการปฏิบัติงานขององค์การภาครัฐจึงจำเป็นที่จะต้องปรับตัวตลอดเวลาตามสิ่งแวดล้อมขององค์การที่เปลี่ยนแปลงแบบพลวัต องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ซึ่งเป็นหน่วยงานบริหารราชการส่วนท้องถิ่นก็เผชิญกับสภาพแวดล้อมขององค์การที่เปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน เนื่องจากองค์การบริหารส่วนตำบลมีฐานะเป็นนิติบุคคลและราชการส่วนท้องถิ่น จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นภายในชุมชน ซึ่งแต่เดิมมีสภาพเป็นสภาตำบล มีบทบาทและอำนาจหน้าที่ในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นค่อนข้างจำกัดประกอบกับมีจุดอ่อนที่ไม่มีงบประมาณและบุคลากรเป็นของตนเอง ทำให้การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในตำบลเป็นไปด้วยความล่าช้า ด้วยประสิทธิภาพ ไม่ทันต่อการเติบโตของชุมชนในเขตเมือง ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในระดับพื้นฐาน คือ “ตำบล” พระราชบัญญัติดังกล่าวมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2538 และมีฉบับแก้ไขเพิ่มเติมในเวลาต่อมา พระราชบัญญัติฉบับนี้ได้ส่งผลให้มีการกระจายอำนาจสู่ประชาชนในระดับตำบลอย่างมาก อาจกล่าวได้ว่า การจัดตั้งองค์การบริหารส่วนตำบลนี้เป็นผลผลิตหนึ่งของกระแสสังคมที่ต้องการจะปฏิรูปการเมือง ดังนั้นองค์การบริหารส่วนตำบลจึงเป็นมิติหนึ่งของความพยายามในการปฏิรูปการเมืองโดยการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบลจึงมีความสำคัญต่อท้องถิ่นเป็นอย่างมาก เพราะเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มี

ขนาดเล็กที่สุดแต่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด โดยเฉพาะประชาชนในพื้นที่ชนบท (โกวิทย์ พวงงาม, 2560) การจัดตั้งองค์การบริหารส่วนตำบลจึงเป็นการสร้างรากฐานของระบอบประชาธิปไตยให้มั่นคงโดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารระดับตำบล และปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารงานในระดับตำบลให้เกิดความคล่องตัว รวมทั้งสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้มีทรัพยากรในการบริหารงานไม่ว่าจะเป็นงบประมาณหรือบุคลากรเป็นของตนเอง พอเพียงที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาท้องถิ่นได้อย่างทั่วถึง

ในช่วงเวลาที่ผ่านมามีการศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำเพิ่มมากขึ้น ทั้งแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับภาวะผู้นำ แต่แนวคิดทฤษฎีที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย นั่นคือแนวคิดทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership Theory) ซึ่งเป็นแนวคิดทฤษฎีของการศึกษาภาวะผู้นำแนวใหม่หรือกระบวนการทัศน์ใหม่ของภาวะผู้นำ โดยได้มีงานวิจัยเชิงประจักษ์และเชิงทฤษฎีในหลายประเทศพบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การ และเหมาะสมกับกระแสสังคมในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (รัตติกรณ์ จงวิศาล อ้างถึงใน พิษญาภา วงศ์หมัดทอง, 2563)

บุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบลนับว่ามีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการให้บริการประชาชนในตำบลให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เพราะบุคลากรเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญขององค์การที่จะสามารถนำองค์การไปสู่เป้าหมายขององค์การได้ จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าสิ่งที่องค์การต้องมีคือ บุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และทักษะ รวมถึงต้องเป็นบุคลากรที่มีความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน รักองค์การและงานที่ทำ จึงจะสามารถนำพาองค์การให้สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์การได้ ดังนั้น องค์การบริหารส่วนตำบลจึงต้องการพนักงานที่มีความทุ่มเทในการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการให้บริการประชาชน Taylor and Woodhams (2016) ได้ให้คำนิยามของ “ความทุ่มเท” ว่าหมายถึง “ทัศนคติที่ดีที่พนักงานมีต่อองค์การและค่านิยมขององค์การ พนักงานที่มีส่วนร่วมตระหนักถึงบริบททางธุรกิจและทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพภายในหน่วยงาน เพื่อประโยชน์ขององค์การ” แสดงให้เห็นว่าความทุ่มเทของพนักงานเป็นปัจจัยที่เป็นที่สนใจของนายจ้างและองค์การโดยตรง เนื่องจากสามารถอธิบายพฤติกรรมของพนักงานในเชิงบวกที่น่าจะนำไปสู่การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ในปัจจุบันทั่วโลกให้ความสนใจอย่างมากในแนวคิด “ความทุ่มเทของพนักงาน” (Employee Engagement) ในแวดวงการบริหารจัดการองค์การนั้น คำนี้ก็เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยนำไปใช้ในเรื่องความทุ่มเทกับองค์การในรูปแบบที่พุ่งเป้าไปยังบุคลากรในองค์การโดยเฉพาะ และก็ยังกลายเป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญที่องค์การหลายแห่งเริ่มหันมาใส่ใจอย่างจริงจังมากขึ้น เพราะท้ายที่สุดแล้วกลยุทธ์นี้ก็สามารถสร้างให้พนักงานเกิดความภักดีกับองค์การ ให้ความร่วมมือกับองค์การในทุก ๆ ด้านอย่างสมัครใจและเต็มใจร่วมแรงร่วมใจกันผลักดันให้องค์การประสบความสำเร็จ มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์การอย่างแท้จริง ตลอดจนมีความรู้สึกในการเป็นเจ้าขององค์การร่วมกัน ความทุ่มเทของพนักงานจึงกลายเป็นประเด็นที่สำคัญมากในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา

ความก้าวหน้าของการศึกษาและเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่องส่งผลต่อความทุ่มเทของพนักงาน (นันทนพ เข้มเพชร และพบสุข ชำชอง, 2561) โดยเฉพาะอย่างยิ่งอิทธิพลของเทคโนโลยีที่ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในองค์การและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในหลายกระบวนการ การเปลี่ยนแปลงในกระบวนการสรรหา การคัดเลือกคนเก่งให้กับองค์การ ระบบการบริหารผลการปฏิบัติงาน ระบบการจัดการค่าตอบแทน ตลอดจนระบบการเรียนรู้ออนไลน์และการฝึกอบรม ส่งผลต่อการเปลี่ยนพฤติกรรมของคนในองค์การ (กณิกนันต์ แสงมหาชัย, 2561) ทำให้เกิดปัจจัยใหม่ ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความทุ่มเทของพนักงาน การจัดการทรัพยากรบุคคลเพื่อให้เกิดความได้เปรียบแข่งขันจากสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ที่มากขึ้น รวมถึงนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ถูกสร้างและพัฒนาตลอดเวลา ทำให้องค์การต้องเรียนรู้ใน

การปรับตัวเพื่อให้เกิดความเป็นเลิศในด้านการจัดการ ซึ่งอาจส่งผลทำให้ความผูกพัน และความทุ่มเทของพนักงานลดลง พนักงานเกิดความรู้สึกหมดไฟ เกิดความเหนื่อยหน่ายจากการทำงาน (Burnout) และความเครียด

Huse and Cummings (1985) กล่าวว่า คุณภาพชีวิตการทำงานเป็นความสอดคล้องกันระหว่างความรู้สึกของบุคคลที่ได้รับการตอบสนองในสิ่งที่คาดหวังกับความมีประสิทธิภาพขององค์กร หรืออีกนัยหนึ่งคือคุณภาพชีวิตการทำงานคือ ประสิทธิภาพขององค์กร อันเนื่องมาจากความเป็นอยู่ที่ดี (Well-being) ที่พนักงานได้รับรู้ผ่านประสบการณ์จากการทำงาน ทำให้พนักงานมีความพึงพอใจในงานที่ทำ ส่งผลให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจที่ดี ต้องการปรับปรุงศักยภาพของตน เพื่อให้ทำงานได้ดีขึ้น

สำหรับองค์การบริหารส่วนตำบล การเปลี่ยนแปลงรูปแบบบริหารงานในการจัดทำบริการสาธารณะเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในพื้นที่นั้นย่อมส่งผลให้ภาระงานและความทุ่มเทในการทำงานของพนักงานในองค์การบริหารส่วนตำบลเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จึงจำเป็นที่จะต้องตรวจสอบปัจจัยและการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อพฤติกรรมที่เป็นพลวัตของพนักงานในองค์การ (พิสิษฐ์ บุญถนอม, 2564) การทำงานร่วมกันเพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จต้องมีกระบวนการบริหารจัดการที่มีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นกระบวนการทำงาน ผู้ร่วมงานต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการทำงานด้วยความเต็มใจหรือความสมัครใจตามทักษะและความรู้ความสามารถ เปิดโอกาสให้ผู้ร่วมงานสามารถแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการทำงานได้อย่างอิสระและเท่าเทียมกันโดยไม่ถูกเลือกปฏิบัติ และมีการสื่อสารอย่างชัดเจนตรงไปตรงมาเกี่ยวกับรายละเอียดของงาน นอกจากนี้ผู้นำชุมชนและผู้บริหารต้องมีการแสดงออกในด้านของภาวะผู้นำ ไม่ยึดติดกับบทบาทและอำนาจหน้าที่ตามระเบียบ กฎหมายหรือข้อบังคับ คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม รับฟังและเคารพในความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน สร้างความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงาน โดยการให้กำลังใจและให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำอย่างไม่ถือตัว ส่งเสริมให้ผู้ร่วมงานทุกคนได้รับการฝึกอบรมและการพัฒนาในด้านต่างๆ ให้ก้าวไปสู่ระดับที่สูงขึ้น และมีศักยภาพเหมาะสมตรงตามความรู้ความสามารถ การมีส่วนร่วมในการทำงานหรือกิจกรรมต่างๆ ด้วยความเต็มใจหรือความสมัครใจของแต่ละบุคคลจะเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจและส่งผลให้พนักงานทุ่มเทในการทำงาน การสร้างความผูกพันให้กับบุคลากรภายในองค์การหรือหน่วยงานเป็นวิธีการสำคัญอย่างหนึ่งของผู้บริหารโดยทำให้บุคลากรมีความรัก และจงรักภักดีอยู่กับองค์การได้นาน เพราะบุคลากรมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ ทำให้มีความตั้งใจทุ่มเทให้กับการปฏิบัติงานอย่างเต็มศักยภาพอันเป็นประโยชน์กับองค์การ

วัฒนธรรมองค์การเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงค่านิยมความเชื่อและแบบแผนทางพฤติกรรมที่ยอมรับและปฏิบัติโดยสมาชิกขององค์กรและเป็นตัวกำหนดความประพฤติและพฤติกรรมในการทำงานของบุคคลในองค์กร วัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ขององค์กรจะช่วยหล่อหลอมให้บุคคลในองค์กรมีความภาคภูมิใจไม่มีความอึดใจ กล้าคิดกล้าทำ รักและผูกพันในองค์การ เกิดจิตสำนึกแห่งการร่วมคิดร่วมทำเพื่อความก้าวหน้าของตนเอง กลุ่ม และองค์กรความสำเร็จขององค์กรอาจขึ้นอยู่กับความสามารถเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กรและเปลี่ยนแปลงเมื่อจำเป็นเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมองค์กรทุกแห่งต่างมีวัฒนธรรมของแต่ละองค์กรเอง แต่ว่าจะมีค่านิยมของวัฒนธรรมองค์กรอยู่หลายอย่างวัฒนธรรมจะนำไปสู่กฎของพฤติกรรมที่กระทบโดยตรงต่อประสิทธิภาพขององค์กรโดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมจะมีผลกระทบโดยตรงต่อความสอดคล้องระหว่างพนักงานและองค์กรด้วย ดังนั้นวัฒนธรรมจะเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งที่กำหนดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและระดับความพอใจของพนักงาน (ณัฐธิดา ชูเจริญพิพัฒน์, 2555)

จากความสำคัญข้างต้น องค์กรจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องความทุ่มเทของพนักงาน ซึ่ง Treppawan (2021) ได้กล่าวว่า ความทุ่มเทของพนักงานเป็นอีกขั้นหนึ่งของความผูกพันของพนักงานที่มีต่อ

องค์การ นอกเหนือจากความพึงพอใจต่อองค์การแล้ว พนักงานที่มีความทุ่มเทจะมีทัศนคติที่ดี ปกป้องชื่อเสียง และภาพลักษณ์ขององค์การ และพยายามทำงานเพื่อองค์การอย่างสุดความสามารถความทุ่มเทของพนักงาน เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลกับองค์การ เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติที่พนักงานมีความเชื่อมั่นและยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ การเต็มใจที่จะทำงานเพื่อองค์การเต็มกำลัง ความต้องการที่จะคงสมาชิกภาพในองค์การต่อไป มีความภาคภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์การ เป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ สร้างผลงานและชื่อเสียงให้กับองค์การ ดังนั้นแสดงให้เห็นว่าความทุ่มเทของพนักงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในประเทศไทยมีปัจจัยบางอย่างที่มีอิทธิพลต่อความทุ่มเทของพนักงาน ซึ่งนอกจากเงินเดือน สวัสดิการ ค่าตอบแทนที่เหมาะสมและยุติธรรม

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความทุ่มเทของพนักงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในประเทศไทย โดยผู้ทำการวิจัยหวังว่าผลของการวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์สามารถนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยนี้ไปใช้ เพื่อเป็นพัฒนาการบริหารจัดการด้านองค์การที่เหมาะสมทั้งในส่วนของการพัฒนาศักยภาพของผู้บริหาร และพนักงานภายในองค์การ รวมทั้งเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการจัดการทรัพยากรมนุษย์ขององค์การบริหารส่วนตำบลในประเทศไทย เพื่อให้มีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง, คุณภาพชีวิตในการทำงาน และวัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ กับความทุ่มเทของพนักงานขององค์การบริหารส่วนตำบล
2. เพื่อเปรียบเทียบความทุ่มเทของพนักงานขององค์การบริหารส่วนตำบลจำแนกตามขนาดขององค์การบริหารส่วนตำบล

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดความทุ่มเทของพนักงาน

ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานนั้น เริ่มแรกเกิดมาจากแนวคิดในเรื่องความผูกพันต่อองค์การ (Organizational Commitment) ซึ่งหมายถึง การที่พนักงานได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับเป้าหมายองค์การ และต้องการรักษาความเป็นสมาชิกขององค์การ บุคคลที่มีความผูกพันต่อองค์การสูงจะมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ (พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์, 2551)

Zigarmi et al. (2011) ได้มีการศึกษาความมุ่งมั่นทุ่มเทตามความหมายที่ว่า ความมุ่งมั่นทุ่มเทเป็นความไม่ย่อท้อ และเป็นความรู้สึกเชิงบวกที่เกิดจากการประเมินการทำงานและองค์การ ทั้งอารมณ์และกระบวนการคิด ที่เกิดอย่างต่อเนื่อง และนำไปสู่ความตั้งใจในการทำงาน 5 ประการ ได้แก่ 1. ความตั้งใจในการดำรงสมาชิกภาพกับองค์การ (Intent to Stay) 2. ความตั้งใจในการกล่าวรับรององค์การในทางบวก (Intent to Endorse) 3. ความตั้งใจพยายาม ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค (Intent to Exert Discretionary Effort) 4. ความตั้งใจที่จะเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ (Intent to Use Organizational Citizenship Behaviors) 5. ความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีเลิศ (Intent to Perform)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

ภาวะผู้นำ หมายถึง คุณลักษณะของบุคคลในการนำสมาชิกในองค์การ เพื่อให้องค์การสามารถดำเนินงานได้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยผู้นำที่ดีต้องมีความสามารถในการตัดสินใจที่ดีและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม สามารถสร้างและสื่อสารวิสัยทัศน์ได้อย่างชัดเจน และสามารถนำสมาชิก

ในองค์การให้ไปสู่เป้าหมายขององค์การได้ องค์การในปัจจุบันต้องการผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งผู้นำการเปลี่ยนแปลงตามแนวคิดทฤษฎีของ Bass and Avolio (1994) จะมีพฤติกรรมที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ หรือ ภาวะผู้นำเชิงบารมี (idealized influence of charisma leadership : LL or CL) หมายถึง การที่ผู้นำประพฤติตัวเป็นแบบอย่าง หรือเป็นโมเดลสำหรับผู้ตาม ผู้นำจะเป็นที่ยกย่อง เคารพนับถือ ศรัทธาไว้วางใจ และทำให้ผู้ตามเกิดความภาคภูมิใจเมื่อได้ร่วมงานกัน ผู้ตามจะพยายามประพฤติปฏิบัติเหมือนกับผู้นำและต้องการเลียนแบบผู้นำของเขา เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์การหรือเป้าหมายส่วนบุคคล การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ผู้นำใช้สัญลักษณ์และข้อกำหนดด้านอารมณ์ เพื่อเพิ่มความกระตือรือร้นของพนักงานเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน (Yusuf et al. 2020) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์เป็นระดับที่ผู้นำเป็นแบบอย่างสำหรับพฤติกรรมที่มีจริยธรรมสูง ปลูกฝังความภาคภูมิใจ ได้รับความเคารพและความไว้วางใจ ในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการพัฒนา ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงได้แพร่กระจายไปแล้วในทุกภาคส่วนของสังคมตะวันตก รวมทั้งองค์การของรัฐ (Bass and Avolio, 2008) ผู้นำเหล่านี้จะได้รับความชื่นชม เคารพ และไว้วางใจ ผู้ตามรับรู้และต้องการเลียนแบบผู้นำของตน สิ่งที่ผู้นำทำเพื่อให้ได้รับเครดิตจากผู้ตามคือการพิจารณาความต้องการของผู้ตามมากกว่าความต้องการของตนเอง ผู้นำแบ่งปันความเสี่ยงกับผู้ตามและปฏิบัติตามจริยธรรม หลักการ และค่านิยมพื้นฐาน (Bass et al. 2003)

2) การสร้างแรงบันดาลใจ (inspiration motivation: IM) หมายถึง การที่ผู้นำจะประพฤติในทางที่จูงใจให้เกิดแรงบันดาลใจกับผู้ตาม การสร้างแรงจูงใจภายในโดยรับฟังความคิดเห็นและให้คุณค่าแก่พนักงาน เพื่อให้รู้สึกถึงการมีส่วนร่วมในความสำเร็จขององค์การ พร้อมกระตุ้นจิตวิญญาณของทีม ให้มีชีวิตชีวา มีการแสดงออกซึ่งความกระตือรือร้น โดยการสร้างเจตคติที่ดีและการคิดในแง่บวก ผู้นำจะสร้างและสื่อความหวังที่ผู้นำต้องการอย่างชัดเจนพร้อมอุทิศตัวในการปฏิบัติงานเพื่อให้เห็นความตั้งใจอย่างแน่วแน่ว่าจะสามารถบรรลุเป้าหมายขององค์การ ผู้นำจะสร้างแรงบันดาลใจให้พนักงานแก้ปัญหาจากหลายมุมและจุดยืนที่เป็นกลาง (Yusuf et al. 2020) การสร้างแรงบันดาลใจเป็นระดับที่ผู้นำแสดงวิสัยทัศน์ที่ดึงดูดใจและสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ตาม ผู้นำที่มีแรงจูงใจที่สร้างแรงบันดาลใจจะทำนายผู้ตามด้วยมาตรฐานที่สูง สื่อสารการมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับเป้าหมายในอนาคต และให้ความหมายสำหรับงานที่ทำอยู่ ผู้ตามต้องมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน หากพวกเขาต้องการมีแรงจูงใจในการกระทำ วัตถุประสงค์และความหมายให้พลังงานที่ขับเคลื่อนกลุ่มไปข้างหน้า วิสัยทัศน์ของความเป็นผู้นำได้รับการสนับสนุนจากทักษะการสื่อสารที่ทำให้เข้าใจวิสัยทัศน์ แม่นยำ มีพลังและมีส่วนร่วม ผู้ติดตามเต็มใจทุ่มเทความพยายามมากขึ้นในงานของพวกเขา พวกเขาได้รับกำลังใจและมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับอนาคต และเชื่อมั่นในความสามารถของพวกเขา (Bass and Bass, 2008) ผู้นำจะมีพฤติกรรมที่กระตุ้นคนรอบข้างด้วยการให้ความหมายและท้าทายต่องานของผู้ตาม สปิริตส่วนตัวและทีมได้รับการกระตุ้น ความกระตือรือร้นและการมองโลกในแง่ดีจะปรากฏขึ้น ผู้นำจะกระตุ้นให้ผู้ตามจินตนาการถึงสภาพอนาคตที่น่าดึงดูดใจ ซึ่งท้ายที่สุดแล้วพวกเขาสามารถจินตนาการได้ด้วยตนเอง (Bass et al. 2003)

3) การกระตุ้นทางสติปัญญา (intellectual stimulation: IS) หมายถึง การพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงานโดยหาแนวทางใหม่ ๆ มาแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ โดยผู้นำจะส่งเสริมให้พนักงานจะพัฒนาสติปัญญาและการคิดอย่างมีเหตุผล และช่วยส่งเสริมการแก้ปัญหาโดยอิสระของพนักงาน ผู้นำจะสามารถแก้ปัญหาของพนักงาน (Yusuf et al. 2020) โดยการกระตุ้นทางสติปัญญาในระดับที่ผู้นำท้าทายสมมติฐาน รับความเสี่ยง และเรียกร้องความคิดของผู้ตาม ผู้นำที่มีลักษณะแบบนี้จะกระตุ้นและสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ในตัวลูกน้อง พวกเขาเลี้ยงดูและพัฒนาคนที่คิดอย่างอิสระ สำหรับผู้นำเช่นนี้ การเรียนรู้เป็นสิ่งที่มีค่า และสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดถือเป็นโอกาสในการเรียนรู้ ผู้ติดตามถามคำถาม คิดอย่าง

ลึกซึ่งเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ และหาวิธีที่ดีกว่าในการดำเนินงานของพวกเขา (Bass and Bass, 2008) ผู้นำจะกระตุ้นความพยายามของผู้ตามในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ โดยการตั้งคำถามกับสมมติฐาน ตีกรอบปัญหาใหม่ และเข้าถึงสถานการณ์เก่าด้วยวิธีใหม่ๆ ไม่มีการเยาะเย้ยหรือวิจารณ์ในที่สาธารณะเกี่ยวกับความผิดพลาดของสมาชิกแต่ละคน ความคิดใหม่ ๆ และวิธีแก้ปัญหาก็ได้รับการร้องขอจากผู้ติดตามซึ่งรวมอยู่ในกระบวนการแก้ไขปัญหาและค้นหาวิธีแก้ไข (Bass et al. 2003) โดยผู้นำจะส่งเสริมให้พนักงานจะพัฒนาสติปัญญาและการคิดอย่างมีเหตุผล ในทางกลับกัน การกระตุ้นทางปัญญาช่วยส่งเสริมการแก้ปัญหาโดยอิสระของพนักงาน การกระตุ้นทางสติปัญญา รวมถึงความเป็นผู้นำที่กระตุ้นผู้ตามให้มีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม และท้าทายความเชื่อและค่านิยมของตนเอง เช่นเดียวกับผู้นำและองค์กร ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะสนับสนุนผู้ตามในขณะที่พวกเขาลองวิธีการใหม่ ๆ และพัฒนาวิธีการใหม่ ๆ ในการจัดการกับปัญหาขององค์กร ซึ่งจะช่วยให้ผู้ติดตามคิดสิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเองและมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาอย่างรอบคอบ

4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (individualized consideration: IC) หมายถึง ผู้นำให้ความสำคัญกับความต้องการแต่ละบุคคล และทำให้ผู้ตามรู้สึกมีคุณค่าและมีความสำคัญ โดยผู้นำจะเปรียบเสมือนผู้ฝึกสอนหรือผู้ให้คำปรึกษาที่สร้างสรรค์โอกาสที่ดีในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ของผู้ตามแต่ละคน เพื่อความสัมฤทธิ์และเติบโต ผู้นำจะพัฒนาศักยภาพของผู้ตามและเพื่อนร่วมงานให้สูงขึ้น นอกจากนี้ผู้นำจะสร้างบรรยากาศของการให้การสนับสนุน โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคลเป็นระดับที่ผู้นำจะดูแลความต้องการของผู้ตามแต่ละคน ทำหน้าที่เป็นผู้ให้คำปรึกษาหรือโค้ชแก่ผู้ตาม และรับฟังข้อกังวลและความต้องการของผู้ตาม ผู้นำให้ความสำคัญและสนใจและสนับสนุน สื่อสารอย่างเปิดเผยและวางความท้าทายต่อหน้าผู้ตาม นอกจากนี้ยังรวมถึงความต้องการความเคารพและยกย่องการมีส่วนร่วมของแต่ละคนที่ผู้ติดตามแต่ละคนสามารถมอบให้กับทีมได้ ผู้ตามมีเจตจำนงและแรงบันดาลใจในการพัฒนาตนเองและมีแรงจูงใจที่แท้จริงในการทำงาน (Bass and Bass, 2008) ผู้นำให้ความสำคัญกับความต้องการความสำเร็จและการเติบโตของแต่ละคนโดยทำหน้าที่เป็นโค้ชหรือที่ปรึกษา ผู้ตามได้รับการพัฒนาให้มีศักยภาพที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โอกาสในการเรียนรู้ใหม่ ๆ ถูกสร้างขึ้นพร้อมกับบรรยากาศที่สนับสนุนการเติบโต ความแตกต่างระหว่างบุคคลในแง่ของความต้องการและความปรารถนาได้รับการยอมรับ (Bass et al. 2003)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน

Huse and Cummings (1985) ได้ให้ความหมายของคุณภาพชีวิตในการทำงาน หมายถึง ความสอดคล้องกันระหว่างความปรารถนาหรือความพึงพอใจในงานของบุคคลกับประสิทธิผลขององค์กร หรืออีกนัยหนึ่งคุณภาพชีวิตในการทำงาน คือ ประสิทธิภาพขององค์กรอันเนื่องมาจากความผาสุกในงานของผู้ปฏิบัติงานเป็นผลสืบเนื่องมาจากการรับรู้ ประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งทำให้พนักงานมีความพึงพอใจในงานนั้น ๆ และอธิบายว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานจะส่งผลต่อองค์กร 3 ประการ คือ ประการแรก ช่วยเพิ่มผลผลิตขององค์กร ประการที่สอง ช่วยเพิ่มขวัญและกำลังใจของผู้ปฏิบัติงานตลอดจนเป็นแรงจูงใจในการทำงาน ประการสุดท้าย คุณภาพในการทำงานจะช่วยปรับปรุงศักยภาพของผู้ปฏิบัติงาน คุณภาพชีวิตในการทำงานส่งผลต่อความทุ่มเทของพนักงาน โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์ชีวิต ตามแนวคิดของ Walton (1974) ได้แก่ (1) ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ (2) สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย (3)โอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคคล (4) ความก้าวหน้าและความมั่นคงในงานโดยผู้วิจัยพยากรณ์ว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานจะส่งผลให้เกิดความทุ่มเทของพนักงานในเชิงบวก

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ

“วัฒนธรรมองค์การ” มักจะเชื่อมโยงกับพฤติกรรมองค์การ กระบวนการทำงานในองค์การ หรือ ความเป็น ผู้นำในองค์การ โดยระบบค่านิยม ความเชื่อ และพฤติกรรมร่วมกันของคนในองค์การ เพื่อสร้างเป็นบรรทัดฐาน (Gordon et al. 1990) ที่เกิดขึ้นในองค์การมีผลต่อการกำหนดพฤติกรรมของสมาชิกในสังคม ในปัจจุบันจะต้องเรียนรู้ถึงเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อเตรียมตัวรับกับสิ่งแวดล้อมที่ได้เปลี่ยนแปลงไป องค์การจึงต้องมีการพัฒนาความสามารถของตนเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยที่ทุกคนในองค์การจะต้องมีความกระตือรือร้น ในการหาแนวทางใหม่ ๆ ที่จะมาปรับเปลี่ยนในการปฏิบัติงานของตน ตลอดจนพฤติกรรมที่พนักงานในองค์การยึดถือ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ซึ่งแบบแผนพฤติกรรมที่พนักงานในองค์การยึดถือเป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติที่มีพื้นฐานมาจากความเชื่อ ค่านิยม นั่นก็คือ วัฒนธรรมองค์การ

วัฒนธรรมองค์การมีความสำคัญต่อองค์การ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จในการปฏิบัติงานขององค์การเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล Sathe (1985) กล่าวว่า วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อองค์การในด้านกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากความเชื่อ ค่านิยมทำให้เกิดคตินิยมเบื้องต้นร่วมกันในการองค์การ ส่งผลต่อระดับการรับรู้สถานการณ์ภายในองค์การ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันของพนักงาน ตามเป้าหมายขององค์การที่ตั้งไว้ ให้บรรลุผลสำเร็จรวมทั้งช่วยให้พนักงาน มีความผูกพันต่อองค์การ โดยผ่านทางความเชื่อและค่านิยม

เกศกุล สระแก้ว และ อรพินทร์ ชูชม (2560) กล่าวถึง วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จไว้ว่าเป็นรูปแบบวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมมาก ซึ่งองค์การส่วนใหญ่ ต้องเผชิญหน้ากับการแข่งขันในธุรกิจ ในรูปแบบใหม่ ซึ่งลูกค้าเป็นผู้เลือกและสนใจ ในคุณค่าขององค์การธุรกิจ จึงต้องเพิ่มการแข่งขันและการบริหารผลกักดันให้เข้าสู่การสร้างผลผลิตและกำไร โดยผ่านกลไกทางเศรษฐกิจ ซึ่งมีเป้าหมายเบื้องต้นคือการสร้างผลกำไร โดยเน้น แข่งขันและความเป็นมืออาชีพ สร้างผลผลิต ความสมบูรณ์แบบ ความเฉลียวฉลาด มีการบริหารสภาพแวดล้อมภายนอก ไม่เน้นความยืดหยุ่นและการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเน้นการทำงานหนักในระยะยาว เพื่อบรรลุผลตามเป้าหมาย มีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในเป้าหมาย แข่งขันเชิงรุก เน้นความสามารถและความคิดริเริ่มของพนักงานที่มีผลงานดีจะได้รับ ผลตอบแทนสูง โดยมีแนวทางปฏิบัติ 3 ด้าน คือ การบริหารการแข่งขัน การกระตุ้นพนักงาน และการบริการลูกค้า

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ คือ ข้าราชการองค์การบริหารส่วนตำบล(ไม่รวมข้าราชการครู) ตลอดจนพนักงานจ้างในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 5,300 แห่ง ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งเป็นภาคจำนวน 6 ภาค ทำการสุ่มตัวอย่างจังหวัดโดยการจับสลากได้ 17 จังหวัด มีองค์การบริหารส่วนตำบลจำนวน 94 แห่ง และมีประชากรที่เป็นพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลจำนวน 3,182 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1976) ที่ระดับความเชื่อมั่น 90 % ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 285 คน สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เก็บข้อมูลได้จำนวน 400 คน ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม โดยแบบสอบถาม ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 คำถามปลายปิดในข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง คุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์การ แบบมุ่งผลสำเร็จ กับความทุ่มเทของพนักงาน

4. ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องความทุ่มเทของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในประเทศไทย มีผลการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 1 ระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อความทุ่มเทของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลผล
การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์	4.47	0.39	มากที่สุด
การสร้างแรงบันดาลใจ	4.68	0.37	มากที่สุด
การกระตุ้นทางสติปัญญา	4.46	0.39	มากที่สุด
การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล	4.58	0.33	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.54	0.30	มากที่สุด

ในภาพรวมภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการสร้างแรงบันดาลใจมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ตามด้วยการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ และการกระตุ้นทางสติปัญญา มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ตารางที่ 2 ระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความทุ่มเทของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล

คุณภาพชีวิตในการทำงาน	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลผล
ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ	4.57	0.40	มากที่สุด
ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย	4.49	0.35	มากที่สุด
ด้านโอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคคล	4.59	0.32	มากที่สุด
ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน	4.59	0.34	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.56	0.28	มากที่สุด

ในภาพรวมคุณภาพชีวิตในการทำงานอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านโอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคคลกับด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงานมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ตารางที่ 3 ระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความทุ่มเทของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล

วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลผล
ด้านเป้าหมายในการทำงาน	4.67	0.50	มากที่สุด
ด้านการทำงานเชิงรุก	4.48	0.52	มากที่สุด
ด้านความคิดริเริ่มในการทำงาน	4.68	0.49	มากที่สุด
ด้านทำงานให้บรรลุเป้าหมาย	4.75	0.44	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.66	0.38	มากที่สุด

ในภาพรวมวัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านทำงานให้บรรลุเป้าหมายมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความคิดริเริ่มในการทำงาน ด้านเป้าหมายในการทำงาน และด้านการทำงานเชิงรุก มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ตารางที่ 4 ระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความทุ่มเทของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล

ความทุ่มเทของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลผล
ความทุ่มเททางความรู้คิด	4.64	0.42	มากที่สุด
ความทุ่มเททางอารมณ์	4.62	0.39	มากที่สุด
ความทุ่มเททางพฤติกรรม	4.59	0.35	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.62	0.34	มากที่สุด

ในภาพรวมความทุ่มเทของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความทุ่มเททางความรู้คิดมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ความทุ่มเททางอารมณ์ และความทุ่มเททางพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis) แบบขั้นตอน (Stepwise) เพื่อศึกษาอิทธิพลของ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง คุณภาพชีวิตในการทำงาน และวัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ ที่ส่งผลต่อความทุ่มเทของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

ปัจจัย	สปส.	R	R Square	F	Model Sig.
(ค่าคงที่)	4.616	0.763	0.582	183.716	0.01*
วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ	0.526				
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	0.447				
คุณภาพชีวิตในการทำงาน	0.323				

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนายความทุ่มเทของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล (Y_1) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ (X_3) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (X_1) และคุณภาพชีวิตในการทำงาน (X_2) ตามลำดับ โดยตัวแปรทั้ง 3 ตัวนี้สามารถร่วมกันทำนายความทุ่มเทของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล (Y_1) ได้ร้อยละ 58.2 ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวทำนายมาเขียนเป็นสมการทำนายความทุ่มเทของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล (Y_1) โดยใช้คะแนนดิบ คือ

$$Y_1 = 4.616 + 0.526X_2 + 0.447X_1 + 0.323X_3$$

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความทุ่มเทของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลจำแนกตามขนาดขององค์การบริหารส่วนตำบล ด้วย Independent t-test

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย t-test

ความทุ่มเทของพนักงาน	ขนาดองค์กร (Mean)		t	Sig.
	ขนาดใหญ่	ขนาดกลาง		
ความทุ่มเททางความรู้คิด	4.61	4.71	-2.171	0.031*
ความทุ่มเททางอารมณ์	4.59	4.71	-3.062	0.017*
ความทุ่มเททางพฤติกรรม	4.57	4.63	1.445	0.116

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ขนาดองค์กรบริหารส่วนตำบลที่แตกต่างส่งผลต่อความทุ่มเทของพนักงานแตกต่างกัน 2 ด้าน ได้แก่ ความทุ่มเททางอารมณ์ และความทุ่มเททางความรู้คิด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนความทุ่มเททางพฤติกรรม ขนาดองค์กรบริหารส่วนตำบลที่แตกต่างส่งผลต่อความทุ่มเทของพนักงานไม่แตกต่างกัน

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

1. ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง, คุณภาพชีวิตในการทำงาน และวัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ กับความทุ่มเทของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์กับความทุ่มเทของพนักงาน ทั้งนี้เนื่องจาก ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสามารถทำให้พนักงานในองค์กรอยากยึดผู้บังคับบัญชาเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติงาน เกิดความภาคภูมิใจเมื่อได้ร่วมงานและให้ความเคารพนับถือ อีกทั้ง ผู้บังคับบัญชาสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับพนักงาน โดยการกระตุ้นให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นในการทำงานอยู่เสมอ พร้อมทั้งร่วมกันแก้ไขปัญหาในการทำงานได้อย่างเป็นระบบ กล้าเผชิญปัญหาเกี่ยวกับสถานการณ์เก่า ๆ ด้วยวิถีทางใหม่แบบใหม่ ๆ ทำให้พนักงานพยายามหาทางแก้ไขปัญหาด้วยวิธีใหม่ ๆ ทำให้องค์กรสามารถเอาชนะอุปสรรคทุกอย่างได้จากความร่วมมือร่วมใจในการแก้ไขปัญหาของพนักงานทุกคน รวมถึงผู้บังคับบัญชาควรดูแลเอาใจใส่พนักงานเป็นรายบุคคล เพื่อให้พนักงานรู้สึกว่ามีคุณค่าและมีความสำคัญต่อองค์กร สอดคล้องกับแนวคิดของ Bass and Avolio (1994) ที่ว่าองค์กรภาครัฐควรตระหนักถึงหลักการบริหารในการเป็นภาวะผู้นำเปลี่ยนแปลงที่ดีให้เกิดขึ้นภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานในองค์กรเกิดความทุ่มเทโดยการใช้ศาสตร์และศิลป์ในการโน้มน้าวใจ สร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ กระตุ้นให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็น ความสามารถออกมาเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร

คุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความทุ่มเทของพนักงานในเชิงบวก ทั้งนี้เนื่องจาก การสร้างคุณภาพชีวิตในการทำงาน เป็นสิ่งที่จำเป็นและมีความสำคัญอย่างยิ่ง คุณภาพชีวิตในการทำงานในลักษณะของความพึงพอใจในการทำงานนั้น จะส่งผลต่อความทุ่มเทของพนักงานและผลการปฏิบัติงาน และยังเป็นสิ่งจูงใจให้เกิดความต้องการทำงาน ซึ่งนำไปสู่ประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ Farooqui and Nagendrab (2014) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความทุ่มเทของพนักงาน โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงาน ด้านความเชื่อมั่น ยอมรับเป้าหมายและ

ค่านิยมขององค์การส่งผลต่อความทุ่มเทของพนักงาน ทำให้พนักงานมีทัศนคติที่ดี ยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ

วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จมีความสัมพันธ์กับความทุ่มเทของพนักงาน ทั้งนี้เนื่องจากวัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ ทำให้องค์การขับเคลื่อนด้วยเป้าหมาย กำหนดเวลา และความต้องการที่จะได้ผลลัพธ์ โดยมีการติดตามประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานอย่างใกล้ชิด มุ่งเน้นไปที่ความสำเร็จ คอยผลักดันให้พนักงานเกิดความทุ่มเท ทำให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างเต็มกำลังความสามารถและร่วมมือร่วมใจเป็นหนึ่งเดียว โดยมุ่งหวังให้องค์การเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้และประโยชน์ต่อองค์การและประชาชน สอดคล้องกับ กุลธิดา กรมเวช (2558) พบว่า วัฒนธรรมองค์การ มีความสัมพันธ์กับความทุ่มเทในการทำงาน ความผูกพันระหว่างพนักงานและองค์การ ร่วมกันทำงาน ร่วมกันพัฒนางาน ด้วยความตั้งใจและความทุ่มเททำงานของ พนักงานเพื่อให้องค์การประสบความสำเร็จบรรลุตามเป้าหมาย

ผลการเปรียบเทียบความทุ่มเทของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลจำแนกตามขนาดขององค์การบริหารส่วนตำบล พบว่า ขนาดองค์การบริหารส่วนตำบลที่แตกต่างส่งผลต่อความทุ่มเทของพนักงานแตกต่างกัน 2 ด้าน ได้แก่ ความทุ่มเททางอารมณ์ และความทุ่มเททางความรู้คิด ส่วนความทุ่มเททางพฤติกรรม ขนาดองค์การบริหารส่วนตำบลที่แตกต่างส่งผลต่อความทุ่มเทของพนักงานไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากพนักงานในองค์การขนาดเล็กจะมีสภาพแวดล้อมการทำงานที่สนับสนุนมากกว่า สอดคล้องกับ MacDermid et al. (1994) ที่กล่าวว่าความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับเพื่อนร่วมงานของพนักงานให้ผลประโยชน์ที่มากกว่า และ สอดคล้องกับ Bencsik and Juhász (2010) ที่ได้อธิบายว่าในองค์การขนาดใหญ่ พนักงานมีโอกาสน้อยลงในการพัฒนาความสัมพันธ์ที่มีคุณภาพสูงขึ้นกับเพื่อนร่วมงานและผู้จัดการ กล่าวคือ ไม่เป็นทางการมากขึ้น ลึกซึ้งขึ้น และมีการติดต่อส่วนตัวมาก

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. สำหรับผู้บริหารในภาครัฐ ผู้วิจัยแนะนำให้เอาเครื่องมือวัดความทุ่มเทของพนักงานไปใช้เพื่อประเมินระดับความทุ่มเทของพนักงานภาครัฐ ซึ่งจะทำให้ผู้บริหารทราบถึงระดับของความทุ่มเท ความทุ่มเททางความรู้คิด ความทุ่มเททางอารมณ์ และความทุ่มเททางพฤติกรรมของพนักงานในองค์การ รวมถึงสามารถคาดการณ์ผลการปฏิบัติงานและการให้บริการแก่ประชาชนได้ หากเกิดปัญหาความทุ่มเทของพนักงานอยู่ในระดับต่ำ ผู้บริหารภาครัฐสามารถนำเอาเครื่องมือทางการบริหารมาใช้ในการจัดการพนักงานได้ เช่น การจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ การสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย การเปิดโอกาสเข้ารับการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับงาน กระตุ้นให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงานอยู่เสมอ เป็นต้น ความทุ่มเทของพนักงานจะเกิดขึ้นได้นั้น ขึ้นอยู่กับคุณภาพชีวิตในการทำงาน และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในองค์การ ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่จะก่อให้เกิดความทุ่มเทของพนักงาน

2. ผู้บริหารภาครัฐควรมีนโยบายให้สำรวจระดับความทุ่มเทของพนักงานในองค์การอย่างต่อเนื่อง เพื่อทราบถึงระดับความทุ่มเทของพนักงาน ว่ามีความทุ่มเทจำนวนมากน้อยแค่ไหนในองค์การ และนำผลลัพธ์ที่ได้ไปสืบหาสาเหตุและแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างทันถ่วงที อีกทั้งผู้บริหารภาครัฐสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาให้พนักงานเกิดความทุ่มเทให้กับงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดต่อองค์การต่อไป ดังนั้น การนำเอางานวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการอธิบายเหตุและผล จะช่วยทำให้ผู้บริหารภาครัฐเกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ข้อค้นพบจากงานวิจัยในครั้งนี้ มีผลต่อการพัฒนาแนวคิดความทุ่มเทของพนักงาน ซึ่งความทุ่มเทของพนักงานเป็นตัวแปรตาม สามารถยืนยันได้ว่า ความทุ่มเทของพนักงานประกอบไปด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ (1) ความทุ่มเททางความรู้คิด (2) ความทุ่มเททางอารมณ์ (3) ความทุ่มเททางพฤติกรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Shuck et al., (2017) ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยเสนอแนะว่า ความทุ่มเทของพนักงานเป็นตัวแปรแทรกกลาง และผลการปฏิบัติงาน เป็นตัวแปรตาม เพื่อให้การวัดแนวคิดความทุ่มเทของพนักงานส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน
2. ควรศึกษาการวัดแนวคิดความทุ่มเทของพนักงานส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน
3. ควรศึกษาเปรียบเทียบความทุ่มเทของพนักงานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

เอกสารอ้างอิง

- กณิกนันต์ แสงมหาชัย. (2561). การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัล. การบริหารงานภาครัฐในมิติต่าง ๆ ของไทย. นนทบุรี: นราธิป พรินต์ติ้ง.
- กุลธิดา กรมเวช. (2558). ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานของพนักงาน: ปัจจัยที่เกี่ยวข้องและการพัฒนา. วารสารการพัฒนาระบบราชการและองค์การ, 7(2), 87-103.
- เกศกุล สระกวี และ อรพินท์ ชูชม. (2560). ผลกระทบทางสังคมของโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ดำเนินงานโดย องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). วิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- โกวิท พวงงาม. (2560). ประวัติและความเป็นมาขององค์การบริหารส่วนตำบล. ค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2563 จาก [http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title= ประวัติและความเป็นมาของ องค์การบริหารส่วนตำบล](http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title=ประวัติและความเป็นมาของ_องค์การบริหารส่วนตำบล)
- ณัฐธิดา ชูเจริญพิพัฒน์. (2555). วัฒนธรรมองค์การที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ เขตนครสวรรค์. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, การจัดการทั่วไป. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นันทนพ เข้มเพชร และพบสุข ชำซอง. (2561). แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสาย สนับสนุนในกลุ่ม Generation Y: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม. วารสารการ เมืองการปกครอง, 8(1), 37-38.
- พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์. (2551). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- พิชญาภา วงศ์หมัดทอง. (2563). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน กรณีศึกษาบุคลากรโรงพยาบาลสงขลา. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- พิสิษฐ์ บุญถนอม. (2564). แนวทางการดำเนินงาน เพื่อความสำเร็จในการทำงานร่วมกัน ระหว่างผู้นำชุมชนกับองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา : องค์การบริหารส่วนตำบลบางสะแก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารการวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสวนสุนันทา, 13(2), 249-266.
- วิชาญ ฤทธิธรรม และวีรศักดิ์บำรุงตา. (2564). องค์การบริหารส่วนตำบล : บริบททั่วไป, สภาพปัญหาและแนวคิดที่ควรปฏิรูป. วารสารมหาจุฬานาครทรรค์, 8(5), 1-16.
- Bass, B.M. and Avolio, B. J. (1994). Transformational leadership development, Pola Alto, California: Consulting Psychologists.

- Bass, B.M. and Avolio, B. J. (2008). **Improving Organization Effectiveness Through Transformational Leadership**. Thousand Oak: Sage.
- Bass, B. M., Avolio, B. J., Jung, D. I., and Berson, Y. (2003). Predicting unit performance by assessing transformational and transactional leadership. **Journal of Applied Psychology**, **88**(2), 207–218.
- Bencsik, H. A., and Juhász, T. (2010). Family friendly concepts and tools in different-sized Hungarian organizations based on empirical study. **Problems and perspectives in management**, **8**(1), 70–79.
- Farooqui, S., and Nagendrab, A. (2014). The impact of Person organization Fit on Job Satisfaction and Performance of the Employees. **Procedia Economics and Finance**, 122-129.
- Gordon, J. R., Mondy R. W., Sharplin, A., and Premeaux, S. R. (1990). **Management and organizational behavior**. Massachusetts: Allyn and Bacon.
- Huse and Cummings.(1985). **Organization Development and Change**. (3rd ed.). Minnesota: West Publishing.
- MacDermid, S. M., Williams, M., Marks, S., and Heilbrun, G. (1994). Is small beautiful? Work-family tension, work conditions, and organizational size. **Family Relations**, **43**(2), 159–167
- Sathe, V. (1985). **Culture and relate corporate realities**. Homewood, IL : Richard D. Irwin.
- Shuck, B., Adelson, J. L., and Reio Jr, T. G. (2017). The employee engagement scale: Initial evidence for construct validity and implications for theory and practice. **Human Resource Management**, **56**(6), 953-977.
- Taylor and Woodhams. (2016). **Human resource management: People and organizations**. Kogan Page Publishers.
- Treppawan, P. (2021). **Strategic human resource management**. Bangkok: Se-Education Public Company Limited.
- Walton. R.E. (1974). “Improving the Quality of Work Life”. **Harvard Business review**. **4**(7): 12-14.
- Yamane, T. (1976). **Statistics: An introductory analysis**. (2nd ed.). New York: Harper and Row.
- Yusuf, B. Gokmen, D. Fahriye, A. and Zehra, A. (2020). School principals’ performance and its relationship with teachers’ organizational citizenship behavior. **Rev. Cercet. Interv. So.** **69**, 293–312
- Zigarmi. D, Houson.D, Witt,D. and Diehl, J. (2011). **Employee Work Passion. Perspective Employee Work Passion Volume 3**. Retrieved January 21, 2021 from https://www.academia.edu/14211334/Employee_Work_Passion

กลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็ง ภายใต้บริบท
ความเป็นชุมชนเมือง ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี
Strategy for Change Agent Driving towards Strong Community Building
under the Context of Urban Community in Metropolitan Area

นัฐปกรณ์ รวีธนาธร¹ และ สมบูรณ์ ศิริสรธร²
(Nattapakorn Raweethanathorn¹ and Somboon Sirisunhirun²)

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลง 2) ศึกษาข้อมูลสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลง และ 3) วิเคราะห์จัดทำกลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็ง ภายใต้บริบทความเป็นชุมชนเมือง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี สำหรับกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) ผู้นำชุมชนที่เข้าร่วมโครงการเสริมสร้างและพัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลง และ 2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ชุมชนและชุมชนใกล้เคียงอื่น ๆ โดยดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถาม จำนวน 162 คน และดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม จำนวน 84 คน โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงแบบขั้นตอน การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT)

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย การมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การสร้างเครือข่ายการทำงาน การสร้างความมั่นคงทางอาหาร และการบริหารจัดการชุมชนเข้มแข็ง ส่งผลต่อการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็ง นอกจากนี้มีข้อค้นพบในประเด็นที่สำคัญ ประกอบด้วย 1) การเสริมสร้างการมีส่วนร่วม 2) การสร้างความมั่นคงทางอาหาร 3) การบูรณาการทีมงาน/เครือข่าย 4) การใช้ตัวแบบ “ผู้นำต้องทำก่อน” 5) การสร้างแรงบันดาลใจ 6) การปรับตัวทางสังคม 7) การสร้างผู้นำรุ่นใหม่ 8) การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ 9) การส่งเสริมผู้นำทางความคิด และ 10) การแสวงหาทุนของชุมชน ซึ่งสามารถนำมาสร้างกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงใน 4 มิติ ประกอบด้วย 1) บูรณาการพื้นที่ทำงาน 2) วางรากฐานระบบหนุนเสริม 3) เพิ่มขีดความสามารถผู้นำ และ 4) สร้างนวัตกรรมขับเคลื่อนชุมชน โดยมีข้อเสนอแนะ คือ 1) ให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่ายสนับสนุนการปฏิบัติงาน 2) ปรับเปลี่ยนกิจกรรมให้เข้ากับสถานการณ์และบริบทภูมิสังคมที่แตกต่างกัน และ 3) ควรนำกลยุทธ์หรือรูปแบบเชิงนวัตกรรมไปใช้ในการขยายผลขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงให้ครอบคลุมทุกพื้นที่

คำสำคัญ: กลยุทธ์ ผู้นำการเปลี่ยนแปลง ชุมชนเมือง

¹นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ กลุ่มงานวิจัยและพัฒนา สถาบันการพัฒนาชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย 10210

Human Resource Officer, Professional Level, Research and Development Group, Community Development Institute, Community Development Department, Ministry of Interior 10210

²รองศาสตราจารย์ประจำภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล 73170

Associate Professor of Social Science, Faculty of Social Sciences and Humanities, Mahidol University 73170

* Corresponding author: nattapakon-r@hotmail.com

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the components affecting the change agent driving; 2) to study the environment data that related to the change agent driving; and 3) to analyze and formulate a strategy for driving change agent towards strong community building under the context of urban community. The mixed-methodology was conducted in this research, the sample groups and key informants used in this research consisted of 1) community leaders who have participated in the strengthening and developing change agent project; and 2) stakeholders in the area or nearby communities. The quantitative research was conducted by questionnaire from 162 samples. The qualitative research was conducted by in-depth interview and focus group discussion from 84 key informants. This research analyzed data by descriptive statistics, stepwise linear multiple regression analysis, content analysis, and SWOT analysis.

The results revealed that four components consisted of Transformational Leadership; Networking; Food Security; and Community Management had affected to the change agent driving towards building strong communities. Also, the study found important findings as follows: 1) participation enhancement; 2) food security building; 3) network integration; 4) "Leader must do first" conduction; 5) people encouragement; 6) social adaptation; 7) next generation leader promotion; 8) public awareness; 9) thought leader searching; and 10) community fund seeking. These findings used for formulating strategies in 4 aspects as follows: 1) integrating workspaces 2) founding support systems 3) enhancing leader capabilities and 4) creating innovations for community driving. The important recommendations are as follows: 1) emphasize on networking to operation support; 2) adapt the activity according to various situations and social land scopes; and 3) strategies or innovative model should be applied for driving change agents to cover all areas widely.

Keywords: Strategy, Change Agent, Urban Community

Article history:

Received 27 October 2022

Revised 14 June 2023

Accepted 19 June 2023

SIMILARITY INDEX = 4.87 %

1. บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) อันเป็นยุทธศาสตร์ชาติฉบับแรกของประเทศไทยตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ที่มีเป้าหมายนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยการพัฒนาประเทศในช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติจะมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งหนึ่งในยุทธศาสตร์ที่สำคัญที่มีการนำแนวพระราชดำริตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ คือ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ที่มีเป้าหมายการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการดึงเอาพลังของภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาคเอกชน ประชาสังคม ชุมชนท้องถิ่น มาร่วมขับเคลื่อน เพื่อให้ทุกส่วนมีส่วนในการเข้าสู่อำนาจบริหารและเข้าถึงการให้บริการและสวัสดิการที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียมกัน หรือการสร้าง ความมั่นคงและเข้มแข็งอย่างยั่งยืนแก่ชุมชน โดยการเพิ่มขีดความสามารถชุมชนท้องถิ่น การพัฒนาขีดความสามารถการวางแผนชีวิตในระดับครอบครัว รวมถึงการสร้างศักยภาพชุมชนให้พึ่งตนเองและพึ่งพากันเอง ตลอดจนสร้างภูมิคุ้มกันทางปัญญาชุมชน ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งเมื่อชุมชนมีความเข้มแข็งแล้ว ก็จะเป็นปัจจัยที่ช่วยหนุนเสริมให้การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามไปด้วย อาทิ ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ที่มีเป้าหมายมีการพัฒนาที่สำคัญเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) โดยตัวอย่างสำคัญที่เห็นได้ชัดเจน คือการพัฒนาความมั่นคงด้านเกษตรและอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เป้าหมายที่ 2 ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหารและยกระดับโภชนาการ และส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน (Zero Hunger) ในการยุติความหิวโหยและสร้างหลักประกันให้ทุกคน ได้เข้าถึงอาหาร ที่ปลอดภัย มีโภชนาการ และเพียงพอตลอดทั้งปี (สหประชาชาติ, 2558)

จากประเด็นของการเพิ่มขีดความสามารถชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน ในปี 2564 ที่ผ่านมา ได้มีการดำเนินโครงการเสริมสร้างและพัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้ผู้นำชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนบูรณาการงาน สร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การอนุรักษ์ดิน น้ำ ป่า การปกป้องดิน สร้างความสามัคคีของคนในชุมชน พึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผ่านกระบวนการเรียนรู้กิจกรรมจิตอาสาพัฒนาชุมชน เอามื้อสามัคคี “ทำความดีด้วยหัวใจ” การน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาสู่การปฏิบัติ” การวิเคราะห์หมู่บ้านและการทำแผนปฏิบัติการ กระบวนการพัฒนาการสร้าง ความมั่นคงทางด้านอาหาร มีการรายงานผลการดำเนินงานผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ และมีประกวดคัดเลือกผู้นำการเปลี่ยนแปลงดีเด่น จากตำบลที่มีผลการดำเนินงานดีเด่น ผ่านกระบวนการของผู้ตรวจราชการกรม (เขตตรวจราชการ 18 เขตตรวจ) และถอดบทเรียนความสำเร็จ ซึ่งเป็นการสรุปองค์ความรู้จากผู้นำชุมชนมีความสามารถในการขับเคลื่อน บูรณาการงาน สร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เกิดความสามัคคีของคนในชุมชน และชุมชนมีการบริหารจัดการให้เกิดความเข้มแข็ง พึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (กรมการพัฒนาชุมชน, 2564)

ด้วยสถานการณ์ในปัจจุบันของวิกฤตการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ได้ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในทุก ๆ ด้าน และทำให้เกิดภาวะปกติแบบใหม่หรือ นิว นอร์มอล (New Normal) ที่ต้องหันมาพึ่งพาตนเอง เพื่อลดการแพร่ระบาดในพื้นที่ นำไปสู่การช่วยเหลือของชุมชนในระยะยาวทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนแบ่งปัน โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีความเป็นชุมชนเมืองสูง หรือในเขตพื้นที่รอบกรุงเทพมหานคร (ปริมณฑล) ที่มีความหนาแน่นของประชากรสูง และมีวิถีการดำรงชีวิตที่ต้องทำงานในโรงงานหรือบริษัท ซึ่งทำ

ให้เกิดผลกระทบต่อประชาชน ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม อาทิ ปัญหาการถูกเลิกจ้างงาน การพักงาน ตลอดจน การปิดกิจการของบริษัทหรือโรงงานต่าง ๆ รวมถึงการไม่สามารถประกอบอาชีพด้านการค้าขาย ธุรกิจ คมนาคมขนส่ง เป็นต้น และจากผลกระทบดังกล่าว นำมาสู่ปัญหาทางสังคม เช่น การก่ออาชญากรรม การลัก ขโมยเพื่อให้ได้มาซึ่งเงินหรือทรัพย์สินมีค่า เป็นต้น ปัญหาดังกล่าวเกิดจากสาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งมาจาก คือ การที่คนขาดรายได้ในขณะเดียวกันก็มีรายจ่ายจากการที่ต้องซื้ออาหารเพื่อใช้ในการดำรงชีวิต ซึ่งการสร้าง ความมั่นคงทางอาหารเป็นแนวทางสำคัญที่สามารถใช้ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ โดยหากเริ่มต้นจาก ใน ระดับครอบครัว ขยายผลไปยังชุมชน หมู่บ้าน ตำบล ก็จะช่วยในการช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบดังกล่าวได้

จากเหตุผลดังกล่าว การขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ชุมชนเมือง จึงมีความสำคัญ และมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขับเคลื่อนให้เกิดขึ้นในชุมชน ซึ่งจังหวัดต่าง ๆ ที่มีความเป็นชุมชนเมืองสูง ก็ได้มีการนำแนวคิดการเสริมสร้างและพัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลง มาขยายผลต่อยอดในลักษณะของโครงการที่นำ หลักคิดเกี่ยวกับการดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ โดยหากมีการศึกษาวิจัย เพื่อจัดทำกลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็ง ภายใต้บริบทความเป็นชุมชน เมือง ในพื้นที่จังหวัดปริมณฑล จะส่งผลให้ก่อเกิดรูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมในการนำไปประยุกต์ใช้หรือ ขับเคลื่อนดำเนินงานในพื้นที่ชุมชนอื่น ๆ และใกล้เคียง ทั้งที่มีลักษณะบริบทของพื้นที่ที่มีความเป็นเมืองสูง ระดับเดียวกันในมิติของการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน หรือในระดับของบริบทของพื้นที่ที่แตกต่างกัน เพื่อ พัฒนาขยายผลแนวคิดเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน อันจะเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมของคนภายในและ ภายนอกชุมชน ตลอดจนการประยุกต์ใช้แนวพระราชดำริในการสร้างชุมชนเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองได้ ภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ได้อย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็ง
2. เพื่อศึกษาข้อมูลสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็ง
3. เพื่อวิเคราะห์จัดทำกลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็ง ภายใต้ บริบทความเป็นชุมชนเมือง ในพื้นที่จังหวัดปริมณฑล

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดการบริหารจัดการชุมชน

เป็นการประยุกต์ใช้แนวคิดการจัดการชุมชน ประกอบด้วย 4 กิจกรรม ได้แก่

- 1) การวางแผน (Planning) เป็นการกำหนดขอบเขตของกิจกรรม ตั้งเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ตลอดจนกำหนดวิธีการเพื่อให้สามารถดำเนินงานได้ตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้
- 2) การจัดการ (Organizing) เป็นการจัดบุคคล แบ่งแผนงาน และจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ ให้เหมาะสม สอดคล้องกับแผนงานเพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินการตามแผนให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด
- 3) การสั่งการ (Leading) เป็นการที่ผู้นำมีการพัฒนาตัวผู้นำเองและการจูงใจ (Motivation) ซึ่ง เกี่ยวกับการชักจูงหรือการกระตุ้นให้ผู้อื่นทำงานได้เต็มที่ตามความรู้ความสามารถ และ
- 4) การควบคุม (Controlling) เป็นการควบคุมให้การดำเนินงานต่าง ๆ เป็นไปตามแผนงาน ความ คาดหวังหรือมาตรฐานที่กำหนด (Allen, 1958) ซึ่งในปัจจุบันมีการนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับการ ปฏิบัติงาน เช่น กลุ่ขงท ันเปาว์ (2564) ที่นำกระบวนการทั้ง 4 กิจกรรมมาปรับใช้แนวทางในการทำงาน ด้วย

การการจูงใจ การสอนให้ทีมงานวางแผนงานเองได้ มอบความไว้วางใจและเปิดโอกาสให้แสดงความสามารถ ช่วยเหลือให้คำปรึกษา สร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน และพร้อมรับผิดชอบร่วมกัน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความมั่นคงทางอาหาร

แบ่งออกเป็น 4 มิติ ได้แก่

1) ความพอเพียง (Availability) ของปริมาณอาหารที่อาจได้มาจากการผลิตภายในประเทศ หรือการนำเข้า รวมถึงความช่วยเหลือด้านอาหาร

2) การเข้าถึง (Access) ทรัพยากรที่พอเพียงของบุคคล เพื่อได้มาซึ่งอาหารที่เหมาะสมและมีโภชนาการ ภายใต้บริบททางกฎหมายการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมของชุมชนที่บุคคลอาศัยอยู่ รวมถึงการเข้าถึงทรัพยากรส่วนรวมของชุมชน

3) การใช้ประโยชน์ (Utilization) ด้านอาหารผ่านอาหารที่เพียงพอ น้ำสะอาด และการรักษาสุขภาพและสุขอนามัย เพื่อที่จะเข้าถึงภาวะความเป็นอยู่ที่ดีทางโภชนาการ ซึ่งความต้องการทางกายภาพทั้งหมดได้รับการตอบสนอง และ

4) เสถียรภาพ (Stability) ที่ประชาชน ครัวเรือนและบุคคลจะต้องเข้าถึงอาหารที่เพียงพอตลอดเวลา ไม่ต้องเสี่ยงกับการไม่สามารถเข้าถึงอาหารอันเป็นผลมาจากวิกฤตที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน เช่น วิกฤตทางเศรษฐกิจ หรือสภาพภูมิอากาศ (องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO), 2006)

โดยมีงานวิจัยที่นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ เช่น คณน ไตรจันทร์ และคณะ (2559) ที่พบว่าองค์ประกอบความมั่นคงทางอาหารระดับครัวเรือนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ 1) ความพอเพียงทางด้านปัจจัยการผลิตและผลผลิตทางด้านอาหาร 2) แหล่งน้ำและสาธารณสุข 3) การมีเสถียรภาพทางด้านอาหาร 4) การเข้าถึงอาหาร 5) อาหารปลอดภัย และ 6) การสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้อง

2.3 แนวคิดการสร้างเครือข่ายการทำงาน

องค์ประกอบในการสร้างเครือข่ายในการทำงาน 4 ประการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของเครือข่าย ได้แก่

1) การออกแบบเครือข่าย เพื่อพิจารณาว่าเครื่องมือที่ทำให้เกิดเครือข่ายคืออะไร และต้องตัดสินใจว่าจะเลือกรูปแบบการสร้างเครือข่ายเพื่อให้เกิดผลที่ดีที่สุดอย่างไรในแต่ละสถานการณ์

2) การประสานงานในเครือข่าย เพื่อให้เกิดการบูรณาการและเชื่อมโยงเครือข่าย โดยต้องพิจารณาว่าใครจะเป็นผู้ทำหน้าที่บูรณาการ หรือเชื่อมโยงเครือข่ายต่าง ๆ เข้าด้วยกัน

3) การติดตามผลและความรับผิดชอบต่องาน ซึ่งเป็นเรื่องของการสร้างความรับผิดชอบเพื่อก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี โดยมองที่ผลลัพธ์ และต้องให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามาร่วมกันรับผิดชอบ นอกจากนี้ต้องมีระบบการวัดผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็น Real-time อย่างต่อเนื่อง และมีการวัด feedback ของผู้เกี่ยวข้องด้วย และ

4) การเสริมสร้างประสิทธิภาพแก่บุคลากร ผู้บริหารเครือข่ายต้องมีการสร้างสมรรถนะที่ก่อให้เกิดการบริหารจัดการ ซึ่งต้องอาศัยทุนมนุษย์ และการเปลี่ยนผ่านของวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังต้องมีความรู้เกี่ยวกับงานที่กำลังทำ สภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ องค์ประกอบต่าง ๆ และที่ผู้เกี่ยวข้อง รวมทั้งความสามารถในการจัดการความสัมพันธ์ การจัดการกลยุทธ์ให้มีความยืดหยุ่นในสภาพแวดล้อมที่เป็นพลวัต (Eggers, 2003)

โดยในปัจจุบันมีการนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในงานวิชาการ เช่น รงค์ บุญสวยขวัญ (2562) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนากลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการ ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่าย และการบริหารจัดการแบบเครือข่ายกับหน่วยงานอื่นภายนอกมาปฏิบัติงานหรือปฏิบัติงานสาธารณะร่วมกับหน่วยงานอื่น การสร้างเครือข่ายจึงเป็นทักษะใหม่ในกระบวนการบริหารจัดการของศตวรรษนี้ ทำให้สามารถบรรลุภารกิจที่จะบริการประชาชน โดยการบริหารแบบบูรณาการที่ต้องมีกิจกรรมการบริหาร และแสวงหาความร่วมมือระหว่างหน่วยงานหรือหน่วยงานอื่น โดยที่แต่ละหน่วยงานที่มีร่วมมือกันนั้นยังคงไว้ซึ่งความอิสระและอัตลักษณ์ของแต่ละหน่วยงาน ภายใต้เป้าหมายเดียวกัน

2.4 แนวคิดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

เป็นแนวคิดที่ประกอบด้วยคุณสมบัติที่สำคัญของผู้นำการเปลี่ยนแปลง 4 ประเด็น ได้แก่

1) วิสัยทัศน์และความท้าทายของผู้นำ ผู้นำต้องเป็นผู้ที่หาเส้นทางหรือหาทางเลือกที่ดีที่สุด (Leading Change and Path Finding) มีมุมมองที่ท้าทายเกี่ยวกับอนาคต และกำหนดภารกิจ ที่แสดงถึงค่านิยมหลัก และความมุ่งหมายหลัก รวมถึงกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ที่ชัดเจน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ทุกคนเดินไปในทิศทางเดียวกัน โดยการจัดสรรทรัพยากรเพื่อนำไปสู่กิจกรรมที่สามารถรองรับการแข่งขันให้ภาพรวมบรรลุเป้าหมาย

2) ผู้นำที่มีทักษะ 4 ประการ ได้แก่ การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ การสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ร่วมงาน การกระตุ้นทางปัญญา และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล

3) การบริหารและจัดการทรัพยากรที่เหมาะสม ผู้นำต้องมีหน้าที่ในการปรับเปลี่ยน จัดวางและใช้ทรัพยากรได้เหมาะสม (Alignment) ทั้งในเรื่องโครงสร้าง กระบวนการในการทำงาน การแจกจ่ายข้อมูล ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ แผนและกิจกรรมต่าง ๆ ให้บุคลากรอย่างเหมาะสมทันต่อความต้องการ การสร้างแรงจูงใจและแรงดลใจเพื่อให้เกิดความร่วมมือ รวมถึงการให้รางวัลเพื่อเป็นแรงจูงใจแก่ผู้ปฏิบัติงานที่แสดงความสามารถได้อย่างโดดเด่น การตัดสินใจเกี่ยวกับวิธีการต่าง ๆ ที่จะพัฒนาความร่วมมือและสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในด้านต่าง ๆ ที่สนับสนุนเป้าหมายสูงสุดของหน่วยงาน และ

4) การสร้างเสริมพลังอำนาจให้ผู้ใต้บังคับบัญชา (Empowerment) ด้วยการสร้างกระบวนการที่ทำให้บุคลากรในองค์กรได้ดึงเอาความสามารถของตนออกมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น โดยเน้นไปที่พลังอำนาจที่ใช้ในการบริหารจัดการงานในทีมงานงานหรือหน่วยงานเป็นหลัก (Bass and Avolio, 1994; Paton and McCalman, 2008 อ้างถึงใน อรุณรุ่ง เอื้ออารี สุขสกุล, 2559)

2.5 แนวคิดการขับเคลื่อนกิจกรรมเสริมสร้างและพัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลง

โดยนำแนวทางในการขับเคลื่อนกิจกรรมเสริมสร้างและพัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลงของกรมการพัฒนาชุมชน (2564) ที่มุ่งดำเนินการเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ใน 4 ประเด็น ได้แก่

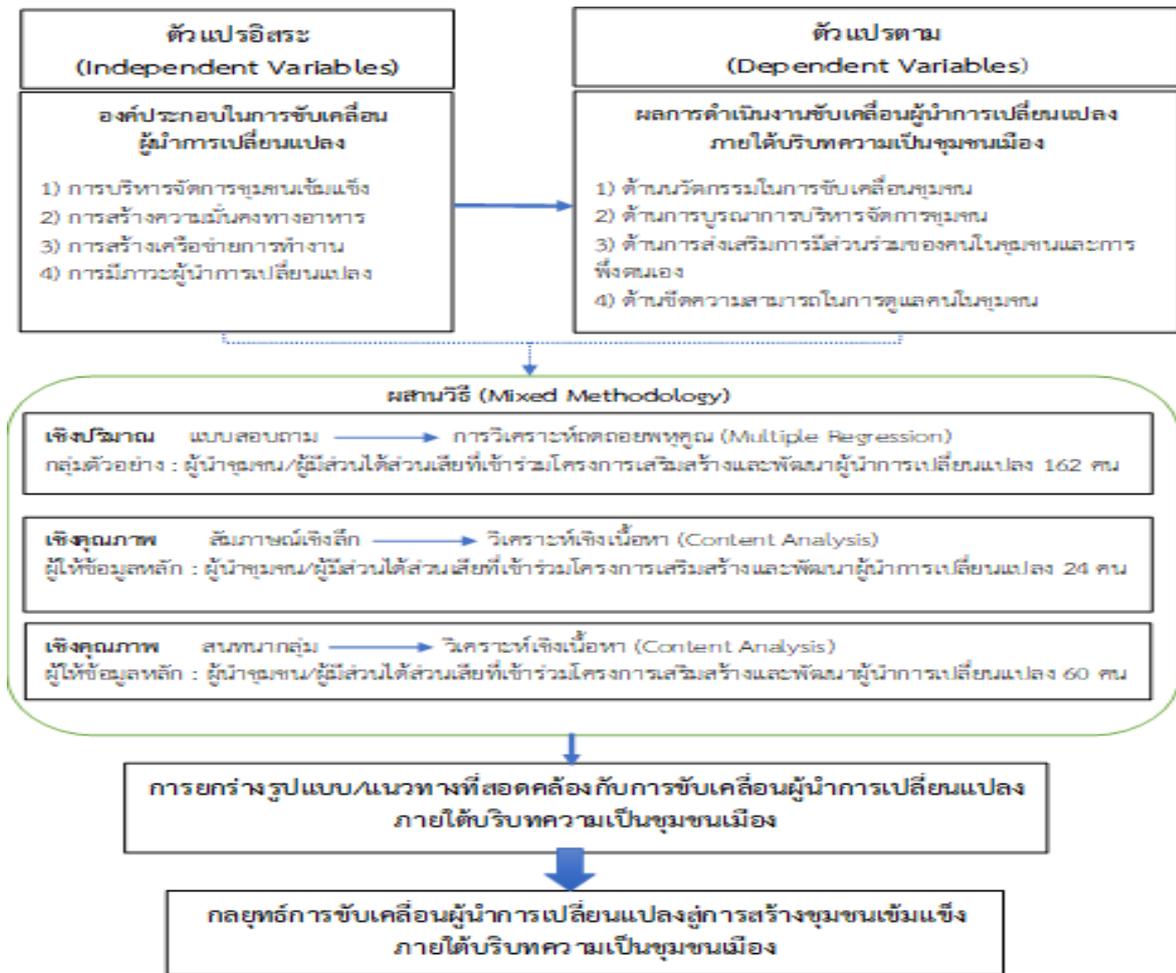
1) ด้านนวัตกรรมในการขับเคลื่อนชุมชน โดยการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมที่ส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน

2) ด้านการบูรณาการบริหารจัดการชุมชน มีการบูรณาการ หน่วยงาน/องค์กร/ภาคี ทั้งภายในและนอกชุมชนเพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมด้านสร้างความมั่นคงทางอาหาร

3) ด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและการพึ่งตนเอง โดยมีรูปแบบหรือวิธีการดำเนินงาน ที่ส่งเสริมและกระตุ้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน และ

4) ด้านขีดความสามารถในการดูแลคนในชุมชน โดยหมู่บ้านต้องมีแนวทางในการสร้างความมั่นคงทางด้านอาหาร สามารถที่จะดูแลคนในชุมชนได้ทั้งตำบล ด้วยหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีแผนการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ กับผู้นำ ประชาชน คราวเรือนต้นแบบ เด็ก เยาวชน ให้เกิดความยั่งยืน

กรอบดำเนินการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลหลัก

3.1.1 กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ (Samples) ได้แก่ ผู้นำชุมชน/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมโครงการเสริมสร้างและพัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลง จากพื้นที่จังหวัดในเขตปริมณฑล โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) จำนวน 162 คน จากประชากรจำนวน 270 คน ในพื้นที่ 6 จังหวัดในเขตปริมณฑล สำหรับการคัดเลือกตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) จากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) ทำให้ได้จำนวนจังหวัดละ 27 คน จากนั้น

คัดเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีจับสลาก (Lottery) เป็นการ (Koul, 1984) โดยนำชื่อผู้นำชุมชน/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมโครงการเสริมสร้างและพัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลง ของแต่ละจังหวัด มาจัดทำเป็นสลาก แยกเป็นรายจังหวัด (จังหวัดละ 45 คน) และใส่สลากลงในกล่องแต่ละจังหวัด และจับฉลากขึ้นมาที่หมายเลขในแต่ละกล่อง จนกระทั่งครบจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดในแต่ละจังหวัด (จังหวัดละ 27 คน) โดยสลากที่จับมาแล้วจะนำใส่คืนกล่อง เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกันในการได้รับการสุ่มเป็นกลุ่มตัวอย่าง

3.1.2 ผู้ให้ข้อมูลหลักเชิงคุณภาพ (Key Informants) ได้แก่ ผู้ที่เข้าร่วมโครงการเสริมสร้างและพัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลง จากพื้นที่จังหวัดในเขตปริมณฑล ซึ่งเป็นกลุ่มเดียวกับประชากรและกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการแบบเจาะจง (Purposive Selection) จำนวน 60 คน และกำหนดหลักเกณฑ์สำคัญในการคัดเลือกตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ 1) เป็นผู้นำชุมชนที่เข้าร่วมโครงการเสริมสร้างและพัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลงกรมการพัฒนาชุมชน ปี 2564 และปฏิบัติงานในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 1 ปี และ 2) เป็นเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนที่ปฏิบัติงานร่วมกับผู้นำการเปลี่ยนแปลง ตัวแทนประชาชนในพื้นที่ ชุมชนใกล้เคียงหรือชุมชนอื่น ๆ ที่เป็นผู้มีส่วนได้เสีย

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 แบบสอบถาม แบบมีโครงสร้าง ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป ความเห็นต่อองค์ประกอบในการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความเห็นต่อผลการดำเนินงานขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงของกรมการพัฒนาชุมชน และ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงของกรมการพัฒนาชุมชน โดยจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 162 คน

3.2.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เป็นประเด็นข้อคำถามที่สร้างจากแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และนำผลวิจัยเชิงปริมาณมาใช้ประกอบการกำหนดข้อคำถามซึ่งเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลในประเด็นองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลง ภายใต้บริบทความเป็นชุมชนเมือง และปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลง โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 6 จังหวัด ๆ ละ 4 คน รวม 24 คน โดยผู้ให้ข้อมูลหลักสำหรับการสัมภาษณ์เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างที่ร่วมตอบแบบสอบถามเชิงปริมาณด้วย

3.2.3 ประเด็นการสนทนากลุ่ม เป็นประเด็นคำถามเพื่อใช้ในการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลในประเด็นสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลง ภายใต้บริบทพื้นที่ความเป็นชุมชนเมือง ด้วยการวิเคราะห์ SWOT Analysis และการระดมความคิดเห็นเพื่อขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงในอนาคต โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 6 จังหวัด ๆ ละ 10 คน รวม 60 คน โดยส่วนหนึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ร่วมตอบแบบสอบถามเชิงปริมาณด้วย

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยประสานงานโดยหนังสือถึงพื้นที่ 6 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อขออนุญาตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.3.1 ประสานการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ (Google Form) ผ่านผู้ช่วยนักวิจัยในพื้นที่ซึ่งเป็นบุคลากรในสังกัดกรมการพัฒนาชุมชน โดยจัดทำทะเบียนรายชื่อตามรายชื่อที่

ได้รับการจับสลาก ส่งให้กับกลุ่มตัวอย่างผ่านช่องทางไลน์กลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยสามารถตรวจสอบการตอบแบบสอบถามผ่านระบบได้ตลอดเวลา เมื่อกลุ่มตัวอย่างดำเนินการตอบแบบสอบถามได้ครบถ้วน จึงทำการส่งออกข้อมูลทั้งหมดในรูปแบบ Google Sheet เพื่อใช้ในการประมวลผล

3.3.2 ประสานการสัมภาษณ์เชิงลึกและการจัดเวทีสนทนากลุ่ม โดยประสานกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมให้ข้อมูลตามวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนด และชี้แจงรายละเอียดและวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยให้กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลหลักรับทราบ ซึ่งมีการรวบรวมข้อมูลโดยการจดบันทึกในสมุดบันทึกและขออนุญาตบันทึกเสียงจากผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยดำเนินแบบแยกรายจังหวัด มีรายละเอียด ดังนี้

1) การสัมภาษณ์เชิงลึก ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักในพื้นที่ปริมาตร 6 จังหวัด ๔ ละ 4 คน จำนวน 24 คน โดยแบ่งการสัมภาษณ์เป็นรายจังหวัด ๔ ละ 1 วัน

2) การสนทนากลุ่ม ดำเนินการจัดเวทีสนทนากลุ่ม จำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักในพื้นที่ปริมาตร 6 จังหวัด ๔ ละ 10 คน จำนวน 24 คน โดยแบ่งการจัดเวทีสนทนากลุ่มเป็นรายจังหวัด ๔ ละ 1 วัน

ทั้งนี้ สำหรับสถานที่ดำเนินการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยกำหนดตามความสะดวกของผู้ให้ข้อมูลเป็นสำคัญ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงแบบขั้นตอน (Stepwise) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และดำเนินการวิเคราะห์เพื่อจัดทำกลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็ง ภายใต้บริบทความเป็นชุมชนเมือง โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) และตรวจสอบและรับรองกลยุทธ์โดยผู้เชี่ยวชาญ (McMillan and Schumacher, 2001)

4. ผลการวิจัย

4.1 สรุปผลการศึกษาคงประกอบที่ส่งผลต่อการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็ง

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็ง
n = 162

ตัวแปร	b	SE _b	β	t	p-value
การมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (X4)	.442	.068	.442	6.476	.000*
การสร้างเครือข่ายการทำงาน (X3)	.310	.070	.299	4.437	.000*
การสร้างความมั่นคงทางอาหาร (X2)	.164	.067	.162	2.450	.000*
การบริหารจัดการชุมชนเข้มแข็ง (X1)	.141	.197	.133	2.156	.000*
R = .859	R ² = .738		F = 236.307*		
SE _{est} = .449	R ² _{adj} = .735		a = .234		

* มีนัยสำคัญทางสถิติ (α) ที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 พบว่า องค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน สามารถพยากรณ์การขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็งภายใต้บริบทความเป็นชุมชนเมือง ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเรียงลำดับตามประเด็นที่ส่งผลมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ได้แก่ การมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การสร้างเครือข่ายการทำงาน การสร้างความมั่นคงทางอาหาร และการบริหารจัดการชุมชนเข้มแข็ง ตามลำดับ โดยทั้ง

4 ตัวแปรส่งผลในทางบวกทั้งหมด และสามารถอธิบายผลการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็งภายใต้บริบทความเป็นชุมชนเมือง ได้ถึงร้อยละ 73.50 ซึ่งสรุปได้ว่าองค์ประกอบทุกด้านสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดประเด็นคำถามที่จะใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพได้ต่อไป

4.2 ผลการศึกษาข้อมูลสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็ง

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลที่สำคัญในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1) มีส่วนร่วมเพราะผู้นำทำให้ดูเป็นตัวอย่าง ซึ่งเกิดจากการชักชวนระหว่างผู้นำทางการ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เป็นหลัก ขณะที่อีกส่วนหนึ่งก็เห็นจากการปฏิบัติงานของผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ลงมือทำกิจกรรมในชุมชนเป็นตัวอย่างเรื่อยมา

2) การสร้างความมั่นคงทางอาหารจำเป็นอย่างยิ่งนับจากนี้ไป จากสถานการณ์โควิด-19 ที่ทำให้เกิดภาวะที่ไม่สามารถรวมกลุ่มหรือทำกิจกรรมได้ ประกอบกับการที่ราคาวัตถุดิบที่แพงขึ้น การปลูกพืชผักสวนครัวไว้รับประทานเอง จึงเป็นแนวทางที่เหมาะสม ขณะเดียวกันหน่วยงานภาครัฐก็มีการส่งเสริมให้ทุกครัวเรือนได้ปลูกพืชผักสวนครัว สนับสนุนเมล็ดพันธุ์ผัก ต้นกล้า โดยยึดหลัก “ปลูกไว้กิน เหลือจึงแบ่ง แบ่งแล้วค่อยขาย”

3) เก่งคนเดียวไม่ช่วยให้ชุมชนไปรอด เครือข่ายการทำงานสำคัญมาก ๆ เพราะงานไม่สามารถทำได้เพียงลำพัง และความถนัดไม่แต่ละคนไม่เหมือนกัน แต่ทั้งนี้ต้องมาจากความร่วมมือที่ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ร่วมกัน ในลักษณะ “Win-Win”

4) ผู้นำการเปลี่ยนแปลงคือผู้นำที่ต้องทำก่อน ทำให้เห็นเป็นตัวอย่างและศึกษาก่อนคนอื่น จึงมาสอนหรือบอกให้ผู้อื่นทำตามได้ เพื่อให้เกิดการตื่นตัวของชุมชน ทำให้คนส่วนใหญ่หันมาสนใจ หากพื้นที่ใดมีผู้นำการเปลี่ยนแปลง สามารถยืนยันได้ว่าชุมชนนั้นต้องมีการพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้นอย่างแน่นอน

5) แรงแบนดาลใจก่อกำเนิดพลังชุมชน เป็นการสร้างให้เกิดความรู้สึกของความเป็นทีม ทำให้มีความต้องการที่จะบรรลุเป้าหมายรวมถึงแสดงความผูกมัดตนเองและมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน รวมถึงมีการเอาใจใส่ซึ่งกันและกันและช่วยเหลือกัน ตลอดจนการให้รางวัลกับผู้ที่ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี

6) แต่ละพื้นที่ก็มีได้เปรียบเสียเปรียบ แต่ก็ไม่ใช่ว่าจะทำงานไม่ได้ โดยในเขตชุมชนเมืองนั้นจะมีข้อได้เปรียบคือ การคมนาคมขนส่ง เทคโนโลยี ระบบอินเทอร์เน็ตที่รวดเร็วสะดวกสบาย มีระบบน้ำประปาที่เชื่อมต่อถึงกัน สนับสนุนการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี ในขณะที่ ทางพื้นที่ชนบทจะมีข้อได้เปรียบเสียเปรียบในทางตรงข้ามกับเขตชุมชนเมือง แต่ถึงจะมีปัญหาที่ต่างกัน ก็พบว่าแต่ละพื้นที่สามารถปรับตัวให้เข้าสถานการณ์และแก้ไขปัญหาในระยะสั้นและระยะยาวได้

7) เยาวชนในวันนี้คือผู้ต่อยอด(ใหญ่)ในวันหน้า ในการหาผู้สืบทอดรุ่นต่อไป จำเป็นต้องใช้เยาวชนในพื้นที่มาสานงานต่อ โดยปลูกฝังเยาวชนให้เรียนรู้วิถีชีวิตใหม่ เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมทำกิจกรรม และควรมีการส่งเสริมเพิ่มเติมแนวคิดเข้าไปในการเรียนการสอน เช่น ชั่วโงมการสร้างความปลอดภัยทางอาหาร เป็นต้น

8) ผู้นำการเปลี่ยนแปลงต้องเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและการยอมรับจากประชาชนทั่วไปในพื้นที่ ควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ถึงการมีอยู่ของคำว่า “ผู้นำการเปลี่ยนแปลง” ไม่ว่าจะเป็นไปร่วมเวทีหรือกิจกรรมใด เมื่อได้รับการยอมรับหรือเป็นที่รู้จักมากขึ้น การประสานความร่วมมือก็จะทำได้โดยง่าย

9) ผู้นำทางความคิดคืออีกมิติของผู้นำการเปลี่ยนแปลง โดยผู้นำทางความคิดหรือผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิด (Opinion Leader) ซึ่งบุคคลดังกล่าวต้องมีคุณลักษณะหรือลักษณะเด่นที่นอกเหนือจากองค์

ความรู้ต่าง ๆ เช่น การมีทักษะการพูดในที่ชุมชน มีชื่อเสียง เป็นต้น โดยผู้นำทางความคิดที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนนั้นต้องเป็นผู้ที่เข้าใจผู้อื่นและมองเห็นถึงปัญหาของคนในชุมชนสภาพสังคมและความเป็นจริง

10) ค้นหาทรัพยากรที่เรียกว่าทุนชุมชน การที่จะดำเนินกิจกรรมไม่ว่าอะไรก็ตาม จำเป็นต้องคำนึงถึงทรัพยากรที่จะนำมาใช้ในการทำงานด้วย จำเป็นต้องบูรณาการทำงานโดยนำทุนรูปแบบต่าง ๆ มาใช้ในการขับเคลื่อนโครงการตามแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนต่อยอดกิจกรรม/โครงการเดิมที่มีในชุมชน

ในขณะที่ผลการสนทนากลุ่มพบว่า สภาพแวดล้อมของการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงระดับตำบล มีดังนี้

จุดแข็ง (Strengths) ประกอบด้วย ผู้นำมีการร่วมวางแผนในการทำงานกับสมาชิกในทุกขั้นตอน ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมประเมินผล ร่วมรับผลประโยชน์ มีจิตอาสาเป็นที่ยอมรับของชุมชน มีระบบการทำงานแบบทีมงานให้ความช่วยเหลือแบบเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มุ่งเน้นสร้างแบบอย่างที่ดีด้วยการลงมือปฏิบัติ โดยเฉพาะการสร้าง ความมั่นคงทางอาหาร มีองค์ความรู้ในการพัฒนาชุมชน มีทักษะการพูด สามารถเป็นวิทยากรพาทำได้ และมีการประยุกต์ใช้แนวคิด “ผู้นำต้องทำก่อน” และ “คิด นำ ทำ เปลี่ยน” มาปฏิบัติ

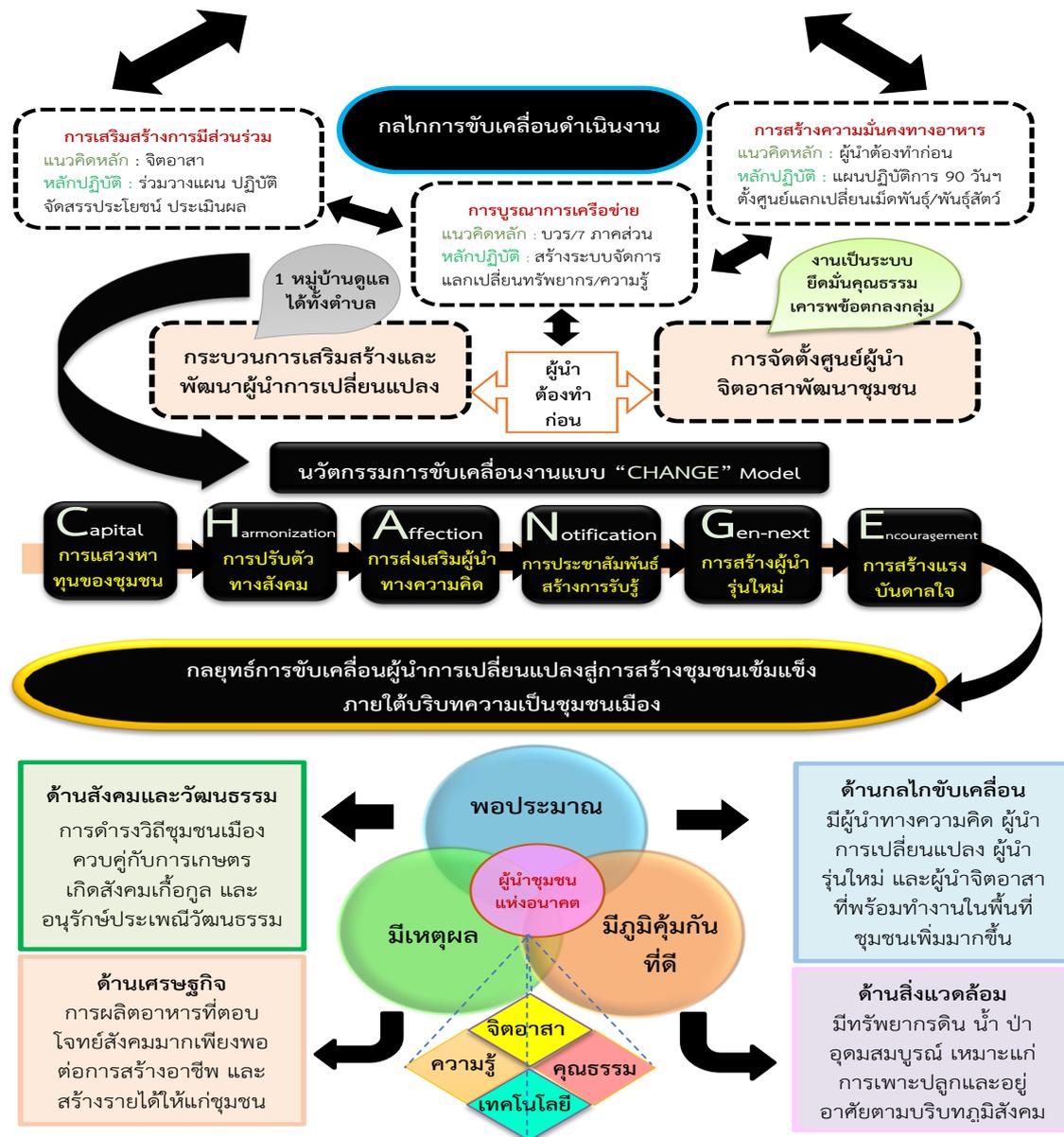
จุดอ่อน (Weaknesses) ประกอบด้วย ผู้นำส่วนใหญ่มักมีเวลาว่างไม่ตรงกัน ขาดงบประมาณสำหรับดำเนินการกิจกรรม/โครงการ มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง ไม่ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น ขาดความคิดสร้างสรรค์และขาดทักษะการวิเคราะห์งานและการตัดสินใจที่เป็นระบบ มีตำแหน่งทางสังคมเยาะทำให้ปริมาณงานล้นมือ ขาดแรงงานเนื่องจากส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ผู้สูงอายุ และไม่มีผู้ที่จะมาสืบทอดงานในพื้นที่ ขาดทักษะการเขียนโครงการ และขาดทักษะการใช้เทคโนโลยีเพื่อสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์

โอกาส (Opportunities) ประกอบด้วย มีเครือข่ายและหน่วยงานในพื้นที่สนับสนุนงบประมาณ และส่งเสริมความรู้ในการปฏิบัติงาน พื้นที่ชุมชนส่วนใหญ่มีโครงสร้างพื้นฐาน/ระบบสาธารณูปโภคที่ดี ความพยายามในการปรับตัวของชุมชน โดยยังคงรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีที่สำคัญไว้ และการเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงถึงกัน สามารถหาความรู้หรือข่าวสารโดยสะดวก

อุปสรรคหรือภัยคุกคาม (Threats) ประกอบด้วย สถานการณ์โควิด-19 ทำให้เกิดผลกระทบต่าง ๆ ทางสังคม ค่าครองชีพที่สูงขึ้นและที่ดินทำกินเริ่มลดลง ทำให้ส่วนใหญ่มุ่งเน้นการทำงานในบริษัทหรือโรงงานอุตสาหกรรม วิถีชีวิตที่ต่างคนต่างอยู่ การรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมอย่างยากลำบาก และการนำองค์ความรู้เทคโนโลยีที่ไม่ถูกต้องเหมาะสมมาใช้ทำให้เกิดปัญหาทางมลพิษและสิ่งแวดล้อม

4.3 ผลการวิเคราะห์จัดทำกลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็งภายใต้บริบทความเป็นชุมชนเมือง ในพื้นที่จังหวัดปริมณฑล

ในการวิเคราะห์จัดทำกลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็งภายใต้บริบทความเป็นชุมชนเมือง ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มมาใช้ในการวิเคราะห์และนำเสนอเพื่อตรวจสอบและรับรองโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยสามารถสรุปรูปแบบกลยุทธ์ได้ ดังนี้



แผนภาพที่ 2 รูปแบบการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลง สู่การสร้างชุมชนเข้มแข็ง

1) กลไกการขับเคลื่อนดำเนินงาน ใน 4 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย การเสริมสร้างการมีส่วนร่วม การสร้างความมั่นคงทางอาหาร การบูรณาการทีมงาน/เครือข่าย และการใช้ตัวแบบ “ผู้นำต้องทำก่อน”

2) CHANGE Framework เป็นประเด็นที่ค้นพบจากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มในพื้นที่ ซึ่งควรให้ความสำคัญ และอาจถือได้ว่าเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จ จำนวน 6 ประเด็น ประกอบด้วย

C : Capital การแสวงหาทุนชุมชน ซึ่งเป็นกระบวนการที่ต้องดำเนินการก่อนสิ่งอื่นใด เมื่อต้องการขับเคลื่อนงานในพื้นที่ให้สามารถขับเคลื่อนงานได้อย่างต่อเนื่องจนถึงขั้นตอนสุดท้าย โดยการวิเคราะห์และแสวงหาทุนทั้งหมดที่มีในชุมชน และวิเคราะห์ต่อเนื่องในประเด็นของการนำทุนต่าง ๆ ที่มีมาใช้ให้เกิดความคุ้มค่าและไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือวัฒนธรรมขนมธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิม

H : Harmonization การปรับตัวทางสังคม ต้องมีการร่วมกันคิดวิเคราะห์และลงมือปฏิบัติตามบริบทของพื้นที่ หรือคำนึงถึงภูมิสังคมเป็นหลัก ค้นหาจุดดีจากแหล่งอื่น ๆ และนำมาประยุกต์ใช้หรือหาจุดที่สมดุลของการปฏิบัติงานในพื้นที่ชุมชน

A : Affection การส่งเสริมผู้นำทางความคิด มุ่งเน้นการค้นหา Opinion Leader หรือ Influencer ที่เป็นบุคคลที่ได้รับการยอมรับหรือมีชื่อเสียงในพื้นที่ เพื่อสร้างแรงกระเพื่อมในการปฏิบัติงานในชุมชน

N : Notification การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ที่ดี และการยอมรับจากทั้งคนในพื้นที่และเครือข่ายภาคีที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความร่วมมืออันดีที่จะสนับสนุนส่งเสริมการปฏิบัติงานในพื้นที่

G : Generation-next การสร้างผู้นำรุ่นใหม่ ในการดำเนินงานของชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องอาศัยผู้นำในรุ่นถัดไป (ผู้นำแถวสอง) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเยาวชนในพื้นที่ โดยการปลูกฝังความคิดในเชิงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน และสร้างแรงจูงใจให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในการพัฒนาชุมชน

E : Encouragement การสร้างแรงบันดาลใจ เป็นการมุ่งเน้นความรู้สึกที่ต้องการให้เกิดการปฏิบัติงานที่ต่อเนื่อง การที่บุคคลรู้สึกอึดอัดต่อความสำเร็จหรือคิดว่าเมื่อทำสำเร็จแล้วไม่จำเป็นต้องดำเนินการใด ๆ อีก ถือเป็นกับดักทางความคิดที่ทำให้การทำงานไม่เกิดความต่อเนื่อง ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจึงต้องมีทักษะที่สำคัญในการสร้างแรงบันดาลใจต่อคนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง

3) การขับเคลื่อนการดำเนินงานภายใต้แนวคิดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy) ซึ่งเป็นประเด็นที่ผู้นำแห่งอนาคตควรยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติ ขณะเดียวกันต้องพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์ที่ไม่ปกติที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต โดยผู้นำในยุคใหม่ต้องเป็นผู้ที่มีจิตอาสาในระดับสูง และมีทักษะทางเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จในการขับเคลื่อนงานในมิติต่าง ๆ ทั้งด้านการพัฒนาไกลขับเคลื่อน มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม มิติด้านเศรษฐกิจ และมิติด้านสิ่งแวดล้อม

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีตัวแปรองค์ประกอบการมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด สาเหตุที่ทำให้ผลการวิจัยออกมาในลักษณะนี้ อาจจะเนื่องมาจากการมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของตัวผู้นำในพื้นที่ จะนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางความคิด จิตใจ และการพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยที่ที่ต้องเป็นผู้ที่ลงมือทำให้เห็นเป็นตัวอย่างก่อน จึงจะสามารถทำให้ผู้อื่นคล้อยตามและมีส่วนร่วมได้อย่างจริงจัง สอดคล้องกับงานวิจัยของของ ชยาภาภรณ์ ทองบ่อ (2562) ที่ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงต่อประสิทธิผลการบริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอนาแก จังหวัดนครพนม ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสามารถร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิผลการบริการสาธารณะได้ร้อยละ 44.10 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ การสร้างเครือข่ายการทำงานและการประชาสัมพันธ์ ก็เป็นประเด็นที่ส่งผลในลำดับรองลงมา ทั้งนี้เนื่องมาจากการสร้างความร่วมมือในการปฏิบัติงานเป็นสิ่งสำคัญ ยังมีเครือข่ายช่วยเหลือมาก ก็ยังจะทำให้งานประสบผลสำเร็จได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งในการสร้างเครือข่ายนั้น จำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้และการยอมรับ ซึ่งจะส่งผลต่อการประสานความร่วมมือก็ในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรียาภา เม็งนง (2557) ที่ได้ทำการศึกษากระบวนการบริหารจัดการชุมชนเมืองที่นำไปสู่ชุมชนเข้มแข็ง: กรณีศึกษา ชุมชนหมู่บ้านจัดสรรเขตปริมณฑล ที่ได้เสนอแนะว่าการทำงานในชุมชนเมืองนั้น กระบวนการเสริมสร้างความ

เข้มแข็งต่าง ๆ จะดำเนินไปได้ด้วยความล่าช้า เนื่องจากชุมชนเมืองมีความเป็นปัจเจกบุคคลสูง ความสัมพันธ์ร่วมกันในชุมชนมีน้อย ทำให้ต้องมีภาคีเครือข่ายเข้ามาเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ กระบวนการกลุ่ม และกระบวนการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้นในชุมชนก่อน อีกทั้งต้องมีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่ดี เพื่อความเข้าใจที่ตรงกันของสมาชิกในชุมชน และเพื่อเป็นการจัดข้อขัดแย้งต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้

ขณะเดียวกันจากผลการศึกษาข้อมูลสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็ง ภายใต้บริบทความเป็นชุมชนเมือง สามารถอภิปรายผลได้ตามแต่ละประเด็น ดังนี้

จุดแข็ง (Strength) มีประเด็นมุ่งเน้นที่สำคัญคือ ผู้นำต้องมุ่งเน้นการสร้างแบบอย่างที่ดีด้วยการลงมือปฏิบัติ โดยเฉพาะการสร้างความมั่นคงทางอาหาร ต้องมีการมอบหมายงานและแบ่งงานกันทำตามความสามารถและความถนัด มีการประยุกต์ใช้แนวคิดหลัก “ผู้นำต้องทำก่อน” และ “คิด นำ ทำ เปลี่ยน” ไปปฏิบัติอย่างจริงจัง ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับ อรุณรุ่ง เอื้ออารีสุขสกุล และ ชีระวัฒน์ จันทิก (2559) ได้ทำการศึกษเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง : เปลี่ยนความท้าทายมุ่งสู่ความสำเร็จขององค์กรอย่างยั่งยืน โดยผู้นำจำเป็นต้องมีทักษะการบริหาร ได้แก่ การประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ส่งเสริมให้ผู้ร่วมงานมีความสามัคคีในการปฏิบัติงาน ส่งเสริมให้ผู้ร่วมงานรู้จักวิเคราะห์ ปัญหาโดยใช้เหตุผลและข้อมูลสนับสนุน และเห็นแนวทางใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหา

จุดอ่อน (Weakness) มีประเด็นมุ่งเน้นที่สำคัญคือ ที่สำคัญคือ ไม่มีงบประมาณสำหรับดำเนินการกิจกรรม/โครงการ ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงานสอดคล้องกับแนวคิดของ รพีภัทร์ สุขสมเกษม (2559) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน กรณีศึกษาชุมชนในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่กล่าวถึงปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อการส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน คือ ยังขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐอื่น ๆ ในพื้นที่ และขาดการกำหนดกรอบในการใช้งบประมาณสำหรับเงินอุดหนุนชุมชนให้เกิดความต่อเนื่องยังมีจำกัด

โอกาส (Opportunities) มีประเด็นมุ่งเน้นที่สำคัญคือที่สำคัญคือ การมีเครือข่ายและหน่วยงานในพื้นที่สนับสนุนส่งเสริมความรู้ในการปฏิบัติงาน และความพยายามในการปรับตัวของชุมชน โดยยังคงรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีที่สำคัญไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของวุฒิชัย สายบุญจวง (2561) ที่ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับชุมชนเข้มแข็งในทัศนะของชาวชุมชน กรณีศึกษา บ้านปลายคลองบางโพธิ์เหนือ หมู่ที่ 3 ตำบลบางโพธิ์เหนือ อำเภอสสามโคก จังหวัดปทุมธานี ที่กล่าวถึงลักษณะหรือสิ่งบ่งชี้ถึงชุมชนเข้มแข็งในทัศนะของชาวชุมชน คือ สมาชิกในชุมชนมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเองและชุมชน พร้อมทั้งจะแก้ไขปัญหาและพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของตนเอง และประชาชนมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวาง มีการร่วมตัวกันอย่างเหนียวแน่น มีศักยภาพในการพึ่งตนเอง และมีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชนมาสร้างประโยชน์และการส่งเสริมให้ประชาชนรวมกลุ่ม และปรับวิถีชีวิตวิธีการทำงานของภาครัฐจากผู้สั่งการมาเป็นผู้สนับสนุน

ภัยคุกคาม (Threats) มีประเด็นมุ่งเน้นที่สำคัญคือที่สำคัญคือ สถานการณ์โควิด-19 และความเป็นชุมชนเมือง ทำให้เกิดผลกระทบต่าง ๆ ทางสังคม ค่าครองชีพที่สูงขึ้นและที่ดินทำกินเริ่มลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaiser, Usher and Spees (2015) ที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์ความมั่นคงด้านอาหารของชุมชน: ศึกษาเชิงสำรวจเกี่ยวกับศักยภาพด้านความมั่นคงด้านอาหารของครัวเรือนที่มีเด็กอาศัยอยู่ โดยผลการศึกษาพบว่า ครัวเรือนที่ไม่มั่นคงด้านอาหารร้อยละ 72 ให้ความสำคัญกับราคาของอาหารเป็นสำคัญในการตัดสินใจว่าจะซื้ออะไรและซื้ออาหารที่ไหน และอุปสรรคสำคัญ 2 ประการเกี่ยวกับความมั่นคงทางอาหาร คือ ปัญหาด้านราคาและการเข้าถึงอาหารที่เกี่ยวข้องกับระยะทาง การเดินทาง และการขนส่งที่จำเป็น รวมถึงในประเด็นการที่คนในชุมชนเมืองมีวิถีชีวิตต่างคนต่างอยู่ ไม่ค่อยมีเวลาให้กัน

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ควรให้ความสำคัญกับกลไกการขับเคลื่อนดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลง ให้มีความสอดคล้องเชื่อมโยงสนับสนุนการทำงานซึ่งกันและกัน อาทิ การกำหนดกิจกรรมโครงการที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมแบบสมัครใจ การสร้างเครือข่ายสนับสนุนนโยบายแบบสานพลังทุกภาคส่วน และสืบเนื่องไปจนถึงการมีกิจกรรมสร้างความมั่นคงทางอาหารแบบครบวงจร เป็นต้น

2. ควรมีการนำกลยุทธ์หรือรูปแบบเชิงนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากการศึกษาครั้งนี้ไปใช้ในการกำหนดนโยบายหรือปรับใช้ในเชิงบริหารและทดลองใช้/ขยายผลการขับเคลื่อนภารกิจของผู้นำการเปลี่ยนแปลงให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยปรับเปลี่ยนกิจกรรมให้เข้ากับสถานการณ์โดยคำนึงถึงความเสี่ยงจากสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา และพัฒนาปรับปรุงเพิ่มเติมเพื่อสร้างความเป็นเอกภาพในการดำเนินงานขับเคลื่อนผู้นำการเปลี่ยนแปลง

3. ในช่วงแรกของการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้นำการเปลี่ยนแปลง ควรกำหนดให้มีกิจกรรมการวิเคราะห์ทรัพยากรทั้งในและนอกชุมชน เพื่อแสวงหาทุนต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้เป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนงานของชุมชนของตนเอง ให้เกิดความเข้มแข็งและต่อเนื่องในการดำเนินงาน โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทุนที่ดีและใช้ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่า

4. ในการกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานในพื้นที่ ควรให้ความสำคัญกับการสร้างผู้สืบทอดการทำงานในพื้นที่ โดยสนับสนุนให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมให้มากขึ้น รวมถึงปลูกฝังจิตสำนึกรักชุมชนท้องถิ่นแก่เยาวชน และส่งเสริมให้มีการขยายผลจากการปฏิบัติสู่เครือข่ายเยาวชนในพื้นที่ชุมชนอื่นแบบ Cross-Function โดยใช้เทคโนโลยีหรือสื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่หรือช่องทางในการติดต่อสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์ แลกเปลี่ยนและสร้างกิจกรรมทั้งในและนอกพื้นที่

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาโดยใช้ปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวคิดหลักในการศึกษาเพิ่มเติมในลักษณะของกรณีศึกษาในเชิงพื้นที่แบบเชิงลึก โดยอาจกำหนดตัวแปรที่เกี่ยวข้องในหลายมิติ เช่น การบริหารจัดการชุมชนเข้มแข็ง การบริหารงานตามสถานการณ์ องค์กรประกอบการสร้างผู้นำทางความคิด เป็นต้น

2. ควรมีการกำหนดและคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลที่มีความหลากหลาย โดยให้หน่วยงานหรือองค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องหรือมีการขับเคลื่อนกิจกรรมร่วมกับผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นผู้ให้ข้อมูล ซึ่งจะช่วยให้สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยมาเปรียบเทียบกันว่าสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ส่งผลให้การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้นและสามารถนำไปกำหนดแนวทางในการพัฒนารูปแบบที่เป็นเลิศ (Best Practice) ของการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎา ตันเปาว์. (2564). การจัดการสมัยใหม่ POLC ด้วยสังคหวัตถุ 4. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 1 กันยายน 2565. จาก http://www.thaiail.com/web2/key.php?topic=kritsada_fband id=28/
- กรมการพัฒนาชุมชน. (2564). เอกสารประกอบการประชุมโครงการเสริมสร้างและพัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลง. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิทยบริการ สถาบันการพัฒนาชุมชน.

- คณน ไตรจันทร์ อีร์ศักดิ์ จินดาบถ และ อนุวัต สงสม. (2559). องค์ประกอบความมั่นคงทางอาหารระดับครัวเรือนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้. *KASETSART JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES*, 38(2), 577-587.
- ชยาภาภรณ์ ทองบ่อ. (2562). อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงต่อประสิทธิผลการบริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอนาแก จังหวัดนครพนม. วิทยานิพนธ์. ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขารัฐประศาสนศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- ปรียาภา เมืองนก. (2557). กระบวนการบริหารจัดการชุมชนเมืองที่นำไปสู่ชุมชนเข้มแข็ง: กรณีศึกษาชุมชนหมู่บ้านจัดสรรเขตปริมณฑล. วิทยานิพนธ์. ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาการพัฒนารัฐบาลท้องถิ่น. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รงค์ บุญสวยขวัญ. (2562). การบริหารการเปลี่ยนแปลง: กรอบแนวคิดเพื่อการวิจัย. *Asian Journal of Arts and Culture*, 17(1), 39-62.
- รพีภัทร์ สุขสมเกษม. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนกรณีศึกษาชุมชนในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. การค้นคว้าอิสระ. ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาบริหารธุรกิจ. คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วุฒิชัย สายบุญจวง. (2561). ชุมชนเข้มแข็งในทัศนะของชาวชุมชน กรณีศึกษา บ้านปลายคลองบางโพธิ์เหนือ หมู่ที่ 3 ตำบลบางโพธิ์เหนือ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 8(1), 119-129.
- สหประชาชาติ (ประเทศไทย). (2558). เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของประเทศไทย. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 1 กันยายน 2565. จาก <https://www.un.or.th/globalgoals/th/the-goals/>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580 (ฉบับย่อ)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ.
- อรุณรุ่ง เอื้ออารีสุขสกุล และ อีระวัฒน์ จันทิก. (2559). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง : เปลี่ยนความท้าทายมุ่งสู่ความสำเร็จขององค์กรอย่างยั่งยืน. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 9(1), 845-860.
- Allen, L. A. (1958). *Management and organization*. New York: McGraw-Hill.
- Bass, B.M. and Avolio, B.J. (1994). *Improving Organization Effectiveness Through Transformational Leadership*. California: Sage.
- Eggers, W. D. (2003). *Governing By Network: The New Shape of the Public Sector*. Bangkok: Office of the Civil Service Commission.
- FAO. (2006). *Food Security (Policy Brief)*. Rome: FAO's Agriculture and Development Economics Division.
- Kaiser, M. L., Usher, K. and Spees, C. (2015). Community Food Security Strategies: An Exploratory Study of Their Potential for Food Insecure Households with Children. *Journal of Applied Research on Children: Informing Policy for Children at Risk*, 6(2), 1-38.
- Koul, L. (1984). *Methodology Of Educational Research*. New Delhi: Vani Education Book.
- MacMillan, J.H. and Schumacher, S. (2001). *Research in Education. A Conceptual Introduction*. (5th ed.). Boston: Longman.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introduction Analysis*. New York: Harper International Edition.

การยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กรของบุคลากรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดเพชรบุรี
The Acceptance of Organizational Restructuring of Employees
from The Provincial Electricity Authority, Phetchaburi Province

พุทธิชัย สมานมิตร^{1*} และ สุรวี ศุนาลัย²
(Puttichai Samarnmit¹ and Suravee Sunalai²)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบการยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กรของบุคลากรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 2) ศึกษาผลของการรับรู้ต่อการปรับโครงสร้างองค์กรที่มีต่อการยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กร ของบุคลากรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดเพชรบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลบุคลากร 235 คน จากบุคลากรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดเพชรบุรี ทั้งหมด 279 คน (ร้อยละ 84) การทดสอบสมมติฐานใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ผลทางสถิติ ประกอบด้วย การทดสอบที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า 1) บุคลากรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดเพชรบุรีที่มีการศึกษา กลุ่มงาน ตำแหน่ง และอายุงานต่างกัน มีการยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กรแตกต่างกัน ส่วนอายุไม่มีผลต่อการยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กร และ 2) การรับรู้ต่อการปรับเปลี่ยนโครงสร้างร่วมกันอธิบายความผันแปรการยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างขององค์กรได้ร้อยละ 75.0 เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนาย ได้แก่ ด้านความรู้ความเข้าใจการปรับโครงสร้าง (X_1) ด้านสายงานหน้าที่ความรับผิดชอบ (X_2) และด้านกระบวนการในการปรับโครงสร้างองค์กร (X_4) สมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ คือ

$$Y = 0.348 + 0.434(X_1) + 0.256(X_2) + 0.303(X_4)$$

คำสำคัญ: การปรับโครงสร้างองค์กร การยอมรับ การรับรู้

1 นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์,10210

Student of Master of Business Administration Program in Management, Dhurakij Pundit University,10210

2 อาจารย์ และปริญญาเอก มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์,10210

Instructor and Ph.D., Dhurakij Pundit University,10210

Corresponding author: putputtichai@gmail.com

ABSTRACT

This research study aimed to 1) compare the acceptance of organizational restructuring of employees from the PEA (Provincial Electricity Authority) in Phetchaburi province, classified by personal factors; and 2) investigate the impacts arising from the perception of the employees from the PEA in Phetchaburi province towards the acceptance of organizational restructuring. Quantitative analysis using an online questionnaire survey was used to collect data 235 employees out of 279 employees from the PEA in Phetchaburi province (84%). The hypotheses were analyzed using Independent Sample t-test, One-way ANOVA, and Multiple Regression Analysis.

The findings showed that: 1) the acceptance of organizational restructuring of the employees from the PEA in Phetchaburi province, classified by education background, division, work position, and work experience was significantly different, whereas the acceptance of organizational restructuring classified by age was not significantly different and 2) the perception of organizational restructuring, which explain the variation of the perception of organizational restructuring with the percentage of 75.0, when considering independent variables included the acknowledgement of organizational restructuring (X_1), duties and responsibility (X_2), and organizational restructuring process (X_4). The equation of regression analysis was

$$Y = 0.348 + 0.434(X_1) + 0.256(X_2) + 0.303(X_4).$$

Keywords: Organizational restructuring, Acceptance, Perception

Article history:

Received 27 October 2022

Revised 14 May 2023

Accepted 16 May 2023

SIMILARITY INDEX = 2.46 %

1. บทนำ

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค หรือ กฟภ. (Provincial Electricity Authority หรืออักษรย่อ PEA) เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงมหาดไทย มีหน้าที่จำหน่ายไฟฟ้าแก่ประชาชนในส่วนภูมิภาคทุกจังหวัด ทั่วประเทศ ยกเว้นจังหวัดกรุงเทพมหานคร นนทบุรี และสมุทรปราการ ซึ่งเป็นเขตรับผิดชอบของการไฟฟ้านครหลวง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้รับการสถาปนาตามพระราชบัญญัติการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพุทธศักราช 2503 ณ วันที่ 28 กันยายน 2503

ตั้งแต่ปี 2563 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้ปรับโครงสร้างขององค์กร เพื่อความคล่องตัวในการทำงาน (Lean Organization) โดยเน้นความเหมาะสมของจำนวนผู้ได้บังคับบัญชา ระยะห่างระหว่างตำแหน่ง และจำนวนระดับชั้น เพื่อรองรับการขยายธุรกิจอุตสาหกรรมไฟฟ้าในอนาคต (Energy Disruption) โดยรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นโดยมีผลจากเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Disruption) มุ่งสู่การไฟฟ้ายุคดิจิทัล (Digital Utility) และการดำเนินธุรกิจเสริมกับธุรกิจใหม่ เพื่อ 1) เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานโดยการบริหารธุรกิจที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และ 2) การกระจายอำนาจไปสู่ภูมิภาค และความเชื่อมโยงของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้กำหนดแนวทางการปรับโครงสร้างองค์กร (ปี 2563 - 2567) ด้านปฏิบัติการด้านเครือข่ายไฟฟ้าให้เกิดความเสถียรภาพในระดับภูมิภาค โดยสร้างความชัดเจนระหว่าง Front Office และ Back Office แยกเป็นกลุ่มงานให้บริการลูกค้า (Service) และกลุ่มงานบริหารเครือข่าย (Network) อย่างชัดเจน (กองวางแผนวิสาหกิจ ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์, 2562)

การปรับโครงสร้างองค์กรเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่หลายองค์กรนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร แต่ไม่ใช่ทุกองค์กรจะบรรลุเป้าหมายของการปรับโครงสร้าง ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของการปรับโครงสร้างองค์กร คือ การรับรู้และการยอมรับของบุคลากร โดยที่การรับรู้จะเป็นไปตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ในการรับและประมวลข้อมูล ซึ่งจะส่งผลต่อความคิดและพฤติกรรมของบุคคล (ภิระเนตร์ วิทยานันตนา, 2561) ในการยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กร (วรัญพงค์ บุญศิริธรรมชัย และพลอย สุดอ่อน, 2565) มีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานทั้งในแง่บวกและแง่ลบจากการปรับโครงสร้างองค์กร หากการปรับเปลี่ยนสร้างความคลุมเครือไม่ชัดเจน โดยเฉพาะหากพนักงานเกิดการรับรู้ว่าการปรับโครงสร้างไม่สอดคล้องกับเป้าหมายและผลประโยชน์ขององค์กร รวมทั้งผลประโยชน์ของพนักงานด้านเศรษฐกิจ สถานภาพ และบทบาทหน้าที่เดิม อาจทำให้เกิดการต่อต้านความเปลี่ยนแปลง และความเครียดวิตกกังวลของพนักงานที่กระทบต่อผลการปฏิบัติงานได้ (Swanson and Power, 2001)

จากแผนยุทธศาสตร์การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พ.ศ. 2563 – 2567 ที่กำหนดไว้ว่า ในปี 2565 มีเป้าหมายในการพลิกองค์กร สู่การเป็น Digital Utility และปี 2570 มีเป้าหมายเพื่อก้าวสู่ผู้นำ ในธุรกิจด้านไฟฟ้า ทั่วประเทศ และในระดับภูมิภาค โดยวางแผนการปรับโครงสร้างของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคทั้ง 4 ภาค โดยภาคใต้ เขต 1 ซึ่งประกอบด้วย 6 จังหวัด มีการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดเพชรบุรีเป็นหน่วยงานนำร่องในการปรับโครงสร้าง ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการรับรู้และการยอมรับของบุคลากร การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดเพชรบุรีที่มีต่อการปรับโครงสร้างองค์กร โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการให้ผู้บริหารได้นำข้อมูลที่ได้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการสื่อสารกับบุคลากรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดเพชรบุรี ให้มีการรับรู้ต่อการปรับเปลี่ยนโครงสร้างขององค์กรเพิ่มมากขึ้น และเป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนากระบวนการปรับโครงสร้างของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดอื่นๆ ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบการยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กรของบุคลากรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในจังหวัดเพชรบุรีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน
2. เพื่อศึกษาผลของการรับรู้ต่อการปรับโครงสร้างองค์กรของบุคลากรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดเพชรบุรีที่มีต่อการยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กร

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการปรับโครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กร หมายถึง แบบแผนของความสัมพันธ์และการมีปฏิสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ ซึ่งเชื่อมโยงระหว่างงานต่างๆ รวมถึงการติดต่อสื่อสาร การบังคับบัญชา และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร (มัลลิกา ต้นสอน, 2544) การปรับโครงสร้างองค์กร (Organizational Restructuring) จึงเกี่ยวข้องกับการปรับปรุงโครงสร้างการบริหารงาน การกระจายอำนาจหน้าที่ขององค์กรจากโครงสร้างเดิม เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น (เกษวลี สังขทิพย์, 2556)

การปรับโครงสร้างองค์กรเป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อทั่วทั้งองค์กร เช่น การปิดบางธุรกิจ การขยายธุรกิจ การควบรวมธุรกิจ การถ่ายโอนกิจกรรมการผลิต การจ้างบุคคลภายนอก การโยกย้ายงานภายใน เป็นต้น (วรัญพงค์ บุญศิริธรรมชัย และพลอย สุดอ่อน, 2565) จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบาย รูปแบบกระบวนการทำงาน และข้อบังคับในการทำงานที่ส่งผลต่อการปฏิรูปอำนาจหน้าที่ (Authority) การกำกับดูแล (Governance) การปรับเปลี่ยนคำอธิบายลักษณะงาน (Job Description) การทำงานข้ามสายงาน (Cross function) เป็นต้น (เกษวลี สังขทิพย์, 2556; วรัญพงค์ บุญศิริธรรมชัย และพลอย สุดอ่อน, 2565)

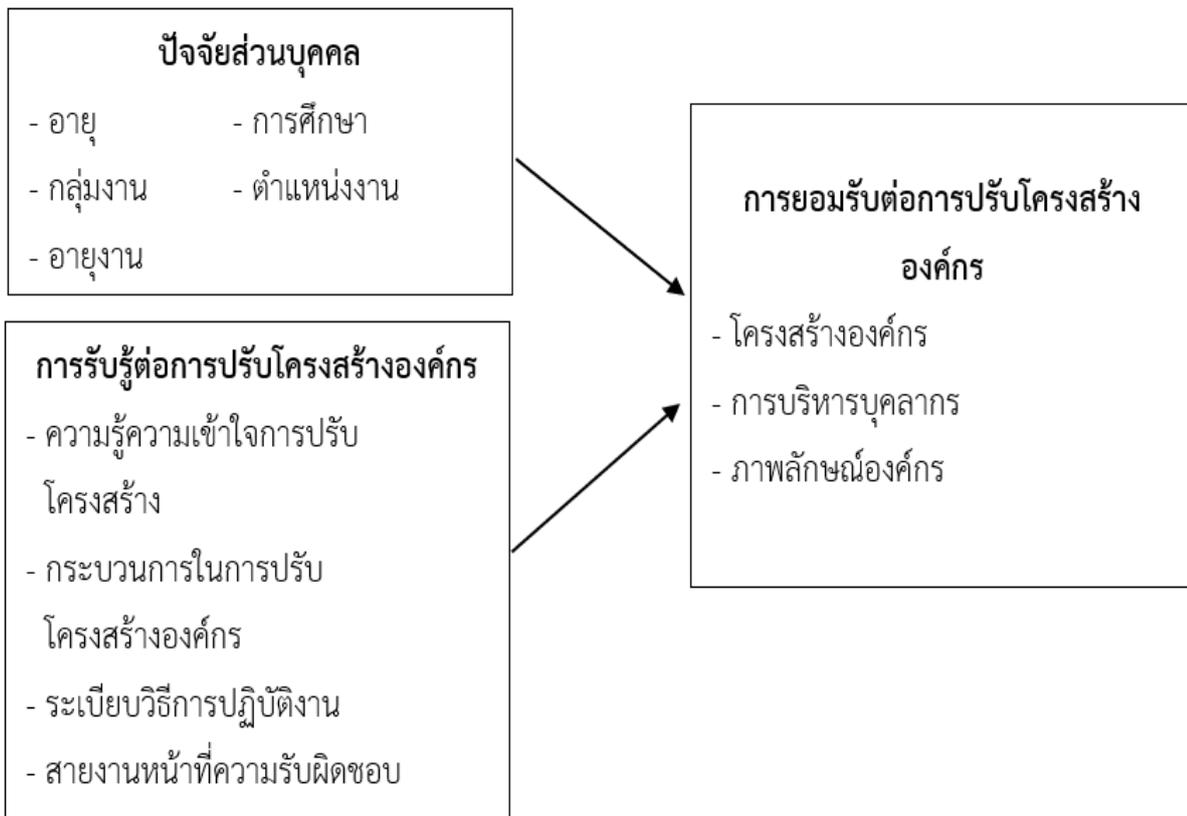
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้และการยอมรับ

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการ การจัดระเบียบ การตัดสินใจ การเลือกรับข้อมูล ที่บุคคลได้รับความรู้สึกแล้วแปลความหมาย หรือตีความจากสิ่งที่รับเข้ามา ผ่านการวิเคราะห์โดยอาศัยความจำ และความรู้ การรับรู้จะเป็นไปตามประสบการณ์ของแต่ละคน โดยเลือกข้อมูลที่ผ่านมา ออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจ ส่งผลต่อความคิด และพฤติกรรมของบุคคล (ณัฐพันธ์ เขจรนนท์, 2551) โดยการรับรู้ ประกอบด้วย ความรู้เดิม และความต้องการ หรือทัศนคติ เมื่อนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กรจะหมายถึง การที่บุคลากรพิจารณาข้อมูลขององค์กรจาก นโยบาย กฎระเบียบ บรรทัดฐาน วัฒนธรรมองค์กร และผู้นำ/ผู้บริหารองค์กร (ธนวิษฐ์ เกษศิลา ธัญนันท์ บุญอยู่ และสุมาลี งามนัญญ, 2565)

การยอมรับ หมายถึง การที่บุคคลเกิดความพอใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และถือปฏิบัติด้วยความเต็มใจ โดยไม่รู้สึกรู้ว่าเกิดจากการบังคับ บุคคลจะรับรู้ เรียนรู้ และใช้เวลาในการตัดสินใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจเป็นช่วงเวลาสั้นๆ หรือใช้เวลานานก็ได้ (Rogers and Shoemaker, 1971; Foster, 1973) ในการศึกษาการยอมรับการเปลี่ยนแปลงในองค์กร จะครอบคลุมถึงการยอมรับต่อโครงสร้างองค์กร ได้แก่ นโยบาย วัตถุประสงค์ และผลกระทบต่อของการเปลี่ยนแปลงองค์กร ได้แก่ ด้านพฤติกรรม ด้านจิตวิทยา ด้านสังคม และด้านการปฏิบัติงาน (วีระยุทธ์ วีริยะสหกิจ, 2555)

ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย โดยประยุกต์จากการศึกษาเรื่องการรับรู้ของโสภิตา เปรมพงษ์ (2556) การยอมรับจาก วีระยุทธ์ วีริยะสหกิจ (2555) และ Long and Cuong (2020) แสดงตามแผนภาพที่ 1 ดังนี้

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและตัวอย่าง คือ บุคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่ในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี แบ่งเป็นพนักงาน 213 คน ลูกจ้าง 66 คน รวมทั้งสิ้น 279 คน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมด หลังจากแจกแบบสอบถาม มีผู้ตอบกลับมา 243 ชุด เป็นแบบสอบถามที่ต้องคัดออก 8 ชุด คงเหลือแบบสอบถามที่นำมาวิเคราะห์ผล 235 ชุด คิดเป็นร้อยละ 84.23 ของพนักงานทั้งหมด

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง แบบ Check List 5 ข้อ ส่วนที่ 2 การรับรู้ต่อการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของ กฟภ. เลือกตอบได้ 5 ระดับ (Likert Scale) 16 ข้อ โดยตัดแปลงจาก โสภิตา เปรมพงษ์ (2556) มีค่าความเชื่อมั่น 0.85 และส่วนที่ 3 การยอมรับต่อการปรับโครงสร้างของ กฟภ. เลือกตอบได้ 5 ระดับ (Likert Scale) 12 ข้อ โดยตัดแปลงจาก วีระยุทธ์ วิริยะสทกิจ (2555) และ Long and Cuong (2020) มีค่าความเชื่อมั่น 0.85

3.3 สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การทดสอบที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

4. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีอายุ 30 – 40 ปี จำนวน 99 คน ร้อยละ 42.13 การศึกษาส่วนใหญ่ต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 118 คน ร้อยละ 50.21 กลุ่มงานส่วนใหญ่กลุ่มงานเครือข่าย (Network) จำนวน 140 คน ร้อยละ 59.57 ตำแหน่งงานส่วนใหญ่ระดับวิชาชีพ จำนวน 124 คน ร้อยละ 52.77 และอายุงานส่วนใหญ่ อายุงาน 5-10 ปี จำนวน 108 คน ร้อยละ 45.96

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ต่อการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร พบว่า ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กระบวนการในการปรับโครงสร้างองค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาความรู้ความเข้าใจการปรับโครงสร้างมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 อยู่ในระดับมากที่สุด สายงานหน้าที่ความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 อยู่ในระดับมาก และระเบียบวิธีการปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ต่อการปรับโครงสร้างองค์กร

การรับรู้ต่อการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. ความรู้ความเข้าใจการปรับโครงสร้าง	4.26	0.827	มากที่สุด
2. กระบวนการในการปรับโครงสร้างองค์กร	4.28	0.687	มากที่สุด
3. ระเบียบวิธีการปฏิบัติงาน	3.93	0.763	มาก
4. สายงานหน้าที่ความรับผิดชอบ	3.97	0.711	มาก
รวม	4.11	0.680	มาก

ผลการวิเคราะห์การยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กร พบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ภาพลักษณ์องค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาโครงสร้างองค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 อยู่ในระดับมากที่สุด และ การบริหารบุคลากรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กร

การยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กร	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. โครงสร้างองค์กร	4.21	0.869	มากที่สุด
2. การบริหารบุคลากร	3.93	0.795	มาก
3. ภาพลักษณ์องค์กร	4.30	0.879	มากที่สุด
รวม	4.25	0.831	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์การรับรู้ต่อการเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรมีผลต่อการยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กร ด้วยวิเคราะห์การถดถอยพหุ

จากการทดสอบเบื้องต้นเกี่ยวกับภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุ (Multicollinearity) โดยทดสอบด้วยสถิติ Tolerance และ Variation Inflation Factor (VIF) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์และความแปรปรวนของตัวแปรด้านการรับรู้และการยอมรับต่อการเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร พบว่า ค่า Tolerance มากกว่า 0.1 และค่า Variation Inflation Factor (VIF) มีค่าน้อยกว่า 10 (Hair et al. 2010) แสดงว่า ไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมพหุเชิงเส้นตรง จึงดำเนินการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แสดงจากตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุของการรับรู้ต่อการเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรมีผลต่อการยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กร

	B	SE.	Beta	t	P	Tol	VIF
Constant	0.348	0.187		1.863	0.064		
ความรู้ความเข้าใจการปรับโครงสร้างองค์กร (X ₁)	0.434	0.050	0.432	8.739	0.000*	0.445	2.245
กระบวนการในการปรับโครงสร้างองค์กร (X ₂)	0.256	0.058	0.212	4.449	0.000*	0.480	2.082
ระเบียบวิธีการปฏิบัติงาน (X ₃)	0.116	0.061	0.107	1.909	0.057	0.349	2.869
สายงานหน้าที่ความรับผิดชอบ (X ₄)	0.303	0.060	0.259	5.020	0.000*	0.408	2.449

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์โมเดลของการรับรู้ต่อการปรับโครงสร้างองค์กรที่มีผลต่อการยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กร

Model	R	R ²	Adjusted R ²	S.E.
การรับรู้ต่อการเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร	0.766	0.750	0.745	0.419

จากตารางที่ 4 พบว่า การรับรู้ต่อการเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรมีผลต่อการยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กรของบุคลากรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดเพชรบุรี ได้ค่าประสิทธิภาพในการทำนาย R² = 0.750 กล่าวได้ว่า ความเป็นไปได้ของการตั้งสมมติฐานว่า การรับรู้ต่อการเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร ทั้ง 3 ด้าน มีอิทธิพลต่อการยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กร ร้อยละ 75.0 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 25.0 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น โดยด้านที่มีอิทธิพล ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจการปรับโครงสร้าง (Beta = 0.432) กระบวนการในการปรับโครงสร้างองค์กร (Beta = 0.212) สายงานหน้าที่ความรับผิดชอบ (Beta = 0.259) ตามลำดับ โดยตัวแปรที่ไม่มีอิทธิพล ได้แก่ ระเบียบวิธีการปฏิบัติงาน และการรับรู้ต่อการเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรมีผลต่อการยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.064 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R = 0.766) ค่าประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับ (Adj. R² = 0.745) และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนาย (S.E. = 0.419) สามารถพยากรณ์ ดังนี้

สมการในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.348 + 0.434(X_1) + 0.256(X_2) + 0.303(X_4)$$

สมการในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.432(Z_1) + 0.212(Z_2) + 0.259(Z_4)$$

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

บุคลากรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดเพชรบุรีที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ การศึกษา กลุ่มงาน ตำแหน่ง และอายุงานที่แตกต่างกัน มีการยอมรับการปรับโครงสร้างองค์กรแตกต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่อายุที่แตกต่างกัน มีการยอมรับการปรับโครงสร้างองค์กรไม่แตกต่างกัน ผลการวิจัย ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยอายุ ที่แตกต่างกัน มีการยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กร ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพจน์ อมรเอียร (2552) พบว่า อายุของพนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีการยอมรับการปรับโครงสร้างองค์กรไม่แตกต่างกัน และงานวิจัยของ อัญชลี โปปลอดแก้ว (2553) พบว่า อายุของข้าราชการตำรวจ มีความคิดเห็นต่อการปรับโครงสร้างองค์กรของ กองตำรวจสื่อสาร สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ไม่แตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระยุทธ์ วีริยะสทธิกิจ (2555) ที่พบว่า อายุของพนักงานของบริษัทไบเออร์ไทย จำกัด มีความคิดเห็นต่อกระบวนการปรับโครงสร้างขององค์กร แตกต่างกัน และงานวิจัยของโสภิตา เปรมพงษ์ (2556) ที่พบว่า อายุของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่มีการยอมรับการปรับโครงสร้างองค์กร แตกต่างกัน

ตำแหน่งงาน และอายุงาน ที่แตกต่างกัน มีการยอมรับการปรับโครงสร้างองค์กร แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระยุทธ์ วีริยะสทธิกิจ (2555) ที่พบว่า อายุงาน ของพนักงาน บริษัท ไบเออร์ไทย จำกัด มีความคิดเห็นต่อกระบวนการปรับโครงสร้างขององค์กร แตกต่างกัน และงานวิจัยของโสภิตา เปรมพงษ์ (2556) ที่พบว่า อายุงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ มีการยอมรับการปรับโครงสร้างองค์กร แตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพจน์ อมรเอียร (2552) ที่พบว่า ระดับตำแหน่ง ระยะเวลาการทำงานของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีการยอมรับการปรับโครงสร้างองค์กร ไม่แตกต่างกัน และงานวิจัยของ อัญชลี โปปลอดแก้ว (2553) ที่พบว่า ชั้นยศ และอายุราชการของข้าราชการตำรวจ มีความคิดเห็นต่อการปรับโครงสร้างองค์กรของกองตำรวจสื่อสาร สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ไม่แตกต่างกัน

จากการศึกษาพบข้อมูลที่น่าสนใจคือ พนักงานตำแหน่งงานระดับบริหาร (ชส.ขึ้นไป) และกลุ่มงานสนับสนุน (Support) มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในการยอมรับการปรับโครงสร้างน้อยกว่าตำแหน่งงาน และกลุ่มงานอื่น อาจเป็นเพราะ ระดับบริหาร (ชส.ขึ้นไป) มีความใกล้ชิดต่อการปรับโครงสร้าง อาจทำให้เกิดความวิตกกังวลในการสื่อสารนโยบาย และแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในระหว่างกระบวนการปรับโครงสร้าง ส่วนกลุ่มงานสนับสนุน (Support) เป็นกลุ่มงานที่ปฏิบัติงาน back office เมื่อมีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการปฏิบัติงาน ทำให้มีแนวโน้มของการลดจำนวนบุคลากร หรือยุบรวมกับกลุ่มงานอื่น ก่อให้เกิดความเครียดวิตกกังวล (Swanson and Power, 2001) จึงทำให้มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยน้อยกว่าตำแหน่งงาน และกลุ่มงานอื่น

การรับรู้ต่อการเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรมีผลต่อการยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กรของบุคลากรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจการปรับโครงสร้าง สายงานหน้าที่ความรับผิดชอบ และกระบวนการในการปรับโครงสร้างองค์กรซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ที่ตั้งไว้ แต่ด้านระเบียบวิธีการปฏิบัติงาน ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ในส่วนของความรู้ความเข้าใจการปรับโครงสร้าง สายงานหน้าที่ความรับผิดชอบ และกระบวนการในการปรับโครงสร้างองค์กรที่เป็นไปตามสมมติฐาน อาจเป็นเพราะคณะทำงานในการปรับโครงสร้างของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้มีการประชุม วางแผน และดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ทั้งช่วงก่อนปรับโครงสร้าง และขณะปรับโครงสร้าง รวมทั้งคณะทำงานในการปรับโครงสร้างได้ประชุมรับฟังข้อเสนอแนะ และแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น จึงทำให้บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจถึงประโยชน์ที่องค์กรและพนักงานจะได้รับ ตลอดจนกระบวนการในการปรับโครงสร้างองค์กรที่จะมีผลกระทบต่อบุคลากร สอดคล้องกับงานวิจัยของภิระเนตร วิทยานรัตนา (2561) พบว่า กระบวนการในการปรับโครงสร้างองค์กรซึ่งครอบคลุมถึงผู้นำองค์กร การสื่อสาร และนโยบายที่ชัดเจนส่งผลต่อการยอมรับในการปรับโครงสร้างองค์กรของสถาบันการเงินเฉพาะกิจแห่งหนึ่ง รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของเกษวลี สังข

ทิพย์ (2556) พบว่า นโยบายซึ่งเป็นกระบวนการในการปรับโครงสร้างองค์กรมีผลต่อการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีขององค์กรอิสระแห่งหนึ่ง

ในด้านระเบียบวิธีการปฏิบัติงานที่ไม่มีอิทธิพลต่อการยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กร อาจเป็นเพราะการปรับโครงสร้างเกิดขึ้นในช่วงนำร่อง จึงยังมีปัญหา หรือข้อบกพร่องเกี่ยวกับระเบียบ กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน บางประการอยู่บ้าง ที่ต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินแก้ไข (Swanson and Power, 2001) ในการปรับปรุงขั้นตอนปฏิบัติงาน เพื่อให้โครงสร้างใหม่มีความเหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย การศึกษา กลุ่มงาน ตำแหน่งงาน และอายุงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับการปรับโครงสร้างองค์กรที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้บริหาร และคณะทำงานปรับเปลี่ยนโครงสร้างควรพิจารณารูปแบบ และสาระของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์ในการปรับโครงสร้างขององค์กรให้หลากหลาย และครอบคลุมตามความสนใจของบุคลากร เพื่อส่งผลให้เกิดการยอมรับต่อการปรับโครงสร้างขององค์กรมากยิ่งขึ้นต่อไปด้วย

2. การรับรู้ต่อการปรับโครงสร้างมีผลต่อการยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กร ดังนี้

2.1) ผู้บริหารควรชี้แจงให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ ประโยชน์ที่บุคลากร และองค์กรได้รับในการปรับโครงสร้างองค์กร

2.2) คณะทำงานปรับเปลี่ยนโครงสร้าง ควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกระบวนการ ในการปรับโครงสร้างทั้งช่วงก่อน และระหว่างปรับโครงสร้างอย่างทั่วถึง เปิดโอกาสให้บุคลากรได้แสดงความคิดเห็น และเสนอแนะต่อการปรับโครงสร้าง

2.3) ผู้บริหารควรออกแบบโครงสร้างใหม่ที่ส่งเสริมให้การติดต่อประสานงานระหว่างการผลิตไฟฟ้ามีความสะดวกมากขึ้น

2.4) ผู้บริหารควรออกแบบโครงสร้างใหม่ที่เอื้อให้บุคลากรตัดสินใจแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ผู้ที่สนใจ ควรศึกษาเรื่องการยอมรับต่อการปรับโครงสร้างองค์กรของบุคลากรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในพื้นที่การไฟฟ้านำร่องอื่นเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม และนำมาเปรียบเทียบกับได้

2. ผู้ที่สนใจ ควรศึกษาตัวแปรอื่นเพิ่มเติมที่มีผลต่อการยอมรับการปรับโครงสร้างองค์กร เช่น ความผูกพัน ในองค์กร ความพึงพอใจในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร เป็นต้น

3. ผู้ที่สนใจ ควรศึกษาเกี่ยวกับการต่อต้านการปรับโครงสร้างองค์กรเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาการยอมรับการปรับโครงสร้างองค์กรอย่างเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- กองวางแผนวิสาหกิจ ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์. (2562). **แผนยุทธศาสตร์การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พ.ศ. 2563-2567**. กรุงเทพมหานคร: กองการพิมพ์ ฝ่ายธุรการ.
- เกษวลี สังขทิพย์. (2556). **การปรับโครงสร้างองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติงานการเงินและการบัญชีขององค์กรอิสระ**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ณัฐพันธ์ เจริญนนท์. (2551). **พฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด.
- ธนวิษฐ์ เกษศิลา, ธีณนันท บัญอยู่ และสุมาลี งามนัญ. (2565). อิทธิพลของความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรที่อยู่ในฐานะตัวแปรคั่นกลางระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรสู่ความตั้งใจคงอยู่ในงานของพนักงานในสถานประกอบการเกี่ยวกับการตัดกรอผ้าใยสังเคราะห์ จังหวัดระยอง. **วารสารด้านการบริหารธุรกิจและการเมือง**, 11(1), 61-76.
- ภิระเนตร์ วิทยาธนรัตน. (2561). **การเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรและผลกระทบต่อพนักงาน กรณีศึกษาเกี่ยวกับสถาบันการเงินเฉพาะกิจแห่งหนึ่ง**. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- มัลลิกา ต้นสอน. (2544). **พฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- วรพจน์ อมรเจียร. (2552). **การยอมรับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรและการพัฒนาองค์กรของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด**. ดุษฎีนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก.
- วรัญพงศ์ บุญศิริธรรมชัย, และ พลอย สุดอ่อน. (2565). สุขภาวะของพนักงานหลังจากการปรับโครงสร้างขององค์กรที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน. **วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์**, 5(1), 22-36.
- วีระยุทธ์ วีริยะสทกิจ. (2555). **ความคิดเห็นของพนักงานต่อกระบวนการเปลี่ยนโครงสร้าง ขององค์กร กรณีศึกษา บริษัท ไปเออร์ไทย จำกัด**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- โสภิตา เปรมพงษ์. (2556). **ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ การมีส่วนร่วม กับการยอมรับการปรับโครงสร้างองค์กร กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อัญชลี โอปลอดแก้ว. (2553). **ความคิดเห็นข้าราชการตำรวจที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างขององค์กร : กรณีศึกษากองตำรวจสื่อสาร สำนักงานตำรวจแห่งชาติ**. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- George , M., and Foster. (1973). **Tradition Societies and Technological Change**. New York: Harper and Row Publishers.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., and Anderson, R.E. (2010). **Multivariate Data Analysis**. (7th ed.). Pearson Education: New York.
- Long, P.D., and Cuong, P.D. (2020). Restructuring and Coporate Productivity: Empirical Evidence From Vietnam Textile and Garment Industry. **Journal of Management Information and Decision Sciences**, 23(3), 215-222.

- Rogers, E.M., Everett, M., Shoemaker, and Floyd, F. (1971). **Communication of Innovation: A Cross Cultural Approach**. New York: Free Press.
- Swanson, V., and Power, P. (2001). Employees' Perceptions of Organizational Restructuring: The Role of Social Support. **Work and Stress**, 15(2), 161-178.

การจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษา: จังหวัดขอนแก่น
และจังหวัดสงขลา

Community Based Management for Flood Disaster: A Case Study
of Khon Kaen Province and Songkhla Province

กอบกาญจน์ ประภาสวัต^{1*} อุทัย เลาหวิเชียร²
(Kobkarn Prapasavat and Uthai Laohavichien)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวทางการจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษา จังหวัดขอนแก่นและจังหวัดสงขลา 2) ศึกษาลักษณะการมีส่วนร่วมและระดับของชุมชนในการจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษา จังหวัดขอนแก่นและจังหวัดสงขลา (3) ศึกษาปัญหาของการจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษา จังหวัดขอนแก่นและจังหวัดสงขลา (4) เสนอแนะแนวทางการจัดการภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษาจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดสงขลา ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากหน่วยงานระดับภูมิภาค องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชน รวมทั้งสิ้น 30 คน จังหวัดละ 15 คน ซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน นอกจากนี้ยังมีการวิจัยเอกสารและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัย และการสังเคราะห์ข้ามกรณีศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า 1) แนวทางการจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐานของทั้งสองกรณีศึกษามีการแบ่งขั้นตอนการปฏิบัติ 3 ขั้นตอน คือ ก่อนเกิดเหตุ ขณะเกิดเหตุ และหลังเกิดเหตุ โดยอยู่ในรูปแบบของคณะกรรมการและคณะทำงานแต่งตั้งโดยผู้ว่าราชการจังหวัดและเป็นการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยพ.ศ. 2550 2) ลักษณะการมีส่วนร่วม ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยโดยมีการเฝ้าระวังเหตุในชุมชน เข้าร่วมประชุมมีการออกความคิดเห็น และมีการจัดตั้งอาสาสมัครประจำ ชุมชน และระดับการมีส่วนร่วมของทั้งสองกรณีอยู่ในระดับการมีส่วนร่วมเพียงแต่ในนาม 3) สำหรับปัญหาของการจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐานของทั้งสองกรณีพบว่ามีปัญหาเรื่อง งบประมาณ ไม่เพียงพอในการจัดการภัยพิบัติตามที่ได้มีการวางแผนร่วมกันของภาคส่วนต่างๆ 4) ข้อเสนอแนะ หน่วยงานภาครัฐควรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริงในการจัดการภัยพิบัติ และควรมีการแก้ไขกฎหมาย โดยส่งเสริมให้มีส่วนร่วมในทุกระดับ เพื่อลดความเสี่ยงของประชาชนและส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐและภาคประชาชนมีความรู้และขีดความสามารถในการจัดการรูปแบบการบูรณาการและให้ความสำคัญกับการนำขีดความสามารถของประชาชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และมีประสิทธิภาพมากที่สุด

¹นักศึกษาระดับปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 10240
Doctor of Philosophy Department of Public Administration, Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University, 10240

²รองศาสตราจารย์ ดร. คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 10240

Assoc. Prof. Dr. Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University, 10240

Corresponding author: pkobkarn@gmail.com

จากการสังเคราะห์ข้ามกรณีศึกษาการจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน ทั้ง 2 แห่ง พบว่า แนวทางการจัดการภัยพิบัติมีความคล้ายคลึงกัน สิ่งที่มีความแตกต่างกัน คือจังหวัดสงขลามีการวางแผนในระดับชุมชนแต่ละชุมชนโดยมีทุกภาคส่วนเข้าร่วมวางแผนและให้ความรู้ด้านภัยพิบัติแก่ชุมชน มีการจัดทำแผนที่น้ำท่วม จัดทำแผนที่กลุ่มคนเปราะบาง และการจัดทำบ้านพี่เลี้ยงหรือหัวหน้าซอยประจำซอยต่างๆ ซึ่งในการดำเนินการลักษณะนี้ของจังหวัดขอนแก่นไม่ได้ดำเนินการ และการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกันโดยจังหวัดขอนแก่น การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับที่ 4 ระดับการปรึกษาหารือ และ จังหวัดสงขลา อยู่ในระดับที่ 5 ซึ่งเป็นเพียงการปลอบใจ

คำสำคัญ: การจัดการภัยพิบัติ อุทกภัย ชุมชนเป็นฐาน

ABSTRACT

This research aims to 1) Study the community-based flood disaster management approach: case studies in Khon Kaen and Songkhla provinces. 2) To study the nature of community participation and level in community-based flood disaster management, a case study in Khon Kaen and Songkhla provinces. 3) To study the problems of community-based flood disaster management, case studies in Khon Kaen and Songkhla provinces. 4) Propose guidelines for community-based disaster management a case study of Khon Kaen and Songkhla provinces.

The research methodology used a qualitative case study approach, with in-depth interviews of 30 key informants 15 per province from regional organizations, local government organizations, and communities involved in disaster management based on community involvement. In addition, document analysis and non - participant observation were used, and data were analyzed using inductive analysis and cross-case analysis.

The study found that 1) community-based disaster management was the foundation of both case studies, which involved dividing the disaster management process into three stages: before, during, and after the event. This was done in the form of a committee and working group appointed by the provincial governor, in compliance with the Disaster Prevention and Mitigation Act of 2007. 2) The nature of community participation involved community surveillance, participation in meetings, expression of opinions, and the establishment of community volunteers. The level of community participation in both cases was only nominal. 3) Regarding the problem of community-based disaster management in both cases, the study found that there was a problem with insufficient budget allocation for disaster management, even though there had been joint planning among various sectors. 4) Recommendations included the need for government agencies to genuinely involve the community in disaster management, and the need to amend laws to promote participation at all levels, in order to

reduce risk for the community. It is also important to enhance the knowledge, capabilities of both government agencies, communities in disaster management, to maximize the benefits and efficiency of community capabilities.

From the cross-synthesis of the two community-based flood disaster management case studies, it was found that the disaster management approaches were similar. Things that are different. Songkhla has a plan at the community level for each community, with all sectors participating in planning and providing disaster knowledge to the community. A flood map is prepared. Create a map of vulnerable groups and the preparation of a nanny house or head of the alleys In doing this kind of operation, the province of Khon Kaen does not operate. And different contributions by Khon Kaen Province Participation was at level 4, consultation level, and Songkhla was at level 5, which was just a consolation.

Keywords: Disaster management, Flood, Community based

Article history:

Received 2 May 2023

Revised 7 June 2023

Accepted 9 June 2023

SIMILARITY INDEX = 3.02%

1. บทนำ

ในประเทศไทย มีเหตุการณ์ภัยพิบัติธรรมชาติที่สร้างความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี.ศ.2554 เกิดวิกฤติน้ำท่วม ซึ่งถือว่ามี ความรุนแรงและเสียหายสูงสุดเป็นประวัติการณ์ มีราษฎรได้รับผลกระทบจำนวนมากถึง 12.8 ล้านคน เศรษฐกิจได้รับผลกระทบคิดเป็นมูลค่าความเสียหายมากกว่า 1.44 ล้านล้านบาท พื้นที่อุทกภัยครอบคลุม 65 จังหวัด มีผู้เสียชีวิต 813 คน (กองป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย, 2559) ความเสียหายจากเหตุการณ์อุทกภัยในครั้งนี้ถือเป็นความเสียหายขั้นหายนะ เป็นความเสียหายอันดับ 4 ของโลก รองจากแผ่นดินไหวและเหตุการณ์สึนามิที่ญี่ปุ่น แผ่นดินไหวในโกเบ และพายุเฮอริเคนแคทรีน่า (คณะทำงานสังเคราะห์บทเรียนการรับมืออุทกภัย, 2554)

กรมชลประทานได้สรุปปัจจัยที่เป็นสาเหตุของการเกิดอุทกภัยในประเทศไทยประกอบด้วย 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยทางธรรมชาติและปัจจัยจากมนุษย์ โดยปัจจัยทางธรรมชาติมีสาเหตุมาจากการเกิดฝนตกหนักหรือฝนตกต่อเนื่องกันเป็นเวลานาน อีกทั้งลักษณะภูมิประเทศของประเทศไทยของแต่ละภาคยังเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้เกิดลักษณะอุทกภัยที่ต่างกัน เช่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริเวณตอนบนของภาคมีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสูงลาดเอียงไปทางตะวันออกลงสู่แม่น้ำโขงมักได้รับความเสียหายจากน้ำท่วมซึ่งที่เกิดจากสภาวะฝนตกหนักและน้ำในแม่น้ำโขงล้นตลิ่ง บริเวณตอนกลางของภาคเป็นที่ราบลุ่มอุทกภัยที่เกิดขึ้น เกิดจากน้ำท่วมซึ่งเนื่องจากฝนตกหนักและน้ำในแม่น้ำล้นตลิ่ง ส่วนบริเวณตอนล่างของภาคมีลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ราบสูงมักเกิดน้ำท่วมฉับพลัน เนื่องจากฝนตกหนักบริเวณเขาใหญ่ หรือในภาคใต้ซึ่งมีทะเลขนานข้างทั้ง 2 ด้าน ทางด้านตะวันออก คือ อ่าวไทย และทางด้านตะวันตก คือ ทะเลอันดามัน ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมพายุดีเปรสชัน และพายุหมุนเขตร้อนอยู่บ่อยครั้ง โดยภาคใต้ฝั่งตะวันออก ส่วนใหญ่จะเกิดน้ำท่วมฉับพลันเนื่องจากฝนตกหนักบนเทือกเขาสันกาลาคีรีบริเวณที่ราบ ชายฝั่งทะเลอาจเกิดอุทกภัยอันเนื่องมาจากฝนตกหนักและน้ำทะเลหนุนได้ด้วย ส่วนภาคใต้ฝั่งตะวันตก อุทกภัยเกิดจากน้ำท่วมฉับพลันเนื่องจากฝนตกหนักบริเวณเทือกเขาภูเก็ตและเมื่อภูเขาจนครศรีธรรมราช เป็นต้น และหากมีฝนตกหนักบริเวณลุ่มน้ำก็มักก่อให้เกิดน้ำล้นตลิ่งในบริเวณลุ่มน้ำนั้นๆ แต่ความรุนแรงและความเสียหายที่เกิดขึ้นอาจจะขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆด้วย เช่น การวางผังเมืองที่ขวางการไหลของน้ำ พื้นที่ป่าไม้ที่จะช่วยชะลอการไหลหลากของน้ำมีน้อยลง ระบบการระบายน้ำในชุมชนขาดประสิทธิภาพ และการใช้ที่ดินไม่เหมาะสมกับภูมิประเทศ เป็นต้น อีกปัจจัยหนึ่งที่เป็นสาเหตุของการเกิดอุทกภัยในประเทศไทย คือ ปัจจัยที่เกิดจากมนุษย์ สาเหตุเกิดจากกิจกรรมและลักษณะที่ตั้งที่อยู่อาศัยของมนุษย์ ประชาชนมักจะเข้าไปอาศัยอยู่กับแหล่งน้ำเพื่อสำหรับอุปโภคบริโภค รวมถึงความต้องการทางน้ำไว้เป็นเส้นทางคมนาคม เพื่อติดต่อค้าขาย จึงได้เลือกที่ตั้งเมืองหรือชุมชนขนาดใหญ่ไว้บริเวณริมแม่น้ำ โดยคำนึงถึงความสะดวกในชีวิตประจำวันมากกว่าคำนึงถึงภัยอันตรายจากอุทกภัย โดยในปัจจุบันมีการขยายเขตเมืองรุกเข้าไปในพื้นที่ลุ่มต่ำ(Flood Plain) ซึ่งเป็นแหล่งเก็บน้ำธรรมชาติทำให้ไม่มีพื้นที่รับน้ำ ดังนั้นเมื่อเกิดฝนตกหนักหรือฝนตกต่อเนื่องเป็นเวลานาน น้ำล้นตลิ่งก็จะเข้าไปท่วมบริเวณที่เป็นพื้นที่ลุ่มต่ำ ซึ่งเป็นเขตเมืองที่ขยายใหม่ นอกจากนี้ ยังมีการก่อสร้างโครงสร้างต่างๆทำให้มีการขวางทางน้ำธรรมชาติ ก่อให้เกิดผลกระทบต่อการระบายน้ำและทำให้เกิดปัญหาน้ำท่วม เช่น การก่อสร้างถนนที่มีการออกแบบทางระบายน้ำของถนนไม่เพียงพอ เมื่อฝนตกหนักในพื้นที่ก็จะทำให้น้ำเอ่อท่วมซึ่งสร้างความเสียหายให้แก่ชุมชนเมืองใหญ่ จากการที่ไม่สามารถระบายน้ำได้อย่างรวดเร็ว สาเหตุอีกประการหนึ่ง คือ การใช้ที่ดินที่ไม่เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่ หรือการใช้ประโยชน์ที่ดินที่ผิดประเภท การตัดไม้ทำลายป่าเพื่อทำไร่เลื่อนลอยและเกษตรกรรม โดยขาดมาตรการอนุรักษ์ดิน และน้ำย่อมก่อให้เกิดการกระทบกระเทือนต่อปริมาณการซึมของน้ำลงดินในฤดูฝน ทำให้การดูดซับน้ำของดินลดลง เพิ่มปริมาณน้ำไหลบ่าหน้าดินและเพิ่มโอกาสการเกิดน้ำท่วม เมื่อเกิดฝนตกหนักจะทำให้อัตราการไหลสูงเพิ่มมากขึ้นและเร็วขึ้น นอกจากนี้ยังทำให้เกิดดินและ

รากไม้ขนาดใหญ่ถูกชะล้างให้ไหลลงมาในท้องน้ำ ทำให้ท้องน้ำตื้นเขินไม่สามารถระบายน้ำได้ทันที ทำให้เกิดความเสียหายต่อชีวิต และทรัพย์สินของประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณท้ายน้ำ (กรมชลประทาน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2562)

การจัดการภัยพิบัติในประเทศไทย โดยกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยให้ความสำคัญกับมาตรการในเชิงป้องกัน และลดผลกระทบจากการเกิดภัยและสามารถอยู่ร่วมกับภัยได้หากชุมชนมีการเตรียมความพร้อมที่ดี การพัฒนาชุมชนจึงมีความสำคัญ เพื่อให้ชุมชนสามารถรับมือกับภัยพิบัติที่เกิดขึ้น หรือที่เรียกว่า “การจัดการภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน” (Community Based Disaster Management: CBDM) คือ การให้ชุมชนเป็นศูนย์กลางในการดำเนินการป้องกัน แก้ไข บรรเทาและฟื้นฟูสาธารณภัย โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนตัดสินใจและบริหารจัดการภัยเพื่อลดความเสี่ยงภัยของชุมชน และชุมชนได้นำเอาประสบการณ์ความรู้ต่างๆ ในท้องถิ่นมาปรับใช้เพื่อรับมือกับภัยพิบัติที่จะเกิดขึ้นเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการกับภัยพิบัติต่างๆ ให้กับคนในชุมชนให้สามารถตอบสนองต่อภัยได้ทันเวลา รวดเร็ว ตรงเป้าหมาย และความต้องการของชุมชน เนื่องจากชุมชนมีความเป็นเจ้าของในชุมชน และความรู้เข้าใจกับสภาพแวดล้อมของชุมชนได้ดีกว่าคนภายนอก แต่อย่างไรก็ตาม ความช่วยเหลือจากหน่วยงานอื่นๆ ไม่ว่าจะภาครัฐและภาคเอกชน ก็ยังมีความจำเป็นและยังคงมีบทบาทสำคัญ ทั้งทรัพยากรและองค์ความรู้ ในการกระตุ้นให้ชุมชนลุกขึ้นมาจัดการกับปัญหาของตัวเอง (กองป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย, 2553)

สถานการณ์การเกิดอุทกภัยในจังหวัดขอนแก่น เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ในลุ่มน้ำชีซึ่งเป็นลุ่มน้ำหลัก และมีอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่และขนาดกลาง ได้แก่ เขื่อนอุบลรัตน์ เพื่อใช้ในการอุปโภค บริโภค อีกทั้งยังใช้ในการเกษตร เป็นพื้นที่ที่เกิดอุทกภัยทุกปี ซึ่งมีสาเหตุเกิดจากสภาพภูมิประเทศเป็นป่าเขาซึ่งเป็นต้นกำเนิดลำน้ำชีและลำน้ำสายหลักหลายสาย ซึ่งมีความลาดชันสูง โดยทางตอนล่างของพื้นที่ลุ่มน้ำชีเป็นที่ราบลุ่ม และมีลำน้ำหลายสายไหลมารวมตัวกัน ซึ่งเป็นจุดที่ลำน้ำชีบรรจบกับลำน้ำมูล ก่อนไหลลงสู่ลำน้ำโขงทำให้เกิดปัญหาการระบายน้ำไม่ทัน แหล่งกักเก็บน้ำและระบบชลประทานหลายแห่งไม่เพียงพอ ซึ่งเกิดจากลำน้ำธรรมชาติตื้นเขิน และมีการบุกรุกของชุมชนริมฝั่งน้ำ และพื้นที่ป่าไม้บนเขา สภาพอุทกนิยามวิทยามีฝนตกหนักในพื้นที่ลุ่มน้ำ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่เสี่ยงเกิดอุทกภัย และเกิดอุทกภัยซ้ำซาก โดยเมื่อปี.ศ.2560 ได้เกิดอุทกภัยในอำเภอเมืองขอนแก่น เกิดฝนตกหนัก ส่งผลให้ปริมาณน้ำจำนวนมากไหลหลากจากชุมชนชนบทเข้าสู่ชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบทและเข้าสู่ชุมชนเมือง เมื่อวันที่ 17-19 กันยายน พ.ศ.2563 เกิดพายุโซนร้อนโนอึล เกิดฝนตกหนักในเขตชุมชนเมืองขอนแก่นส่งผลกระทบต่อให้มีน้ำท่วมขังหลายจุดในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น โดยวัดปริมาณน้ำฝนได้ 30.8 มิลลิเมตร ซึ่งสาเหตุของการเกิดอุทกภัยในอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น มีสาเหตุสำคัญ 2 ประการ คือ มีการขยายตัวหรือการเติบโตของเมือง มีการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน อาคารที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการเพิ่มขึ้นของโครงสร้างพื้นฐานและอาคารทำให้น้ำที่เกิดจากฝนตกไม่สามารถซึมลงสู่พื้นดินได้ เนื่องจากไม่ได้สร้างทางระบายน้ำได้อย่างเพียงพอและเหมาะสม ทำให้เกิดการอุดตันและไม่สามารถระบายน้ำได้อย่างรวดเร็ว อีกประการหนึ่ง คือ มีปริมาณน้ำฝนในปริมาณมากในช่วงเวลาสั้นๆ ไม่กระจายตัว ทำให้มีปริมาณน้ำฝนสะสม ส่งผลให้เกิดน้ำท่วมขังช่วงเวลาหนึ่ง ทำให้ส่งผลกระทบต่อชุมชนในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น (สำนักงานชลประทานที่ 6, ม.ป.ป.).

การเกิดอุทกภัยในอำเภอหาดใหญ่มีไม่น้อยกว่า 20 ครั้ง มักจะเกิดช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคมของทุกปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเดือนพฤศจิกายน โดยอุทกภัยครั้งใหญ่และก่อให้เกิดความเสียหายมากคือเหตุการณ์เกิดขึ้นในปี.ศ.2531,2543 และ 2553 เกิดจากปัจจัยสำคัญ คือ เกิดจากหย่อมความกดอากาศต่ำหรือมีพายุหมุน เขตร้อนพัดผ่านเข้าทางภาคใต้ของประเทศไทย ทำให้มีฝนตกหนัก และเกิดน้ำหลากจากภูเขาลงสู่คลองอู่ตะเภา สาเหตุของการเกิดอุทกภัยในอำเภอหาดใหญ่ เนื่องจากสภาพภูมิประเทศของอำเภอ

หาดใหญ่เป็นที่ราบลุ่มชายฝั่งและมีลักษณะเป็นเมืองแอ่งกระทะ อีกทั้งยังเป็นบริเวณจุดบรรจบของลำน้ำหลายสาขาของกลุ่มน้ำคลองอู่ตะเภา และมีปริมาณน้ำฝนในปริมาณมาก และมีการพัฒนาพื้นที่และใช้ที่ดินอย่างรวดเร็วจนเป็นเมืองที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งผลจากการใช้ที่ดินซึ่งมีสิ่งก่อสร้างขวางทางระบายน้ำ ทำให้การไหลของน้ำลงสู่ทะเลสาบสงขลาล่าช้า ทำให้อำเภอหาดใหญ่เกิดอุทกภัยเป็นเวลานาน (โครงการเครือข่ายเมืองในเอเชียเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ, 2557)

การจัดการภัยพิบัติที่ผ่านมาของทั้งสองจังหวัดเป็นการจัดการเชิงตั้งรับ กล่าวคือ เมื่อภัยพิบัติเกิดขึ้นประชาชนจะรอให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือและหลังจากเกิดภัยพิบัติแล้วรอรับการเยียวยา ขาดการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการป้องกัน การเตรียมความพร้อม การรับมือ และการฟื้นฟู สร้างความเสียหายทางเศรษฐกิจและทรัพย์สิน เนื่องจากพื้นที่ทั้งสองพื้นที่เป็นพื้นที่เศรษฐกิจของจังหวัดทั้งสอง ทำให้ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการภัยพิบัติจำเป็นต้องมีมาตรการปฏิบัติการเชิงรุก เพื่อบรรเทาผลกระทบจากภัยพิบัติอุทกภัย กองป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กระทรวงมหาดไทยจึงได้นำเอาแนวคิดการจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐานมีจุดมุ่งหมายที่สำคัญ คือ การลดความเสี่ยงภัย การลดความเปราะบาง และการเพิ่มขีดความสามารถหรือศักยภาพของชุมชนในการรับมือกับความเสี่ยงจากภัยพิบัติ ซึ่งจะทำให้ชุมชนมีความปลอดภัยและมีความยืดหยุ่นมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเกิดภัยพิบัติที่มีความเสี่ยงมากหรือน้อย ชุมชนเป็นกลุ่มแรกที่ต้องเผชิญกับภัยพิบัติ และได้รับผลกระทบต่อชีวิตและทรัพย์สิน หากมีการจัดการ มีการเตรียมความพร้อมในสถานการณ์ฉุกเฉินได้ดี จะช่วยป้องกันให้สถานการณ์ฉุกเฉินไม่ลุกลามไปเป็นภัยพิบัติ แต่หากชุมชนไม่สามารถป้องกันสถานการณ์ฉุกเฉินได้ และรอการช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอก จะทำให้ประชาชนในชุมชนได้รับความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สิน จากสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษา จังหวัดขอนแก่นและจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่ประสบปัญหาน้ำท่วมซ้ำซากเป็นประจำทุกปีเหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน และมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นอีกในอนาคต การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นให้เห็นถึงปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหา ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นแนวทางในการนำข้อมูลไปให้ประโยชน์กับชุมชนในพื้นที่ประสบภัยพิบัติ และเป็นข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องในการกำหนดแนวทาง นโยบาย การวางแผน การส่งเสริมและการพัฒนา เพื่อให้สามารถบริหารจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐานได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษา จังหวัดขอนแก่นและจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาลักษณะการมีส่วนร่วมและระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษา จังหวัดขอนแก่นและจังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาปัญหาของการจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษา จังหวัดขอนแก่นและจังหวัดสงขลา
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษาจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดสงขลา

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติ” (Disaster Risk Management: DRM)

การจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติ (Disaster Risk Management: DRM) หมายถึง กระบวนการบริหารจัดการ ที่เป็นระบบครบวงจร ทั้งกระบวนการบริหารจัดการ ควบคุมทรัพยากร กิจกรรม และกระบวนการในการดำเนินงานในชุมชน โดยลดสาเหตุของแต่ละโอกาสที่ชุมชนจะเกิดความเสียหาย เพื่อให้ผลกระทบและความเสียหายอยู่ในระดับที่ชุมชนสามารถรับมือได้ เป็นกระบวนการของวงจรการจัดการ สาธารณภัยในแนวทางปฏิบัติการเชิงรุก (Proactive Approach) โดยดำเนินการด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อหลีกเลี่ยง ความสูญเสียของชีวิตและทรัพย์สินที่อาจเกิดขึ้นจากภัยพิบัติ รวมทั้งมาตรการที่ครอบคลุมการแก้ไขปัญหา ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งเป็นการวางแผนเพื่อเผชิญหน้ากับสถานการณ์ตั้งแต่ก่อนเกิดภัย ระหว่างเกิดภัย และหลังเกิดภัยที่ต่อเนื่องจนครบกระบวนการ เช่นเดียวกับ Trogrlic et al. (2017) กล่าวว่า กลยุทธ์การจัดการ ความเสี่ยงจากอุทกภัยในปัจจุบันมุ่งเน้นไปที่การจัดการความเสี่ยงจากอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน ความพยายามของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่ายและเรียกร้องให้ลดความเสี่ยงและแนวทางที่มุ่งเน้นการเตรียม ความพร้อม โดยแนวทางปฏิบัติในปัจจุบันจำเป็นต้องมีการปรับปรุงหลายประการในด้านการจัดการ เงินทุน และการมีส่วนร่วมการกำกับ ดูแลและการจัดการโครงการ

ปัจจัยที่สำคัญของการจัดการความเสี่ยงจากสาธารณภัย คือ การลดความเสี่ยงจากสาธารณภัย ซึ่งถือเป็นหน้าที่ของประชาชนทุกคนที่จะต้องร่วมมือกันในการป้องกันและแก้ไขปัญหาของชุมชนหรือหมู่บ้านของตนเอง โดยมีแนวทางในการรับมือกับภัยพิบัติของชุมชนหรือหมู่บ้านที่จะต้องอาศัยความร่วมมือ ร่วมใจ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ก่อนที่จะได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอก มีการวางแผนเป้าหมายร่วมกัน มีความไว้วางใจกันและกันและมีความยินดีที่จะรับความเสี่ยง เพื่อผลักดันให้เกิดความร่วมมือกัน (Huxham and Vangen, 2005) โดยการลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ (Disaster Risk Reduction) เป็นการลดโอกาสที่จะ ก่อให้เกิดสาธารณภัยด้วยการลดปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยง ได้แก่ ภัย ความล่อแหลม ความเปราะบาง และการเพิ่มศักยภาพ

2.2 แนวคิดการจัดการภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน

การประชุม World Conference on Disaster Reduction ว่าด้วยเรื่อง “การลดความเสี่ยง จากภัยพิบัติ” ขึ้นที่เมืองโกเบ จังหวัดเฮียวโกะ ประเทศญี่ปุ่นในปีพ.ศ.2548 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดความ เสี่ยงจากภัยพิบัติ และเพื่อสร้างความยืดหยุ่นของประเทศและชุมชนต่อภัยพิบัติ โดยจัดลำดับความสำคัญของการลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติในระดับชุมชน ซึ่งเป็นวิธีการมีส่วนร่วมกับชุมชนและทำให้พวกเขาพึ่งพาตนเอง ได้ (UNISDR, 2007) เนื่องจากชุมชนเป็นทรัพยากรหลักและผู้มีบทบาทในแนวทางชุมชน การมีส่วนร่วม ของชุมชนในการพัฒนาและดำเนินการตามแผนภัยพิบัติทำให้มั่นใจได้ถึงการเป็นเจ้าของที่สามารถช่วยให้ ชุมชนสามารถป้องกัน ลด และตอบสนองต่อความเครียด แรงกระแทก และเหตุการณ์ที่อาจก่อให้เกิดภัยพิบัติ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (O'Brien and O'Keefe, 2014) มีการเน้นมากขึ้นในแนวทางชุมชนที่เน้นที่ต้นเหตุ ของความเปราะบางมากกว่าเหตุการณ์ภัยพิบัติที่แยกจากกัน (Blaikie et al., 2005) กล่าวคือ ลดการสูญเสีย ชีวิต ทรัพย์สิน ความเสียหายด้านเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมของชุมชนและประเทศในช่วงระยะเวลา 1 ทศวรรษ (ค.ศ.2005-2015) สรุปเป็นลำดับความสำคัญกรอบงานเฮียวโกะ ได้ 5 ข้อ ดังนี้

1. การลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ เป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ทั้งในระดับท้องถิ่น และระดับชาติ หน่วยงานภาครัฐต้องพัฒนาหรือปรับปรุงนโยบาย กฎหมาย และตัดตั้งองค์การภัยพิบัติรวมถึง จัดให้มีแผนงานโครงการและโครงการงาน ให้ครอบคลุมการลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติและมีทรัพยากรที่เพียงพอ กับโครงการเหล่านี้

2. รู้จักความเสี่ยงและดำเนินการ แต่ละประเทศและชุมชนต้องรู้จักความเสี่ยงที่กำลังเผชิญอยู่และ ดำเนินการ บนพื้นฐานของความรู้ทั้งในด้านวิทยาศาสตร์ เทคนิควิธี และความสามารถขององค์การ ในการ พัฒนาระบบเตือนภัยล่วงหน้าที่มีประสิทธิภาพ

3. สร้างความรู้ ความเข้าใจ และจิตสำนึกให้แก่ประชาชน ภัยพิบัติสามารถลดลงได้มาก หาก ประชาชนได้รับการแจ้งเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติเพื่อลดความเสียหายและปฏิบัติตาม

4. ลดปัจจัยที่ทำให้เกิดความเสี่ยง เช่น ให้ชุมชนย้ายออกจากพื้นที่เสี่ยงภัยสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัย ให้มีความคงทนและแข็งแรงเพื่อให้สามารถทนต่อความรุนแรงจากภัยพิบัติ

5. สร้างศักยภาพในการเตรียมความพร้อมในการเผชิญภัยพิบัติในทุกระดับ การเตรียมพร้อมด้วย การประเมินความเสี่ยงก่อนการเกิดภัยพิบัติในทุกระดับของสังคม จะช่วยในประชาชนมีความสามารถที่จะ เผชิญภัยธรรมชาติได้ดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งภัยพิบัติขนาดเล็กและขนาดกลางที่เกิดขึ้นบ่อยในชุมชน

แนวคิดการจัดการภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐานนั้นเป็นแนวทางที่ให้ชุมชนมีส่วนร่วมอย่างเป็น ระบบเพื่อจัดการและลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ ซึ่งมีการนำเสนอครั้งแรกในเอกสาร Ocho Rios จากการประชุมนานาชาติเรื่องการดำเนินการตามโครงการลดภัยพิบัติในปีพ.ศ. 2527 (Maskrey, 2011) ต่อมา มีการ นำเสนอแนวคิดการจัดการภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐานเป็นทางเลือกแทนการลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ แบบดั้งเดิมในช่วงประมาณปีพ.ศ.2533 (Izumi and Shaw, 2012) และถูกนำมาใช้เป็นครั้งแรกโดยองค์การ พัฒนาเอกชนของประเทศกำลังพัฒนา เนื่องจากความสำเร็จเริ่มแรกในการยกระดับความตระหนักในความ เสี่ยง การสร้างสถาบันในท้องถิ่น ทรัพยากรและความสามารถ และในการจัดการกับความเปราะบางที่มีอยู่ ทำให้ ได้รับความนิยมนอย่างรวดเร็วในองค์การระหว่างประเทศและรัฐบาลท้องถิ่น (Izumi and Shaw, 2012) แนวทางของการจัดการภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐานได้รับเพิ่มเติมในกรอบการดำเนินงานเฮียวโกะ สำหรับ การดำเนินการตั้งแต่ปีพ.ศ.2548 และในกรอบการดำเนินงานเซนไดที่ตามมาสำหรับการลดความเสี่ยงจากภัย พิบัติจากปีพ.ศ.2558 ความสำคัญของการจัดการภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐานสะท้อนให้เห็นจากความจริง ที่ว่าปัจจุบันการจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติทั้งหมดถูกรวมเข้าด้วยกัน ด้วยส่วนประกอบการจัดการภัยพิบัติ โดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน (Maskrey, 2011) ในเบื้องต้น ความสำคัญของแนวทางการจัดการโดยอาศัยชุมชนเป็น ฐาน คือ การมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนที่มีความเสี่ยง ซึ่งเป็นตัวแสดงหลักตลอดกระบวนการจัดการความ เสี่ยง (JANI, 2011)

2.3 กระบวนการจัดการภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน

เริ่มต้นโดยการเลือกชุมชนท้องถิ่น ซึ่งจุดสนใจหลักอยู่ที่ชุมชนที่มีความเปราะบางสำหรับการ แทรกแซง ขึ้นต่อไปคือ การสร้างสายสัมพันธ์กับชุมชนและทำความเข้าใจกับชุมชน ช่วยให้เข้าใจ โครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมที่แพร่หลายในสังคม สถาบันชุมชน และการกระจายตัวของชุมชน การ ประเมินความเสี่ยงเป็นขั้นตอนที่สามของกระบวนการจัดการภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐานชุมชน ท้องถิ่นมีส่วนร่วมอย่างจริงจังในการประเมินอันตรายต่างๆ ความเปราะบางต่ออันตราย ความสามารถที่

เกี่ยวข้อง และการรับรู้ต่ออันตรายและภัยพิบัติ จากการประเมินความเสี่ยงจากภัยพิบัติแบบมีส่วนร่วม แผนปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจะถูกจัดทำขึ้นโดยการมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันของชุมชนท้องถิ่นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง มีการจัดระเบียบชุมชนท้องถิ่นและองค์การที่เกี่ยวข้องพยายามเตรียมขีดความสามารถของชุมชนในการรับมือกับอันตรายประเภทต่างๆ ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดำเนินการตามแผนต่างๆ และในการติดตามและประเมินผลโครงการจัดการภัยพิบัติ ซึ่ง Abarquez and Murshed, (2004) กล่าวว่าในกระบวนการประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้มีบทบาทต่างๆ ซึ่งแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม คือ คนในและคนนอก บุคคลภายใน หมายถึง บุคคล ครอบครัว องค์กร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคนภายในชุมชน การจัดการภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐานชุมชนเป็นจุดสำคัญในหมู่ของบุคคลภายใน เนื่องจากสามารถรับประกันการดำเนินการตามมาตรการลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ หน่วยงานที่ใช้แนวคิดการจัดการภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐานชุมชน ควรจัดระเบียบทุกด้านในชุมชน ผู้ชาย ผู้หญิง ชาวนา พ่อค้า กรรมกร เยาวชน ผู้สูงอายุ และคนอื่นๆ ที่มีความต้องการพิเศษในการดำเนินการต่างๆ มากมายในการทำเช่นนั้น และควรระบุงการรับรู้และความสนใจที่แตกต่างกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวนมากในชุมชน ในขณะที่บุคคลภายนอก ได้แก่ สำนักงานและหน่วยงานของรัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน สหประชาชาติ ภาคเอกชน และหน่วยงานภายนอกอื่นๆ ที่ต้องการลดความเปราะบางในชุมชนเหล่านั้นและพัฒนาศักยภาพในการจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติ สามารถให้การสนับสนุนด้านเทคนิค วัสดุ การเงิน ฯลฯ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยใช้วิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) รวม 30 คน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญภาครัฐ จากหน่วยงานราชการและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น และอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 20 คน ได้แก่

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญหน่วยงานราชการ ประกอบด้วย ผู้อำนวยการศูนย์ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย หัวหน้าสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ตัวแทนสำนักชลประทานประจำจังหวัด จังหวัดขอนแก่น 5 คน จังหวัดสงขลา 5 คน รวม 10 คน

2. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย นายกเทศมนตรีและนายกองค์การบริหารส่วนตำบล เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านการบรรเทาและป้องกันสาธารณภัยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดขอนแก่น 5 คน จังหวัดสงขลา 5 คน รวม 10 คน

กลุ่มที่ 2 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญประชาชน ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น และอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาประกอบด้วย ผู้ใหญ่บ้านและประธานชุมชน ประชาชนที่ได้รับผลกระทบในพื้นที่น้ำท่วม จังหวัดขอนแก่น 5 คน จังหวัดสงขลา 5 คน รวม 10 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ได้แก่

1. การศึกษาจากเอกสาร (documentary study) โดยใช้การศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นหลัก เป็นการศึกษาค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งเอกสารวิชาการ งานวิจัย แนวคิด ทฤษฎี เอกสารทางราชการ และงานวิจัยจากต่างประเทศที่เกี่ยวกับการ

จัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดย อาศัยชุมชนเป็นฐาน แผนงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูลจาก เว็บไซต์ต่างๆ

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) จากภาครัฐและภาคประชาชน โดยสัมภาษณ์ตามแบบสัมภาษณ์เจาะลึกแบบกึ่งโครงสร้าง ซึ่งประกอบด้วย คำถามย่อยทั้งปลายเปิด (open-ended) และคำถามย่อยปลายปิด (closed-ended) ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์ ได้แก่ ชื่อ ตำแหน่ง สถานที่ทำงาน วัน เวลา และ สถานที่ในการสัมภาษณ์ ระยะเวลาที่อยู่ในพื้นที่กรณีศึกษา

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับการจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน เป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัย อย่างไรก็ตาม ในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยอาจไม่ได้เรียงลำดับคำถามจากข้อแรกถึงข้อสุดท้าย แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงลำดับคำถามตามความเหมาะสมในระหว่างการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยได้พยายามสัมภาษณ์ให้มีความครอบคลุมในทุกประเด็นคำถาม

4. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ที่ได้รับการวิจัยด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิจัย เอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยนำมาสังเคราะห์มีผลดังนี้

1. แนวทางการจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน จากการสังเคราะห์การจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐานกรณีศึกษาทั้ง 2 แห่ง พบว่า มีความคล้ายคลึงกันและมีส่วนที่แตกต่างกัน ซึ่งกรณีศึกษาทั้ง 2 แห่ง ใช้การจัดการภัยพิบัติอุทกภัยด้วยการปฏิบัติงานตามพระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พ.ศ. 2550 ที่แบ่งอำนาจหน้าที่และบทบาทความรับผิดชอบของหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการจัดการภัยพิบัติอุทกภัยเป็น 3 ระดับ ได้แก่ (1) หน่วยจังหวัดเป็นฝ่ายอำนวยการ ทำหน้าที่สั่งการและบัญชาการเหตุการณ์ในภาพรวม (2) หน่วยอำเภอ ทำหน้าที่เป็นฝ่ายปฏิบัติเพื่อประสานงานระหว่างหน่วยท้องถิ่นและหน่วยจังหวัด และ (3) หน่วยท้องถิ่น เป็นฝ่ายปฏิบัติการ ทำหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในเขตพื้นที่ของตน โดยหน่วยงานทั้ง 3 ระดับ สามารถใช้อำนาจในการสั่งการและจัดการปัญหาด้วยตนเองตามขอบเขตที่กฎหมายกำหนด และยังพบอีกว่า แนวทางการจัดการภัยพิบัติดังกล่าวสอดคล้องกับแนวทางของกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กระทรวงมหาดไทย (ปภ.) ที่ได้มุ่งเน้นการป้องกันเชิงรุกและการจัดการภัยพิบัติอย่างยั่งยืน ภายใต้หลักการบริหารจัดการสาธารณภัยของประเทศ ตามแนวทางแบบ 2P2R ซึ่งแนวทางดังกล่าวจะอยู่ในขั้นตอนการดำเนินการ 3 ระยะในวงจรการเกิดภัยพิบัติ

2. ลักษณะการมีส่วนร่วมและระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน ผลการศึกษาทั้ง 2 กรณี พบว่า ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการภัยพิบัติอุทกภัย ด้วยเหตุผลที่คล้ายคลึงกัน โดยเป็นพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติอุทกภัยเป็นประจำทุกปี ทำให้ชุมชนมีประสบการณ์ในการอยู่ร่วมกับภัยพิบัติ อีกทั้งชุมชนเป็นผู้มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรของตนเองและสภาพปัญหาอุทกภัยในพื้นที่เป็นอย่างดี ชุมชนจึงมีความตระหนักในการเข้ามามีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมออกความคิดเห็น วางแผน และตัดสินใจ เนื่องจากชุมชนเป็นผู้ที่เผชิญเหตุกลุ่มแรกและเป็นผู้ที่รู้บริบทพื้นที่ของตนเองเป็นอย่างดี แทนการพึ่งพาความช่วยเหลือจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานภาครัฐเพียงอย่างเดียว โดยลักษณะการมีส่วนร่วมของทั้งสองกรณีอยู่ในขั้นการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ เนื่องจากมีการเข้าร่วมในการออกความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภัยพิบัติและมีการเตรียมชุมชนคอยเฝ้าระวังเหตุ และอาสาสมัคร เพื่อช่วยเหลือประชาชนในชุมชนที่ได้รับผลกระทบเบื้องต้น ส่วนระดับการมีส่วนร่วมของจังหวัดขอนแก่นนั้นอยู่ในระดับการ

ปรึกษาหารือ (consultation) หรือระดับ 4 โดยเป็นเพียงแค่การขอให้เข้าร่วมประชุมและสำรวจข้อ คิดเห็น ของประชาชน และระดับการมีส่วนร่วมของจังหวัดสงขลานั้นอยู่ในระดับการทำให้พอใจ (placation) หรือใน ระดับ 5 โดยเป็นการเปิดให้ชุมชนเข้าร่วมประชุมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและตัวแทนจากหน่วยงาน ภูมิภาคที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัด การภัยพิบัติ ซึ่งเป็นการร่วมกันออกความคิดเห็น วางแผน ตัดสินใจ ประเมินผล และถอดบทเรียนร่วมกัน

3. ปัญหาของการจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน พบว่า การมีส่วนร่วมใน การวางแผนในกระบวนการสร้างความร่วมมือในการจัดการภัยพิบัติเพื่อป้องกันและบรรเทาอุทกภัยของจังหวัด ขอนแก่นและจังหวัดสงขลาพบว่ามีปัญหาเหมือนกัน คือ งบประมาณ เนื่องจากไม่ได้รับการสนับสนุน งบประมาณ เพื่อใช้ในการจัดการภัยพิบัติตามที่ได้มีการวางแผนร่วมกันของภาคส่วนต่างๆ ซึ่งในประเด็นนี้ทำ ให้ประชาชนหรือชุมชนขาดความเชื่อมั่นต่อภาครัฐ ส่วนระดับการมีส่วนร่วมทั้งสองกรณีนั้นอยู่ในระดับการ ส่วนร่วมเพียงแต่ในนามหรือเป็นระดับการมีส่วนร่วมแค่บางส่วนเท่านั้น และทั้งสองกรณีนี้ พบว่า องค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นไม่มีการให้อำนาจแก่ประชาชน เพื่อโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้ตัดสินใจและ จัดการภัยพิบัติอุทกภัยด้วยตนเอง หากเป็นการให้ชุมชนมีบทบาทในการแสดงความคิดเห็น เสนอข้อมูล พร้อม ทั้งร่วมวางแผน และจัดการปัญหาร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตาม กฎหมาย

4. เสนอแนะแนวทางการจัดการภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน จากผลการศึกษาที่ พบว่า แนวทางการจัดการภัยพิบัติ มีการแบ่งขั้นตอนการปฏิบัติ 3 ขั้นตอน คือ ก่อนเกิดเหตุ ขณะเกิดเหตุ และหลัง เกิดเหตุ โดยกระบวนการสร้างความร่วมมือในการจัดการภัยพิบัติ สิ่งที่มีความแตกต่างกันนั้นอยู่ในรูปแบบหรือ ลักษณะของปัจจัยนั้นๆ กล่าวคือ จังหวัดสงขลา มีการวางแผนในระดับชุมชนแต่ละชุมชนโดยมีทุกภาคส่วนเข้า ร่วมวางแผนและให้ความรู้ด้านภัยพิบัติแก่ชุมชน มีการจัดทำแผนที่น้ำท่วม จัดทำแผนที่กลุ่มคนเปราะบาง และ การจัดทำบ้านพี่เลี้ยงหรือหัวหน้าซอยประจำซอยต่างๆ ซึ่งในการดำเนินการลักษณะนี้ของจังหวัดขอนแก่น ไม่ได้ดำเนินการ ที่อาจส่งผลมาจากบริบทของพื้นที่ตั้ง สภาพเหตุการณ์ และกระบวนการบริหารจัดการภัย พิบัติที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ รวมถึงศักยภาพในการจัดสรรทรัพยากรเพื่อบริหารจัดการภัยพิบัติที่เกิดขึ้น ด้วย ดังนั้น ปัญหาและแนวทางแก้ไขจึงมีความแตกต่างกัน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าหน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น หน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการภัยพิบัติ และภาคประชาชน จำเป็นต้องบูรณา การร่วมกัน เพื่อให้การจัดการ ภัยพิบัติมีประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืนในอนาคต

การสังเคราะห์ข้ามกรณีศึกษาของทั้ง 2 จังหวัด ที่พื้นที่เศรษฐกิจประสบปัญหาน้ำท่วมซ้ำซาก เป็นประจำทุกปีเหมือนกันสรุปได้ว่า แนวทางการจัดการภัยพิบัติที่มีความคล้ายคลึงกัน และการมีส่วนร่วมใน การวางแผนในกระบวนการสร้างความร่วมมือในการจัดการภัยพิบัติเพื่อป้องกันและบรรเทาอุทกภัยของจังหวัด ขอนแก่นและจังหวัดสงขลาพบว่ามีปัญหาเหมือนกัน ดังนั้นแนวทางการจัดการภัยพิบัติจึงใช้แนวทางเหมือนกัน ได้ สำหรับสิ่งที่มีความแตกต่างกันนั้นขึ้นอยู่กับบริบทแต่ละพื้นที่การแก้ไขจึงแตกต่างกัน

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

การจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐานของจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดสงขลา ซึ่งมีแนวทางคล้ายคลึงกันโดยได้แบ่งขั้นตอนการจัดการออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ก่อนเกิดภัย ขณะเกิดภัย และหลังเกิดภัย ทั้งนี้อาจเนื่องจากการจัดการภายใต้พระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พ.ศ. 2550 เหมือนกัน ซึ่งในการจัดทำแผนป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของจังหวัดนั้นจะพิจารณาควบคู่ไปกับ

แนวทางการจัดการ 2P2R ซึ่งสอดคล้องกับ Coppola (2007) ได้สรุปวงจรของการจัดการภัยพิบัติ ได้แก่ (1) การป้องกันและบรรเทา (Prevention) เป็นการลดผลกระทบของอันตรายที่จะเกิดจากภัยพิบัติ (2) การเตรียมความพร้อม (Preparedness) เป็นการจัดหาเครื่องมือและความรู้ให้กับประชาชนที่มีความเสี่ยงต่อภัยพิบัติ (3) การตอบสนอง (Response) เป็นการกระทำเพื่อลดหรือกำจัดผลกระทบของภัยพิบัติที่เกิดขึ้นในขณะเกิดภัย และ (4) การฟื้นฟู (Recovery) เป็นการนำผู้ประสบภัยกลับสู่สถานการณ์ปกติหลังจากได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติ

ลักษณะการมีส่วนร่วมและระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนที่พบว่าจะเกิดขึ้นในขั้นตอนการประเมินความเสี่ยง ซึ่งจะทำให้ชุมชนทราบว่าต้องเผชิญกับความเสี่ยงอะไร ซึ่งการป้องกันและบรรเทาผลกระทบเป็นการเชื่อมต่อโดยตรงเพื่อนำไปสู่การวางแผนการพัฒนาด้านภัยพิบัติอย่างยั่งยืน ถือเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของการเตรียมการของชุมชน การมีแผนภัยพิบัติ การฝึกอบรมให้กับเจ้าหน้าที่และประชาชน การดูแลรักษาทรัพยากรมนุษย์ วัสดุอุปกรณ์ และเพื่อป้องกันอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สิน ขั้นตอนนี้เป็นจัดการในภาวะฉุกเฉินและความเร่งด่วนที่เกิดขึ้นในระหว่างเกิดภัย นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการให้การศึกษาในเรื่องภัยพิบัติการทบทวนและปรับปรุงแผนป้องกันภัยพิบัติ เพื่อให้สามารถรับมือกับภัยพิบัติในอนาคต ซึ่งขั้นตอนก่อนเกิดภัยนั้น จะมีการประเมินความเสี่ยงภัย เพื่อติดตามสถานการณ์มวลน้ำและปริมาณน้ำฝน ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2554) การวางระบบบริหารจัดการที่ดีจะทำให้ลดความสูญเสียได้มาก การจัดการภัยพิบัติเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง ตั้งแต่การเตรียมการก่อนเกิดเหตุ การรับมือในภาวะฉุกเฉิน การบรรเทาทุกข์ ช่วยชีวิต และการฟื้นฟูหลังเหตุการณ์ ซึ่งการประเมินความเสี่ยงนั้นจะทำให้สามารถคาดการณ์ผลกระทบต่อชีวิต ทรัพย์สิน และการดำรงชีวิต เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนเพื่อจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ และยิ่งสอดคล้องกับ Sjostedt and Sturegard (2015) ที่กล่าวว่า การประเมินความเสี่ยงและความเปราะบาง (Risk and Vulnerability Assessment) ชุมชนจะทำงานร่วมกับประชาชนที่ได้รับผลกระทบและผู้ดำเนินการภายนอกชุมชน ตัวแทนจากรัฐบาล และองค์การภายนอก รัฐ ทำการรวบรวม และวิเคราะห์ความเสี่ยงและความเปราะบางในภูมิภาค

ปัญหาของการจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน เนื่องจากประชาชน คือ กลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติมากที่สุดและเป็นผู้ที่มีประสบการณ์มากที่สุดว่าภัยพิบัติครั้งก่อนได้รับการจัดการอย่างไร บุคคลมีความรู้ที่ดีที่สุดเกี่ยวกับพื้นที่และความเปราะบางในชุมชนของตนเองจึงทำให้พวกเขาเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญ ซึ่งในการจัดการภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐานนั้น การให้ความสำคัญกับประชาชนจึงมีความสำคัญ เนื่องจากประชาชนเป็นกลุ่มแรกที่ต้องเผชิญกับสภาวะฉุกเฉินในพื้นที่ ทางหน่วยงานภาครัฐจึงจำเป็นต้องเพิ่มขีดความสามารถให้กับประชาชน โดยจัดหลักสูตรอบรมการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย เพื่อให้ประชาชนมีความรู้และความเข้าใจ เกิดความตระหนักและเห็นความสำคัญในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย โดยไม่ต้องรอความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องกับ Abarquez and Murshed (2004) อธิบายว่า วัตถุประสงค์ของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจากภัยพิบัติ คือ เพื่อให้ชุมชนเตรียมพร้อมสำหรับเหตุการณ์อันตรายได้ดีขึ้นและปรับปรุงชุมชนให้มีความยืดหยุ่น โดยการจัดตั้งและฝึกอบรม คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจากภัยพิบัติจะช่วยให้การดำเนินกิจกรรมตามแผนจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติ และทำให้มั่นใจว่าบรรลุวัตถุประสงค์ของแนวทาง การจัดการภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกๆขั้นตอน สอดคล้องกับ Sharma (2021) การมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นถือเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการจัดการภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน อีกทั้งยังแสดงให้เห็นว่า ชุมชนมีการเตรียมการและการฟื้นฟูในระดับสูง และสอดคล้องกับ Maskrey (2011) ระบุว่า หากไม่มีการมีส่วนร่วมที่แท้จริงของประชาชนมีแต่เพียงการสนับสนุนและเงินทุนเพื่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานและอื่นๆ

จะไม่มี การบำรุงรักษาในระยะยาว ดังนั้นจึงไม่มีความยั่งยืน ในขั้นตอนการเตรียมความพร้อม นอกจากการติดตั้งเครื่องสูบน้ำและถุงบรรจุทรายไว้ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงที่จะเกิดน้ำท่วม การแจ้งเตือนภัยล่วงหน้าก็เป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการภัยพิบัติ โดยทั้ง 2 กรณีจะดำเนินการประสานข้อมูลกับศูนย์อุตุนิยมวิทยาประจำภูมิภาคแล้วจึงนำข้อมูลไปเผยแพร่ให้กับประชาชนได้รับรู้ ซึ่งสอดคล้องกับ Pineda (2015) กล่าวว่า การแจ้งเตือนภัยล่วงหน้า หรือ Early Warning System ควรส่งข้อมูลไปยังประชาชนที่เกี่ยวข้องกับอันตรายที่กำลังใกล้เข้ามาในลักษณะที่เข้าใจได้ง่าย และในขณะเดียวกันก็แจ้งให้ผู้ได้รับผลกระทบทราบเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการและเวลา และ Mercy Corps and Practical Action (2010) เห็นว่า ระบบเตือนภัยล่วงหน้าตามชุมชน (CBEWSs) ที่มีประชาชนเป็นศูนย์กลาง ช่วยให้ชุมชนใช้ทรัพยากรและความสามารถในท้องถิ่นเพื่อเตรียมพร้อมและตอบสนองต่อเหตุการณ์น้ำท่วมได้อย่างมีประสิทธิภาพ สิ่งนี้ทำให้ชุมชนสามารถลดความเสี่ยงจากน้ำท่วมได้ การมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกระดับใน CBEWS มักจะให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ข้อมูลปลายทางและการใช้เทคโนโลยีที่ยั่งยืนและเหมาะสม โดยในทุกๆ ขั้นตอนการแบ่งปันข้อมูลและสื่อสารนั้นมีความจำเป็นต้องบูรณาการกับทุกๆ ส่วน ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง และภาคประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับ Prasad and Cockfield. (2014) พบว่า “การเริ่มต้นการสื่อสาร” “การดูแลผู้ที่ได้รับผลกระทบ” และ “การเลือกสถานที่ที่อยู่อาศัยที่ถูกต้อง” เป็นกลยุทธ์ที่นิยมมากที่สุดในช่วงที่เกิดอุทกภัย ในทำนองเดียวกัน “การแลกเปลี่ยนความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน” การเตรียมแผนการตั้งถิ่นฐานชั่วคราว” และการประสานงานกับรัฐบาลและหน่วยงานอื่นๆ” เป็นกลยุทธ์ในการปรับตัวหลังจากเกิดอุทกภัย การระดมและการประเมินกลยุทธ์ในการปรับตัวกับภาวะน้ำท่วมที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นจะช่วยให้รัฐบาลเลือกกลยุทธ์ในการปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นที่ต้องการของคนในชุมชนที่มีความเปราะบาง และ Kapucu (2006) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการที่องค์กรถ่ายโอนข้อมูลผ่านช่องทางไปยังส่วนอื่นๆ ขององค์กรหรือไปยังองค์กรอื่นๆ ในเครือข่าย ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพไหลผ่านขอบเขตขององค์กรและมีความสำคัญต่อความสามารถขององค์กรในการรับมือกับสถานการณ์ในสภาพแวดล้อมภัยพิบัติที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ เหตุฉุกเฉินทำให้เกิดความไม่แน่นอนสูง ดังนั้นจึงจำเป็นสำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ถูกต้องอย่างทันที่

แนวทางการจัดการภัยพิบัติอุทกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน มีเป้าหมายหลักเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทร่วมกันวางแผน ตัดสินใจ ประเมิน และร่วมกันถอดบทเรียนกับหน่วยงานภาครัฐ จึงสามารถสรุประดับการมีส่วนร่วมของชุมชนจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดสงขลาว่ามีลักษณะสอดคล้องกับแนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชนตามตัวแบบขั้นบันไดการมีส่วนร่วมของพลเมืองหรือ Ladder of Citizen Participation ของ Arnstein (1969) คือ การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับที่ 4 ระดับการปรึกษาหารือ (consultation) และ ระดับที่ 5 ซึ่งเป็นเพียงการปลอบใจ (placation) ตามลำดับข้างต้น โดยเป็นระดับการมีส่วนร่วมเพียงแต่ในนามหรือระดับการมีส่วนร่วมเพียงบางส่วน (Degree of Tokenism) กล่าวคือ ให้ตัวแทนชุมชนเข้าร่วมและเปิดโอกาสให้ต่อรองได้ แต่สุดท้ายการตัดสินใจจะทำโดยตัวแทนของรัฐเท่านั้น อีกทั้งลักษณะการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นเพียงการเข้าร่วมประชุมออกความคิดเห็น มีการจัดตั้งอาสาสมัครประจำชุมชน และร่วมกันเฝ้าระวังเหตุที่จะอาจจะเกิดขึ้น ซึ่งเป็นไปในลักษณะของการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและการปฏิบัติ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะการมีส่วนร่วมของ Cohen and Uphoff (1977) กล่าวว่า ลักษณะการมีส่วนร่วมมีความสำคัญและเพื่อให้เข้าใจจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดของกระบวนการดังกล่าว จึงได้แบ่งกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมไว้ 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (decision making) 2) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ (implementation) 3) การมีส่วนร่วมในการรับ

ผลประโยชน์และหรือความเสียหายที่จะตามมา (benefits and/or harmful consequences) และ 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (evaluation)

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดตั้งทีมสำรวจข้อมูลภายในชุมชนในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงที่จะประสบภัยพิบัติ โดยเป็นการสำรวจประชากรแฝงที่ไม่ได้อยู่ในทะเบียนราษฎร เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลที่แท้จริงของประชาชนที่มีความเปราะบาง ซึ่งไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ เพื่อที่จะได้ช่วยเหลือกลุ่มเปราะบางเป็นอันดับแรก
2. ควรสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ประชาชนให้มีความรู้ และความเข้าใจ ถึงอันตรายที่เกิดขึ้นจากภัยพิบัติต่างๆ โดยให้รับรู้ถึงความเสียหายที่จะเกิดขึ้นตามมาและเพิ่มการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ และศักยภาพและมีส่วนร่วมในการวางแผนเผชิญ เหตุให้กับชุมชนและอาสาสมัครประจำชุมชน
3. ควรเพิ่มขีดความสามารถให้กับชุมชนและอาสาสมัครโดยการส่งเสริมให้ภาคประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจในการป้องกันและรับมือกับสาธารณภัย โดยควรเร่งเสริมสร้างให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่ได้รับผลกระทบ มีความตระหนักถึงอันตรายที่เกิดขึ้นจากสาธารณภัยต่างๆ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการจัดการภัยพิบัติโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน
4. เมื่อภัยพิบัติสิ้นสุดลงแล้ว ควรมีการถอดบทเรียนร่วมกัน โดยให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการภัยพิบัติ ภาควิชาการ และภาคประชาชนประชุมร่วมกันเพื่อวางแผน ศึกษาปัญหาและอุปสรรค จากการจัดการภัยพิบัติที่ผ่านมา เพื่อเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการจัดการภัยพิบัติในอนาคต
5. การพัฒนาเครือข่ายหรือการสร้างระบบสารสนเทศ ไม่ว่าจะผ่านทางด้านการสื่อสาร การแจ้งเตือนภัยล่วงหน้าให้กับประชาชน โดยควรจัดทำข้อมูลให้ประชาชนเข้าใจง่ายและกระชับ โดยการพัฒนา ระบบการแจ้งเตือนด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย
6. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการตรวจสอบการก่อสร้างในโครงการต่างๆ เช่น หมู่บ้านจัดสรร โรงงานการผลิต อาคารพาณิชย์ หลังจากมีการออกใบอนุญาตให้ก่อสร้างให้อยู่ภายใต้กฎหมายควบคุมอาคารหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการป้องกันระบบการระบายน้ำไม่ให้เกิดความเสียหายในอนาคต

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรผสมผสานแนวทางการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้สามารถทำความเข้าใจแนวทางการจัดการภัยพิบัติทุกภัยในพื้นที่ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการค้นหาคำตอบจากงานวิจัยบางส่วนจำเป็นต้องอาศัยการวิจัยเชิงปริมาณเป็นส่วนประกอบ เช่น ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการจัดการภัยพิบัติทุกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน ได้แก่ ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน ความพึงพอใจในการจัดการสาธารณภัยของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ประสิทธิภาพของการจัดการภัยพิบัติทุกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐาน เป็นต้น
2. ผู้ที่สนใจควรศึกษาการจัดการภัยพิบัติทุกภัยโดยอาศัยชุมชนเป็นฐานในจังหวัดอื่นๆ ที่ประสบปัญหาน้ำท่วมซ้ำซาก แต่ไม่เป็นพื้นที่เศรษฐกิจเหมือน 2 จังหวัดที่ได้ศึกษา ว่ามีการจัดการอย่างไร
3. ผู้ที่สนใจควรศึกษาการจัดการภัยพิบัติในประเภทอื่น เช่น วาตภัย ภัยแล้ง ดินโคลนถล่ม โรคระบาด เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมชลประทาน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2562). **สรุปบทเรียนสถานการณ์อุทกภัยลุ่มน้ำชี-มูล ปี 2562**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2564, จาก http://www.water.rid.go.th/hyd/Report/Mun_2562.pdf
- กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กระทรวงมหาดไทย. (2553). **การลดความเสี่ยงจากสาธารณภัย**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เวิร์ค พรีนติ้ง จำกัด.
- กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กระทรวงมหาดไทย. (2559). **แผนยุทธศาสตร์กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พ.ศ.2560-2564**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2564, จาก [http://www.policy.disaster.go.th/cmsdetail.Policy-45/39671/menu_8585/5067.4/แผนยุทธศาสตร์ กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย+พ.ศ.2560-2564](http://www.policy.disaster.go.th/cmsdetail.Policy-45/39671/menu_8585/5067.4/แผนยุทธศาสตร์กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย+พ.ศ.2560-2564)
- คณะกรรมการสังเคราะห์บทเรียนการรับมืออุทกภัย. (2554). **สังเคราะห์บทเรียนการรับมือมหาอุทกภัย 2554**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2564, จาก <https://k4ds.psu.ac.th/k4dm/file/km/hs1975.pdf>
- โครงการเครือข่ายเมืองในเอเชียเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ. (2557). **เมืองรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.tei.or.th/thaicityclimate/public/work-7.pdf>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). **ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ Gross Regional and Provincial Product**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2564, จาก <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=96>
- สำนักงานชลประทานที่ 6. (ม.ป.ป.). **ระบบน้ำท่วม ลาน้ำพอง-แม่น้ำชี**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <http://www.flood.gistda.or.th>
- Abarquez, I. and Murshed, Z. (2004). **Community-based disaster risk management: field practitioners' handbook**. Bangkok: Asian Disaster Preparedness Center (ADPC).
- Arnstein, S. R. (1969). A Ladder of Citizen Participation. **Journal of the American Planning Association**, 35(4), pp. 216-224.
- Blaikie, P., Cannon, T., Davis, I., and Wisner, B. (2005). **At risk: Natural hazards, people's vulnerability and disasters**. New York, NY: Routledge.
- Cohen, J. M., and Uphoff, N. T. (1977). **Rural development participation: Concept and measures for project design, implementation and evaluation**. New York: Cornell University Press.
- Coppola, P. D. (2007). **Introduction to International Disaster Management**. China: Elsevier.
- Huxhan, C., and Vangen, S. (2005). **Managing to collaborate: The theory and Practice of collaborative advantage**. Oxen, England: Routledge.
- Izumi, T. and Shaw, R. (2012). Chapter 3 Role of NGOs in Community Based Disaster Risk Reduction. In J. William L. Waugh (Ed.), **Community, Environment and Disaster Risk Management**, 10, 35-54.

- JANI. (2011). **Framework on Community Based Disaster Risk Management in Vietnam**. Centre for International Studies and Cooperation.
- Kapucu, N. (2006). Public-non profit partnerships for collective action in dynamic contexts of emergencies. **Public Administration**, **84**(1), 205-220.
- Maskrey, A. (2011). Revisiting Community-Based Disaster Risk Management. **Environmental Hazards**, **10**(1), 42-52.
- Mercy Corps and Practical Action. (2010). **Establishing Community Based Early Warning System**. PRACTITIONER'S HANDBOOK, Mercy Corps Nepal.
- O'Brien, G., and O'Keefe, F. (2014). **Managing adaptation to climate risk beyond fragmented responses**. Oxon: Routledge.
- Pineda, M. V. (2015). Redefining Community Based Disaster Risk Management (CBDRM) through Enhanced Early Warning Processes. **International Journal of Information and Education Technology**, **5**(7), 543-548.
- Prasad.R. and Cockfield.G. (2014). Perceived community-based flood adaptation strategies under climate change in Nepal. **International Journal of Global Warming** **6**(1), 113 – 124.
- Sharma.R. (2021). Community Based Flood Risk Management: Local Knowledge and Actor's Involvement Approach from Lower Karnali River Basin of Nepal. **Journal of Geoscience and Environment Protection**, **9**, 35-65.
- Sjostedt.F. and Sturegard.V. (2015). **Implementation of Community Based Disaster Risk Management in the Mekong Delta , Vietnam**. Lund University.
- Trogrlic, R. S., Wright, G., Adeloye, A., Duncan, M. J. and Mwale, F. (2017). Community based-flood risk management: experiences and challenges in Malawi. **International Water Resources Association**,1-13.
- United Nations Department of Humanitarian Affairs (UNDHA). 2007. **DM Glossary, 1992: 28; EEA Environmental Glossary**. Geneva, Switzerland: UN/ISDR.

แนวทางการส่งเสริมการส่งออกข้าวกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1

Guidelines for Promoting Rice Exports of the Upper Northern Region 1

นันธินา ดำรงวัฒนกุล^{1*} และคณะ²
(Nanthina Damrongwattanakool¹ et al.²)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหารูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อการส่งออกข้าว แนวทางการพัฒนา ศักยภาพกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร ให้สามารถเชื่อมโยงกับผู้ส่งออกข้าว และกลยุทธ์การส่งเสริมการส่งออก ข้าว เครื่องมือที่ใช้คือการสนทนากลุ่ม การสังเกต และการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคือเกษตรกรกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ตอนบน 1 ได้แก่ จังหวัดลำปาง ลำพูน เชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอน และเกษตรกรตามโครงการส่งเสริมการทำนาเชิง อุตสาหกรรม (นาแปลงใหญ่) ผู้ส่งออก ได้แก่ บริษัท โรงสีสวัสดิ์ไพบูลย์ จำกัด บริษัท รีเบิร์ต ไรซ์ จำกัด ต้นแบบกลุ่ม เกษตรกร ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตพืชอินทรีย์ ตำบลหาดกรวด จังหวัดอุดรธานี กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร อินทรีย์บ้านแม่พริกกลุ่ม จังหวัดลำปาง สหกรณ์การเกษตรพร้าว จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ และสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย รวมกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการจำแนกและจัดระบบข้อมูลเพื่อตอบคำถาม และหา ความสัมพันธ์ของข้อมูล และ กระบวนการเปลี่ยนแปลง

ผลการศึกษาพบว่า (1) รูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อการส่งออกข้าวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ตอนบน 1 แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะตามการตลาด ได้แก่ ตลาดผู้ส่งออกข้าวสารข้าวและข้าวนึ่ง และการตลาดแบบ เจาะจงเฉพาะกลุ่ม (2) จากแนวทางการพัฒนาศักยภาพ กลุ่มเกษตรกร โรงสี/สหกรณ์การเกษตร ให้สามารถเชื่อมโยง กับผู้ส่งออกข้าวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ในอนาคต พบว่าทั้ง 3 กลุ่มมีจุดเชื่อมที่สอดคล้องกัน คือประเด็น การสร้างเครือข่าย วางแผนระบบการตรวจสอบการผลิตให้มีคุณภาพตามมาตรฐานกำหนด รวมถึงการบริหารความ เชื่อถือทั้งจากภายใน และภายนอกองค์กรในแต่ละส่วนของต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำโซ่อุปทานข้าว (3) กลยุทธ์ การส่งเสริมการส่งออกข้าว ควรเริ่มต้นจากการหาตลาดปลายน้ำที่ชัดเจนเพื่อกำหนดคุณลักษณะหรือมาตรฐานของ สินค้าข้าวดั้งเดิม พัฒนาส่วนของกลางน้ำด้วยมาตรฐาน GMP และ HACCP ในกระบวนการแปรรูปข้าว รวมถึงพัฒนา ผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจการส่งออกข้าว พร้อมลงทุน และสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการทำงาน ภายใต้การ สนับสนุนของคณะกรรมการดำเนินงานภาครัฐ ภาคการศึกษาและภาคเอกชน ชื่อว่า Right Team Rice Team ทั้งนี้ บุคลากรในโซ่อุปทานข้าวเพื่อการส่งออกควรมีความรู้ ที่สามารถใช้การคิดวิเคราะห์เพื่อวางแผนการผลิตและจำหน่าย ได้อย่างเป็นระบบ

คำสำคัญ: การจัดการห่วงโซ่อุปทาน กลยุทธ์การส่งเสริมการส่งออกข้าว การตลาดแบบเจาะจงเฉพาะกลุ่ม

¹คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 52100

Faculty of Agricultural Technology, Lampang Rajabhat University, 52100

²⁻⁶ คณะผู้วิจัย พรชนก ทองลาด ศิริญา จนาศักดิ์ ทิพรรัตน์ ติมะปัญญา มยุรี ชมภู และ จำเนียร มีสำลี

²⁻⁶ Pornchanok Tonglad, Siraya Janasak, Tipparat Tikapanya, Mayuree Chompoo and Jumnian Mesumlee

^{2,3} คณะวิทยาการจัดการ และ ⁴⁻⁶ คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 52100

^{2,3} Faculty of Management Science and ⁴⁻⁶ Faculty of Agricultural Technology Lampang Rajabhat University, 52100

* Corresponding author: nanthinap@live.com

ABSTRACT

The objective of qualitative research is to search for a model of supply chain management for rice exports, ways to develop the potential of farmers' groups, agricultural cooperatives to be able to connect with rice exporters and rice export promotion strategies. The tools used were group discussion, observation and interview. The sample group consisted of farmers in the upper northern region 1, including Lampang, Lamphun, Chiang Mai and Mae Hong Son provinces, and farmers under the Industrial Rice Farming Promotion Project (Big Plots), The exporters are Sawat Phaibun Rice Mill Company Limited, Rebert Rice Company Limited, Model farmer groups, producing organic crops, Hat Kruad Sub-district, Uttaradit Province, Ban Mae Prik Lum Organic Agriculture Community Enterprise Group Lampang Province, Phrao Agriculture Cooperative Limited, Chiang Mai Province and Thai Rice Exporters Association,. Samples are 50 in total. The data is analyzed by classification and systematization to answer questions and find the relationship of the data and the change process.

The results of the study revealed that the model of rice chain management for export of the upper northern region 1 can be divided into 2 types according to the market, namely rice exporters, rice and parboiled rice markets as mass market and specific marketing groups as niche market. For the potential development guidelines for farmer groups, mills, and agricultural cooperatives to be able to connect with rice exporters of the upper northern region 1 in the future, it is found that all 3 groups have a corresponding connection point. The issues of creating a network, planning the production inspection system to meet the quality standards emphasize on managing trust from both within and outside the organization in each part of the upstream, midstream and downstream rice supply chains. For the strategy for promoting rice, exports should start by finding a clear downstream market in order to define the characteristics or standards of upstream rice production and develop midstream with GMP and HACCP standards in the rice processing process. New entrepreneurs who are interested in rice exporting investment and able to digital technology are developed under the support of the Government Operations Committee Education sector and the private sector, called the Right Team Rice Team. Personnel in the rice supply chain for export should have knowledge which can use analytical thinking to plan the production and distribution systematically.

Keywords: Supply chain management, Rice export promotion strategies, Niche marketing

Article history:

Received 5 January 2023

Revised 10 June 2023

Accepted 12 June 2023

SIMILARITY INDEX = 3.15 %

1. บทนำ

ข้าวถือว่าเป็นหนึ่งในสามของพืชอาหารหลักของโลก ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกข้าวที่สำคัญหนึ่งในห้าประเทศของโลก ปี 2566 มีเป้าหมาย การส่งออกข้าวของไทย 7.5 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากเป้าหมายเดิม 7 ล้านตันและคาดว่าจะส่งออก ได้เกินเป้าหมาย เพราะตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค.-14 ธ.ค. 65 มีผู้ส่งออกขอใบอนุญาตส่งออกแล้ว 8.58 ล้านตัน ขณะที่การ ส่งออกจริงที่ผ่านศุลกากรในช่วง 10 เดือน (ม.ค.-ต.ค.) ปี2565 อยู่ที่ 6.2 ล้านตัน มูลค่า 109,206 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้น ทั้งปริมาณและมูลค่า ที่ 33% และ 32.4% ตามลำดับจากช่วงเดียวกันของปี 64 ที่ส่งออกได้ 4.66 ล้านตัน มูลค่า 82,461 ล้านบาท สำหรับสาเหตุที่ส่งออกเพิ่มขึ้นถึง 33% เป็นเพราะค่าเงินบาทที่อ่อนค่า ทำให้ความสามารถในการแข่งขันด้านราคาข้าวไทยเพิ่มขึ้น รวมทั้งอิรักเริ่มกลับมาซื้อเข้าไทยเพิ่มขึ้นมากถึง 500% หรือนำเข้าแล้ว 1.3 ล้านตัน จากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่นำเข้าเพียง 200,000 ตัน ขณะที่ตลาดหลักอย่างสหรัฐฯ และฟิลิปปินส์ยังเติบโต ต่อเนื่องสำหรับราคาส่งออกข้าวไทยล่าสุด ณ วันที่ 14 ธ.ค. 65 ข้าวขาว 5% ต้นละ 465 เหรียญฯ และข้าวหอมมะลิต้นละ 978 เหรียญฯ โดยมีปัจจัยหนุน คือ ค่าเงินบาทที่อ่อนค่าระหว่าง 35-36 บาท/เหรียญสหรัฐฯ ทำให้ราคาข้าวไทย แข่งขันกับคู่แข่งได้ดีขึ้น การปลดล็อกโควิดทั่วโลก ทำให้มีการซื้อข้าวมากขึ้น นอกจากนี้อินโดนีเซีย และบังกลาเทศ ยังสนใจนำเข้าข้าวจากไทย เพราะสต็อกข้าวในประเทศไม่เพียงพอกับความต้องการบริโภค สำหรับแผนการส่งเสริมตลาดข้าวไทย ปี2566 จะเร่งผลักดันและจัดกิจกรรมส่งเสริมตลาด เพื่อรักษาและขยายตลาดในกลุ่มลูกค้าเดิม และแสวงหากลุ่มลูกค้าใหม่ โดยมีแผนจัดงานประชุมข้าวนานาชาติซึ่งเป็นการประชุมใหญ่สำหรับผู้ที่อยู่ในวงการค้าข้าวโลก และเจรจาธุรกิจ เข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหารนานาชาติทั้งที่จัดใน ไทย เยอรมนี สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ญี่ปุ่น จีน และออสเตรเลีย เป็นต้น (สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย,2565)

ส่วนสถิติการเพาะปลูกข้าวนาปรัง ปี 2560 พบว่า ภาคเหนือมีพื้นที่ปลูกข้าวนาปรัง 4,008,000 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 41.2 ของพื้นที่ทั้งประเทศ มีเนื้อที่เก็บเกี่ยว 3,981,397 ไร่คิดเป็นร้อยละ 41.2 ของทั้งประเทศ มีผลผลิต 2,625,717 ตัน คิดเป็นร้อยละ 41.2 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ โดยที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดเชียงใหม่, แม่ฮ่องสอน, ลำปาง, และลำพูน มีพื้นที่ปลูกข้าวนาปี 1,099,748 ไร่ มีเนื้อที่เก็บเกี่ยว 1,092,354 ไร่ และมีผลผลิต 611,320 ตัน คิดเป็นร้อยละ 8.5, 8.6 และ 9.0 ของภาคเหนือทั้งหมดตามลำดับ และพื้นที่ปลูกข้าวนาปรัง 130,995 ไร่ มีเนื้อที่เก็บเกี่ยว 130,260 ไร่ และมีผลผลิต 83,749 ตัน คิดเป็นร้อยละ 3.3, 3.3 และ 3.2 ของภาคเหนือทั้งหมด สำหรับข้อมูลคาดการณ์พื้นที่เพาะปลูกข้าว (ไร่) และผลผลิต (ตัน) ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 พบว่าพื้นที่เพาะปลูกมากกว่าร้อยละ 50 ถูกใช้ในการเพาะปลูกข้าวเหนียว รองลงมาคือข้าวหอมมะลิ ข้าวเจ้า ข้าวสี ข้าวอินทรีย์ และข้าวหอมปทุม ตามลำดับถึงแม้ว่ากำลังการผลิตส่วนใหญ่ ในกลุ่มภาคเหนือตอนบน 1 จะเป็นการผลิตข้าวเหนียวซึ่งเป็นการผลิตเพื่อการบริโภคมากกว่าข้าวเจ้า ที่มีมูลค่าการส่งออกที่สูงกว่า แต่พบว่าผู้ส่งออกข้าวบรรจุหีบห่อในพื้นที่ดังกล่าวจำนวน 3 รายที่ยังคงมีความต้องการข้าวที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาดส่งออก

ในด้านกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 จากการประมวลข้อมูลเกษตรกรบางส่วนปรับเปลี่ยนพื้นที่ไปทำเกษตรผสมผสาน ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เกษตรกรบางส่วนเก็บเกี่ยวผลผลิตข้าวนาปรังล่าช้าจึงต้องปล่อยพื้นที่ว่างในฤดูเพาะปลูกข้าวนาปี เกษตรกรบางรายมีการปรับเปลี่ยนพื้นที่ไปปลูกมันสำปะหลัง เพราะเห็นว่าสถานการณ์ราคาดีต่อเนื่อง ต้นทุนการผลิตต่ำ และบางรายก็มีการปรับเปลี่ยนไปปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เนื่องจากสถานการณ์ราคาสูงใจ เนื่องจากเกษตรกรคาดการณ์ว่าจะมีน้ำปริมาณมากกว่าปีที่ผ่านมา ครอบคลุมพื้นที่ปลูกข้าวนาปีมากขึ้น และน่าจะมีเพียงพอตลอดรอบการผลิต ปรับเปลี่ยนมาปลูกข้าวในพื้นที่นาที่เคยปล่อยว่าง รวมทั้งมีแรงจูงใจจากมาตรการช่วยเหลือเกษตรกรผู้ปลูกข้าว อาทิ โครงการประกันรายได้เกษตรกรผู้ปลูกข้าว ปี 2564/65 ขณะเดียวกันปีนี้มีฝนตกตั้งแต่ต้นปีทำให้มีปริมาณน้ำเพียงพอต่อการเจริญเติบโตของ

ต้นข้าว ประกอบกับเกษตรกรมีการดูแลเอาใจใส่ดีขึ้นเนื่องจากคาดหวังผลตอบแทนที่จะได้รับการผลิต แต่อย่างไรก็ตาม ยังคงต้องเฝ้าระวังสถานการณ์ภัยแล้ง และฝนทิ้งช่วงในเดือนมิถุนายน และโรคแมลงศัตรูพืชส่งผลกระทบต่อผลผลิต เนื้อที่เก็บเกี่ยว และผลผลิตต่อไร่อาจได้รับความเสียหาย เนื่องจากคาดว่ายังคงมีปริมาณน้ำเพียงพอ โดยเฉพาะในช่วงแตกกอและออกรวงเช่นเดียวกับปีที่ผ่านมา จากกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ที่มีพื้นที่เพาะปลูก ผลผลิต และจำนวนเกษตรกรที่ต้นตัวแห่งหนึ่ง อีกทั้งอุตสาหกรรมการผลิตข้าว นั้นเกี่ยวข้องกับทุกภาคส่วนในโลจิสติกส์ และโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ผลกระทบต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งจากการแข่งขันในระดับโลก นโยบายภาครัฐ ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นย่อมส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ ในธุรกิจข้าวภาคเหนือตอนบนเช่นกัน หากแต่แตกต่างกันที่บริบทของแต่ละพื้นที่และบทบาทในระบบโลจิสติกส์ และโซ่อุปทาน แต่ละภาคส่วนในระบบจึงมีลักษณะการดำเนิน สภาพปัญหาที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นการส่งเสริมให้มีการขับเคลื่อนการผลิตข้าวอย่างเป็นระบบในระดับพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา จำต้องใช้แนวทางการวางแผนการเชิงยุทธศาสตร์เพื่อแก้ปัญหา ปรับปรุง หรือพัฒนาเป็นเครื่องมือ โดยที่จะต้องทราบถึงสภาพโดยทั่วไป การมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มุมมองและแนวคิดที่ครอบคลุมทั้งหมดก่อน จึงจะนำไปใช้สรุปประเด็น และวิเคราะห์เพื่อดำเนินการอื่นๆ ต่อไป การศึกษา การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานจะเป็นจุดเริ่มต้นของการทำความเข้าใจเชิงระบบในเรื่องของข้าว ที่เชื่อมโยงกับลักษณะของการประกอบการจากต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ทั้งเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ในระดับพื้นที่ สำหรับการสนองตอบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ข้าวของรัฐในทุกระดับ และยังเป็น แนวทางการเรียนรู้ในการศึกษาเชิงระบบและขยายผลสู่การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ข้าวในพื้นที่อื่นๆ ต่อไป

ดังนั้นการศึกษารูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อการส่งออกข้าวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 จึงมีความสำคัญและจำเป็นต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมข้าวไทยเพื่อให้มีแนวทางในการปรับตัวและเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมระหว่างเกษตรกรผู้เพาะปลูก, ผู้รวบรวมข้าว (โรงสีหรือเกษตรกร) และผู้ส่งออก อีกทั้งมีหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาเป็นหน่วยงานดำเนินการวิจัยเพื่อให้เกิดองค์ความรู้และแนวทางการปฏิบัติที่ดีในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการส่งออกข้าวของเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร ที่สามารถเชื่อมโยงกับผู้ส่งออกข้าวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 และเป็นแนวทางให้หน่วยงานภาครัฐสามารถกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการส่งเสริมการส่งออกข้าวกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 บนพื้นฐานของการวิเคราะห์จากข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมการส่งออกข้าวได้อย่างเป็นรูปธรรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อการส่งออกข้าวกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1
2. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร ให้สามารถเชื่อมโยงกับผู้ส่งออกข้าวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ในอนาคต
3. เพื่อกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการส่งออกข้าวกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) หรือ การจัดการเครือข่ายโลจิสติกส์ คือ การบริหารระบบของหน่วยงาน คน เทคโนโลยี กิจกรรม ข้อมูลข่าวสาร และทรัพยากร มาประยุกต์เข้าด้วยกัน เพื่อการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการ จากผู้จัดหาไปยังลูกค้า กิจกรรมของการจัดการห่วงโซ่อุปทานจะแปรสภาพทรัพยากรธรรมชาติ วัตถุดิบ และวัสดุอื่นๆให้กลายเป็นสินค้าสำเร็จรูป แล้วส่งไปจนถึงลูกค้าคนสุดท้าย คือผู้บริโภค หรือ End Customer ในเชิงปรัชญาของห่วงโซ่อุปทานนั้น วัสดุที่ถูกใช้แล้ว อาจจะถูกนำกลับมาใช้ใหม่ที่จุดไหนของห่วงโซ่อุปทานก็ได้ ถ้าวัสดุนั้นเป็นวัสดุที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Recyclable Materials) โดยการจัดการห่วงโซ่อุปทานมีความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่า (Nagurney, 2006)

โดยทั่วไปแล้ว จุดเริ่มต้นของห่วงโซ่อุปทานมักจะมาจากทรัพยากรธรรมชาติ ดังเช่นข้าว ผ่านกระบวนการแปรรูป ผ่านกระบวนการสกัด และการผลิตที่เกี่ยวข้อง ก่อนจะถูกส่งไปยังโกดัง โดยทุกครั้งที่มีการเคลื่อนย้าย ปริมาณของสินค้าก็จะลดลง และท้ายสุด ก็ถูกส่งไปถึงมือผู้บริโภค ซึ่งอัญชลี หิรัญแพทย์ (2562) และ กนกพร ภาควิชา และ เขตต์ เลิศวิวัฒน์พงษ์ (2561) พบว่าการจัดการ Supply Chain ที่ทำให้กิจการเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้ ประกอบด้วยหลักการบริหารจัดการ การวางแผน การจัดการ Supply Chain ตั้งแต่ต้นน้ำ ถึงปลายน้ำ การสร้างเครือข่าย และการรับรู้คุณประโยชน์ของข้าว ส่วนแนวคิดพื้นฐานของการจัดการห่วงโซ่อุปทานคือการที่บริษัททั้งหลายในห่วงโซ่อุปทานเข้ามามีส่วนร่วมด้วยการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน โดยคำนึงถึงความผันผวนของตลาด และกำลังในการผลิต โดยเป้าหมายพื้นฐานของการจัดการห่วงโซ่อุปทานคือการเติมเต็มความต้องการของลูกค้า โดยใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด ซึ่งรวมไปถึงกำลังในการกระจายสินค้า วัสดุคงคลังและแรงงาน โดยทฤษฎีการจัดการห่วงโซ่อุปทานมีความมุ่งหมายที่จะสนองความต้องการของตลาด และใช้วัสดุคงคลังให้น้อยที่สุด ส่วนประกอบของการสร้างจุดดุลยภาพของการจัดการห่วงโซ่อุปทานนั้น ประกอบด้วย การร่วมมือระหว่างบริษัทเพื่อกำจัดคอขวด, การจัดหาเชิงยุทธศาสตร์เพื่อสร้างจุดสมดุลระหว่างราคาวัสดุต่ำสุดกับการขนส่ง, การนำเทคนิค Just in Time เข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อทำให้เกิดจุดดุลยภาพของการผลิต, รักษาจุดเหมาะสมในการตั้งโรงงานและคลังวัสดุ เพื่อการบริการลูกค้า, และการใช้การวางตำแหน่ง, การวิเคราะห์เส้นทางการขนส่ง เป็นต้น เพื่อตอบโจทยการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของผลผลิต ซึ่งสมพร อิศวิลานนท์ (2560) พบว่าสถานการณ์ข้าวไทยในการส่งออกขาดความชัดเจนในการสร้างความสามารถในการแข่งขันและยกระดับคุณภาพของสินค้าข้าวในภาคการผลิตแต่กลับผลักดันให้ต้นทุนการผลิตขยายตัว ไม่ได้ให้ความสำคัญในการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของผลผลิต ทำให้ข้าวไทยแข่งขันได้ยากขึ้นในตลาดส่งออก ถูกแทนที่โดยคู่แข่งที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่า

2.2 กลยุทธ์การส่งเสริมการส่งออกข้าว (Strategies to Promote Rice Exports) ผลจากที่ประชุมคณะรัฐมนตรี พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา (นายกรัฐมนตรี) วันที่ 19 มกราคม 2564 รายงานว่าการดำเนินการตามหน้าที่และอำนาจของคณะกรรมการนโยบายและบริหารข้าวแห่งชาติ (นบข.) ที่ให้เสนอนโยบายและยุทธศาสตร์ข้าวต่อคณะรัฐมนตรีทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเพื่อให้การบริหารจัดการข้าวสอดคล้องกันทั้งระบบและมีการพัฒนาต่อเนื่อง ด้านยุทธศาสตร์ข้าวไทย ปี 2563-2567 ในการประชุมครั้งที่ 4/2563 เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2563 ได้มี มติเห็นชอบยุทธศาสตร์ดังกล่าวแล้ว สรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

1. วิสัยทัศน์ คือ ไทยเป็นผู้นำการผลิต การตลาดข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวคุณภาพของโลก ภายใต้ยุทธศาสตร์ ตลาดนำการผลิต โดยแบ่งข้าวออกเป็น 7 ชนิด ตามความต้องการของตลาด 3 ประเภท ดังนี้ 1) ตลาดพรีเมียม ได้แก่ ข้าวหอมมะลิและข้าวหอมไทย 2) ตลาดทั่วไป ได้แก่ ข้าวขาวพื้นนุ่ม ข้าวขาวพื้นแข็ง และข้าวเหนียว และ 3) ตลาดเจาะจงเฉพาะ ได้แก่ ข้าวเหนียวและข้าวสีหรือข้าวคุณลักษณะพิเศษ

2. ยุทธศาสตร์ข้าวไทย มี 4 ด้าน สรุปได้ ดังนี้ 1) ยุทธศาสตร์ข้าวไทยด้านการตลาดต่างประเทศ เช่น ตลาดนำการผลิต เป้าหมาย คือ ประเทศไทยมีชนิดข้าวที่หลากหลายสามารถตอบโจทย์ความต้องการของตลาด กลยุทธ์ เช่น การจัดทำฐานข้อมูลตลาดข้าวเชิงลึก การเชื่อมโยงข้อมูลแนวโน้มความต้องการของตลาดกับ ภาคการผลิต และการผลักดันผลผลิตสู่ตลาดเป้าหมาย 2) การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานข้าวไทย เป้าหมาย คือ ข้าวไทยเป็นหนึ่งในด้านคุณภาพและมาตรฐาน กลยุทธ์ เช่น การกำหนดมาตรฐานสินค้าข้าวเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและการพัฒนาพันธุ์ข้าว การพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับสำหรับสินค้าข้าวไทย และการผลักดันให้มีห้องปฏิบัติการของรัฐสำหรับ ตรวจวิเคราะห์ สารตกค้างหรือสารปนเปื้อน 3) เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์เพื่อการส่งออกข้าวไทย เป้าหมาย คือ ลดต้นทุนการส่งออกเพื่อให้แข่งขันได้ กลยุทธ์ เช่น การปรับปรุงกฎหมายหรือระเบียบที่เกี่ยวข้อง การเพิ่มประสิทธิภาพระบบขนส่งทั้งทางบกและทางน้ำเพื่อลดต้นทุนการขนส่งข้าว การพัฒนาระบบเชื่อมโยงข้อมูลการขนส่ง และการตรวจรับรองมาตรฐานข้าวตั้งแต่ต้นทางไปจนถึงปลายทาง 4) การส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ เป้าหมาย คือ เพิ่มโอกาสและช่องทางตลาดของข้าวไทยให้เข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง กลยุทธ์ เช่น การอำนวยความสะดวกและแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคในการส่งออกข้าวไทย การส่งเสริมการค้าข้าวในรูปแบบที่สอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของประเทศผู้ซื้อ การเชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตรข้าวไทย และการส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ส่งออกข้าวไทยและผู้นำเข้าเพื่อสร้างความจงรักภักดีต่อแบรนด์ หรือ Brand Loyalty (กระทรวงพาณิชย์, 2564) ซึ่ง Cavusgil, Zou and Naidu (1993) สะท้อนว่าการวางแผนระบบการตรวจสอบการผลิตให้มีคุณภาพตามมาตรฐานกำหนด รวมถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตร บริหารความเชื่อถือทั้งจากภายในภายใน และภายนอก เป็นแนวทางสำคัญของการเตรียมความพร้อมสู่ตลาดต่างประเทศ เช่นเดียวกับ เศรษฐภูมิ เถาชาวี (2561) และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2550) ระบุถึงการกำหนดยุทธศาสตร์ต้องมุ่งเน้นการส่งเสริม ให้เกิดเครือข่ายและการเชื่อมโยงธุรกิจ และพัฒนาศักยภาพการผลิตและการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อสร้างคุณค่าและยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการในภูมิภาคและท้องถิ่นให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ รวมถึงสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน) หรือ สคพ (2562) ระบุว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการส่งเสริมการส่งออกข้าว ควรเข้ามามีส่วนร่วมในการกำกับดูแลติดตามผลและส่งเสริมการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ดังกล่าว เพื่อให้การดำเนินงานตามแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

2.3 การตลาดเจาะจงเฉพาะ (Niche Market) คือตลาดเฉพาะกลุ่มที่เป็นส่วนหนึ่งของตลาดใหญ่ (Mass Market) เป็นเหมือนการทำตลาดให้คนที่มีความต้องการที่แตกต่างจากผู้อื่นในตลาดขนาดใหญ่ ซึ่งผู้บริโภคหรือลูกค้าในกลุ่ม Niche Market จะมีความต้องการแบบเจาะจง เช่น Niche Market ของร้านนวดสปาเพื่อสุขภาพคือธุรกิจร้านนวดสำหรับนักกีฬาหรือผู้ที่ออกกำลังกายที่จะเน้นการนวดคลายกล้ามเนื้อบริเวณขาและหลังล่างสำหรับการฟื้นฟูร่างกายโดยเฉพาะ หรือ Niche Market ของธุรกิจขายอาหารคือธุรกิจขายอาหารสำหรับผู้รับประทานมังสวิรัตินั้นเอง เป็นต้น จึงเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่จะทำให้ธุรกิจสามารถได้ส่วนแบ่งทางการตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เป็นภาพกว้างของตลาดในแต่ละอุตสาหกรรม มีการแข่งขันสูง แต่ Niche Market จะมีลักษณะเป็นตลาดขนาดเล็กเจาะกลุ่มความต้องการของผู้คนกลุ่มหนึ่งในตลาด Mass Market แต่ยังสามารถสร้างกำไรให้กับธุรกิจได้ แต่กลับกันคือการแข่งขันจะน้อยกว่า Mass Market หลายเท่า ซึ่ง Holm-Olsen (2008) สะท้อนว่าการทราบข้อแตกต่างของผลิตภัณฑ์จะส่งผลให้รู้ถึงจุดที่ควรพัฒนาและปรับปรุงให้ผลิตภัณฑ์เกิดความโดดเด่นมากหรือการศึกษาความเป็นอัตลักษณ์หรือเฉพาะที่ส่งผลต่อตัวผลิตภัณฑ์นั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยสร้างโอกาสของการประสบความสำเร็จในการส่งออก ซึ่ง Digital Tips (2022) นำเสนอ 7 กลยุทธ์การตลาดแบบ Niche Marketing ดังนี้

1. สํารวจกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเจาะตลาด โดยมีขั้นตอน คือ วิเคราะห์คู่แข่งเพื่อเข้าถึงคู่แข่งในตลาดว่าในกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเจาะนั้นมีธุรกิจไหนที่ดำเนินอยู่ก่อนแล้วบ้าง ธุรกิจจะมาสร้างความแตกต่างในส่วนไหนได้บ้าง (Competitor Analysis) ทำการศึกษาบุคลิกของผู้ซื้อวางแผนในการทำการตลาดในส่วนต่อไปได้อย่างแม่นยำ ดูกระแสตอบรับของลูกค้าในตลาดนั้น ๆ ว่ามี Feedback อย่างไร เพื่อช่วยให้เข้าใจ Pain Point ของลูกค้าและสร้างธุรกิจที่มีสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของพวกเขาได้อย่างถูกต้องที่สุด

2. เจาะลึกกลยุทธ์ที่คู่แข่งใช้ เปรียบเทียบกลยุทธ์ของคู่แข่งในตลาดที่ต้องการทำธุรกิจว่าพวกเขายังมีจุดอ่อน จุดแข็ง อย่างไรบ้างผ่านการใช้งาน SWOT Analysis หรือพิจารณาว่าคู่แข่งมีกลยุทธ์ในการทำการตลาดแบบใดบ้างและให้ลองนำกลยุทธ์เหล่านั้นมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจ เพื่อหาโอกาสในการแย่งส่วนแบ่งตลาดเหล่านั้นมาครองให้ได้ อาทิระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) เช่น การตลาดผสมผสาน (Omni Channel) สองช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้เกิดการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการบันทึกข้อมูลลูกค้าไว้ที่ระบบกลางเพื่อเพิ่มโอกาสทางการขายต่อไป เป็นต้น

3. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า หนึ่งในกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการสร้างความโดดเด่นในตลาด เฉพาะ คือการสร้างความสัมพันธ์และสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อผลักดันให้เติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มเล็กเหล่านั้นให้ภักดีในธุรกิจด้วยการบริการที่ดี ในขณะที่ใช้งานสินค้าและบริการหรือการทำ CRM เพื่อรักษาลูกค้าเหล่านั้นให้อยู่กับคุณต่อไป และยิ่งช่วยเพิ่มโอกาสที่ลูกค้าเหล่านั้นจะประทับใจและบอกต่อให้ครอบครัวหรือคนรู้จักให้เข้ามาสู่ธุรกิจของคุณได้ตลอดเวลา

4. การสร้างแคมเปญการบอกต่อ หรือ Word Of Mouth ในหมู่ลูกค้าจะช่วยทำให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักและยังเป็นการช่วยหาลูกค้าใหม่ ๆ ให้เข้ามาสู่ธุรกิจได้เป็นอย่างดี เช่นมีการแจกของรางวัล สิทธิพิเศษต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงลูกค้าใหม่ ๆ

5. เลือกใช้สื่อให้ถูกต้องกับกลุ่มลูกค้าในตลาดเฉพาะเจาะจง ลูกค้าจะมีความชอบที่เฉพาะเจาะจงซึ่งอาจจะเกี่ยวกับแพลตฟอร์ม Social Media หรือช่องทางในการเข้าถึงสื่อที่พวกเขาใช้ด้วย เช่นธุรกิจร้านอาหารไทยที่มีชาวอินทรีรี่ ในกรณีนี้ต้องการเจาะกลุ่มตลาดผู้สูงอายุที่รักสุขภาพ การเลือกใช้ช่องทางในการส่งเสริมการขายก็จะมี ความแตกต่างกันออกไป Social Media อาจใช้ไม่ได้ผลกับกลุ่มเป้าหมายนี้ หรืออาจได้ผลสำหรับลูกหลานที่รักความกตัญญู มอบอาหารพิเศษ สำหรับคนสูงอายุ เป็นต้น

6. สร้างความจงรักภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) ให้ลูกค้า เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่ทรงพลังที่สุดของการทำการตลาดแบบเฉพาะเมื่อพวกเขาประทับใจในตัวธุรกิจของเรา พวกเขาจะกลายเป็นผู้ที่เสมือนตัวแทนของแบรนด์ ที่ช่วยเพิ่มการรับรู้ถึงแบรนด์ เพิ่มความภักดีในหมู่ผู้บริโภค และช่วยเพิ่มยอดขายได้ในที่สุด. (Brand Ambassadors) โดยการสร้าง Brand Loyalty นั้นจะต้องเกิดมาจากการสร้างประสบการณ์ที่ยอดเยียมให้ลูกค้าในการใช้งานสินค้าหรือบริการและต้องพยายามทำ CRM รักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

7. หมั่นพัฒนาธุรกิจของคุณให้เป็นที่ต้องการของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา ในการทำการตลาดเจาะจง นั้นคุณต้องหมั่นพัฒนาธุรกิจให้เป็นที่ต้องการของลูกค้าอยู่ตลอดเวลาไม่หยุดอยู่กับที่เพื่อตอบรับกับความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าที่อาจเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอด

ขณะเดียวกันมีข้อค้นพบของ สมพร อิศวิลานนท์ (2560) พบว่าสถานการณ์ชาวไทยในการส่งออกขาดความชัดเจนในการสร้างความสามารถในการแข่งขันและยกระดับคุณภาพของสินค้าชาวไทยในภาคการผลิต แต่กลับผลักดันให้ต้นทุนการผลิตขยายตัว ไม่ได้ให้ความสำคัญในการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของผลผลิต ทำให้ชาวไทยแข่งขันได้ยากขึ้นในตลาดส่งออก ถูกแทนที่โดยคู่แข่งที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่า จึงเน้นการเสนอเชิง

นโยบายด้วยหลักการการตลาดแบบเจาะจงเฉพาะกลุ่ม โดยนำเสนอข้าวไทยภายใต้ความท้าทายใหม่ว่าทำอย่างไรเกษตรกรรายย่อยจะมีความมั่นคงและยั่งยืน ที่ตระหนักถึงความสำคัญของระบบนิเวศสภาพแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ผู้ผลิตสร้างความจำเพาะของสินค้า (Niche Product) มีกลไกรับรองคุณค่า มีช่องทางในการกระจายสินค้าที่เป็นธรรมและปลายทางคือได้รับคุณค่าจากการบริโภคอาหารที่ได้คุณภาพเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความปลอดภัยเข้าถึงได้และมีอย่างพอเพียง ซึ่งตอบโจทย์ท้าทายของโลกคือการพัฒนาที่ยั่งยืน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรเป้าหมาย ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ประกอบด้วย

- 1) เกษตรกรกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้แก่ จังหวัดลำปาง ลำพูน เชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอน และเกษตรกรตามโครงการส่งเสริมการทำนาเชิงอุตสาหกรรม (นาแปลงใหญ่) จำนวน 38 ราย
- 2) ผู้ส่งออก ได้แก่ บริษัท โรงสีสวัสดิ์ไพบูลย์ จำกัด และ บริษัท รีเบิร์ต ไรซ์ จำกัด จำนวน 4 ราย
- 3) ต้นแบบกลุ่มเกษตรกร ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตพีชอินทรีย์ ตำบลหาดกรวด จังหวัดอุดรดิตถ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านแม่พริกกลุ่ม จังหวัดลำปาง, สหกรณ์การเกษตรพร้าว จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 6 ราย และ
- 4) สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย จำนวน 2 ราย รวมประชากรเป้าหมายทั้งสิ้น 50 ราย

เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ประกอบด้วย 1) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นการสัมภาษณ์รูปแบบหนึ่งที่รวบรวมข้อมูลจากการสนทนากับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในประเด็นปัญหาที่เฉพาะเจาะจง จากผู้ให้ข้อมูลหลักคือสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย จำนวน 2 ราย

2) แบบสังเกตการณ์ (Observation) เป็นการสังเกตพฤติกรรมและปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อนำมาสรุปข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น เช่น โดยเน้นทั้งการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participative Observation) และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participative Observation) จากเกษตรกรกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้แก่ จังหวัดลำปาง ลำพูน เชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอน และเกษตรกรตามโครงการส่งเสริมการทำนาเชิงอุตสาหกรรม (นาแปลงใหญ่) จำนวน 38 ราย และ

3) การสัมภาษณ์ (Interview) เป็นวิธีการเก็บข้อมูลที่ทีมวิจัยใช้วิธีการการสนทนา ในลักษณะที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน (Face to Face Interaction) โดยเน้นทั้งการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) จากวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตพีชอินทรีย์ ตำบลหาดกรวด จังหวัดอุดรดิตถ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านแม่พริกกลุ่ม จังหวัดลำปาง สหกรณ์การเกษตรพร้าว จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 6 ราย และสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย จำนวน 2 ราย

การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ การสังเกต การสนทนากลุ่ม ได้ทำการเก็บรวบรวมกลุ่มตัวอย่างจากการเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ และพื้นที่ประชากรเป้าหมาย ส่วนข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากเอกสารวิชาการ เว็บไซต์ แนวคิดของแนวทางการส่งเสริมการส่งออกข้าวกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ขณะเดียวกันตัวทีมวิจัยมีบทบาทสำคัญในการเก็บข้อมูลที่จะได้มาจากการสังเกต จดบันทึก สัมภาษณ์ ข้อมูลเอกสารโดยรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในเหตุการณ์

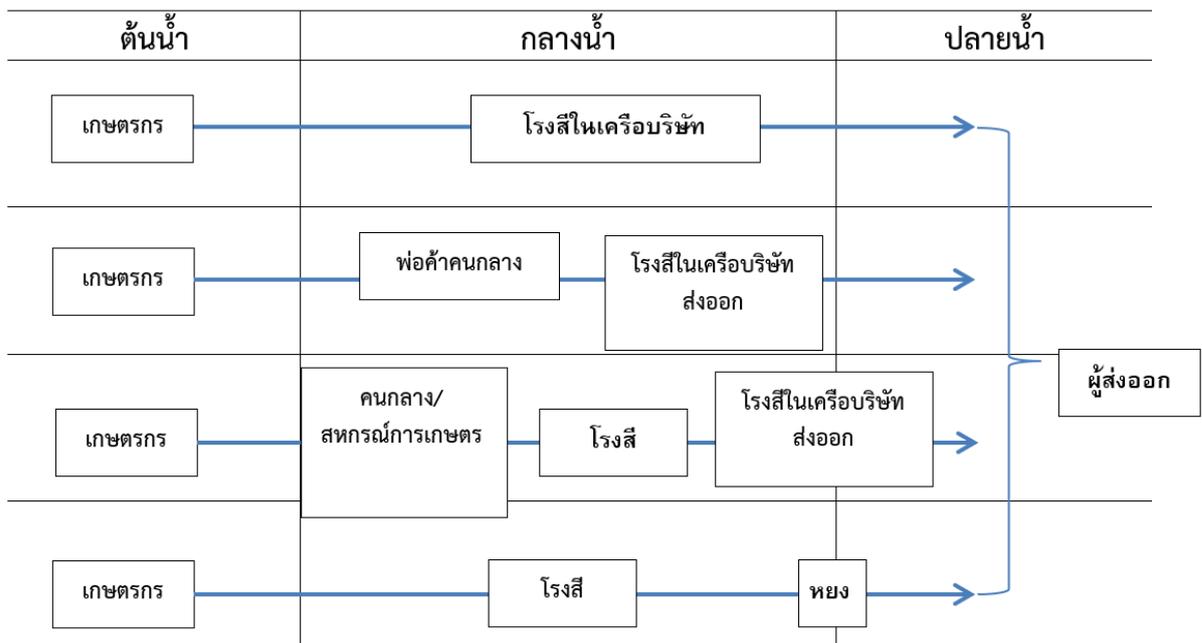
และใช้เทคนิคการสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดเกี่ยวกับปรากฏการณ์ต่างๆ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจะใช้วิธีการจำแนกและจัดระบบข้อมูลเพื่อตอบคำถามว่าคืออะไร เป็นอย่างไร และหาความสัมพันธ์ของข้อมูล แยกแยะเงื่อนไข เพื่อดูสาเหตุ ความสัมพันธ์ กระบวนการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นกรอบดำเนินการวิจัยในตัว

4. ผลการวิจัย

ในการนำเสนอผลการศึกษา จะนำเสนอตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. รูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อการส่งออกข้าวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะตามการตลาด ได้แก่ ตลาดผู้ส่งออกข้าวสารข้าวและข้าวหนึ่ง (Mass Market) และการตลาดแบบเจาะจงเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) โดยมีแผนภาพดังนี้

1.1 ตลาดผู้ส่งออกข้าวสารข้าวและข้าวหนึ่ง



แผนภาพที่ 1 ตลาดผู้ส่งออกข้าวข้าว และข้าวหนึ่ง

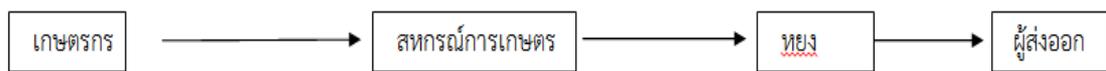
แบบที่ 1 อธิบายได้ว่า เกษตรกรนำข้าวเปลือกของตนมาส่งขายให้แก่โรงสีในเครือบริษัทส่งออกโดยตรง เกษตรกรเป็นผู้รับภาระค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ส่วนโรงสีในเครือบริษัทส่งออกจะรับภาระค่าซึ่งตรวจสอบคุณภาพ และการขนถ่าย โดยโรงสีในเครือบริษัทส่งออกจะตีราคารับซื้อโดยอิงราคากลาง ความชื้น ความหัก สี สิ่งเจือปน จากนั้นจะนำไปผลิตเป็นข้าวสาร ข้าวหนึ่ง ตามข้อกำหนดของลูกค้าตามคำสั่งซื้อของผู้ส่งออก

แบบที่ 2 อธิบายได้ว่า เกษตรกรนำข้าวเปลือกของตนมาส่งขายผ่านทางพ่อค้าคนกลางที่ไปรับซื้อหรือทำข้าว หรือหน่วยงานรัฐบาล เช่น สหกรณ์การเกษตร เป็นต้น โดยส่วนใหญ่คนกลางจะเป็นผู้รับภาระค่าใช้จ่ายในการขนส่ง หรือบางแห่งอาจจะตกลงจ่ายคนละครั้งกับเกษตรกร แล้วแต่การต่อรอง จากนั้นคน

กลางจึงรวบรวมข้าวเปลือกที่รับซื้อจากเกษตรกร มาส่งขายให้กับโรงสีในเครือบริษัทส่งออก โดยโรงสีในเครือบริษัทส่งออกจะทำการซัง ตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้น และขนถ่ายเข้าโกดัง โรงสีในเครือบริษัทส่งออกจะตีราคารับซื้อโดยอิงราคากลาง ความชื้น ความหัก สี สิ่งเจือปน จากนั้นจะนำไปผลิตเป็นข้าวสาร ข้าวหนึ่ง ตามข้อกำหนดของลูกค้าจากคำสั่งซื้อของผู้ส่งออกต่อไป

แบบที่ 3 อธิบายได้ว่า ในบางกรณีที่มีคำสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก และโรงสีในเครือบริษัทส่งออกที่ เป็นผู้ส่งออก ไม่สามารถผลิตได้ทันตามความต้องการของลูกค้า จะทำให้มีการรับซื้อข้าวสารที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้ว จากโรงสีในบริเวณใกล้เคียง หรือจากพ่อค้าคนกลางส่งออก

แบบที่ 4 อธิบายได้ว่า เนื่องจาก โรงสีได้มีการขยายธุรกิจโดยนอกจากจะเป็นผู้ผลิตหรือโรงสีแล้วยัง ขยายตัวเป็นผู้ส่งออกเองด้วย หรือรับการสั่งซื้อจากหยัง และนำข้าวสารที่ซื้อมาทำการบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่ ลูกค้าต้องการแล้วดำเนินการส่งออกต่อไป



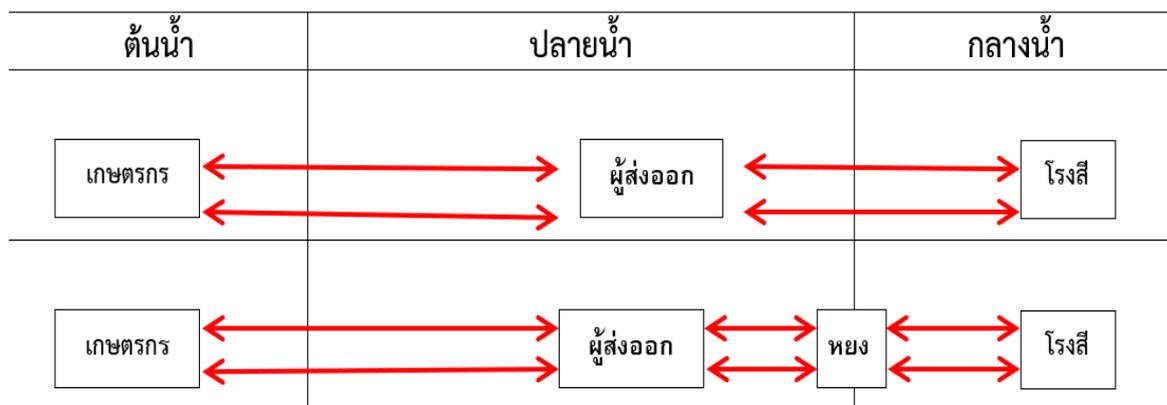
<p>ต้นทุนผลิตเฉลี่ยประมาณ 6.67 บาท/กก. (ต้นทุนต่อไร่เฉลี่ย 3500-4000 บาท/ 600 กก./ไร่) ราคาขายส่งสหกรณ์ 11 บาท/กก.</p>	<p>รับซื้อ 12.30 บาท/กก. (11 บาท + 1 บาท GAP) ค่าขนส่ง 0.30 บาท/กก. อ้างอิงราคากลางการรับซื้อจาก กระทรวงพาณิชย์กำหนด ขายส่ง 205 บาท/5กก.</p>	<p>รับซื้อ 41 บาท/กก. ราคา ขึ้นกับปริมาณการซื้อ</p>	NA
--	--	---	----

หมายเหตุ กรณีศึกษาของข้าวหอมมะลิ 105

NA = ไม่มีข้อมูลจากผู้ส่งออก

แผนภาพที่ 2 ภาพรวมต้นทุนของโซ่อุปทานตลาด Mass Market

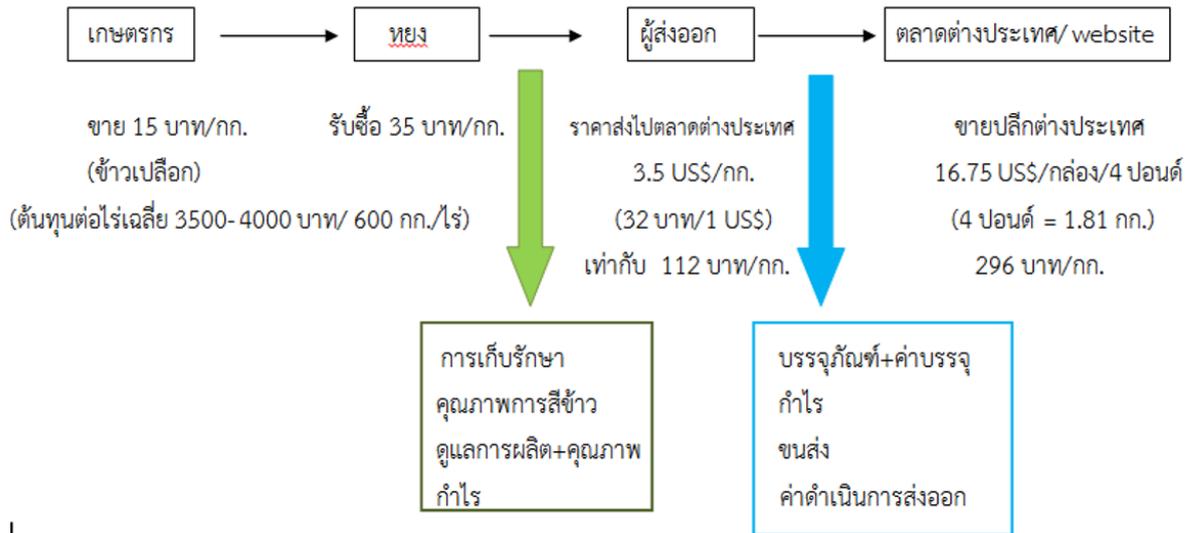
1.2 การตลาดแบบเจาะจงเฉพาะกลุ่ม



แผนภาพที่ 3 การตลาดแบบเจาะจงเฉพาะกลุ่ม

แบบที่ 1 อธิบายได้ว่า เกษตรกรนำข้าวเปลือกปลอดสารเคมีของตนมาส่งขายให้แก่โรงสีขนาดกลางถึงเล็กโดยตรง จากนั้นโรงสีจะนำไปสีและผลิตเป็นข้าวสาร ข้าวหนึ่ง ตามข้อกำหนดของลูกค้าตามคำสั่งซื้อของผู้ส่งออก โดยใช้การสื่อสารแบบสองทาง ผู้ส่งออกจะทราบข้อมูลเกษตรกรผู้ผลิตจากโรงสี เพื่อควบคุมคุณภาพสินค้าให้ได้ตามข้อกำหนดของลูกค้าต่างประเทศ

แบบที่ 2 อธิบายได้ว่า เกษตรกรนำข้าวเปลือกปลอดสารเคมีของตนมาส่งขายให้แก่โรงสีขนาดกลางถึงเล็กโดยตรง จากนั้นโรงสีจะนำไปสีและผลิตเป็นข้าวสาร ข้าวหนึ่ง และนำไปส่งขายต่อให้กับพ่อค้าคนกลางส่งออก หรือหียง ซึ่งหียงจะรับคำสั่งซื้อจากผู้ส่งออกอีก ต่อหนึ่ง โดยใช้การสื่อสารแบบสองทาง ผู้ส่งออกจะทราบข้อมูลเกษตรกรผู้ผลิตจากหียง เพื่อควบคุมคุณภาพสินค้าให้ได้ตามข้อกำหนดของลูกค้าต่างประเทศ



แผนภาพที่ 4 ภาพรวมต้นทุนของโซ่อุปทานตลาด Niche Market

2. แนวทางการพัฒนาศักยภาพเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร ให้สามารถเชื่อมโยงกับผู้ส่งออกข้าวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ในอนาคต

ตารางที่ 1 แนวทางการพัฒนาศักยภาพเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร ในการเชื่อมโยงกับผู้ส่งออกข้าว

กลุ่ม	กลยุทธ์	แนวทาง
ผู้นำกลุ่มเกษตรกร	1. การรวมกลุ่มเกษตรกรอย่างน้อย 1,000 ไร่ สำหรับกลุ่มตลาด Mass Market	ประสานงานระหว่างเกษตรกร ผู้รวบรวมข้าว/ผู้ส่งออก เพื่อจัดทำแผนการผลิต การควบคุมคุณภาพการผลิตที่ตอบสนองต่อความต้องการตลาด
	2. การสร้างเครือข่าย	เรียนรู้การประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการ เพื่อให้มีโอกาส และองค์ความรู้ในการพัฒนาตนเองและกลุ่มเกษตรกรอย่างสม่ำเสมอ

กลุ่ม	กลยุทธ์	แนวทาง
	3. การบริหารจัดการกลุ่มอย่างโปร่งใส ซื่อสัตย์ และสร้างความศรัทธาแก่เกษตรกร	1. การจัดหาเครดิตทางการเงินเพื่อการบริหารกลุ่มอย่างโปร่งใส 2. การวางแผนการผลิต การจัดเก็บ การขาย การเชื่อมโยงกับผู้รวบรวม /ผู้ส่งออก 3. วางแผนระบบการตรวจสอบการผลิตให้มีคุณภาพตามมาตรฐานกำหนด
กลุ่มเกษตรกร	ต้องพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอและเคารพกติกาการรวมกลุ่ม	1. เรียนรู้วิธีการผลิตข้าวให้มีมาตรฐาน/ลดต้นทุนการผลิต/เลือกใช้ปัจจัยการผลิตที่เหมาะสมด้วยกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม 2. ผลิตข้าวตามมาตรฐานที่กำหนด 3. มีกฎ กติกา การรวมกลุ่ม เพื่อการพัฒนาตนเอง 4. ทำเกษตรผสมผสานตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
โรงสี/สหกรณ์	1. สนับสนุนปัจจัยการผลิตและวิธีการผลิตของเกษตรกรตามมาตรฐานที่ตลาดกำหนด 2. บริหารงานอย่างโปร่งใส ยุติธรรม สร้างความเชื่อมั่นให้กับเกษตรกร 3. สร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กรทั้งในประเทศและต่างประเทศ	1. เข้าร่วมโครงการต่างๆที่ภาครัฐสนับสนุน 2. หาแหล่งซื้อปัจจัยการผลิตในราคาต่ำ บริหารงานแบบเป็นระบบ ตรวจสอบโดยหน่วยงานภายนอก 1. สร้างความน่าเชื่อถือบนเว็บไซต์ 2. พัฒนาระบบบริหารและเข้ารับการแข่งขันระบบการบริหารในเวทีต่างๆ หรือ เข้าร่วมรับรองมาตรฐาน ISO

จะเห็นได้ว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกร คือการรวมกลุ่มเกษตรกร การสร้างเครือข่าย การสร้างความศรัทธาในกลุ่ม และเคารพกติกาการรวมกลุ่ม ส่วนโรงสี และสหกรณ์การเกษตรควรเน้นการสร้างค่านาเชื่อถือในองค์กรทั้งในและต่างประเทศ เช่นพัฒนาระบบบริหาร เข้าร่วมรับรองมาตรฐานต่างๆ

3. กลยุทธ์การส่งเสริมการส่งออกข้าวกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1

การส่งออกข้าวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 สามารถทำได้ทั้งสองตลาด แต่ตลาดที่เหมาะสมสามารถทำได้ดีกว่าได้แก่ ตลาด Niche Market เนื่องจากทางภาคเหนือตอนบน 1 มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ถือครองที่ยากต่อการดำเนินการรวมกันเป็นนาแปลงใหญ่ ที่มีขนาดมากกว่า 1,000 ไร่ ดังนั้นการสนับสนุนการส่งออกข้าวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนจึงควรเริ่มต้นจากการ หาตลาดปลายน้ำที่ชัดเจน และพัฒนาผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจการส่งออกข้าว พร้อมลงทุน และสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการทำงานในตลาดออนไลน์ได้ ภายใต้การสนับสนุนของคณะกรรมการดำเนินงานภาครัฐ ภาคการศึกษาและภาคเอกชน

(Right Team Rice Team) ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น/สำนักงานเกษตรจังหวัด/ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวจังหวัด/ศูนย์วิจัยเมล็ดพันธุ์ข้าว/สำนักงานเกษตรและสหกรณ์การเกษตร/สำนักงานพาณิชย์จังหวัด/สมาคมส่งออกข้าวไทย เพื่อบูรณาการการทำงานระดับหน่วยงาน ดังนั้น การจัดทำกลยุทธ์ และแนวทางการสนับสนุนจึงวิเคราะห์ตามผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดโซ่อุปทานทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

ในการอภิปรายผล จะนำเสนอตามวัตถุประสงค์ดังนี้

รูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อการส่งออกข้าวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1

จากข้อค้นพบ รูปแบบจะแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะตามการตลาด ได้แก่ 1) ตลาดผู้ส่งออกข้าวสารข้าวและข้าวหนึ่ง (Mass Market) ซึ่งข้อดีการเลือกกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด (Mass Market) หรือการตลาดแบบขายไม่เลือก ไม่ต้องค้นหาลูกค้ามาก ยิ่งผลิตต้นทุนต่ำยิ่งได้เปรียบ แต่วิกฤติของการส่งออกข้าวไทยที่เรื้อรังมายาวนานคือต้นทุนของไทยสูงกว่าคู่แข่ง ซึ่งกลายเป็นจุดอ่อนของการการตลาดแบบขายไม่เลือก ดังข้อค้นพบของ สมพร อิศวิลานนท์ (2560) พบว่าสถานการณ์ข้าวไทยในการส่งออกขาดความชัดเจนในการสร้างความสามารถในการแข่งขันและยกระดับคุณภาพของสินค้าข้าวในภาคการผลิตแต่กลับผลักดันให้ต้นทุนการผลิตขยายตัว ไม่ได้ให้ความสำคัญในการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของผลผลิต ทำให้ข้าวไทยแข่งขันได้ยากขึ้นในตลาดส่งออก ถูกแทนที่โดยคู่แข่งที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่า 2) การตลาดแบบเจาะจงเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ตลาดลูกค้าเฉพาะเจาะจงเน้นการผลิตและขายสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เจาะจงแบบกลุ่มย่อยๆ ที่เป็นส่วนหนึ่งของตลาดรวมทั้งหมด ตลาดนี้จะประกอบด้วยลูกค้าที่มีความต้องการคล้ายๆกัน ซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีรสนิยมเฉพาะ และ อาจเป็นกลุ่มลูกค้าเดิมที่มีอยู่แล้วในตลาด แต่ผู้ประกอบการยังไม่สามารถผลิตสินค้าหรือบริการสนองความต้องการลูกค้าได้ หรืออาจเป็นตลาดที่เกิดขึ้นใหม่อันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงจากสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปเช่นกลุ่มผู้รักสุขภาพที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าและประโยชน์ใช้สอยของสินค้าและบริการที่ผู้ประกอบการนำเสนอ มากกว่าปัจจัยทางด้านราคา ทำให้สามารถหลีกเลี่ยงการแข่งขันทางด้านราคากับผู้ ประกอบการรายใหญ่ที่มีศักยภาพทางด้านเงินทุนที่สูงกว่าได้ การเสนอเชิงนโยบายครั้งนี้จึงเน้นหลักการการตลาดแบบเจาะจงเฉพาะกลุ่มที่ สมพร อิศวิลานนท์ (2560) นำเสนอข้าวไทยภายใต้ความท้าทายใหม่ว่าทำอย่างไรเกษตรกรรายย่อยจะมีความมั่นคงและยั่งยืน โดยนำเสนอเส้นทางสู่เกษตรกรรมที่ยั่งยืน ที่ตระหนักถึงความสำคัญของระบบนิเวศสภาพแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ผู้ผลิตสร้างความจำเพาะของสินค้า (Niche Product) ใช้ปัจจัยการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีกลไกและกิจกรรมการจัดการที่ดี แล้วเชื่อมต่อกับกิจกรรมกลางน้ำคือผูกโยงเครือข่ายสร้างเป็นตลาดจำเพาะ (Niche Market) มีกลไกรับรองคุณค่า มีช่องทางในการกระจายสินค้าที่เป็นธรรมและปลายทางคือได้รับคุณค่าจากการบริโภค อาหารที่ได้คุณภาพเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความปลอดภัยเข้าถึงได้และมีอย่างพอเพียง ซึ่งตอบโจทย์ท้าทายของโลกคือการพัฒนาที่ยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง หนึ่งในเครื่องมือการพัฒนาอย่างยั่งยืนของทุกภาคส่วน ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ที่มุ่งให้เกิดการพัฒนาที่สมดุล จนนำไปสู่ความเจริญของประเทศ และก้าวไปอย่างมั่นคงด้วยการสร้างภูมิคุ้มกันให้คนมีความคิดและจิตสำนึกแห่งความพอเพียงความสมดุลทางธรรมชาติ และคุณภาพชีวิตที่ดี

แนวทางการพัฒนาศักยภาพเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร ให้สามารถเชื่อมโยงกับผู้ส่งออกข้าวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ในอนาคต

จากแนวทางการพัฒนาศักยภาพเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร ให้สามารถเชื่อมโยงกับผู้ส่งออกข้าวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ในอนาคต พบว่าทั้ง 3 กลุ่มมีจุดเชื่อมต่อที่สอดคล้องกัน คือ ประเด็นการสร้างเครือข่าย วางแผนระบบการตรวจสอบการผลิตให้มีคุณภาพตามมาตรฐานกำหนด รวมถึงการบริหารความเชื่อถือทั้งจากภายในภายใน และภายนอก สะท้อนถึงการเตรียมความพร้อมสู่ตลาดต่างประเทศ สอดคล้องกับ Cavusgil, Zou and Naidu (1993) เน้นประเด็นนี้ว่าเป็นความพร้อมของสินค้าหรือบริการสำหรับตลาดต่างประเทศโดย ส่วน Holm-Olsen (2008) กล่าวว่า การทราบข้อได้เปรียบเสียเปรียบทางผลิตภัณฑ์จะส่งผลให้รู้ถึงจุดที่ควรพัฒนาและปรับปรุงให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมาตรฐาน ให้เกิดความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น ซึ่งการมีหรือการเตรียมความรู้ในด้านปัจจัยเฉพาะที่ส่งผลต่อตัวผลิตภัณฑ์นั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยสร้างโอกาสของการประสบความสำเร็จในการส่งออก และยังสอดคล้องกับเดียวกับ เศรษฐภูมิ เกษาริ (2561) และ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2550) ในการกำหนดยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายและการเชื่อมโยงธุรกิจ และพัฒนาศักยภาพการผลิตและการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อสร้างคุณค่าและยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการ ในภูมิภาคและท้องถิ่นให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ

กลยุทธ์การส่งเสริมการส่งออกข้าวกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1

จากข้อค้นพบ การส่งออกข้าวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 สามารถทำได้ทั้งสองตลาด แต่ตลาดที่เหมาะสมสามารถทำได้ดีกว่าคือ ตลาด Niche Market เนื่องจากทางภาคเหนือตอนบน 1 มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ถือครองที่ยากต่อการดำเนินการรวมกันเป็นนาแปลงใหญ่ ที่มีขนาดมากกว่า 1,000 ไร่ ดังนั้นการสนับสนุนการส่งออกข้าวจึงควรเริ่มต้นจากการหาตลาดปลายทางที่ชัดเจน และพัฒนาผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจการส่งออกข้าว พร้อมลงทุน และสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการทำงานในตลาดดิจิทัลได้ ภายใต้การสนับสนุนของคณะกรรมการดำเนินงานภาครัฐ ภาคการศึกษาและภาคเอกชน จึงใช้ชื่อว่า Right Team Rice Team ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น/สำนักงานเกษตรจังหวัด/ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวจังหวัด/ศูนย์วิจัยเมล็ดพันธุ์ข้าว/สำนักงานเกษตรและสหกรณ์การเกษตร/สำนักงานพาณิชย์จังหวัด/สมาคมส่งออกข้าวไทย เพื่อบูรณาการการทำงานระดับหน่วยงาน ดังนั้นการจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการสนับสนุนจึงวิเคราะห์ตามผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดโซ่อุปทานต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ สอดคล้องกับ อัญชลี หิรัญแพทย์ (2562) และ กนกพร ภาคิฉาย และ เขตต์ เลิศวิวัฒนพงษ์ (2561) พบว่าการจัดการ Supply Chain ที่ทำให้กิจการเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้ ประกอบด้วยหลักการบริหารจัดการ การวางแผน การจัดการ Supply Chain ตั้งแต่ต้นน้ำ ถึงปลายน้ำ การสร้างเครือข่าย และการรับรู้คุณประโยชน์ของข้าว และสอดคล้องกับสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน) หรือ สคพ (2562) ที่ระบุว่า การค้าภาคบริการผ่านระบบดิจิทัล และการดำเนินการจัดทำแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการส่งเสริมการส่งออกข้าว ควรเข้ามามีส่วนร่วมในการกำกับดูแลติดตามผลและส่งเสริมการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ดังกล่าว เพื่อให้การดำเนินงานตามแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

จากข้อค้นพบตลาดผู้ส่งออกข้าวสารจ้าวและข้าวหนึ่ง เป็นลักษณะ Mass Market ซึ่งต้นทุนของไทยสูงกว่าคู่แข่ง ดังนั้น

1. ควรเพิ่มความชัดเจนในการสร้างความสามารถในการแข่งขันและยกระดับคุณภาพของสินค้าข้าวในภาคการผลิต และควรเพิ่มความสำคัญของหลักการการตลาดข้าวเพื่อส่งออกแบบเจาะจงเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) เนื่องจากเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากกว่า เช่น ข้าวเพื่อสุขภาพที่มีกลไกรับรองคุณค่า มีช่องทางในการกระจายสินค้าแบบตลาดดิจิทัลปลายทางคือได้รับคุณค่าจากการบริโภค อาหารที่ได้คุณภาพเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความปลอดภัยเข้าถึงได้ ซึ่งตอบโจทย์ท้าทายของโลกคือการพัฒนาที่ยั่งยืน

2. การทำการตลาดผ่านกลุ่ม Niche Market สามารถสร้างพลังได้ เมื่อรวมกลุ่ม Niche Market สามารถกลายเป็นชุมชนของกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันได้ขึ้นมา และเกิดเป็น Sub Culture ที่มีแบรนด์หรือองค์กรที่ทำการตลาดให้ในกลุ่มนี้เป็นผู้สนับสนุน จากข้อค้นพบตลาด Niche Market ที่น่าสนใจคือ สหรัฐอเมริกา โดยเน้นไปที่ “ข้าวหอมนิล” ในขณะที่ประเทศออสเตรเลีย อังกฤษ ให้ความสำคัญกับข้าวสีชนิดอื่นด้วย เช่น ข้าวไรซ์เบอร์รี่ เป็นต้น

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ผู้ที่สนใจอาจนำแนวคิดที่ได้จากการวิจัย ไปทดสอบยังสนามอื่น อาทิ กลุ่มจังหวัดอื่น ๆ ที่สนใจ
2. งานวิจัยดังกล่าวมุ่งเน้นศึกษาไปยัง กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร ให้สามารถเชื่อมโยงกับผู้ส่งออกข้าว ซึ่งเป็นฝ่ายผลิตด้วยการทำวิจัยเชิงคุณภาพ หากมีการศึกษาต่อยอดไปยังฝั่งลูกค้า ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ หรือ ผสานวิธี ก็น่าจะได้ผลลัพธ์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ ได้รับทุนอุดหนุนจากสำนักงานพาณิชย์ จังหวัดลำปาง และมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงพาณิชย์.(2564).ยุทธศาสตร์ข้าวไทย ปี 2563-2567 จาก ที่ประชุมคณะรัฐมนตรี พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา (นายกรัฐมนตรี) [ออนไลน์].ค้นเมื่อ 19 มกราคม 2566 จาก <https://www.ryt9.com/s/cabt/3192642>.
- กนกพร ภาควิชา และ เขตต์ เลิศวิวัฒน์พงษ์.(2561). แนวทางการพัฒนาธุรกิจข้าวอินทรีย์เพื่อรองรับการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของโครงการ “ผูกปิ่นโตข้าว”. AEC RMUTSB Acad. J. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์),3(1) .42-54.
- สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน) . (2562). "ศคพ." เผยแนวโน้มการค้าภาคบริการไทย และภาคธุรกิจวางกลยุทธ์สร้างมูลค่า. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 22 กันยายน 2564.จาก https://www.isranews.org/isranews-pr-news/73447-news_73447.html.
- สมพร อิศวิลานนท์. (2560). สถานการณ์ข้าวไทยในตลาดส่งออก. บรรยายพิเศษในงานสัมมนาวิชาการกรมการค้า ประจำปี 2560 วันที่ 16 มีนาคม 2560 เวลา 14.30-15.30 น. ณ โรงแรมรามารการ์เด็นส์ กรุงเทพฯ
- สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย. (2565). รายงานตลาดข้าว :ข้าวสรุปปี 2565 . [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2565. จาก http://www.thaiiceexporters.or.th/Rice_reports.htm.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.(2550). แนวทางการเพิ่มศักยภาพการส่งออกของเอสเอ็มอี. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 28 มิถุนายน 2563. จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/chapter-9-20171024123942.
- เศรษฐภูมิ เกาชาวี. (2561). การวัดประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทานข้าวโดยหลายวัตถุประสงค์ในภาคกลางของประเทศไทย. วารสารวิศวกรรม UBU,11 (2). 25-40.
- อัญชลี หิรัญแพทย์.(2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการห่วงโซ่อุปทานของวิสาหกิจชุมชนข้าวไรซ์เบอร์รี่ในจังหวัดนครปฐม.วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน, 5 (1). 71-81.
- Cavusgil, T.S, Zou, S., and Naidu, G. M. (1993), Product and Promotion Adaptation in Export Ventures: An Empirical Investigation. *Journal of International Business Studies*, 24 (3). 479–506.
- Digital Tips .(2022).เจาะลึก Niche Market (ตลาดเฉพาะกลุ่ม) พร้อมแนะนำกลยุทธ์ที่เหมาะสม . [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2565. <https://thedigitaltips.com/blog/marketing/niche-market/>.
- Holm-Olsen, K., Fenhann, J., (2008). Sustainable development benefits of Clean Development Mechanism projects. A new methodology for sustainability assessment based on text analysis of the project design documents submitted for validation. *Energy Policy*, 36, 2819-2830.
- Holm-Olsen, F. (Ed.). (2009). *Best Practices in Determining Export Readiness*. Washington, D.C.: United State Agency International Development.
- Nagurney, A. (2006). *Supply Chain Network Economics: Dynamics of Prices, Flows, and Profits*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.

การปรับเปลี่ยนจากรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์สู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล : กรณีศึกษา กรมสรรพากร
กรมการขนส่งทางบก และกรมทางหลวงชนบท

Transition from e-government to digital government: A case study of the
Revenue Department, Department of Land Transportation
and Department of Rural Roads

สุภารัตน์ แก้ววิสูตร^{1*} และ จักรกฤษณ์ นรนิติผดุงการ²
(Suparat Keawwisut¹ and Chakrit Noranitpadungkarn²)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาการปรับเปลี่ยนระบบการบริหารราชการไทยจากรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์สู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลในด้านการส่งมอบบริการสาธารณะ 2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ส่งต่อการส่งมอบบริการสาธารณะ 3. เพื่อเปรียบเทียบผลของการปรับเปลี่ยนจากรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์สู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลที่ส่งผลการส่งมอบบริการสาธารณะ 4. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการให้บริการของภาครัฐที่ส่งผลการส่งมอบบริการสาธารณะ

โดยผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกจาก 3 หน่วยงานได้แก่ กรมสรรพากร กรมการขนส่งทางบก และกรมทางหลวงชนบท

ผลการศึกษาพบว่า

1) การปรับเปลี่ยนจากรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์สู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลที่ส่งผลการส่งมอบบริการสาธารณะ พบว่า จากเดิมการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐจะมีวิธีการให้ผู้รับบริการกรอกแบบฟอร์มเพื่อขอรับบริการและจะต้องเดินทางไปยื่นกับหน่วยงานภาครัฐด้วยตนเอง รูปแบบใหม่ผู้รับบริการสามารถดำเนินการต่างๆผ่านช่องทางไลน์ ทำให้การขอรับบริการมีความสะดวก ความรวดเร็ว ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายมากยิ่งขึ้น

2) การปรับเปลี่ยนจากรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์สู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลมีปัญหาและอุปสรรค คือ (1) ปัญหาด้านความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและด้านงบประมาณ (2) ปัญหาการสร้างความเข้าใจและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของผู้ปฏิบัติงานและประชาชนผู้รับบริการ (3) ปัญหาด้านการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลร่วมกันกับหน่วยงานภาคส่วนอื่นๆ (4) ปัญหาข้อจำกัดทางกฎหมายที่ไม่เอื้อต่อการพัฒนา และ (5) ปัญหาขาดบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและบุคลากรด้านการบริการ

¹ นักศึกษาปริญญาเอก โครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ,10240

Ph. D. candidate in Public Administration, Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University,10240

² ศาสตราจารย์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ,10240

Professor, Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University ,10240

Corresponding author: e-mail spr_kws@hotmail.com

3) ผลการเปรียบเทียบการปรับเปลี่ยนจากรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์สู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล ที่ส่งผลการส่งมอบบริการสาธารณะระหว่างสามหน่วยงาน พบว่า สอดคล้องกัน และเป็นไปในทิศทางเดียวกันโดยการปรับเปลี่ยน เป็นไปในลักษณะของการปรับปรุงการให้บริการและนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการส่งมอบบริการสาธารณะแก่ภาคประชาชน ภาคเอกชน และอื่นๆ และมีการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ

4) แนวทางพัฒนาการคือ การพัฒนาบุคลากร โดยเน้นการให้ความรู้แก่บุคลากร เนื่องจากปัญหาที่พบสอดคล้องกันกรณีศึกษาทั้งสามกรณี คือ บุคลากรส่วนใหญ่ขาดทักษะการปฏิบัติงานในลักษณะงานบริการ แต่ยังมีขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ขาดการบริหารจัดการความรู้ยังไม่สามารถนำมาพัฒนาเป็นนวัตกรรมที่ใช้ร่วมกันขององค์กรได้

คำสำคัญ: การปรับเปลี่ยน รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ รัฐบาลดิจิทัล บริการสาธารณะ

ABSTRACT

This research aims to 1. study the transition of the Thai public administration system from e-government to digital government in terms of public service delivery, 2. study problems and obstacles in the delivery of public services. 3. compare the effects of the transition from e-government to digital government that affects the delivery of public services; 4. study the development of government services that affect the delivery of public administration.

The research methodology used a qualitative case study approach, with in-depth interviews from 3 agencies: The Revenue Department, The Department of Land Transport and The Department of Rural Roads

The research findings were as the following:

1) the transition from e-government to a digital government has resulted in the delivery of public services becoming more convenient, efficient, and time-saving. The previous approach required individuals to fill out forms and physically visit government agencies to request services. With the new digital format, service recipients can now carry out various transactions through platforms such as Line, leading to increased convenience, speed, time efficiency, and cost-effectiveness in service requests.

2) The transition from e-government to digital government has problems and obstacles as follows: (1) Problems in information technology readiness and budget (2) The problem of creating understanding and coping with changes among operators and service users (3) Problems in integrating and linking information with other sectors (4) Legal limitations that are not conducive to development; and (5) Lack of personnel with expertise in information technology system development and service personnel.

3) The comparison of the transition from e-government to a digital government, regarding the impact on the delivery of public services by three government agencies, reveals that they are aligned and moving in the same direction. The transition is characterized by

service improvement and the integration of technology in the provision of public services to the general public, private sector, and others. There is also a consolidation of data connectivity among government agencies.

4) Development guidelines focus on enhancing the skills and knowledge of personnel through training and knowledge-sharing initiatives. This approach is essential to address the common issue identified in all three case studies, where the majority of the workforce lacks job-specific skills in service-oriented tasks and there is a shortage of specialized experts. Additionally, the management of knowledge within the organization needs improvement to facilitate collaborative innovation.

Keywords: Transition, E-government, Digital government, public service

Article history:

Received 9 May 2023

Revised 11 June 2023

Accepted 12 June 2023

SIMILARITY INDEX = 2.32 %

1. บทนำ

ประเทศไทยมีความพยายามต้องการปรับเปลี่ยนการให้บริการของภาครัฐให้เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อต้องการปรับปรุงประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบริหารงานและการให้บริการสาธารณะ โดยการกำหนดทิศทางการพัฒนาการบริหารประเทศซึ่งรวมถึงเรื่องการส่งมอบบริการสาธารณะแนวใหม่ โดยเห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 เริ่มมีการนำเนื้อหากรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (IT2000) เข้ามาไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเพื่อเป็นกรอบกำหนดทิศทาง

อย่างไรก็ตาม การนำเอาโครงการรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร มักพบปัญหา โครงการรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์หลายโครงการ คำนึงถึงเฉพาะเรื่องเครื่องจักร วิศวกรรม เหตุผลและความเป็นวัตถุวิสัย (objectivity) แต่ในความเป็นจริงแล้ว โครงการเหล่านี้ยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยที่เป็นเรื่องความละเอียดอ่อนด้วย เช่น คน การเมือง อารมณ์ และวัฒนธรรม ช่องว่างระหว่างภาครัฐ และเอกชน (Private- Public Gap) (Heeks, 2003 อ้างถึงใน ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, 2559) รวมไปถึงการส่งมอบบริการสาธารณะที่มีความล่าช้า ไม่ต้องสนองต่อความต้องการของภาคประชาชน

ผลการจัดอันดับรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ในปี ค.ศ. 2008 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 64 ของโลก จากจำนวน 184 ประเทศ ในปี ค.ศ. 2010 จัดอยู่ในอันดับที่ 76 ซึ่งจะเห็นได้ว่าอันดับลดลงมาจากเดิม ในบทความระบุสาเหตุที่สำคัญในการพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย คือการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่ไม่ทั่วถึง และการขาดมีส่วนร่วมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนที่เป็นสาเหตุหลักของการถดถอยในการพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ สภาพการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นเรื่องที่ทำลายรัฐบาลในการหาแนวทางพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์เพื่อยกระดับให้ทัดเทียมกับประเทศอื่นๆ ในระดับโลก (ธีระ กุลสวัสดิ์, 2555)

จากสภาพปัญหาต่าง ๆ และการปรับเปลี่ยนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและพัฒนาของภาครัฐไทยที่นำเสนอมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการปรับเปลี่ยนจากรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์สู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล โดยผู้วิจัยสนใจศึกษาด้านการบริการภาครัฐ โดยผู้วิจัยได้เลือกหน่วยวิเคราะห์ ประกอบไปด้วย 3 หน่วยงาน คือกรมสรรพากร กรมการขนส่งทางบก และกรมทางหลวงชนบท ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ให้บริการภาครัฐ และยังเป็นหน่วยงานศูนย์กลางของข้อมูลให้กับหน่วยงานภาคส่วนอื่น ๆ ทั้งนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาการปรับเปลี่ยนจากรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์สู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลที่ส่งผลการส่งมอบบริการสาธารณะ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่ส่งต่อการส่งมอบบริการสาธารณะ และผลการปรับเปลี่ยนจากรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์สู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลส่งผลอย่างไรต่อการส่งมอบบริการสาธารณะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการปรับเปลี่ยนระบบการบริหารราชการไทยจากรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์สู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลในด้านการส่งมอบบริการสาธารณะ
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ส่งต่อการส่งมอบบริการสาธารณะ
3. เพื่อเปรียบเทียบผลของการปรับเปลี่ยนจากรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์สู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลที่ส่งผลการส่งมอบบริการสาธารณะ
4. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการให้บริการของภาครัฐที่ส่งผลต่อการส่งมอบบริการสาธารณะ

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (E- government)

รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์จะทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนกระบวนการและวิธีการทำงานของหน่วยงานภาครัฐและรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ก็จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐเช่นเดียวกันโดยสามารถแบ่งกลุ่มการให้บริการแก่ผู้รับบริการ ออกเป็น 4 ประเภท (ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, 2559) ดังนี้

1) การให้บริการจากรัฐสู่ประชาชน (Government to Citizen: G2C) เป็นการให้บริการพื้นฐานจากรัฐหรือหน่วยงานของรัฐไปสู่ประชาชนโดยตรงประชาชนสามารถทำธุรกรรมโดยผ่านเครือข่ายสารสนเทศของภาครัฐได้

2) การให้บริการจากรัฐสู่ภาคเอกชน (Government to Business: G2B) เป็นการให้บริการพื้นฐานจากรัฐหรือหน่วยงานของรัฐไปสู่ภาคเอกชนโดยภาครัฐจะต้องให้การบริการที่รวดเร็ว โปร่งใสเป็นธรรมและตรวจสอบได้รวมถึงมีความถูกต้องของข้อมูล

3) การให้บริการภาครัฐสู่ภาครัฐ (Government to Government: G2G) เป็นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการทำงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐหรือภายในหน่วยงานของรัฐโดยเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานใหม่ การใช้ระบบสารสนเทศของภาครัฐร่วมกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพมีความรวดเร็วและความสามารถในการ เชื่อมโยงข้อมูลภาครัฐรวมทั้งสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันทำให้เกิดการทำงานร่วมกัน

4) การให้บริการจากรัฐสู่ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐ (Government to Employee: G2E) การสร้างรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์จะทำให้เกิดการบริการแก่ประชาชนและเจ้าหน้าที่ของรัฐเพราะรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์จะเป็นเครื่องมือที่จำเป็นเพื่อช่วยให้การปฏิบัติงาน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับรัฐบาลดิจิทัล (Digital government)

รัฐบาลดิจิทัล หมายถึง การออกแบบและปรับเปลี่ยนรูปแบบบริการของรัฐ โดยอาศัยข้อมูลดิจิทัลเพื่อสร้างบริการของรัฐในรูปแบบใหม่ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งมีลักษณะ 3 ประการ 1) Reintegration การบูรณาการการทำงานของหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดการกำกับควบคุมการบริหารภาครัฐให้มีประสิทธิภาพ 2) Needs-based holism การปรับปรุงองค์กรภาครัฐเพื่อให้เกิดการให้บริการสาธารณะที่และให้ความสำคัญกับพลเมืองเป็นศูนย์กลาง 3) Digitalization การใช้ศักยภาพอย่างเต็มที่ในการนำระบบบริหารสารสนเทศมาใช้ รวมถึงการให้ความสำคัญต่อการสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตซึ่งจะเข้ามาแทนที่วิธีการทำงานแบบเดิม (Digital Economy Thailand, ม.ป.ป. อ้างถึงใน สำนักวิชาการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2559) กล่าวโดยสรุป รัฐบาลดิจิทัลเป็นการนำระบบดิจิทัลมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการยกระดับการทำงานภาครัฐให้เกิดความทันสมัย เพื่อสร้างบริการที่มีคุณค่าสู่ประชาชน (Recommendation of the Council on Digital Government Strategies, OECD, 2557, อ้างถึงใน สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล, 2558)

2.3 การปรับเปลี่ยนจากรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์สู่รัฐบาลดิจิทัล

การปรับเปลี่ยนจากรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์สู่รัฐบาลดิจิทัล เป็นการพัฒนาระบบการบริหารราชการในประเทศให้ทันสมัยใหม่ โดยในรัฐบาลดิจิทัลมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อจัดการและปรับปรุงการบริหารราชการให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้การส่งมอบบริการสาธารณะมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น

Kosorukov (2017) กล่าวว่า การบริหารภาครัฐในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมาได้มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนปรับปรุง และปฏิรูปการบริหารภาครัฐแบบดั้งเดิม (Old Public Administration) มาสู่แนวคิดทางเลือกสาธารณะ (Public Choice Approach) การจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management) การปรับเปลี่ยนภาครัฐแนวใหม่ (Reinventing Government) และแนวคิดการบริการสาธารณะแนวใหม่ (New Public Service) ที่เน้นบทบาทของการบริหารภาครัฐภายใต้ระบบการบริหารที่ให้ความสำคัญกับการส่งมอบบริการสาธารณะ ที่รัฐบาลไม่ได้ทำหน้าที่ในการปกครองเพียงอย่างเดียวแต่ยังต้องทำหน้าที่ให้การสนับสนุนช่วยเหลือแก่ประชาชนผู้รับบริการ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบพหุกรณี (multiple case study) โดยมีองค์การภาครัฐ 3 หน่วยงาน ได้แก่ กรมสรรพากร สังกัดกระทรวงการคลัง, กรมการขนส่งทางบก และกรมทางหลวงชนบท สังกัดกระทรวงคมนาคมซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีจำนวนทั้งสิ้น 25 คน ได้แก่

- 1) ผู้บริหารระดับสูงที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 6 คน
- 2) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้ระบบการให้บริการภาครัฐ จำนวน 9 คน
- 3) ฝ่ายการทะเบียนและเทคโนโลยีสารสนเทศ หน่วยงานละ 2 คน รวม 6 คน และ
- 4) ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบข้อมูล จำนวน 4 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง ซึ่งมีคำถามครอบคลุมประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนจากรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์สู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล นอกจากนี้ ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) และด้านระเบียบวิธีวิจัย (methodological triangulation) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้แนวทางเชิงตรรกะ โดยตรวจสอบการเกิดซ้ำของข้อมูลแล้วจึงทำการสรุปแบบอุปนัยตามประเด็นที่ค้นพบจากข้อมูล และการเขียนกรณีศึกษาแยกเป็น 2 กรณีศึกษา และมีการสังเคราะห์ข้ามกรณีศึกษา (cross-case synthesis) เพื่อสรุปให้เป็นกรณีทั่วไปเชิงวิเคราะห์ (analytical generalization) ตามแนวทางการสังเคราะห์ข้ามกรณีศึกษา

4. ผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้งสามกรณี คือ การดำเนินการที่มีลักษณะสอดคล้องและไปในทิศทางเดียวกันแต่มีความแตกต่างกันในบางประเด็น รายละเอียดแต่ละประเด็นมีดังนี้

1. ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งมอบบริการสาธารณะ

มีปัญหาและอุปสรรค คือ ปัญหาด้านความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและด้านงบประมาณ ปัญหาการสร้างความเข้าใจและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของผู้ปฏิบัติงานและประชาชนผู้รับบริการ ปัญหาด้านการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลร่วมกันกับหน่วยงานภาคส่วนอื่นๆ ปัญหาข้อจำกัดทางกฎหมายที่ไม่เอื้อต่อการพัฒนา และปัญหาขาดบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและบุคลากร

2. เปรียบเทียบผลของการปรับเปลี่ยนจากรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์สู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล ที่ส่งผลต่อการส่งมอบบริการสาธารณะ

พบว่า สอดคล้องกัน และเป็นไปในทิศทางเดียวกันโดยการปรับเปลี่ยนของทั้งสามหน่วย เป็นไปในลักษณะของการปรับปรุงการให้บริการและนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการส่งมอบบริการสาธารณะแก่ภาคประชาชน ภาคเอกชน และอื่นๆ และมีการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ

แตกต่างกันที่ กรมสรรพากรให้ความสำคัญกับการกำหนดนโยบาย กำหนดกลยุทธ์ที่มีความชัดเจน ในขณะที่เดียวกัน กรมขนส่งทางบกให้ความสำคัญกับการปรับปรุงพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งที่มีคล้ายกันของหน่วยงานทั้งสองคือ การให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพในด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการให้บริการภาคประชาชน และกรมทางหลวงชนบท แม้ไม่ได้มีหน้าที่ให้บริการประชาชนโดยตรงเหมือนกับ กรมสรรพากรและกรมการขนส่งทางบก หากแต่มีการเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินการ และผู้บริหารให้ความสำคัญกับการนำนโยบายด้านดิจิทัลเข้ามาใช้ในการบริหารงาน ซึ่งเห็นได้จากจากพัฒนาระบบดิจิทัล ให้สามารถเข้าถึงและใช้งานง่าย มีความรวดเร็ว เชื่อมโยงกับข้อมูล บนโครงข่ายออนไลน์

ปัญหาในการปรับเปลี่ยนไปสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลของทั้งหน่วยงานส่วนใหญ่เป็นปัญหาที่มีความสอดคล้องกัน คือ พบว่า มีปัญหาด้านความพร้อมเทคโนโลยีสารสนเทศและงบประมาณ การเข้าใจและรับมือกับการเปลี่ยนแปลง ปัญหาด้านการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ ข้อจำกัดทางกฎหมายที่ไม่เอื้อต่อการพัฒนา ขาดบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและบุคลากรด้านการบริการ

3. ผลการเปรียบเทียบการปรับเปลี่ยนจากรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์สู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล ที่ส่งผลการส่งมอบบริการสาธารณะระหว่างสามหน่วยงาน พบว่า สอดคล้องกัน และเป็นไปในทิศทางเดียวกันโดยการปรับเปลี่ยน เป็นไปในลักษณะของการปรับปรุงการให้บริการและนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการส่งมอบบริการสาธารณะแก่ภาคประชาชน ภาคเอกชน และอื่นๆ และมีการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ

4. แนวทางพัฒนาการให้บริการของภาครัฐที่ส่งผลการส่งมอบบริการสาธารณะ

แนวทางพัฒนาการคือ การพัฒนาบุคลากร โดยเน้นการให้ความรู้แก่บุคลากร เนื่องจากปัญหาที่พบ สอดคล้องกันกรณีศึกษาทั้งสามกรณี คือ บุคลากรส่วนใหญ่ขาดทักษะการปฏิบัติงานในลักษณะงานบริการ แต่ยังคงขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ขาดการบริหารจัดการความรู้ยังไม่สามารถนำมาพัฒนาเป็นนวัตกรรมที่ใช้ร่วมกันขององค์กรได้

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

รัฐบาลพยายามปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการภาครัฐอย่างต่อเนื่อง โดยการปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการสาธารณะให้เกิดความสะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาให้เพื่ออำนวยความสะดวกให้การประกอบธุรกิจง่ายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Kosorukov (2017) ที่กล่าวว่า การบริหารภาครัฐในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมาได้มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนปรับปรุง และปฏิรูปการบริหารภาครัฐ ที่เน้นบทบาทของการบริหารภาครัฐภายใต้ระบบการบริหารที่ให้ความสำคัญกับการส่งมอบบริการสาธารณะ การปรับเปลี่ยนต้องมีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนเพื่อไปสู่รัฐบาลดิจิทัล การพัฒนาปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การพัฒนาความพร้อมของบุคลากร การทำความเข้าใจกับประชาชนและการบูรณาการเชื่อมโยง

มูลระหว่างหน่วยงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Dunleavy, Evans and McGregor (2015) ที่เห็นว่ารัฐบาลในยุคดิจิทัลต้องมีลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ คือ Reintegration การบูรณาการการทำงานของหน่วยงานภาครัฐต่างๆ เข้าด้วยกัน Needs-based holism การปรับปรุงองค์การภาครัฐเพื่อให้เกิดการให้บริการสาธารณะและมีพลเมืองเป็นศูนย์กลาง Digitalization การใช้ศักยภาพอย่างเต็มที่ในการนำระบบบริหารสารสนเทศมาใช้

ดังนั้นการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล การส่งมอบบริการสาธารณะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล หน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญกับหลายๆ ด้าน เช่น การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การปรับปรุงแผนงานเพื่อให้เหมาะสม การสร้างนโยบายและแผนพัฒนาที่ชัดเจน การจัดทำงบประมาณที่สอดคล้องกับแผนงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chung, Choong-Sik, and Kim, Sung-Bou (2019) ได้ศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบนโยบายรัฐบาลดิจิทัลระหว่างประเทศเกาหลีและประเทศสหรัฐอเมริกา ผลการวิจัยพบว่า การกำหนดเป็นกฎหมายมีผลต่อการสนับสนุนการพัฒนาระบบการรัฐบาลดิจิทัล

การปรับเปลี่ยนไปสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล การพัฒนาความพร้อมของบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นสิ่งที่ภาครัฐควรดำเนินการ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Khan, Khan and Zhang (2010) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาระบบรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศกำลังพัฒนา: กรณีศึกษาประเทศปากีสถาน ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาหลักที่เกิดขึ้นในการนำเทคโนโลยีรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์มาใช้งานในประเทศปากีสถาน ได้แก่ การขาดพื้นฐานการสร้างสรรค์โครงสร้างพื้นฐาน ประชาชนขาดความรู้ด้านดิจิทัล เจ้าหน้าที่ขาดความรู้ด้านให้บริการด้านดิจิทัล

จากการพัฒนาที่รวดเร็วของเทคโนโลยี ได้สร้างแรงกระตุ้นขนาดใหญ่ให้กับองค์การภาครัฐที่ต้องการพัฒนาระบบการส่งมอบบริการให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล แต่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีบางประเภทอาจจะไม่เหมาะกับบริบทประเทศ มีระบบการให้บริการประชาชนออนไลน์จำนวนมาก แต่ขาดการบูรณาการเชื่อมโยงกันของภาคส่วนอื่นๆ ซึ่งเป็นผลมาจากการขับเคลื่อนไปสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลไปไม่พร้อมกันการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ เช่น ปัญหาด้านความปลอดภัย การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ อาจจะเปิดโอกาสให้เกิดการเข้าถึงข้อมูลที่ไม่เหมาะสม ซึ่งอาจจะเป็นอันตรายต่อข้อมูลส่วนบุคคล ระบบที่ไม่สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้อย่างราบรื่น สาเหตุส่วนใหญ่เกิดจากข้อจำกัดทางเทคโนโลยีและความต้องการของแต่ละหน่วยงานที่ไม่เหมือนกัน อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐบางหน่วยงานไม่มีความพร้อมไปสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล แนวทางการแก้ไข คือภาครัฐต้องผลักดันทุกหน่วยงานให้มีการขับเคลื่อนไปสู่องค์การดิจิทัลไปพร้อมๆกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Mila Gasco-Hernandez (2020) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทของเทคโนโลยี : ความเป็นผู้นำ การกำกับดูแล และความสามารถในการทำงานร่วมกันในการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน ผลการศึกษาว่า การบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐต้องได้รับแรงสนับสนุนของผู้นำหน่วยงานต่างๆ ในการพัฒนาแพลตฟอร์ม ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และการสนับสนุนอย่างเหมาะสม รวมถึงสามารถสื่อสารและประสานงานระหว่างผู้เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี กลไกการบริหารงานมีบทบาทสำคัญในการทำให้การทำงานร่วมกันเป็นประสิทธิภาพ หลายครั้งการทำงานร่วมกันของหน่วยงานต่างๆจะต้องใช้กลไกการบริหารงานเพื่อให้มีความสำเร็จการใช้เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาแพลตฟอร์มของรัฐบาล การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมสามารถช่วยให้งานที่เกี่ยวข้องเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ภาครัฐไทยต้องสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ให้แก่ทรัพยากรบุคคล
2. ส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักและมีความเชื่อมั่นต่อการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของรัฐ
3. ต้องมีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
4. การพัฒนาบริการต้องคำนึงถึงความต้องการของประชาชนเป็นหลัก

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลการใช้บริการรัฐบาลดิจิทัลของประชาชน เพื่อทำความเข้าใจถึงความต้องการและความสะดวกสบายของผู้ใช้บริการ และจะช่วยในการปรับปรุงและพัฒนาระบบการให้บริการให้ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้ดียิ่งขึ้น
2. ศึกษาและวิเคราะห์ความพร้อมของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เป็นพื้นฐานของรัฐบาลดิจิทัล ซึ่งรวมถึงความพร้อมของการติดตั้ง การดูแลรักษา และการประสานงานระหว่างระบบที่เกี่ยวข้อง
3. ศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของประชาชน โดยการวิเคราะห์และสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของประชาชนในการใช้บริการรัฐบาลดิจิทัลในการส่งมอบบริการสาธารณะ

เอกสารอ้างอิง

- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2559). **รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ = E-Government**. คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธีระ กุลสวัสดิ์. (2555). แผนพัฒนาดิจิทัลของกรมการขนส่งทางบก. **วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย**, 4(1), 159-195.
- สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล. (2558). รายงานผลการสำรวจเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐ ปี พ.ศ.2558. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2565, จาก https://www.dga.or.th/wp-content/uploads/2015/10/file_508edcd748da3eb726067c54881614b8.pdf
- สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล. (2559). **แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย ระยะ 3 ปี (พ.ศ.2559-2561)**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2565, จาก <https://tdga.dga.or.th/index.php/th/send/9-document/299-3-2559-2561.html>
- สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล. (2561). **เปลี่ยนผ่านภาครัฐสู่ยุคดิจิทัล**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2565, จาก https://www.dga.or.th/wp-content/uploads/2018/11/file_74d73af09053ed5071f9aa5c539ba74c.pdf
- สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2559). **ภาครัฐไทยกับการก้าวเข้าสู่รัฐบาลดิจิทัล**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2565, จาก <http://web.krisdika.go.th/data/outsidedata/ManagementSystem/pdf/digital01.pdf>
- Anne Mette Kjær, (1997). **Governance**. Buckingham: Open University Press.
- Chung, Choong-Sik, and Kim, Sung-Bou. (2019). A Comparative Study of Digital Government Policies, Focusing on E-Government Acts in Korea and the United States. **Electronics**, 8(11), 1362.
- Dunleavy, P., Evans, M., and McGregor, C. (2015). **Connected government: Towards digital era governance**. University of Canberra. Retrieved December 10, 2022 from <https://www.governanceinstitute.edu.au/magma/media/upload/ckeditor/files/IGPA%20Telstra%20Report%20on%20Digital%20Governance%20for%20module%204.pdf>
- Khan,F., Khan,S and Zhang,B. (2010). **E-Government Challenges in Developing Countries: A Case Study of Pakistan**. December 10, 2022, Retrieved from <file:///Users/suparatkhaewwisut/Downloads/E-GovernmentChallengesinDevelopingCountriesACaseStudyofPakistan.pdf>
- Kosorukov, A. A. (2017). Digital government model: Theory and practice of modern public administration. **Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues**. 20(3), 1-10.
- Mila Gasco-Hernandez. (2020). **Beyond Transparency, Participation, and Collaboration? A Reflection on the Dimensions of Open Governmental**. December 10, 2022, Retrieved from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15309576.2020.1734726>

**แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่น
เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในจังหวัดกาญจนบุรี**
**The Guideline of the Local Wisdom Herbal Tea Product Development
for Promote Creative Economy in Kanchanaburi Province**

รัชชิดา ดาวเรือง¹ และคณะ²
(Runchida Daoruang¹ et al.²)

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน สภาพการดำเนินการ สภาพปัญหา ความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ฯ โดยการเก็บข้อมูลจะแบ่งผู้ให้ข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ในจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้วิธีการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา อย่างน้อย 5 กลุ่มขึ้นไป จำนวน 10 คน และกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ที่เคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรในจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก 400 คน

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ พบว่า สภาพการดำเนินการ สภาพปัญหา ความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จะมุ่งเน้นการขายส่ง และพ่อค้าคนกลาง ชุมชนต่างประสบปัญหาในด้านเชื้อราจากการจัดเก็บและการขาดแคลนน้ำ ทำให้ปริมาณผลผลิตที่ได้ไม่คงที่ ทางกลุ่มฯ มีความต้องการที่จะถ่ายทอดและการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่รุ่นลูกหลาน จึงได้พยายามสร้างเป็นศูนย์การเรียนรู้ให้คนที่สนใจเข้ามาศึกษา และต้องการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ มีมาตรฐานเทียบเท่ากับสินค้าที่จัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า

ผลการวิจัยเชิงปริมาณจากผู้ที่เคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพร ในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ฯ พบว่า ความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์จะส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นซื้อผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน และปัจจัยด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อในด้านเหตุผลการเลือกซื้อ สถานที่จัดจำหน่ายและเหตุผลในการซื้อจากแหล่งจัดจำหน่ายนั้น ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นซื้อที่แตกต่างกัน ในส่วนของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดสามารถนำมาอธิบายถึงการตัดสินใจซื้อได้ร้อยละ 45.20 ส่วนอีกร้อยละ 54.80 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่น ๆ และทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความคิดเห็นซื้อมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Beta = 0.31) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา (Beta = 0.26) ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Beta = 0.18) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Beta = 0.10) ตามลำดับ ดังนั้น แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ฯ ควรมุ่งเน้นไปที่แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในด้านของบรรจุภัณฑ์ที่ดี ที่สามารถรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้ มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อรองรับความต้องการในช่วงหลากหลายกลุ่ม และมีการแสดงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

คำสำคัญ: ชาสมุนไพร ภูมิปัญญาท้องถิ่น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมผู้บริโภค

¹⁻⁴อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี 71000

¹⁻⁴ Lecturer in Business Administration Program Management Faculty of Management Kanchanaburi Rajabhat University 71000

คณะผู้วิจัย นัสทยา ชุ่มบุญชู มรกต โกมลดิษฐ์ และ มัทนียา พิทักษ์ชูโชค

Nuttaya Chombunchoo, Morakot Komoldit and Mattaneeya Pithakchuchok

* Corresponding author: runchida2602@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to study sought to investigate the basic information, operation, problem conditions, product development needs, and guidelines for the development of herbal tea products from local wisdom to promote the creative economy in Kanchanaburi. The data collection for this research will involve two groups of participants. The main data providers were community enterprises that produce herbal tea products based on local wisdom in Kanchanaburi province. The sampling method for this group will be a convenience sampling technique, with a minimum of five groups of 10 individuals. Another one is the sample groups consisting of individuals who have previously purchased herbal tea products in Kanchanaburi province. The sampling method for this group will be a convenience sampling technique, with a sample size of 400 people.

The qualitative research findings from the interviews with community enterprises that produce herbal tea products based on local wisdom in Kanchanaburi province, turmeric, ginger, lemongrass, pandan leaves, citronella, and butterfly pea are the main herbs grown. Their business is wholesale and middleman. Storage of fungal diseases and water constraints cause production fluctuations in the communities. Moreover, community groups want to pass down local knowledge. Thus, they have attempted to create a learning center for herbal medicine students. They also strive to match commercial shop product quality.

The quantitative research results from individuals who have previously purchased herbal tea products in Kanchanaburi province aimed to identify strategies for product development. It was found that the variations in demographic factors significantly influenced purchase decisions for different product options. Additionally, factors related to purchasing behavior, such as the reasons for selecting a particular product, the location of the point of sale, and the motivations behind purchasing from specific sources, also influenced diverse purchasing decisions. The change in purchasing decisions was 45.20%, with the remaining 54.80% impacted by other variables. When each side is considered, products have the most influence on the purchase decision (Beta = 0.31), followed by price (Beta = 0.26), place (Beta = 0.18), and promotion (Beta = 0.10). Therefore, the development of herbal tea products should focus on packaging that preserves product quality. The products should be diverse to cater to the needs of various consumer groups, and clear product information should be provided to instill confidence in consumers.

Keywords: Herbal tea, Local wisdom, Creative economy, Purchasing decisions, Consumer behavior

Article history:

Received 24 March 2023

Revised 11 June 2023

Accepted 12 June 2023

SIMILARITY INDEX = 3.83 %

1. บทนำ

ในปัจจุบันคนไทยทั่วประเทศต่างเผชิญกับสภาวะปัญหาการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่เข้ามามีผลกระทบต่อการดำรงชีวิต ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านการใช้ชีวิตและการอุปโภคบริโภค เพื่อให้สามารถปรับตัวและดำรงชีวิตอยู่ท่ามกลางสภาวะที่ไม่ปกตินี้ได้ นอกจากการรับวัคซีนเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันโรคแล้ว อาหารและเครื่องดื่มถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ผู้คนให้ความสนใจ เพราะถ้าหากรับประทาน อาหารและเครื่องดื่มที่มีประโยชน์ก็จะช่วยสร้างภูมิคุ้มกัน และไม่ก่อให้เกิดอาการร้ายแรงต่อโรคได้ ดังนั้น ในปัจจุบันแนวโน้มของอาหารและเครื่องดื่มในตลาดโลก ปี 2564 พบว่า ผู้บริโภค ให้ความสำคัญกับอาหาร เพื่อสุขภาพ (Food For Health) เนื่องจากการทำงานแบบ Work From Home ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการ เคลื่อนไหวน้อย น้ำหนักตัวเพิ่มขึ้นและสุขภาพแย่ลง จึงมักมองหาผลิตภัณฑ์ทางเลือก เช่น สารทดแทนความ หวาน หรือ แอลกอฮอล์ปราศจากไขมัน และเครื่องดื่มแบบ Functional Food ที่ช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันโรค อาทิ เครื่องดื่มผสมวิตามิน เครื่องดื่มสมุนไพรทางธรรมชาติ เป็นต้น (สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและ อุตสาหกรรม, 2564) นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรธรรมชาติ ก็ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น และเริ่มมีการ ใช้ในการรักษาทางเลือกทั่วโลก (WHO, 2018)

ความรู้ในด้านการใช้พืชสมุนไพรนั้น ถือเป็นความรู้เชิงวัฒนธรรม การทดลองปฏิบัติ การคัดเลือก และการถ่ายทอดโดยชุมชน และสืบทอดอย่างต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลายาวนาน ซึ่งเรียกอีกอย่างว่า “ภูมิปัญญา ท้องถิ่น” หรือภูมิปัญญาชาวบ้าน การใช้สมุนไพรในการรักษาโรค ก็ถือเป็นส่วนหนึ่งของการรักษาทาง การแพทย์พื้นบ้านของสังคมไทยที่เกิดขึ้นก่อนที่จะมีแพทย์แผนตะวันตกหรือแพทย์แผนปัจจุบันเข้ามาอย่าง แพร่หลาย (สมภพ ประธานธรรักษ์ และคณะ, 2548) จนกระทั่งปัจจุบัน ดังนั้น ภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงเป็นสิ่ง สำคัญที่มีคุณค่าและคู่ควรแก่การอนุรักษ์และถ่ายทอดส่งต่อไปกับชุมชนคนรุ่นหลังมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อ การจัดจำหน่ายและสร้างรายได้ แต่ในยุคของการแข่งขันทั้งทางการพัฒนาเทคโนโลยีและเศรษฐกิจในปัจจุบัน การที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการสามารถสร้างรายได้ที่ยั่งยืนได้นั้น จำเป็นจะต้องมีความแตกต่าง โดด เด่น และไม่ซ้ำใคร แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นแนวคิดใหม่ วิธีการใหม่ ที่จะช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือ บริการ ท่ามกลางการแข่งขันนี้ได้

กาญจนบุรีเป็นจังหวัดที่มีการเพาะปลูกพืชสมุนไพร เช่น ผาง กระเจี๊ยบแดง ใบม่อน กระชายดำ และ มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ทำการแปรรูปสมุนไพรเพื่อจัดจำหน่ายอยู่เป็นจำนวนมาก หากได้รับการส่งเสริม แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างถูกทิศทางจะยิ่งทำให้ผลิตภัณฑ์ของภูมิ ปัญญาท้องถิ่นนี้สามารถก้าวไกลไปสู่การที่จะเป็นผลิตภัณฑ์ทางภูมิปัญญาที่ทรงคุณค่าและ สร้างสรรค์ได้ ดังนั้น เพื่อที่จะเป็นการส่งเสริมและสืบทอด ภูมิปัญญาท้องถิ่นนี้ไม่ให้เสื่อมสลายไป และเพื่อการพัฒนาอย่าง ยั่งยืน ผู้วิจัย จึงมีความสนใจศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเป็นการ ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี อีกทั้งเป็นการส่งเสริมทักษะความรู้ ความสามารถในกลุ่ม อาชีพวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสามารถนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม และสามารถสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน อันเป็น รากฐานที่สำคัญสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐาน สภาพการค้า การสภาพปัญหา และความต้องการในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ในจังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ ในจังหวัดกาญจนบุรี

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลที่ได้มากำหนดกรอบแนวคิดในการดำเนินงานวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1. แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นการพิจารณาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค โดยพิจารณาจากความต้องการ การตัดสินใจ และการใช้บริการของผู้บริโภค (ศิริวรรณ และคณะ, 2546) ส่วนการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลข้างต้นมาทำการวิเคราะห์ในแต่ละประเด็นข้อคำถาม ซึ่งประกอบไปด้วย 6Ws 1H ได้แก่ Who What When Where Why Whom และ How ซึ่งคำตอบที่ได้ จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานด้านการตลาด และนำไปสู่การวางแผนเพื่อกำหนดกลยุทธ์ ให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด (Marketing mix theory หรือ 4P's)

ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's) คือ ปัจจัยทางการตลาดที่สามารถนำมาใช้ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยที่สำคัญดังต่อไปนี้ (Kotler, 1994)

1. ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง สิ่งที่ผู้ขายนำเสนอให้กับลูกค้าหรือตลาด เพื่อก่อให้เกิดการบริโภคหรืออุปโภค ก่อให้เกิดความพึงพอใจ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้
2. ราคา (price) หมายถึง รายจ่ายที่เกิดขึ้นจากฝั่งของลูกค้า ในการซื้อสินค้าและบริการ และหมายถึงรายรับของผู้ขายเนื่องมาจากการขายสินค้าและบริการ ทั้งนี้มูลค่าที่เกิดขึ้น อาจเปรียบเทียบมาจากคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ
3. ช่องทางจัดจำหน่าย (place or distribution) หมายถึง สถานที่ หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ จากผู้ผลิตไปยังตลาดหรือผู้บริโภค
4. การส่งเสริมทางการตลาด (promotion) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อให้เกิดการรับรู้อันนำไปสู่การยินยอมที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคนั่นเอง ซึ่งการส่งเสริมทางการตลาดนี้ สามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ เช่น การโฆษณา (advertising) การขายโดยใช้พนักงาน (personal selling) หรือการส่งเสริมการขาย (sales promotion) เป็นต้น

2.3 แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์

Briston and Nell (1972) ได้ให้ความหมายของบรรจุภัณฑ์ไว้ 2 ประการ คือ (1) การบรรจุภัณฑ์ คือ ศิลปะ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีของการเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่ง และการขาย และ (2) การบรรจุภัณฑ์ คือ วิธีการส่งมอบผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภค ให้อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์

สุดาตวง เรืองรุจิระ และปราณี พรรณวิเชียร (2529) กล่าวว่าไว้ว่า การบรรจุภัณฑ์ หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการทางการตลาดที่ เกี่ยวเนื่องกับการออกแบบสร้างสรรค์ภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์ เพิ่มต่อกันไป

นคเรศ ชัยแก้ว และคณะ (2556) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าในการจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ หรือผู้บริโภค ด้วยต้นทุนที่เหมาะสม จะ

เห็นได้ว่าบรรจุภัณฑ์มีบทบาทอย่างมากในสภาพสังคมปัจจุบัน นอกจากนี้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ยังมีความสัมพันธ์กับศิลปวัฒนธรรมของชาติอีกด้วย

สรุปได้ว่า บรรจุภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่ทำหน้าที่ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์เพื่อป้องกันความเสียหายต่างๆ ช่วยอำนวยความสะดวกในการขนส่งและการเก็บรักษา ช่วยกระตุ้นการซื้อตลอดจนแจ้งรายละเอียดของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่ง บรรจุภัณฑ์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ (1) Individual Package หรือบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยคือ บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอยู่กับ ผลิตภัณฑ์ชั้นแรกคือ เพิ่มคุณค่าในเชิงพาณิชย์ (To Increase Commercial Value) (2) Inner Package หรือบรรจุภัณฑ์ชั้นในคือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมาเป็นชั้นที่สอง มีหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเข้าไว้ด้วยกันหรือเป็นชุด ในการจำหน่ายรวมตั้งแต่ 2 - 24 ชิ้นขึ้นไป และ (3) Outer Package หรือบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด คือบรรจุภัณฑ์ที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่ที่ใช้ในการขนส่งซึ่งทำหน้าที่ ป้องกันผลิตภัณฑ์ในระหว่างการขนส่ง

ประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่กล่าวมาทั้ง 3 ลักษณะนี้ เป็นการแบ่งประเภทตามลักษณะ กรรมวิธีการบรรจุและวิธีการขนถ่ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งการจัดแบ่งและเรียกชื่อบรรจุภัณฑ์ในทรรศนะของ ผู้ออกแบบ ผู้ผลิตหรือนักการตลาด อาจแตกต่างกันออกไป แต่ถึงอย่างไรบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทก็ตั้งอยู่ภายใต้วัตถุประสงค์หลักใหญ่ (Objectives of Package) ที่คล้ายกันคือ (1) เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ (To Protect Products)(2) เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (To Distribute Products) (3) เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ (To Promote Products)

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กนกวรรณ เพ็ชรพลอย (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรสยามสปาของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย พบว่า ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรสยามสปาที่แตกต่างกัน

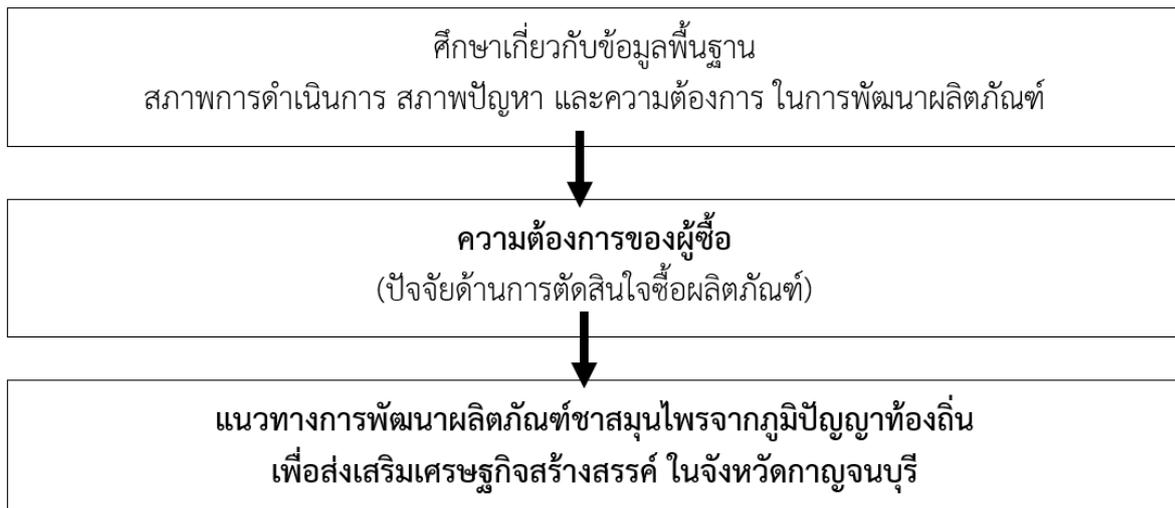
ชงโค ดรลาดพันธุ์ และวิษณุ สุमितสุวรรณ (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคผ่านสื่อเครือข่ายออนไลน์ ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย การเก็บรักษา ความเป็นส่วนตัว และการบริการส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าอย่างมีนัยสำคัญ

นัสทยา ชุ่มบุญชู (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารและสมุนไพร: กรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า เหตุผลหลักในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคคือ คุณภาพและรสชาติ จำนวนเงินที่สามารถจ่ายได้อยู่ระหว่าง 50 - 100 บาท บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ มาจากการบอกต่อจากบุคคลอื่น นิยมซื้อจากแหล่งผลิตหรือแหล่งจัดจำหน่ายโดยตรง และคุณภาพของสินค้า เป็นเหตุผลหลักในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ประทีนร์ ชันทอง และธนากร ธนาธารชูโชติ (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ รูปแบบการตลาดธุรกิจสินค้าออนไลน์ในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด การจัดจำหน่าย โลจิสติกส์ ราคา ผลิตภัณฑ์ การให้บริการ และกระบวนการดำเนินงาน ส่งผลต่อตัดสินใจซื้อสินค้าอยู่ในระดับมาก

รัฐชิตา ดาวเรือง และวัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ (2561) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อชาในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า เพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ในการตัดสินใจซื้อชาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ แต่ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และช่องทางในการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกัน

กรอบการดำเนินงานวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบการดำเนินงานวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากร ตัวอย่าง

ในการเก็บข้อมูลในการดำเนินการวิจัยนี้ จะแบ่งผู้ให้ข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่

1. กลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ในจังหวัดกาญจนบุรี จากจำนวนวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี ทั้งหมดจำนวน 1,071 ราย โดยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องที่มีลักษณะใกล้เคียงกับความต้องการ ได้จำนวน 63 ราย (วิสาหกิจชุมชน, 2565) โดยใช้วิธีการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) คือ การสุ่มเลือกโดยกำหนดคุณสมบัติบางประการของกลุ่มตัวอย่างมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือก และทำการสัมภาษณ์ อย่างน้อย 5 กลุ่มขึ้นไป จาก 63 กลุ่ม จำนวน 10 คน

2. ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพร ในจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้วิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สามารถทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบเพียงว่ามีจำนวนมาก (Cochran, 1997) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ($Z = 1.96$) โดยมีสัดส่วนของลักษณะประชากรที่สนใจเท่ากับ 0.5 ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 สามารถคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามที่เหมาะสมได้ จำนวนทั้งสิ้น 384 คน แต่เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดในการตอบกลับแบบสอบถามในอัตราที่ต่ำหรือขาดความสมดุลของข้อมูล จึงได้สำรองและปรับขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นอย่างน้อย จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sample)

นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 2 กลุ่มนี้ ที่มีความเหมาะสม สามารถให้คำตอบแก่ผู้วิจัยได้

3.2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบไปด้วย แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง โดยผู้วิจัยทำการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างจุดมุ่งหมายของการวิจัยกับข้อคำถามในแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ (Index of Item-Objective Congruence : IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวนทั้งสิ้น 3 ท่าน พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1.00 จำนวน 16 ข้อ และค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.67 จำนวน 3 ข้อ จากนั้นทำการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามของแบบสอบถาม ด้วย

โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติจากกลุ่มประชากร ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์كرونบัคแอลฟา (Cronbach's Alpha) พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.970 ซึ่งมากกว่า 0.7 แสดงว่า แบบสอบถามนี้ มีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์กับกลุ่มตัวอย่างได้ (Cronbach, 1970)

3.3 การใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.1 สถิติพรรณนา ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณผ่านการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

3.3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงคุณภาพ (Qualitative Statistics) ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) คือ การวิเคราะห์จากถ้อยคำ ประโยค หรือใจความที่ถอดมาจากการสัมภาษณ์ โดยจะทำการจับประเด็น หรือใจความสำคัญ เพื่อนำไปตีความเพื่อสรุปผลหรือหาคำตอบ

4. ผลการวิจัย

จากผลการสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวนทั้งสิ้น 5 คน พบว่า จำนวนสมาชิกในกลุ่มมีจำนวนโดยเฉลี่ยแล้วประมาณ 15 – 20 คน โดยพืชสมุนไพรส่วนใหญ่ที่กลุ่มฯ ได้ทำการปลูกจะประกอบไปด้วย ขมิ้น อัญชัน มะตูม ใบเตย ตะไคร้ ฟ้าทะลายโจร มะกรูด ดีปรี รางจืด เถาเอ็นอ่อน เถาวัลย์เปรียง มะขามป้อม ผาง ผักเสี้ยนผี เป็นต้น โดยแหล่งจัดจำหน่ายสำคัญ เพื่อสร้างรายได้ของกลุ่ม หลัก ๆ จะมุ่งเน้นเป็นการขายส่ง โดยจัดส่งไปที่อภัยภูเบศร โรงพยาบาลอุ้มถอง โรงพยาบาลศิริราช และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เป็นต้น

ด้านของปัญหา พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ต่างประสบปัญหาทางด้านความชื้น และเชื้อรา เนื่องจากแต่ละกลุ่มยังมีสถานที่ในการจัดการที่ไม่ได้มาตรฐานเพียงพอ รวมถึงปัญหาเรื่องน้ำ เนื่องจากการปลูกพืชสมุนไพรมีการใช้พื้นที่ค่อนข้างมาก จำเป็นที่จะต้องใช้น้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติ บางช่วงเวลาก็ไม่มีน้ำเพียงพอ ทำให้ปริมาณผลผลิตที่ได้ มีปริมาณที่ไม่คงที่

ด้านการถ่ายทอดและการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ได้มีคำกล่าวว่า “เราได้ออกตั้งและจัดตั้งเป็นแหล่งเรียนรู้ เพื่อให้คนรุ่นต่อ ๆ ไป ตั้งแต่โควิด-19 เข้ามา เหมือนคนจะเห็นความสำคัญกันมากขึ้นนะ ที่นี้ก็เหมือนเป็นแหล่งเรียนรู้ที่อยากจะทำเพื่อให้คนรุ่นหลังได้รู้จัก เขาจะได้รู้จักว่าสมุนไพรต่าง ๆ ที่มีอยู่ในบ้านเรามีอะไรบ้าง มีประโยชน์ยังไงบ้าง” จากคำกล่าวนี้แสดงให้เห็นว่า ชุมชนเองก็ตระหนักถึงความสำคัญของพืชสมุนไพร เพราะสมัยนี้คนรุ่นใหม่ไม่ค่อยสนใจ และแทบจะไม่ได้ด้วยซ้ำว่าสมุนไพรเหล่านี้มีคุณประโยชน์ที่สำคัญอย่างไร ดังนั้น กลุ่มจึงได้พยายามสร้างเป็นศูนย์การเรียนรู้ให้คนที่สนใจ ได้เข้ามาศึกษานั้นเอง

ด้านการบริหารจัดการวัตถุดิบ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ส่วนใหญ่แล้ว จะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการรวบรวมผลิตภัณฑ์จากชาวบ้านในพื้นที่ เพื่อจัดจำหน่ายในปริมาณที่มากขึ้น รวมถึงยังให้ความช่วยเหลือในด้านการแปรรูป เช่น การตากแห้งด้วย การบด หรือหั่นพืชสมุนไพร หรือการแปรรูปในลักษณะอื่น ๆ ที่ผู้เชี่ยวชาญได้เข้ามาให้คำแนะนำ เช่นการทำในรูปแบบผงบรรจุซอง เป็นต้น จากการเข้ามาช่วยเหลือด้านวัตถุดิบนี้ มีคำกล่าวที่ว่า “การแปรรูปนอกเหนือจากวัตถุดิบที่มี ก็ทำให้เรามีรายได้ที่เพิ่มขึ้นนะ เพราะปกติเรา

ขายส่งกัน พอแปรรูปแล้ว ก็มีรายได้เพิ่มขึ้น และบางทีเวลาแปรรูปก็ต้องใช้แรงงาน พวกเองก็ทำกันไม่ค่อยไหว ก็จ้างคนในพื้นที่นี้แหละ มาช่วยๆกัน อย่างน้อยให้เขามีรายได้เล็กๆ น้อยๆ ก็ยังดี” และในด้านความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ มีคำกล่าวที่ว่า “ชาสมุนไพรวพวกนี้เวลาขาย ก็ได้ราคาไม่มากเท่าไร เพราะมันดูไม่ดีเท่าของในห้าง แต่สรรพคุณมันดีนะ และมาจากธรรมชาติทั้งนั้น แต่คนสมัยนี้เค้าไม่ค่อยสนใจ” จากคำกล่าวนี้เห็นได้ว่า กลุ่มฯ ต่างต้องการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น มีมาตรฐานเทียบเท่ากับสินค้าที่จัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า และต้องการมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นในประเด็นนี้ แสดงให้เห็นถึงความต้องการของชุมชน ในด้านการพัฒนารูปลักษณ์ให้ดูน่าสนใจ

ผลการวิจัยจากการเก็บแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 78.25 มีช่วงอายุระหว่าง 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 86.25 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 59.00 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 20.50 และมีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.75 ตามลำดับ

ด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ พบว่า เลือกซื้อเพื่อบริโภคเองมากที่สุด เลือกซื้อแบบพร้อมซุงมากที่สุด เหตุผลในการเลือกซื้อเพื่อสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง โดยซื้อน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน เลือกซื้อจากร้านขายของฝากหรือศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชนเหตุผลเพราะสะดวกในการเดินทาง

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า มีบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้ดี มีการระบุราคาสินค้าที่ชัดเจน สินค้าสามารถหาซื้อได้ง่ายหลากหลายช่องทาง และมีการให้ความรู้/ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคมากที่สุด

ปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ พบว่า การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ในสรรพคุณของชาสมุนไพรมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ การให้บริการข้อมูลและการอำนวยความสะดวกทางการขายของพนักงานตามแหล่งจัดจำหน่ายนั้นๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และมีการหาข้อมูลของสินค้าหรือการเปรียบเทียบราคาก่อนตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ของตัวแปร

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรมีปัญหาท้องถิ่น ในจังหวัดกาญจนบุรี แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ในจังหวัดกาญจนบุรี กับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์	p-value				
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน
ความคิดเห็น หรือการรีวิวของผู้อื่น มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่าน	.254	.002**	.955	.002**	.000**
การหาข้อมูลของสินค้า หรือการเปรียบเทียบราคาก่อนซื้อ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่าน	.677	1.650	.037*	.165	.145
รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ และตัวของผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่าน	.076	.602	.523	.197	.071
การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ในสรรพคุณของชาสมุนไพร มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่าน	.034*	.847	.004**	.241	.164
ความสะดวก และความง่ายในการซื้อ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่าน	.760	.683	.067	.255	.100
การให้บริการข้อมูล และการอำนวยความสะดวกทางการขายของพนักงานตามแหล่งจัดจำหน่ายนั้นๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่าน	.658	2.944	.041*	.447	.000**
ความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตจากแหล่งวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่าน	.724	.346	.063	.518	.059

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

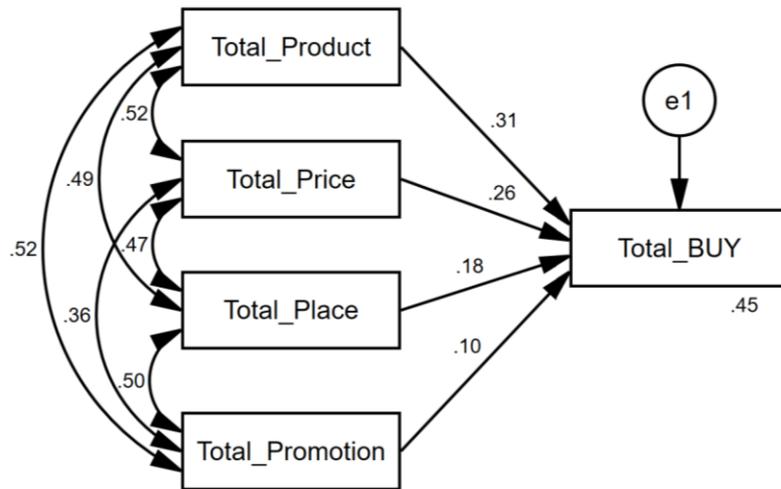
ปัจจัยด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ในจังหวัดกาญจนบุรี ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ในจังหวัดกาญจนบุรี กับปัจจัยด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์	p-value						
	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
ความคิดเห็น หรือการรีวิวของผู้อื่น มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่าน	.000**	.014*	.014*	.000**	.000**	.809	.066
การหาข้อมูลของสินค้า หรือการเปรียบเทียบราคา ก่อนซื้อ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่าน	.000**	.000**	.344	.000**	.000**	.021	.018*
รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ และตัวของผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่าน	.000**	.000**	.064	.000**	.008**	.413	.121
การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ในสรรพคุณของชาสมุนไพร มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่าน	.000**	.013*	.393	.000**	.000**	.073	.001**
ความสะดวก และความง่ายในการซื้อ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่าน	.000**	.000**	.000**	.000**	.000**	.000**	.002**
การให้บริการข้อมูล และการอำนวยความสะดวกทางการขายของพนักงานตามแหล่งจัดจำหน่ายนั้นๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่าน	.000**	.02*1	.032*	.000**	.001**	.322	.001**
ความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตจากแหล่งวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่าน	.000**	.002**	.000**	.000**	.000**	.001**	.000**

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดกาญจนบุรี



แผนภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	B	Beta	t	Sig	Tolerance	VIF	Adjust R Square
ผลิตภัณฑ์	0.636	0.308	6.306	.000**	.583	1.716	
ราคา	0.508	0.260	5.718	.000**	.672	1.488	
สถานที่จัดจำหน่าย	0.398	0.175	3.743	.000**	.633	1.579	.452
การส่งเสริมทางการตลาด	0.208	0.103	2.236	.025*	.649	1.541	

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.005

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่น จังหวัดกาญจนบุรี โดยมีค่า Adjust R Square เท่ากับ 0.452 หมายความว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด สามารถนำมาใช้ในการอธิบายถึง การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่น จังหวัดกาญจนบุรี ได้ร้อยละ 45.20 ส่วนอีกร้อยละ 54.80 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่น

เมื่อพิจารณาค่า Tolerance และ ค่า VIF (Variance Inflation Factor) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ จากผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า Tolerance ของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เท่ากับ 0.583 ปัจจัยด้านราคาเท่ากับ 0.672 ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายเท่ากับ 0.633 และปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดเท่ากับ 0.649 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 หมายความว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวจะไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity และค่า VIF ของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เท่ากับ 1.716 ปัจจัยด้านราคาเท่ากับ 1.488 ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายเท่ากับ 1.579 และปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดเท่ากับ 1.541 มีค่าเป็น 1 หรือเข้าใกล้หนึ่ง หมายความว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวจะไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity เช่นกัน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่น จังหวัดกาญจนบุรี มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Beta = 0.308 \approx 0.31) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา (Beta = 0.260 \approx 0.26) ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Beta = 0.175 \approx 0.18) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Beta = 0.103 \approx 0.10) ตามลำดับ ซึ่งสามารถแสดงได้

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยการใช้สถิติเชิงคุณภาพ สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ว่า พืชสมุนไพรส่วนใหญ่ที่กลุ่มฯ ได้ทำการปลูกได้แก่ ขมิ้น อัญชัน มะตูม ใบเตย ตะไคร้ ฟ้าทะลายโจร มะกรูด ตีปรี มะขามป้อม เป็นต้น โดยมุ่งเน้นการขายส่ง และขายผ่านพ่อค้าคนกลาง ประสบปัญหาในด้านความชื้น และเชื้อราจากการจัดเก็บ เนื่องจากแต่ละกลุ่มยังมีสถานที่ในการจัดเก็บที่ไม่ได้มาตรฐานเพียงพอ รวมถึงปัญหาเรื่องน้ำ เนื่องจากการปลูกพืชสมุนไพรมีการใช้พื้นที่ค่อนข้างมาก จำเป็นที่จะต้องใช้น้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติ บางช่วงเวลาก็ไม่มีน้ำเพียงพอ ทำให้ปริมาณผลผลิตที่ได้ มีปริมาณที่ไม่คงที่ ทางกลุ่มฯ ต้องการถ่ายทอดและการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่รุ่นลูกหลาน ดังนั้นกลุ่มจึงได้พยายามสร้างเป็นศูนย์การเรียนรู้ให้คนที่สนใจเรื่องสมุนไพรได้เข้ามาศึกษา และต้องการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น มีมาตรฐานเทียบเท่ากับสินค้าที่จัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ต้องการมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นในประเด็นนี้ แสดงให้เห็นถึงความต้องการของชุมชนในด้านการพัฒนารูปลักษณ์ให้ดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

จากการสัมภาษณ์ ชี้ให้เห็นว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ในจังหวัดกาญจนบุรี ต่างต้องการที่จะยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพ และพยายามที่จะสร้างรายได้ และสร้างอาชีพให้กับชุมชน ทำให้กลุ่มวิสาหกิจฯ พยายามที่จะถ่ายทอดองค์ความรู้ทางภูมิปัญญาเกี่ยวกับสรรพคุณ และการบริหารจัดการพืชสมุนไพรในชุมชนให้คนรุ่นหลังได้รู้จัก

จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามผู้บริโภค พบว่า ด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ในจังหวัดกาญจนบุรี ส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภคเอง/ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 54.50 นิยมซื้อในรูปแบบพร้อมชง (มีการบดละเอียดเป็นผง และบรรจุลงในซอง เพื่อให้ง่ายต่อการชง) คิดเป็นร้อยละ 49.00 เหตุผลในการเลือกซื้อ เพื่อสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง คิดเป็นร้อยละ 38.75 บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ คือตัวท่านเอง คิดเป็นร้อยละ 46.75 ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 60.25 สถานที่จัดจำหน่ายที่ซื้อบ่อยที่สุด คือร้านขายของฝาก หรือศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50.50 โดยเหตุผลที่ซื้อที่สถานที่นี้ เนื่องมาจากความสะดวกสบาย ในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 47.47 สอดคล้องกับงานวิจัยของ นัสทยา ชุ่มบุญชู (2560) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารและสมุนไพร: กรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี กล่าวว่า เหตุผลในการตัดสินใจซื้อสินค้า นิยมซื้อจากแหล่งผลิตหรือแหล่งจัดจำหน่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โดยตรง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวม พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ตามลำดับ

ในด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์อย่างน้อย 1 ปัจจัย ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ กนกวรรณ เพ็ชรพลอย (2560) เรื่อง พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรสยามสปา ของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน และงานวิจัยของ รัชชิตา

ดาวเรือง และวัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ (2561) ที่กล่าวไว้ว่า ประชากรในจังหวัดกาญจนบุรีมีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์อย่างน้อย 1 ปัจจัย ที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ในข้อคำถามการซื้อสินค้าไปเพื่ออะไร รูปแบบในการซื้อ บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ และความถี่ในการซื้อที่แตกต่างกัน ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน ส่วนเหตุผลในการซื้อสถานที่จัดจำหน่าย และเหตุผลที่ซื้อในแหล่งจัดจำหน่ายนั้น ๆ ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน อย่างน้อย 1 ปัจจัย

ด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสามารถนำมาอธิบายถึงการตัดสินใจซื้อได้ร้อยละ 45.20 ส่วนอีกร้อยละ 54.80 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่น ๆ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่น จังหวัดกาญจนบุรีมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Beta = 0.31) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา (Beta = 0.26) ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Beta = 0.18) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Beta = 0.10) ตามลำดับ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ประทีนร์ ชันทอง และธนากร ธนาธารชูโชติ (2562) ที่ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการตลาดธุรกิจสินค้าออนไลน์ในประเทศไทย ได้กล่าวไว้ การส่งเสริมทางการตลาด การจัดจำหน่าย โลจิสติกส์ ราคา ผลิตภัณฑ์ การให้บริการ และกระบวนการ ซึ่งส่งผลในด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าในระดับมาก และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ราคาสินค้า ช่องทางการจำหน่ายสินค้า การส่งเสริมทางการตลาด การให้บริการ และการเก็บรักษาความเป็นส่วนตัว รวมถึงความไว้วางใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชงโค ดรลาดพันธุ์ และวิษณุ สุमितสุวรรณค์ (2563)

ดังนั้น แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในจังหวัดกาญจนบุรี ควรจะให้ความสำคัญตั้งแต่การบริหารจัดการตั้งแต่ต้นน้ำ จนถึงปลายน้ำ ตั้งแต่ให้ความช่วยเหลือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในการรักษาคุณภาพของชาสมุนไพร การเพิ่มผลผลิต และการจัดจำหน่าย ให้มีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นไปที่แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในด้านของบรรจุภัณฑ์ที่ดี ที่สามารถรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้ มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อรองรับความต้องการของประชากรในช่วงหลากหลายกลุ่ม และการแสดงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน ทั้งข้อมูลทางโภชนาการ และข้อมูลด้านความปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค และพัฒนาผลิตภัณฑ์และสถานที่ในการเพาะปลูก ให้กลายเป็นแหล่งเรียนรู้ทางภูมิปัญญา เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายในจังหวัดกาญจนบุรี

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

ควรเสนอให้หน่วยงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ในด้านการเกษตร และการบริหารจัดการ โดยเข้าไปเป็นที่ปรึกษา และนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ เพื่อเป็นวิทยากรใหม่ ๆ ในการพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์ และเสริมสร้างความเข้มแข็งในชุมชนให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงการเข้าไปสร้างเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อก่อให้เกิดการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อมุ่งสร้างให้วิสาหกิจชุมชนฯ กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาเพิ่มเติม ในส่วนของปัจจัยอื่น ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อชาสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อให้สามารถ กำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความสอดคล้อง และตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ เพ็ชรพลอย. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย: กรณีศึกษา สยามสเปา สาขาจตุจักร. ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชารัสเซียศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชงโค ดรลาดพันธุ์, และ วิษณุ สุमितสุวรรณ. (2563). การตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคผ่านสื่อเครือข่ายออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยา **เชิงพุทธ**, 5(6), 118-131.
- นคเรศ ชัยแก้ว อุดมศักดิ์ สาริบุตร สถาพร ตีบุญมี ณ ชุมแพ และ ผดุงชัย ภูพัฒน์. (2556). การศึกษาและพัฒนาระบบจรรยาบรรณโยบแห่ง จังหวัดลำพูน. วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 3(2), 86-95.
- นัสทยา ชุ่มบุญชู. (2560). พฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารและสมุนไพร: กรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี. วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน, 3(2), 76-86.
- ประทีนร์ ชันทอง, และ ธนากร ธนาธารชูโชติ. (2562). รูปแบบการตลาดธุรกิจสินค้าออนไลน์ในประเทศไทย. วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์, 4(2), 45-56.
- รัฐชิตา ดาวเรือง, และ วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ. (2561). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อชาในจังหวัดกาญจนบุรี. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 21, 206-217.
- วิสาหกิจชุมชน. (2565). ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2562 จาก <https://smce.doae.go.th/ProductCategory/รายชื่อวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ศุภร เสรีรัตน์ งามอาจ ปทะวานิช และ ปริญ ลักษณ์านนท์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์ม และไซแท็กซ์ จำกัด.
- สมภพ ประธานธรรารักษ์ พร้อมจิต ศรีลัมภ์ นพมาศ สุนทรเจริญนนท์ และ ธีรเดช อุทัยวิทยารัตน์. (2548). ศึกษาบทบาทการพัฒนามาตรการด้านวิจัยและการจัดการความรู้เพื่ออนุรักษ์ พัฒนาและคุ้มครองภูมิปัญญาไทย สุขภาพวิถีไทย. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.
- สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กลุ่มงานครัวไทยสู่โลก. (2564). แนวโน้มอาหารและเครื่องดื่มในตลาดโลกปี 2021. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ.
- สุดาตวง เรื่องรุจิระ และ ปราณี พรรณวิเชียร. (2529). หลักการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 3) กรุงเทพฯ: ปรกาศพริก.
- Briston, J.H. and Neill, T.J. (1972). **Packaging Management**. Epping, Essex: Gover press.
- Cochran, W. G. (1997). **Sampling Techniques**. (3rd ed). New York: John Wiley and Sons.
- Cronbach, L. J. (1970). **Essentials of psychological testing**. (3rd ed). New York: Harper & Row.
- Kotler. (1994). Reconceptualizing marketing: An interview with Philip Kotler. **European Management Journal**, 12(4), 353-361.
- WHO, W. H. (2018). **Traditional and complementary medicine in primary health care**. Switzerland: WHO Headquarters in Geneva. Retrieved from Traditional, complementary, and integrative medicine.

คำแนะนำในการเตรียมต้นฉบับ

1. บทนำ

ต้นแบบ (template) จัดเตรียมได้โดยใช้ทั้งโปรแกรม Ms Word และบันทึกอยู่ในรูปของไฟล์ต้นแบบนามสกุล .docx และ .doc เพื่อให้ผู้เขียนบทความนำไปใช้ และทราบถึงรูปแบบ (format) ต่างๆ ที่ใช้ในการจัดทำบทความต้นฉบับ โดส่วนประกอบต่างๆ 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

รูปภาพที่ใช้จะต้องมีความคมชัดเพียงพอเพื่อที่จะให้ผู้อ่านสามารถเห็นรายละเอียดในรูปภาพได้ชัดเจน แต่ไม่ควรมีขนาดไฟล์ที่ใหญ่จนเกินไป เพราะจะทำให้ไฟล์บทความต้นฉบับมีขนาดใหญ่ตามไปด้วย โดยรูปภาพจะต้องวางไว้ตำแหน่งกลางหน้ากระดาษ ตัวอักษรทั้งหมดในรูปภาพ จะต้องมีความสูง 16 จุด เพื่อให้ผู้อ่านสามารถอ่านได้สะดวก โดยรูปภาพทุกรูปจะต้องมีหมายเลขแสดงลำดับและคำบรรยายได้ภาพ หมายเลขและคำบรรยายรวมกันแล้วควรจะมีขนาดยาวไม่เกิน 2 บรรทัด และควรเว้นบรรทัด 1 บรรทัด เหนือขอบของรูปภาพและใต้ คำอธิบายภาพ

2.5 การเขียนสมการ

สมการที่ใช้ในบทความควรจะเป็นการสร้างจากโปรแกรม MathType หรือเป็นวัตถุของ Microsoft Equation มีขนาด 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 (ทั้งนี้ผู้เขียนบทความอาจจะใช้ขนาดอักษรที่เล็กกว่า 16 จุดได้ โดยขึ้นอยู่กับเนื้อหาและความสวยงามของการจัดตาราง)

2.7 การอ้างอิงและเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงในบทความ กรณีที่ผู้เขียนต้องการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลในเรื่องให้ใช้วิธีการอ้างอิงในส่วนเนื้อเรื่องแบบนาม-ปี (author-date in-text citation) โดยระบุ ชื่อผู้แต่ง และปีพิมพ์ของเอกสาร ไว้ข้างหน้าหรือข้างหลังข้อความที่ต้องการอ้าง เพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้นและอาจจะระบุเลขหน้าด้วยก็ได้ เช่น มานะ รักยิ่ง (2555: 45) กล่าวว่าหรือ (มานะ รักยิ่ง, 2555: 45) ในกรณีที่มีผู้แต่งตั้งแต่ 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 วิทยานิพนธ์และดุขฎิณิพนธ์

รูปแบบ: ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์. (ปีที่วิจัยสำเร็จ). **ชื่อวิทยานิพนธ์**. วิทยานิพนธ์ปริญญา(ระดับ) ชื่อสาขาวิชาสังกัดของสาขาวิชา มหาวิทยาลัย. (ตัวอย่างเช่น)

เข็มทอง ศิริแสงเลิศ. (2540). การวิเคราะห์ระบบประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน กรุงเทพมหานคร. ดุขฎิณิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุขฎิณิบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

2.7.5 รายงานการวิจัย

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). **รายงานการวิจัยเรื่อง** . เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์. (ตัวอย่างเช่น)

ชวนพิศ สุทัศน์เสนีย์. (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). การลงรายการบรรณานุกรมตามกฎ 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 รุ่งทองนรินทร์ โทร. 034-261021-36 ต่อ 3360 โทรสาร 034-261068

แบบฟอร์มการนำส่งบทความ

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

บทความดังกล่าวเป็น

- บทความวิจัย
- บทวิจารณ์หนังสือ
- บทความปริทัศน์
- ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
- เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตร.....

สาขา..... สถาบันการศึกษา.....

ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ชื่อบทความภาษาไทย.....
2. ชื่อบทความภาษาอังกฤษ
3. เจ้าของผลงาน ตำแหน่งทางวิชาการ/ระบุตำแหน่งนำหน้าชื่อ

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

