

ISSN : 0125-8362



วารสารวิทยาการจัดการ
**Journal of
Management
Sciences**

ปีที่ 35 ฉบับที่ 1
มกราคม-มิถุนายน 2561

Volume 35 Number 1
January-June 2018

แบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพล
ต่อแนวปฏิบัติการจัดการข้อมูลทางของวิสาหกิจชุมชน
นักกิต ฆรรณกิตติยา, นิมาธนี หะยิวงา, ณัฐนิช นาคเรือง,
นิมาธนี ระเด่นอาหมัด และเชนพิกิต ฆรรณกิตติยา

สถาบันการเงินอิสลามกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ
ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้
ศรัณย์ ศานติศาสน์ และอับดุลนาศิร พลศรี

การศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพการจัดการเรียน
การสอนแบบบูรณาการการทำงานกับการใช้โปรแกรม
จำลองด้วยคอมพิวเตอร์ในรายวิชาเชิงทฤษฎี
ของหลักสูตรการจัดการอุตสาหกรรมบริการ
วันอาทิตย์ ๒๕๖๕

ทิศทางนโยบายภาครัฐต่อการพัฒนาธุรกิจ
เกิดใหม่ในยุคประเทศไทย 4.0
สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และชนิษฐา พัฒนสินธุ์

ความสำคัญของทักษะในการสื่อความหมาย
ทางสิ่งแวดล้อมของมัคคุเทศก์นำเที่ยวทำทัวร์
ทางทะเล

[illegible]



วารสารวิทยาการจัดการ

Journal of Management Sciences

เจ้าของ
ที่ปรึกษา
บรรณาธิการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมพร คุณวิฑิต

กองบรรณาธิการภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.วิชัย กาญจนสุวรรณ
รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล สุขบท
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลวดี ลิ้มอุลันโน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธินี ฤกษ์ขำ

กองบรรณาธิการภายนอก

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.อัฉรวา จันทร์ฉาย

ศาสตราจารย์ ดร.ติน ปรัชญพฤทธิ์

ศาสตราจารย์ ดร.อัมพร อารังลักษณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโทหญิง ดร.เกดศิริ เจริญวิศาล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัตพงศ์ อวิโรนันทน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุ เจริญวงศ์ระยับ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรนุช พุฒพิบูลธรรม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(เกษียณอายุราชการ)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(เกษียณอายุราชการ)

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

กองบรรณาธิการจัดการ

นายวุฒิพงศ์ หว่านดี

วัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ศิลปวิทยาการ ความรู้และแนวคิดใหม่ในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ
การจัดการภาครัฐและเอกชน

ขอบเขตสาขาที่รับพิจารณา

สาขาการจัดการ สาขาบัญชี สาขาการเงิน สาขาการตลาด สาขาระบบสารสนเทศ สาขาบริหารทรัพยากรมนุษย์ สาขาการจัดการโลจิสติกส์ สาขาการจัดการประชุม-นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สาขารัฐประศาสนศาสตร์ และสาขาเศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการ

กำหนดเผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน
และฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม

จำนวนพิมพ์ 250 เล่ม

การเผยแพร่ มอบให้ห้องสมุดหน่วยงานของรัฐบาล สถาบันการศึกษาในประเทศ
และเผยแพร่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์วารสารวิทยาการจัดการ

ติดต่อ กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ต.คอหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90112
โทรศัพท์ 074-287840 โทรสาร 074-287839
E-mail: journal.fms.psu@gmail.com
Website: https://www.tci-thaijo.org/index.php/jms_psu

พิมพ์ที่ พี.ซี.พรินติ้ง

1. บทความทุกเรื่องได้รับการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง
ไม่น้อยกว่า 2 ท่าน

2. ข้อความและบทความในวารสารวิทยาการจัดการเป็นแนวคิดของผู้เขียน มิใช่เป็น
ความคิดเห็นของคณะผู้จัดทำ และมิใช่ความรับผิดชอบของคณะวิทยาการจัดการ

3. กองบรรณาธิการไม่สงวนสิทธิ์การคัดลอกแต่ขอให้อ้างอิงแสดงที่มา

บทบรรณาธิการ

การจัดการเป็นศาสตร์ที่มีความสำคัญและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ ตั้งแต่ระดับบุคคล องค์กร ชุมชน ไปจนถึงระดับประเทศ บทความในวารสาร วิทยาการจัดการจึงครอบคลุมไปด้วยเนื้อหาสาระทางด้านการบริหารจัดการทั้ง ภาครัฐและเอกชน โดยวารสารวิทยาการจัดการ ปีที่ 35 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน 2561 เล่มนี้ กองบรรณาธิการได้คัดสรร 5 บทความ ใน 3 กลุ่มสาขาวิชา คือ สาขาวิชา MICE และการจัดการการท่องเที่ยว สาขาวิชาบริหารธุรกิจ และ สาขาวิชาการเงิน โดยในสาขาวิชา MICE และการจัดการการท่องเที่ยว ประกอบด้วยบทความวิจัย เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลการจัดการ เรียนการสอนแบบบูรณาการการทำงานกับการใช้โปรแกรมจำลองด้วย คอมพิวเตอร์ในรายวิชาเชิงทฤษฎีของหลักสูตรการจัดการอุตสาหกรรมบริการ และ อีกเรื่องเป็นบทความวิชาการที่นำเสนอถึงความสำคัญของทักษะในการสื่อ ความหมายทางสิ่งแวดล้อมของมัคคุเทศก์นำเที่ยวท่าทวีรทางทะเล สำหรับใน สาขาบริหารธุรกิจนั้น บทความแรกเป็นบทความวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนา แบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทาน ของวิสาหกิจชุมชน ส่วนงานอีกชิ้นเป็นบทความที่วิเคราะห์ทิศทางนโยบายภาครัฐ ต่อการพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับบทความสุดท้ายเป็น บทความในสาขาการเงิน เรื่อง สถาบันการเงินอิสลามกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

วารสารวิทยาการจัดการตระหนักถึงหน้าที่อันสำคัญในการคัดสรร บทความที่มีคุณภาพ และมีประโยชน์ในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการจัดการเพื่อนำมาเผยแพร่ โดยได้รับการสนับสนุนด้วยดีเสมอมาจากทั้งผู้เขียนบทความ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ช่วยกลั่นกรองบทความ และผู้อ่าน กองบรรณาธิการวารสาร วิทยาการจัดการ จึงขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ ที่นี้ด้วย

สารบัญ

บทความวิจัย

แบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทานของวิสาหกิจชุมชน พื้นที่ ขจรกิตติยา, นิมาฐนี หะยี่วาเงาะ, ดุษฎี นาคเรือง, มีนา ระเด่นอาหมัด และเขมพัทธ์ ขจรกิตติยา	1
---	---

สถาบันการเงินอิสลามกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ศรัณย์ ศานติศาสน์ และอัญชนา พลศรี	27
---	----

การศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลการจัดการเรียนการสอน แบบบูรณาการการทำงานกับการใช้โปรแกรมจำลอง ด้วยคอมพิวเตอร์ในรายวิชาเชิงทฤษฎีของหลักสูตร การจัดการอุตสาหกรรมบริการ วันอามีนา แวหะมะ	51
--	----

บทความวิชาการ

ทิศทางนโยบายภาครัฐต่อการพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ ในยุคประเทศไทย 4.0 สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และชนิษฐา พัฒนสินธุ์	75
--	----

ความสำคัญของทักษะในการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อม ของมัคคุเทศก์นำเที่ยวทำทัวร์ทางทะเล พิสิทธิ์ ตันติพิสิษฐกุล และสัณญา ฉิมพิมล	101
---	-----

บทความวิจัย

แบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนว ปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทานของวิสาหกิจชุมชน

นัทที ขจรกิตติยา¹ นิมารูnee หะยี้วาเงาะ²

ดุซงกี นาคเรือง³ มีนา ระเด่นอาหมัด⁴

เขมพัทธ์ ขจรกิตติยา⁵

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทานของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เก็บข้อมูลจากประธานและคณะกรรมการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งระดับดี จำนวน 463 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า โมเดลโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี โดยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทาน ขณะที่ความสามารถในการบูรณาการความรู้ไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทาน ดังนั้นหนทางหนึ่งในการเพิ่มความสามารถในการบูรณาการความรู้และแนวปฏิบัติการ

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา E-mail: Knattee@hotmail.com

² อาจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา E-mail: nimarunee.h@yru.ac.th

³ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา E-mail: dsdj44@hotmail.com

⁴ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา E-mail: meena95@hotmail.com

⁵ อาจารย์ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนียะลา E-mail: kp.kk40@gmail.com

จัดการโซ่อุปทาน คือ ประธานกลุ่มวิสาหกิจควรมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ในการพัฒนาสินค้าทั้งภายในกลุ่มและระหว่างกลุ่มวิสาหกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมทั้งประธานกลุ่มควรเข้าไปทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เพื่อช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และการประสานการทำงานร่วมกันมากยิ่งขึ้นในอนาคต

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถในการบูรณาการความรู้ แนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทาน วิสาหกิจชุมชน

RESEARCH ARTICLE

Structural Equation Model of Factors Influencing Supply Chain Management Practice of Community Enterprises

Nattee Kachornkittiya¹ Nimarunee Hayeewangah²
Dussadee Nakraung³ Meena Raden ahmad⁴
Khemmepat Kajornkittiya⁵

Abstract

This research aims to examine the factors influencing the supply chain management practice of small and micro community enterprises in the three southern border provinces. Data were collected from 463 respondents including the presidents and committee members of strong micro community enterprises. Data were analyzed through structural equation modeling and the results fitted perfectly with the empirical data. Based on these results, the transformational leadership and entrepreneurial

¹ Assistant Professor, Ph.D., Faculty of Management Sciences, Yala Rajabhat University,
E-mail: Knattee@hotmail.com

² Lecturer, Ph.D., Faculty of Management Sciences, Yala Rajabhat University,
E-mail: nimarunee.h@yru.ac.th

³ Lecturer, Faculty of Management Sciences, Yala Rajabhat University, E-mail: dsdj44@hotmail.com

⁴ Lecturer, Faculty of Management Sciences, Yala Rajabhat University, E-mail: meena95@hotmail.com

⁵ Lecturer, Boromarajonani College of Nursing Yala, E-mail: kp.kk40@gmail.com

orientation have positive effects on supply chain management practice while knowledge integrating capability has no effect on supply chain management practice. Therefore, one way to empower the knowledge integration and supply chain management practice is that the president of the community enterprise should take part in the discussion and share the knowledge for developing the products within the group and among the community enterprises in order to create competitive advantages. In addition, the presidents of community enterprises should work with government agencies in promoting micro community enterprises so that knowledge sharing can be enhanced and future cooperation can be fostered.

Keywords: Transformational Leadership, Entrepreneurial Orientation, Knowledge Integrating Capability, Supply Chain Management Practice, Community Enterprise

บทนำ

จากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจประเทศไทยในปี พ.ศ. 2540 ทำให้รัฐบาลและหน่วยงานต่าง ๆ เริ่มให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจฐานราก โดยการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 จึงมีแนวคิดที่จะมุ่งสร้างภูมิคุ้มกันโดยการมุ่งพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศให้เข้มแข็งและลดการพึ่งพาปัจจัยภายนอกเพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน หนทางหนึ่งที่จะช่วยบรรเทาปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น คือ วิสาหกิจชุมชน (Small and Micro Community Enterprise) ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดเล็ก (Micro enterprises) ประเภทหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับการผลิต การจัดหาและกระจายสินค้า (Prasad & Tata , 2010) เนื่องจากการประกอบกิจการของคนในชุมชนที่เกิดจากความคิดริเริ่มโดยการเริ่มต้นจากฐานทรัพยากร ภูมิปัญญา ความพร้อมของชุมชน อย่างไรก็ตาม พบว่า วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ประสบปัญหาเกี่ยวกับความเข้มแข็งในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ (Eakure, 2011) โดยเฉพาะปัญหาด้านการตลาด ด้านบัญชีและการเงิน ด้านการผลิต ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และด้านต้นทุนการผลิต (Promsaka Na Sakolnakorn & Sungkharat, 2013)

จากปัญหาดังกล่าว แนวคิดหนึ่งที่พัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน คือ การจัดการความรู้ในองค์กร (Chong, Wong, & Lin, 2006) โดยหากคนในองค์กรมีวัฒนธรรมการเรียนรู้ ความสามารถในการบูรณาการความรู้ หรืออีกนัยหนึ่งคือ มีความสามารถในการบูรณาการความรู้ (Knowledge Integration Capability) ที่เปรียบเสมือนเป็นสมรรถนะหลัก (Core Capability) ที่จะช่วยกระตุ้นการดำเนินงานทางธุรกิจ (Kim, Song, Sambamurthy, & Lee, 2012) ทำให้องค์กรมีการปรับแนวทางการดำเนินธุรกิจให้มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำและมีคุณภาพสูง ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวต้องมี

ความสามารถในการบูรณาการความรู้ในโซ่อุปทานของลูกค้า (Kim & Im, 2002) อันมีผลเชื่อมโยงไปสู่กลยุทธ์พันธมิตรกับผู้จัดส่งวัตถุดิบหรือสินค้า การแบ่งปันข้อมูลสารสนเทศ และคุณภาพของการแบ่งปันข้อมูลสารสนเทศ ความสัมพันธ์กับลูกค้า นั่นคือ มีผลเชื่อมโยงทำให้องค์กรมีแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management Practice) ซึ่งเป็นกลุ่มของกิจกรรมที่เกี่ยวกับการจัดการคู่ค้า การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารสารสนเทศเพื่อให้มีการสื่อสารที่ดีในระยะยาวทั้งผู้จัดส่งสินค้าและลูกค้า ภายใต้การผลักดันของผู้นำที่มีภาวะผู้นำที่เป็นปัจจัยในการส่งเสริมการจัดการโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพ (Wai & Kuan, 2011) โดยเฉพาะภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ที่ทำให้ผู้ตามเกิดความเชื่อมั่นที่จะไปสู่เป้าหมายให้สำเร็จ (Dvir, Eden, Avolio, & Shamir, 2002) รวมทั้ง ทำให้สมาชิกในกลุ่มมีการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)

ดังนั้น การศึกษาแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นนโยบายของรัฐบาลที่ให้แต่ละชุมชนใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตหรือพัฒนาสินค้า โดยเฉพาะในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม จะมีผลต่อการสร้างแนวทางในการบริหารจัดการสำหรับยกระดับขีดความสามารถวิสาหกิจและพัฒนาเป็นต้นแบบของการดำเนินงาน เกิดเครือข่ายพันธมิตรของกลุ่มวิสาหกิจภายใต้ศักยภาพที่แตกต่างกันมาเกื้อหนุนกันและเชื่อมโยงการดำเนินธุรกิจร่วมกันของสมาชิกในเครือข่ายโซ่อุปทานและให้ธุรกิจสามารถปรับตัวเพื่อแสวงหาโอกาสใหม่และมีความพร้อมรองรับกับผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมการแข่งขันทางธุรกิจ

วัตถุประสงค์งานวิจัย

เพื่อวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีต่ออิทธิพลต่อแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทานของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. มุมมองเชิงกระบวนการของการซื้ออุปทาน

การจัดการซื้ออุปทานได้รับความสนใจจากนักวิชาการ เนื่องจากเป็น การแสดงให้เห็นถึงความต้องการของลูกค้าและการบูรณาการในกระบวนการทาง ธุรกิจตั้งแต่การวางแผนความต้องการของลูกค้าไปจนถึงการกระจายสินค้าซึ่งจะมี ผลนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานทางธุรกิจ ซึ่งบทบาทเบื้องต้นของการ จัดการซื้ออุปทาน คือ การได้รับความต้องการของลูกค้าสำหรับนำไปส่งมอบสินค้า ที่ถูกต้อง ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพจากแหล่งวัตถุดิบที่ดี และราคาที่ เหมาะสม (Sundram, Ibrahim, & Govindaraju, 2011) หรืออีกนัยหนึ่ง การจัดการ ซื้ออุปทานเป็นวิธีการที่บูรณาการหน่วยงานต่าง ๆ ตั้งแต่ผู้จัดส่งสินค้าหรือวัตถุดิบ หรือผู้จัดส่งสินค้า ผู้ผลิต คลังสินค้า และร้านค้าเข้าด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การผลิตและการกระจายสินค้าดำเนินไปอย่างถูกต้องในแง่ของปริมาณ (Right Quantity) สถานที่ (Right Quality) และเวลา (Right Time) โดยมีเป้าหมาย เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายของทั้งระบบให้ต่ำที่สุด และยังคงสามารถตอบสนองต่อ ระดับบริการที่ลูกค้าต้องการ (Simchi-Levi, Kaminsky, & Simchi-Levi, 2006) และเห็นว่า การจัดการซื้ออุปทานเป็นกลุ่มวิธีการหรือแนวปฏิบัติที่จะทำให้เกิด การบูรณาการระหว่างผู้จัดส่งวัตถุดิบ ผู้ผลิต (Manufacturers) ผู้กระจายสินค้า (Distributors) และลูกค้า (Customers) สำหรับพัฒนาปรับปรุงผลการดำเนินงาน ของแต่ละบุคคลและองค์กรให้มีประสิทธิภาพ (Koh, Mehmet, Erkan, Ekrem, & Selim, 2007) หรือเป็นวิธีการที่บูรณาการที่เริ่มตั้งแต่การวางแผนและการควบคุม วัตถุดิบ โลจิสติกส์ การบริการ และรับข้อมูลข่าวสารจากผู้จัดส่งสินค้าไปยังผู้ผลิต สินค้าและบริการเพื่อลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการเปลี่ยนแปลงแนว ปฏิบัติการจัดการธุรกิจ (Fantazy, Kumar, & Kumar, 2010)

2. แนวคิดแนวปฏิบัติการจัดการซื้ออุปทาน

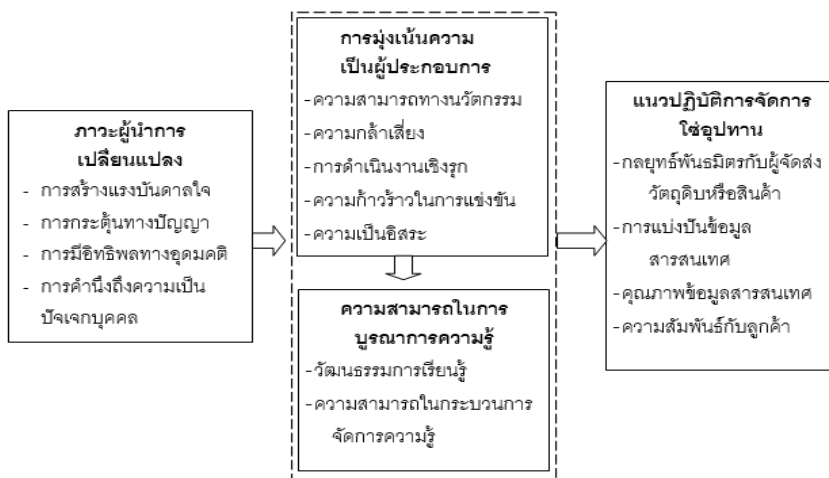
แนวปฏิบัติการจัดการซื้ออุปทานเป็นมุมมองเกี่ยวกับความสามารถ ขององค์กรในประเด็นเกี่ยวกับกลยุทธ์พันธมิตรกับผู้จัดส่งวัตถุดิบหรือสินค้า (Strategic Supplier Partnership: SSP) การเริ่มต้นสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

(Consumer Relationship) ความสามารถในการแลกเปลี่ยนข่าวสาร (Information Sharing) (Sundram et al., 2011) ที่มุ่งเน้นถึงการเคลื่อนย้ายของวัตถุดิบ และการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ที่มุ่งเน้นด้านการเคลื่อนย้ายของข่าวสาร (Zhou & Benton, 2007) หรืออีกนัยหนึ่ง แนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทานเป็นสมรรถนะหลักขององค์กรสำหรับนำไปใช้พัฒนาปรับปรุงองค์กร โดยเริ่มตั้งแต่ต้นน้ำ (Upstream) ซึ่งเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์พันธมิตรของผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบหรือสินค้า และปลายน้ำ (Downstream) ซึ่งเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงแหล่งข้อมูลที่มีคุณภาพภายในกระบวนการของโซ่อุปทาน

กรอบแนวคิดและสมมติฐานงานวิจัย

การศึกษาแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทานของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ มีแนวคิดมาจากมุมมองบนพื้นฐานทรัพยากร (Resource-Based View of the Firm: RBV) มุมมองเชิงกระบวนการของโซ่อุปทาน และทฤษฎีภาวะผู้นำวิถีทางสู่เป้าหมาย ซึ่งมุมมองบนพื้นฐานทรัพยากร (RBV) เป็นมุมมองเกี่ยวกับองค์กรที่ให้ความสำคัญกับทรัพยากรและความสามารถในการที่จะทำให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งความรู้เป็นปัจจัยหนึ่งในการเปลี่ยนทรัพยากร (Grant, 1996) อีกทั้งมีการศึกษาเชิงประจักษ์ที่แสดงให้เห็นว่า แนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทานจะส่งผลให้ผลการดำเนินงานขององค์กรดีขึ้นโดยผ่านความสามารถในการจัดการความรู้ (Wai & Kuan, 2011) ประกอบกับการศึกษาเกี่ยวกับโซ่อุปทานของนักวิชาการที่ผ่านมาเป็นการศึกษากับองค์กรขนาดใหญ่ แต่ได้รับความสนใจเพียงเล็กน้อยกับองค์กรขนาดเล็ก (Hamister, 2012; Prasad & Tata, 2010) ดังนั้น การที่จะทำให้การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจมีความแตกต่างจากองค์กรอื่น องค์กรจะต้องมีการบูรณาการเป็นกลไกที่ช่วยทำให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยเฉพาะความสามารถในการบูรณาการความรู้ ซึ่งเป็นกลไกเบื้องต้นในการสร้างความสามารถภายในองค์กร (Chong et al.,

2006) ภายใต้การขับเคลื่อนของผู้นำที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เพื่อที่จะทำให้คนในองค์กรมีความมุ่งมั่นเน้นความเป็นผู้ประกอบการ อีกทั้ง Muchiri (2013) เห็นว่าการมุ่งมั่นเน้นความเป็นผู้ประกอบการเพื่อกำหนดทิศทางที่เหมาะสมกับสถานการณ์จะต้องอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่จะทำให้คนในองค์กรมุ่งไปสู่เป้าหมายหรือผลที่เกิดขึ้น ประกอบกับ Wai & Kuan (2011) เห็นว่าภาวะผู้นำเป็นปัจจัยหนึ่งในการส่งเสริมการจัดการโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพจากรอบแนวคิดทฤษฎี และการศึกษาของนักวิชาการดังกล่าว หากมีการศึกษาแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทานของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมจะมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของวิสาหกิจ รวมทั้งเป็นการเสริมสร้างกระบวนการสร้างอาชีพและมีผลเชื่อมโยงไปสู่คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนได้อย่างยั่งยืนสามารถแสดงกรอบแนวคิดได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้พัฒนาโมเดลสมมติฐานของแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทาน โดยมีรายละเอียดของสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ 2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้

สมมติฐานที่ 3 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้

สมมติฐานที่ 4 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทาน

สมมติฐานที่ 5 ความสามารถในการบูรณาการความรู้มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทาน

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส) ที่มีระดับความเข้มแข็งในระดับดี จำนวน 290 กลุ่ม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลวิธีเชิงปริมาณ (แบบสอบถาม) คือ ประธานกลุ่ม/คณะกรรมการกลุ่ม หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชน โดยการวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) โดยหากมีแบบจำลองมีขนาดตัวแปรแฝงน้อยกว่า 5 ตัว ควรจะมีขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 100 ตัวอย่าง (Hair et al., 2010) สำหรับการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้มีตัวแปรแฝง 4 ตัวแปร (ตัวแปรสังเกตทั้งหมด 15 ตัวแปร โดยแต่ละตัวแปรสังเกตเป็นการรวมข้อคำถามหกร้อยด้วยจำนวนข้อคำถาม) ดังนั้น

ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างขั้นต่ำ 100 กลุ่ม ผู้วิจัยคำนึงถึงความเป็นจริงของ
สัดส่วนที่ผู้ตอบจะส่งข้อมูลกลับคืนมาครบทุกชุด อีกทั้งการกำหนดให้มีกลุ่ม
ตัวอย่างขนาดใหญ่จะทำให้เกิดความแม่นยำในการคำนวณทางสถิติมากกว่ากลุ่ม
ตัวอย่างขนาดเล็ก (Wiersma & Jurs, 2009) จึงประมาณอัตราการตอบกลับ 2 ใน 3
หรือร้อยละ 67 ซึ่งขนาดตัวอย่าง (Vanichbuncha, 2008) เท่ากับ 194 กลุ่ม ๆ ละ
3 คน จำนวนเท่ากับ 582 คน มีผู้ตอบข้อมูลกลับมา 463 คน คิดเป็นอัตราตอบกลับ
(Response Rate) เท่ากับร้อยละ 79.55

2. การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวิธีการสร้างและตรวจสอบเพื่อหาคุณภาพของ
เครื่องมือวัด ดังนี้ (1) ผู้วิจัยใช้แบบวัดที่ศึกษาข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม
แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา รวมทั้งแบบวัดที่มี
นักวิชาการต่าง ๆ ได้ศึกษาไว้เพื่อนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม โดยส่วนหนึ่งนำมา
จากแบบวัดของนักวิชาการที่ได้ศึกษากันและอีกส่วนหนึ่งเป็นแบบวัดที่ผู้วิจัยได้
ปรับปรุงพัฒนาให้เหมาะกับบริบทเชิงพื้นที่และเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง (2) นำ
แบบวัดไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบภาษาและความ
เข้าใจในแบบวัดโดยใช้เทคนิคคิดเสียงดัง (Think Aloud) โดยการนำแบบวัดมาให้
ผู้ตอบแบบสอบถามอ่านเนื้อหาข้อคำถามด้วยการออกเสียงดังในแต่ละข้อคำถาม
โดยหากข้อคำถามใดที่ผู้ตอบมีความเห็นว่า ไม่เกี่ยวข้องหรือมีเนื้อหาที่ไม่ชัดเจน
ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเสนอแนะให้ตัดข้อคำถามหรือแก้ไขปรับปรุงข้อ
คำถามให้เหมาะสมกับผู้ตอบแบบสอบถาม (3) นำแบบวัดมาปรับปรุงภาษาให้
เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งตรวจสอบความสอดคล้องและครอบคลุมของ
ประเด็นคำถามที่ปรับปรุงกับนิยามศัพท์ปฏิบัติการ (4) นำแบบวัดไปให้ผู้เชี่ยวชาญ
จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ (5) นำแบบวัดที่ได้รับการ
ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือมาปรับปรุงก่อนนำแบบวัดมาทดลองใช้ (Try Out)

กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ซ้ำกับการเก็บข้อมูลจริง จำนวน 30 คน ก่อนจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

3. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยด้วยวิธีการเชิงปริมาณ (แบบสอบถาม) ประกอบด้วย 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ ตำแหน่งในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รายได้หลัก ประเภทกิจการ/กิจกรรม ปี พ.ศ.ที่เริ่มจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจ ยอดขายสินค้าส่วนใหญ่ของกลุ่มมาจากกลุ่มลูกค้าใด และกลุ่มวิสาหกิจเคยได้รับการสนับสนุน/ช่วยเหลือจากหน่วยงานใด รวมทั้งสิ้น 8 ข้อคำถาม

ตอนที่ 2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีพื้นฐานแนวคิดมาจาก Judge & Piccolo (2004) และ ปรับปรุงมาจากแบบวัดของ Trottier, Van Wart, & Wang (2008) การวัดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมี 4 มิติ ได้แก่ (1) การสร้างแรงบันดาลใจ 5 ข้อคำถาม (2) การกระตุ้นทางปัญญา 3 ข้อคำถาม (3) การมีอิทธิพลทางอุดมคติ 3 ข้อคำถาม และ (4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล 3 ข้อคำถาม รวมทั้งสิ้น 14 ข้อคำถาม ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของครอนบาค เท่ากับ 0.803, 0.750, 0.700, และ 0.780 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีพื้นฐานแนวคิดมาจาก Li, Huang, & Tsai, (2009) และแนวคิดของ Boso, Story, & Cadogan (2013) การวัดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมี 5 มิติ ได้แก่ (1) ความสามารถทางนวัตกรรม 5 ข้อคำถาม (2) ความกล้าเสี่ยง 3 ข้อคำถาม (3) การดำเนินงานเชิงรุก 3 ข้อคำถาม (4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน 3 ข้อคำถาม และ (5) ความเป็นอิสระ 3 ข้อคำถาม รวมทั้งสิ้น 17 ข้อคำถาม ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของครอนบาค เท่ากับ 0.844, 0.707, 0.763, 0.791, และ 0.782 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ความสามารถในการบูรณาการความรู้ มีพื้นฐานแนวคิดของ Kim et al. (2012) มี 2 มิติ ได้แก่ (1) วัฒนธรรมการเรียนรู้ 5 ข้อคำถาม (2) ความสามารถในการบริหารจัดการความรู้ 5 ข้อคำถาม รวมทั้งสิ้น 10 ข้อคำถาม ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของครอนบาค เท่ากับ 0.771 และ 0.799 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 แนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทาน มีพื้นฐานแนวคิดมาจาก Li, Ragu-Nathan, Ragu-Nathan, & Subba Rao (2006) และ Hamister (2012) มี 4 มิติ ได้แก่ (1) กลยุทธ์พันธมิตรกับผู้จัดส่งวัตถุดิบหรือสินค้า 4 ข้อคำถาม (2) การแบ่งปันข้อมูลสารสนเทศ 6 ข้อคำถาม (3) คุณภาพข้อมูลสารสนเทศ 4 ข้อคำถาม และ (4) ความสัมพันธ์กับลูกค้า 5 ข้อคำถาม รวมทั้งสิ้น 19 ข้อคำถาม ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของครอนบาค เท่ากับ 0.862, 0.882, 0.737 และ 0.857 ตามลำดับ

ตอนที่ 6 ปัญหา อุปสรรคและความคาดหวังของกลุ่ม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปร เพื่ออธิบายลักษณะกลุ่มตัวอย่างและการแจกแจงของตัวแปร รวมทั้งตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย โดยเกณฑ์พิจารณาการแจกแจงแบบปกติของตัวชี้วัดพิจารณาจากค่าความเบ้ไม่เกิน 3 ค่าความโด่งไม่เกิน 10 (Kline, 2011) ส่วนที่สอง การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย จะเป็นการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) โดยวิธี Maximum likelihood ในการประมาณค่า ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน คือ (1) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปร (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบความตรงของตัวชี้วัดที่มีตัวแปรแฝง และ (2) การวิเคราะห์เส้นทางของตัวแปรแฝงเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองโครงสร้าง โดยดัชนีที่ใช้

เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา (Hair et al., 2010) คือ ดัชนีวัดความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) ที่มากกว่า 0.92 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) มีค่าน้อยกว่า 0.07 (พิจารณาคู่กับค่า CFI ที่มีค่าตั้งแต่ 0.92 ขึ้นไป) ค่ารากกำลังสองเฉลี่ยมาตรฐานของส่วนเหลือ (Standard Root Mean Residual: SRMR) ค่า 0.08 หรือน้อยกว่า (พิจารณาคู่กับค่า CFI ที่มากกว่า 0.92)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเบื้องต้น

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 86.8) โดยระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะจบการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (ร้อยละ 29.4) รองลงมาคือ ประถมศึกษา (ร้อยละ 28.5) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 64.4) เป็นคณะกรรมการกลุ่มฯ อาทิเช่น รองประธานฯ ฝ่ายผลิต ฝ่ายการตลาด เลขานุการฯ ทั้งนี้รายได้หลักของกลุ่มตัวอย่างมีทั้งมาจากกลุ่มวิสาหกิจ (ร้อยละ 52.0) และอื่น ๆ อาทิเช่น กรีดยาง ทำสวน ค่าขาย (ร้อยละ 48.0) เมื่อพิจารณาประเภทกิจการ/กิจกรรมของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เป็นการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร (ร้อยละ 64.6) โดยกิจกรรมของกลุ่มตัวอย่างจะมีอายุการจัดตั้งกลุ่มเฉลี่ย 11.18 ปี ซึ่งสินค้าของกลุ่มตัวอย่างจะมียอดขายที่มาจากลูกค้าในอำเภอที่จัดตั้งกลุ่ม (ร้อยละ 41.9) รองลงมาคือ ลูกค้าจังหวัดใกล้เคียงในสามจังหวัดชายแดนใต้ (ยะลา ปัตตานี นราธิวาส) (ร้อยละ 29.5) โดยกลุ่มตัวอย่างจะได้รับการสนับสนุน/ช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ อาทิเช่น สำนักงานเกษตรจังหวัด โดยเป็นการสนับสนุน/ช่วยเหลือเกี่ยวกับความรู้งบประมาณ การตลาด การบรรจุภัณฑ์ ปรับปรุงโรงเรือน วัสดุอุปกรณ์ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด โดยเป็นการสนับสนุน/ช่วยเหลือเกี่ยวกับด้านการ

บรรจุภัณฑ์ งบประมาณ การตลาด ปัจจัยการผลิต สำนักงานพาณิชย์จังหวัด โดยเป็นการสนับสนุน/ช่วยเหลือเกี่ยวกับ การตลาด การบรรจุภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย ปัญหา อุปสรรคของกลุ่ม คือ การไม่มีตลาดแน่นอน รองลงมาคือ การขาดเครื่องมือการผลิตทันสมัย เงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ โดยปัญหา อุปสรรคที่เป็นปัญหาค้นพบหนึ่งของกลุ่มฯ คือ การไม่มีตลาดแน่นอน ความคาดหวังของกลุ่ม คือ การที่หน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือทางด้านการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การบรรจุภัณฑ์ และการจัดหาวัสดุอุปกรณ์การผลิต แนวคิดการทำธุรกิจ การสนับสนุนเงินทุน เป็นต้น

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปร พบว่า ตัวแปรแฝง (4 ตัวแปร) คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถในการบูรณาการความรู้ และแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทาน และตัวแปรสังเกต (15 ตัวแปร) พบว่า มีค่าความเบ้ไม่เกิน 3 และมีค่าความโด่งไม่เกิน 10 แสดงว่า ข้อมูลที่มีลักษณะการแจกแจงแบบปกติสามารถใช้การประมาณค่าแบบ Maximum likelihood ได้

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

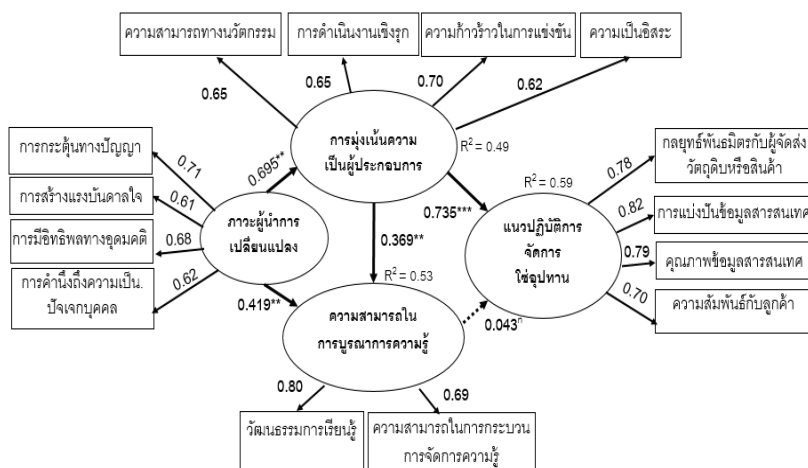
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย มี 2 ขั้นตอน คือ

2.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปร พบว่า มีตัวแปรสังเกต 1 ตัวแปร ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบปรับมาตรฐาน (Completely Standardized Solution) ที่น้อยกว่า 0.5 คือ ความกล้าเสี่ยง น้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.361 (ซึ่งเป็นตัววัดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ) จากผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรสังเกตดังกล่าวไม่ได้เป็นตัวบ่งชี้ที่ดีของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตัดตัวแปรสังเกตดังกล่าวออกจากแบบจำลองการวัด เนื่องจากลักษณะการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะเป็นการผลิตตามรูป

แบบเดิมที่เคยผลิตมาก่อนที่จะมีการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มจะเป็นลักษณะที่มีการผลิตตามกำลังการผลิตและการทำธุรกิจจะเป็นลักษณะซื้อมาขายไป ซึ่งสามารถแสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันที่ปรับปรุง (หลังจากตัดตัวแปรสังเกตความกลัวเสี่ยง) พบว่า ตัวแปรสังเกตของแต่ละตัวแปรแฝงเป็นตัวชี้วัดที่ดีของตัวแปรแฝง โดยน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมากกว่า 0.5 (Hair et al., 2010) คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบปรับมาตรฐานระหว่าง 0.613-0.712) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบปรับมาตรฐานระหว่าง 0.624-0.682) ความสามารถในการบูรณาการความรู้ (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบปรับมาตรฐานระหว่าง 0.687-0.791) และแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทาน (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบปรับมาตรฐานระหว่าง 0.699-0.815) ค่าไคสแควร์ (χ^2) = 228.480, $df = 71$, RMSEA = 0.07 ช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ของ RMSEA อยู่ในช่วง 0.059 ถึง 0.08, CFI = 0.971, SRMR = 0.048)

2.2 ผลการวิเคราะห์เส้นทางของตัวแปรแฝง พบว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างที่กำหนดกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องดี (ค่าไคสแควร์ (χ^2) = 254.904, $df = 72$, RMSEA = 0.075 ช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ของ RMSEA อยู่ในช่วง 0.065 ถึง 0.085, CFI = 0.967, SRMR = 0.054) แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรเชิงเหตุที่มีอิทธิพลโดยรวมต่อแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ขณะที่ความสามารถในการบูรณาการความรู้ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ($\beta = 0.695$, $p < .001$) (ยอมรับสมมติฐานที่ 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้ ($\beta = 0.419$, $p < .001$) (ยอมรับสมมติฐานที่ 2) การมุ่งเน้นความ

เป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้ ($\beta = 0.369, p < .001$) (ยอมรับสมมติฐานที่ 3) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทาน ($\beta = 0.735, p < .001$) (ยอมรับสมมติฐานที่ 4) ขณะที่ความสามารถในการบูรณาการความรู้ไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทาน ($\beta = 0.043, p > .001$) (ปฏิเสธสมมติฐานที่ 5) สามารถแสดงความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้างที่กำหนดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

อภิปรายผลการศึกษา

จากการที่ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในมิติการสร้างแรงบันดาลใจมีค่านำหนักองค์ประกอบสูงสุด แสดงให้เห็นว่า ประธานกลุ่มฯ มีการสร้างแรงบันดาลใจให้กับพนักงานหรือสมาชิกในกลุ่มให้เกิดการเรียนรู้ในการทำงานร่วมกัน สอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการภาวะผู้นำวิถีเป้าหมายที่ว่า ผู้นำจะส่งอิทธิพลต่อการทำงานของสมาชิกในองค์กร (Moorhead & Griffin, 2010) และสอดคล้อง

กับแนวคิดที่ว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสามารถที่จะทำให้สมาชิกในองค์กรหรือครอบครัวมีเป้าหมายร่วมกัน รวมทั้งทำให้วัฒนธรรมองค์กรที่เป็นธุรกิจครอบครัวสามารถทุ่มเทและปรับกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์ (Eddleston, 2008) และลักษณะผู้นำจะช่วยสนับสนุนให้พนักงานแต่ละคนในที่ที่มีการทำงานเป็นทีมเพื่อนำไปสู่การสร้างเชื่อมั่นในตนเอง (Zhang, Cao, & Tjosvold, 2011) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการในมิติของความเสี่ยงไม่เป็นตัวชี้วัดที่แสดงถึงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มฯ ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Li et al. (2009) ที่ทำการศึกษามุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของบริษัทจดทะเบียนในประเทศได้วันที่พบว่า ความกล้าเสี่ยงไม่ได้เป็นตัวชี้วัดของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการความสามารถในการบูรณาการความรู้ในมิติของวัฒนธรรมการมีน้ำหนัองค์ประกอบสูง แสดงให้เห็นถึงการทำงานร่วมกันของสมาชิกในชุมชนที่มีจุดเริ่มต้นหรือแนวคิดในการทำงานร่วมกันมาตั้งแต่ต้น ประกอบกับวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิตของกลุ่มฯ มาจากชุมชนที่อาศัยทำให้เกิดการเรียนรู้และรับทราบข้อมูลการดำเนินงานของกลุ่มอย่างต่อเนื่อง แนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทานในมิติของการแบ่งปันข้อมูลสารสนเทศมีน้ำหนักองค์ประกอบสูง แสดงให้เห็นถึงลักษณะการดำเนินธุรกิจของกลุ่มมีความใกล้ชิดกับชุมชนและลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันได้สะดวก และการที่ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Muchiri (2013) ที่คิดเห็นว่า พฤติกรรมภาวะผู้นำและลักษณะของผู้จัดการธุรกิจขนาดขนาดย่อมจะมีผลทำให้เกิดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของพนักงานในองค์กร ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้ สอดคล้องแนวคิดภาวะผู้นำที่ดีเป้าหมายที่ประธานกลุ่มฯ จะมีบทบาทสำคัญในการติดต่อหาตลาดหรือจัดหา

วัตถุดิบ หรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มฯอื่น ๆ รวมถึงการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ เช่น การจัดหาวัตถุดิบ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในกลุ่ม การเข้าร่วมอบรมของหน่วยงานภาครัฐ การหาตลาด การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้ สอดคล้องกับ มุมมองบนพื้นฐานทรัพยากร (RBV) ที่ให้ความสำคัญกับทรัพยากรหรือความรู้เพื่อที่จะทำให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kim et al. (2012) ที่พบว่า การมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการจะมีผลเชิงบวกต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้ที่มีผลไปสู่การเพิ่มผลการดำเนินงานขององค์กร การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทาน อาจเกิดจากการที่กลุ่มฯ ในพื้นที่มีลักษณะการดำเนินงานที่มีจุดเริ่มต้นมาจากครอบครัวหรือมีการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตทำให้กระบวนการสอบถามหรือหาความรู้จากการจัดหาวัตถุดิบหรือจัดส่งสินค้าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในตนเอง อีกทั้งบทบาทในการดำเนินงานของกลุ่มในการจัดหาวัตถุดิบ ประธานกลุ่มฯ จะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญจนอาจทำให้สมาชิกหรือคณะกรรมการกลุ่มฯ จึงให้ความสำคัญในประเด็นดังกล่าวค่อนข้างน้อย ความสามารถในการบูรณาการความรู้มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Wong & Wong (2011) ที่พบว่า ความสามารถในการจัดการความรู้แนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทาน และผลของแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทานที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (Firm Performance)

บทสรุปและข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เท่ากับ 0.695 และมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้ เท่ากับ 0.419 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมี

อิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้ เท่ากับ 0.369 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อแนวปฏิบัติการจัดการใช้อุทยาน เท่ากับ 0.735 และความสามารถในการบูรณาการความรู้ไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อแนวปฏิบัติการจัดการใช้อุทยานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถในการบูรณาการความรู้ ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของแนวปฏิบัติการจัดการใช้อุทยานได้ร้อยละ 59 โดยปัญหาอุปสรรคที่สำคัญของกลุ่ม คือ การไม่มีตลาดแน่นอน ซึ่งทางกลุ่มคาดหวังให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือเกี่ยวกับการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การบรรจุภัณฑ์ และการจัดหาววัสดุอุปกรณ์การผลิต จากผลการวิจัยจึงได้กำหนดข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจดังนี้ ดังนี้

1. จากการที่ประธานกลุ่มฯ เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนผลการดำเนินงานของกลุ่มฯ รวมทั้งเข้ามามีส่วนร่วมกับภาครัฐในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ หากมีการจัดทำฐานข้อมูลร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับประธานกลุ่มฯ ที่แสดงให้เห็นถึงบทบาท ลักษณะการดำเนินงานของกลุ่ม ศักยภาพ ลูกค้า เป้าหมายของกลุ่ม ปัญหา อุปสรรคและความต้องการของกลุ่ม จะทำให้การจัดโครงการที่ส่งเสริมและสนับสนุนของภาครัฐมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. จากการที่หน่วยงานภาครัฐได้เข้ามาส่งเสริม สนับสนุน ช่วยเหลือกลุ่มฯ โดยมีความเข้าใจข้อในบางประเด็น เช่น การผลิต การบรรจุภัณฑ์ การตลาด หากมีการสำรวจข้อมูลร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และจัดทำโครงการที่ส่งเสริมสนับสนุนในประเด็นดังกล่าว โดยแบ่งบทบาทหน้าที่ข้ามหน่วยงาน หรือส่งต่อเป้าหมายผลผลิตของโครงการจะส่งผลให้เกิดประสิทธิผลต่อการเพิ่มความสามารถในการบูรณาการความรู้และแนวปฏิบัติการจัดการใช้อุทยาน

3. จากการที่กลุ่มฯ มีปัญหา อุปสรรคที่คล้ายคลึงกัน ประกอบกับหน่วยงานภาครัฐยังมีการให้การส่งเสริม สนับสนุนในประเด็นที่ซ้ำซ้อนกันบางประเด็น ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการประชุมหารือเพื่อประสานโครงการระหว่างกัน โดยมีการแบ่งกลุ่มตามศักยภาพของกลุ่มเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทและสภาพปัญหาของกลุ่มฯ อาทิเช่น กลุ่มที่มีการผลิตการตลาดที่มุ่งเน้นในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ควรมีการจัดโครงการที่สนับสนุนการจัดหาหรือพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ โครงการพัฒนากระบวนการผลิต โครงการอบรมเพิ่มทักษะความรู้ทางด้านการตลาด การบริหารจัดการ แต่หากเป็นกลุ่มที่มีการมุ่งเน้นการผลิตและการตลาดนอกพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้หรือนอกภูมิภาคควรมีการจัดโครงการจัดให้กลุ่มดังกล่าวเข้ามามีส่วนร่วมแสดงสินค้า โครงการจับคู่หรือสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนซึ่งมีลักษณะการดำเนินงานที่มุ่งเน้นใช้วัตถุดิบ และตลาดในพื้นที่ ดังนั้น ในอนาคตหากมีการศึกษากับกลุ่มผู้ผลิตหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีลักษณะการดำเนินการผลิตที่เน้นใช้วัตถุดิบในพื้นที่เช่นเดียวกัน จะทำให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเกี่ยวกับแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทานได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2. ควรนำตัวแปรเกี่ยวกับผลการดำเนินการขององค์กรเข้ามาพิจารณาในแบบจำลองโครงสร้าง รวมทั้งควรพิจารณาเปรียบเทียบแนวปฏิบัติการจัดการโซ่อุปทานในมิติอื่น ๆ เช่น ความถี่ของการเข้าร่วมกิจกรรมกับหน่วยงานภาครัฐ รูปแบบของการเข้าร่วมกิจกรรมกับภาครัฐ ซึ่งผลดังกล่าวสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมหรือบุคคลที่จะเข้าร่วมกิจกรรมกับหน่วยงานภาครัฐได้อย่างเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- Boso, N., Story, V. M., & Cadogan, J. W. (2013). Entrepreneurial orientation, market orientation, network ties, and performance: Study of entrepreneurial firms in a developing economy. *Journal of Business Venturing*, 28(6), 708-727.
- Chong S.C., Wong K.Y., & Lin. (2006). Criteria for measuring KM performance outcomes in organisations. *Industrial Management & Data Systems*, 106 (7), 917-936.
- Dvir, T., Eden, D., Avolio, B J., & Shamir, B. (2002). Impact of transformational leadership on follower development and performance: A field experiment. *Academy of Management* ,45(4), 735-44.
- Eakure, N. (2011). *The way to reach the capital of the enterprises and production network to develop the sustainable of community economic in the five southern provinces*. Bangkok: The Thailand Research Fund.
- Eddleston, K. A. (2008). Commentary: The Prequel to Family Firm Culture and Stewardship: The Leadership Perspective of the Founder. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(6), 1055-1061.
- Fantazy, K. A., Kumar, V., & Kumar, U. (2010). Supply management practices and performance in the Canadian hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 685-693.
- Grant, R. M. (1996). Toward a knowledge based theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 17, 109-122.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R.E. (2010). Multivariate Data Analysis. A Global Perspective 7th edition. New Jersey: Pearson education Inc.
- Hamister, J. W. (2012). Supply chain management practices in small retailers. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 40(6), 427-450.
- Judge, T.A., & Piccolo, R.F. (2004). Transformational and transactional leadership: a meta-analytic test of their relative validity. *Journal of Applied Psychology*, 89(5), 755-768.
- Kim, K. & Im, I. (2002), The effects of electronic supply chain design (e-SCD) on coordination and knowledge sharing: an empirical investigation. *Proceedings of the 35th Hawaii International conference on System Sciences*, Kauai, HI, USA, pp. 1-10.
- Kim, Y. J., Song, S., Sambamurthy, V., & Lee, Y. L. (2012). Entrepreneurship, knowledge integration capability, and firm performance: *An empirical study Information Systems Frontiers*, 14(5), 1047-1060.
- Kline, R. B. (2011). Principles and practice of structural equation modeling 3rd ed. New York: The Guilford Press.
- Koh, S. C. L., Mehmet, D., Erkan, B., Ekrem, T., & Selim, Z. (2007). The impact of supply chain management practices on performance of SMEs. *Industrial Management & Data Systems*, 107(1), 103-124.

- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., & Subba Rao, S. (2006). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega*, 34(2), 107-124
- Li, Y.H., Huang, J.W., & Tsai, M.T. (2009). Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process. *Industrial Marketing Management*, 38(4), 440-449.
- Moorhead, G & Griffin, R.W. (2010). Organizational Behavior: Managing people and organizations. China Translation & Printing Services Limited, China.
- Muchiri, M.K. (2013). Entrepreneurial Orientation and Leadership: A Review, *Model and Research Agenda*, 26th Annual SEAAANZ Conference Proceedings. (pp.1-15). Small Enterprise Association of Australia and New Zealand.
- Prasad, S & Tata, J., (2010). Micro-enterprise supply chain management in developing countries, *Journal of Advances in Management Research*, 7(1), 8-31.
- Promsaka Na Sakolnakorn, T. & Sungkharat, U. (2013). *Development Guidelines for Small and Micro Community Enterprises in Songkhla Lake Basin*. Songkhla: Department of Educational Foundation, Faculty of Liberal Arts. Prince of Songkla University.
- Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., & Simchi-Levi, E. (2006). Designing & managing the supply chain (Translated and edited by Walailak Atthirawong & Watcharavee Chandraprakailul). Bangkok: Top.

- Sundram, V. P. K., Ibrahim, A. R., & Govindaraju, V. G. R. C. (2011). Supply chain management practices in the electronics industry in Malaysia: Consequences for supply chain performance. *Benchmarking: An International Journal*, 18(6), 834-855.
- Trottier, T., Van Wart, M., & Wang, X.H. (2008). Examining the nature and significance of leadership in government organizations. *Public Administration Review*, 68(2), 319-333.
- Vanichbuncha, K. (2008). *Data analysis using SPSS for Windows (11th ed.)*. Bangkok, Thailand: Thammasan.
- Wai P.W., & Kuan Y. W. (2011). Supply chain management, knowledge management capability, and their linkages towards firm performance. *Business Process Management*, 17(6), 940-964.
- Wiersma, W., & Jur, S. G. (2009). *Research Methods in Education an Introduction. (9th ed.)*. Boston, MA: Pearson Education Inc.
- Wong, W. P., & Wong, K. Y. (2011). Supply chain management, knowledge management capability, and their linkages towards firm performance. *Business Process Management Journal*, 17(6), 940-964.
- Zhang, X.-a., Cao, Q., & Tjosvold, D. (2011). Linking Transformational Leadership and Team Performance: A Conflict Management Approach. *Journal of Management Studies*, 48(7), 1586-1611.
- Zhou, H., & Benton, W. C. (2007). Supply chain practice and information sharing. *Journal of Operations Management*, 25(6), 1348-1365.

บทความวิจัย

สถาบันการเงินอิสลามกับการเติบโตทางเศรษฐกิจในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ศรัณย์ ศานติศาสตร์¹

อัญชนา พลศรี²

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณสินเชื่อกับสถาบันการเงินอิสลามในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย กองทุนธนาคารอิสลามของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และสหกรณ์อิสลามอิบนูอัฟฟาน) กับการเติบโตทางเศรษฐกิจและผลกระทบต่อความยากจน ในช่วงปี พ.ศ. 2549 ถึง 2557 โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิในการวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติด้วยวิธี Granger Causality Test และ Panel Least Squares รวมทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารสถาบันการเงินอิสลาม ผลการศึกษาพบว่า การเติบโตทางเศรษฐกิจในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ส่งผลให้ปริมาณสินเชื่อบริษัทของสถาบันการเงินอิสลามเพิ่มขึ้น แต่การเพิ่มขึ้นของสินเชื่อบริษัทไม่ได้ส่งผลให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ปริมาณสินเชื่อบริษัทของสถาบันการเงินอิสลามส่งผลให้ความยากจนในพื้นที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ: สถาบันการเงินอิสลาม การเติบโตทางเศรษฐกิจ สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

¹ อาจารย์ ดร. คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ Email: saran.s@nida.ac.th

² นักวิจัยอิสระ Email: ingnaka859@hotmail.com

RESEARCH ARTICLE

Islamic Financial Institutions and Economic Growth in the Three Southern Border Provinces

Saran Sarntisart³

Aunchana Pholsorn⁴

Abstract

This research aims to study the relationship between the Islamic financial institutions' amount of financing in the three southern border provinces (the Islamic Bank of Thailand, the Islamic Bank Fund of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, and the Ibnu Affan Islamic Cooperative), economic growth, and its impact on poverty during 2006 to 2014. By analyzing secondary data via econometric techniques including the Granger Causality Test and the Panel Least Squares, and an in-depth interview of the institution's management, results show that economic growth in the three southern border provinces causes the amount of Islamic financing to grow. We, however, do not find a reverse relationship. Despite this result, we do find that Islamic financing has a significant impact in decreasing poverty in the area.

³ Lecturer, Ph.D., Graduate School of Development Economics, National Institute of Development Administration, Email: saran.s@nida.ac.th

⁴ Independent Researcher, Email: ingnaka859@hotmail.com

Keywords: Islamic Financial Institution, Economic Growth, Three Southern
Border Provinces

บทนำ

อิสลามไม่ได้เป็นเพียงศาสนาแต่เป็นหลักในการดำเนินชีวิต วิถีชีวิตและกิจกรรมต่างๆ จะต้องเป็นที่ยอมรับตามบทบัญญัติของศาสนา (ฮาลาล) รวมถึงการให้จ่ายเงินและการลงทุน ประชากรมุสลิมจำนวนหนึ่งอดัดใจที่จะฝากเงินออมของพวกเขาในธนาคารทั่วไป (Conventional Bank) ที่ไม่ได้ดำเนินการตามหลักศาสนาอิสลาม (Kpodar and Imam, 2010) ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับการพัฒนาทางการเงินและการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศมุสลิมหลายประเทศ ระบบธนาคารทางเลือก (Alternative Banking System) อย่างระบบธนาคารอิสลาม (Islamic Banking System) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของระบบการเงินอิสลามมีเป้าหมายที่จะให้บริการทางการเงินบนพื้นฐานของศาสนาอิสลามเพื่อตอบสนองความต้องการทางการเงินของมุสลิม โดยเฉพาะมุสลิมที่หลีกเลี่ยงการใช้บริการระบบธนาคารทั่วไปเนื่องจากความกังวลในเรื่องศาสนา เป็นที่ทราบกันดีว่าระบบการเงินการธนาคารส่งผลกระทบทางบวกต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจด้วยการสนับสนุนให้เกิดการเคลื่อนย้ายของเงินออม เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากรและเพิ่มมูลค่าทรัพยากรเหล่านั้น และกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมกับเทคโนโลยีใหม่ๆ

ในกรณีของประเทศไทย แนวคิดการจัดตั้งธนาคารอิสลามได้ริเริ่มขึ้นจากความต้องการของชาวมุสลิมที่จะใช้บริการธนาคารที่ดำเนินการบนหลักการของศาสนาอิสลาม อีกจุดประสงค์หนึ่งของการจัดตั้งก็เพื่อให้ประชาชนในระดับรากหญ้าโดยเฉพาะในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ปัตตานี นราธิวาส และยะลา) ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม⁵ สามารถเข้าถึงบริการของธนาคาร เป็นแหล่งเงินทุนให้ธุรกิจรายย่อย (Noipom, 2014) เพิ่มโอกาสในการลงทุนและดึงเงินออมเข้าสู่ระบบเพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ ด้วยเจตนารมณ์เช่นนี้รัฐบาลจึงได้

⁵ ประชากรมุสลิมในประเทศไทยมีอยู่ทั้งหมด 3,260,111 คน โดยอยู่ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ 1,421,172 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 43.59 (Well Being Promotion for Muslim Thai Foundation, 2010)

สนับสนุนให้ธนาคารอิสลามเกิดขึ้นโดยได้มอบหมายให้กระทรวงการคลังจัดเตรียมพระราชบัญญัติธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยนำเสนอสภาผู้แทนราษฎรพิจารณาผ่านออกมาเป็นกฎหมายและสำเร็จในเดือนตุลาคมปี 2545 ธนาคารแห่งประเทศไทยซึ่งให้บริการตามหลักศาสนาอิสลามอย่างเต็มรูปแบบจึงได้เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2546 อย่างไรก็ตามในปัจจุบันประเทศไทยยังมีอีกหนึ่งธนาคารที่ให้บริการตามหลักศาสนาอิสลาม นั่นคือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ที่มีกองทุนธนาคารอิสลาม ซึ่งถือว่าเป็นการให้บริการประเภทหน้าต่างอิสลาม รวมทั้งสหกรณ์อิสลามซึ่งมีความใกล้ชิดกับชุมชนและประชาชนรากหญ้า

อย่างไรก็ตามสำหรับกรณีประเทศไทยยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาผลกระทบของสถาบันการเงินอิสลามต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจในเชิงปริมาณ งานวิจัยชิ้นนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณสินเชื่อของสถาบันการเงินอิสลามกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ รวมทั้งผลกระทบต่อความยากจน โดยจะศึกษาในกรณีของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีประชากรมุสลิมเป็นชนกลุ่มใหญ่ ซึ่งการลดปัญหาความยากจนเป็นปัจจัยสำคัญในการช่วยบรรเทาปัญหาความไม่สงบในพื้นที่ (Samtisant, 2005)

วัตถุประสงค์งานวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณสินเชื่อของสถาบันการเงินอิสลามกับการเติบโตทางเศรษฐกิจในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมทั้งผลกระทบต่อความยากจน

ขอบเขตการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณสินเชื่อของสถาบันการเงินอิสลามกับการเติบโตทางเศรษฐกิจในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ปัตตานี

นราธิวาส และยะลา) รวมทั้งผลกระทบต่อความยากจน โดยศึกษาผ่านทางปริมาณสินเชื่อรวมของสถาบันการเงินอิสลามที่อยู่ในพื้นที่ คือ ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย กองทุนธนาคารอิสลามของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และสหกรณ์อิสลามโดยใช้สหกรณ์อิสลามอับนุอ์ฟานซึ่งเป็นสหกรณ์อิสลามที่ใหญ่ที่สุดเป็นสหกรณ์ตัวแทน⁶ ครอบคลุมช่วงเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 ถึง 2557

ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องสามารถแยกออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ 1 งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระบบการเงินการธนาคารอิสลามกับการเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงประจักษ์ และกลุ่มที่ 2 งานวิจัยที่ศึกษาปัจจัยที่กำหนดหรือส่งผลกระทบต่อความยากจน

สำหรับงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระบบการเงินการธนาคารอิสลามกับการเติบโตทางเศรษฐกิจมีทั้งที่เป็นในเชิงทฤษฎีและเชิงประจักษ์ Kumru and Samtisant (2016) ได้ศึกษาผลกระทบของการมีธนาคารทางเลือก (Alternative Banking) ต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศหรือระบบเศรษฐกิจที่ประชากรมีความเชื่อหรือความต้องการทางศาสนา (Religion Preference) โดยใช้ Overlapping Generations Model ผลการคำนวณพบว่า การจัดตั้งธนาคารทางเลือกในประเทศที่ประชากรมีความเชื่อหรือความต้องการทางศาสนา แม้จะเป็นสัดส่วนเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับประชากรทั้งหมด จะส่งผลทางบวกต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ การออมโดยรวมของประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดการผลิต การจ้างงาน ประชากรมีรายได้และสวัสดิการที่สูงขึ้น Furqani and Mulyany (2009) วิเคราะห์ผลกระทบเชิงพลวัตระหว่างธนาคารอิสลามและการเติบโต

⁶ สหกรณ์อิสลามอับนุอ์ฟาน จำกัด เป็นสหกรณ์อิสลามแห่งที่ 2 เปิดให้บริการในปี 2535 ด้วยเงินทุน 2 หมื่นบาท ในปัจจุบันมีลูกค้ากว่า 85,000 คน ครองส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับหนึ่ง และมีสินทรัพย์กว่า 1,600 ล้านบาท

ทางเศรษฐกิจในมาเลเซียในช่วงปี 2540-2548 พบว่า การเพิ่มขึ้นของ GDP ส่งผลให้การธนาคารอิสลามเติบโต แต่การเติบโตของการธนาคารอิสลามไม่ได้ทำให้ GDP เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม Abduh and Chowdhury (2012) ซึ่งได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาของการธนาคารอิสลามกับการเติบโตทางเศรษฐกิจในบังกลาเทศในช่วงปี 2547-2554 พบความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ส่วน Abduh and Omar (2012) ได้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในสองทิศทางอย่างมีนัยสำคัญระหว่างระบบธนาคารอิสลามกับการเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งในช่วงระยะเวลานั้นและยาวโดยใช้ชุดข้อมูลของประเทศอินโดนีเซียในช่วงปี 2546-2553

สำหรับประเทศไทย งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่กำหนดหรือส่งผลกระทบต่อความยากจนมีดังต่อไปนี้

Rattanathammaporn (2002) ได้ศึกษาผลกระทบของการว่างงานและเงินเพื่อการกระจายรายได้และความยากจนในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2529-2543 ด้วยแบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณโดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares (OLS)) ผลการศึกษาพบว่า อัตราการว่างงานและเงินเพื่อที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ความไม่เท่าเทียมทางรายได้และความยากจนสูงขึ้น ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 80 Warr (2002) ได้ทำการวิเคราะห์การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยหลังวิกฤตต้มยำกุ้งกับการลดลงของความยากจน โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความยากจน เงินเพื่อ และการเติบโตทางเศรษฐกิจ พบว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจส่งผลให้เงินเพื่อกับความยากจนลดลง นอกจากนี้ Deolalikar (2002) ได้ศึกษาผลกระทบของการเติบโตทางเศรษฐกิจต่อการกระจายรายได้และความยากจนของประเทศไทยช่วง พ.ศ. 2535-2542 โดยใช้ข้อมูลระดับจังหวัด ผลการศึกษาพบว่า การเติบโตทางเศรษฐกิจส่งผลให้ความยากจนลดลง ส่วนความไม่เท่าเทียมทางรายได้ที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ความยากจนสูงขึ้นนำไปสู่อัตรา

การเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่ำลง ส่วน Krongkaew et al. (2006) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ การจ้างงาน และปัญหาความยากจนในประเทศไทยช่วงปี พ.ศ. 2523-2545 โดยพบว่า การเติบโตทางเศรษฐกิจส่งผลให้การจ้างงานและผลผลิตเพิ่มขึ้นนำไปสู่การลดลงของปัญหาความยากจน

สำหรับในต่างประเทศ งานวิจัยที่ทำการศึกษากับการวิจัยที่มีผลต่อความยากจนมีเป็นจำนวนมาก Warr (2001) ได้ศึกษาการลดลงของความยากจนกับการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับภาค ได้แก่ ภาคเกษตร ภาคบริการ และภาคอุตสาหกรรมของประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ในช่วงปี พ.ศ. 2503-2542 ทั้งในเขตเมืองและชนบท โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ Pooled Data ผลการศึกษาพบว่า การเติบโตของภาคเกษตรและภาคบริการส่งผลให้ความยากจนลดลง แต่การเติบโตของภาคอุตสาหกรรมกลับไม่ส่งผลเช่นนั้น ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับในกรณีของประเทศอินเดีย อย่างไรก็ตาม Warr and Wang (1999) ซึ่งทำการศึกษาระดับเดียวกัน แต่ในกรณีของประเทศได้หวนกลับพบว่า การเติบโตของภาคอุตสาหกรรมส่งผลให้ความยากจนลดลง ทั้งนี้ สาเหตุมาจากบทบาทของนโยบายด้านอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน

Agrawal (2007) ได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจกับปัญหาความยากจนในประเทศคาซัคสถานในช่วงปี พ.ศ. 2541-2546 โดยใช้ข้อมูลรายจังหวัด ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูงจะส่งผลให้ปัญหาความยากจนลดลง นำไปสู่การจ้างงานที่เพิ่มขึ้นและค่าจ้างที่แท้จริงสูงขึ้น ส่วน Ncube et al. (2013) ได้วิเคราะห์รูปแบบของความไม่เท่าเทียมกับความสัมพันธ์กับการเติบโตทางเศรษฐกิจและความไม่เท่าเทียมทางรายได้ในกรณีของภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ (Middle East and North Africa : MENA) ในช่วงปี พ.ศ. 2528-2552 โดยใช้ข้อมูลแบบ Panel Data ผลการศึกษาพบว่า ความไม่เท่าเทียมทางรายได้ส่งผลให้การเติบโตทางเศรษฐกิจ

ลดลงและความยากจนในภูมิภาคสูงขึ้น ทั้งนี้ ปัจจัยที่ส่งผลให้ความยากจนเพิ่มขึ้น ได้แก่ การลงทุนทางตรง การเพิ่มขึ้นของประชากร และปัญหาเงินเฟ้อ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลให้ความยากจนลดลง ได้แก่ การลงทุนภายในประเทศ การเปิดกว้างทางการค้า อัตราแลกเปลี่ยน รายได้ต่อหัวของประชากร และสัดส่วนของค่าเช่าน้ำมัน ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ

เท่าที่ผู้วิจัยทราบยังไม่มีการวิจัยในกรณีของประเทศไทยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณสินเชื่อของสถาบันการเงินอิสลามกับการเติบโตทางเศรษฐกิจในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมทั้งผลกระทบต่อความยากจน

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ต้องการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณสินเชื่อของสถาบันการเงินอิสลามกับการเติบโตทางเศรษฐกิจและความยากจนของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ในช่วงปี พ.ศ. 2549 ถึง 2557 ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ในลักษณะใด ซึ่งงานวิจัยได้แบ่งการศึกษาออกเป็นสองส่วน คือ การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารสถาบันการเงินอิสลามในพื้นที่

1. ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย

ข้อมูลที่ใช้และแหล่งที่มาสามารถสรุปได้ดังตารางด้านล่าง⁷

⁷ ข้อมูลที่ใช้ทั้งหมดเป็นข้อมูลรายปี

ตารางที่ 1

ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยและแหล่งที่มา

ข้อมูล	แหล่งที่มา
ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
สินเชื่อสถาบันการเงินอิสลาม	ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย กองทุนธนาคารอิสลาม ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และสหกรณ์อิสลามอับดุลฟาน จำกัด
สัดส่วนคนจน	สำนักพัฒนาฐานข้อมูลและตัวชี้วัดภาวะสังคม สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ดัชนีราคาผู้บริโภค	สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
งบประมาณจังหวัด	สำนักงบประมาณ กระทรวงการคลัง
อัตราการว่างงาน	สำนักงานสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ

2.แบบจำลองทางเศรษฐมิติ

แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัยมีอยู่ 2 แบบจำลอง คือ (1) แบบจำลองเพื่อศึกษาทิศทางความสัมพันธ์ว่าปริมาณสินเชื่อของสถาบันการเงินอิสลามส่งผลให้เศรษฐกิจเติบโต หรือเป็นเพราะเศรษฐกิจเติบโตปริมาณสินเชื่อของสถาบันการเงินอิสลามจึงเพิ่มขึ้น และ (2) แบบจำลองเพื่อศึกษาว่าปริมาณสินเชื่อสถาบันการเงินอิสลามส่งผลกระทบบังคับให้ความยากจนลดลงหรือไม่

2.1 ทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจกับ ปริมาณสินเชื่อของสถาบันการเงินอิสลาม

เนื่องจากข้อมูลมีลักษณะเป็น Panel Data⁸ จึงต้องทดสอบความนิ่งของข้อมูลด้วยวิธี Augmented Dickey-Fuller Test หลังจากนั้นจึงทำการหาความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาวด้วยวิธี Johansen Fisher Cointegration Test⁹ ต่อด้วยการทดสอบความสามารถในการปรับตัวระยะสั้นเพื่อเข้าสู่ดุลยภาพระยะยาวด้วยวิธี Panel Vector Error Correction Model (VECM) โดยประยุกต์ใช้เทคนิคของ Engle and Granger ทั้งนี้ ขั้นตอนที่กล่าวมาเป็นวิธีมาตรฐานซึ่งงานวิจัยในอดีตที่ศึกษาหัวข้อเดียวกันแต่ในกรณีของประเทศอื่นใช้ (Abduh and Chowdhury, 2012; Abduh and Omar, 2012)

2.2 ผลกระทบของปริมาณสินเชื่อสถาบันการเงินอิสลามต่อ ความยากจน

จากการทบทวนวรรณกรรมพบตัวแปรมหภาคที่กำหนดความยากจนดังต่อไปนี้

$$POV = f(GPP, UNEM, INF, BUDG, FIN)$$

โดยที่	POV	คือ สัดส่วนคนจน (ร้อยละ)
	UNEM	คือ อัตราการว่างงาน (ร้อยละ)
	INF	คือ อัตราเงินเฟ้อ (ร้อยละ)
	BUDG	คือ งบประมาณ (บาท)
	GPP	คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (บาท)

⁸ ข้อมูลมาจากหลายหน่วยสำรวจ (Cross Section) และแต่ละหน่วยสำรวจข้อมูลมีการเรียงตามเวลา (Time Series)

⁹ การทดสอบความคงที่ของค่าเบี่ยงเบนจากการประมาณค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอนุกรมเวลา

FIN คือ สินเชื่อของสถาบันการเงินอิสลามในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ซึ่งประกอบไปด้วยธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย กองทุนธนาคารอิสลามของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และสหกรณ์อิสลามอิบนูอัฟฟาน (บาท)

กำหนดรูปแบบสมการ ดังนี้

$$\ln(POV) = \gamma_0 + \gamma_1 \ln(GPP) + \gamma_2 \ln(UNEM) + \gamma_3 \ln(INF) + \gamma_4 \ln(BUDG) + \gamma_5 \ln(FIN) + \varepsilon$$

ตารางที่ 2

สมมติฐานในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ	ความสัมพันธ์กับ POV
GPP	-
UNEM	+
INF	+
BUDG	-
FIN	-

เริ่มต้นด้วยการทดสอบความนิ่งของข้อมูล ตามด้วยการทดสอบปัญหา Multicollinearity¹⁰ และปัญหา Autocorrelation¹¹ หลังจากนั้นจึงใช้ Hausman Test เพื่อเลือกรูปแบบแบบจำลองที่เหมาะสมระหว่าง Fixed Effect กับ Random Effect Model พอได้รูปแบบแล้วจึงทำการประมาณค่าสมการด้วยวิธี Panel Least Squares

¹⁰ การที่ตัวแปรอิสระมีสหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างกันในระดับที่สูง

¹¹ การที่ค่าความคลาดเคลื่อนในแต่ละช่วงเวลาไม่เป็นอิสระต่อกัน

3. การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์คำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารสถาบันการเงินอิสลามจำนวน 3 คน โดยการตั้งคำถามอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีสถาบันการเงินกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Financial Institutions and Economic Growth Theories) ซึ่งกล่าวว่า การที่ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการทางการเงิน จะช่วยให้เกิดการลงทุนนำไปสู่การจ้างงาน รายได้ และการเติบโตทางเศรษฐกิจ เมื่อเศรษฐกิจเติบโตความยากจนจะลดลง ทั้งนี้ คำถามจะครอบคลุมทั้งหมด 4 ประเด็น คือ

1. ผลกระทบของสถาบันการเงินอิสลามต่อการส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึงระบบการธนาคาร
2. ผลกระทบของสถาบันการเงินอิสลามต่อการจ้างงาน
3. ผลกระทบของสถาบันการเงินอิสลามต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ
4. ผลกระทบของสถาบันการเงินอิสลามต่อปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำ

ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่อันจะนำไปสู่ข้อมูลในการวางนโยบายด้านการพัฒนาของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ผลศึกษาทิศทางการความสัมพันธ์ว่าปริมาณสินเชื่อของสถาบันการเงินอิสลามส่งผลให้เศรษฐกิจเติบโตหรือเป็นเพราะเศรษฐกิจเติบโตปริมาณสินเชื่อของสถาบันการเงินอิสลามจึงเพิ่มขึ้น ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาว่าปริมาณสินเชื่อสถาบันการเงินอิสลามส่งผลกระทบต่อความยากจนลดลงหรือไม่ และส่วนที่ 3 ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารสถาบันการเงินอิสลามในพื้นที่

1. ทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจกับปริมาณสินเชื่อกของสถาบันการเงินอิสลาม

ในขั้นตอนแรกของการดำเนินการพบว่าข้อมูลมีลักษณะหนึ่ง นั่นคือ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความแปรปรวน (Variance) และค่าความแปรปรวนร่วม (Covariance) คงที่ไม่เปลี่ยนแปลงตามเวลา ขั้นตอนต่อมา คือ การทดสอบทิศทางความสัมพันธ์ทั้งในระยะยาวและระยะสั้นพบว่า InGPP ส่งผลกระทบต่อ InFIN และมีความสัมพันธ์ในเชิงดุลยภาพระยะยาว (มี Cointegration) หลังจากนั้นจึงทำการทดสอบด้วย Panel VECM Model พบว่า InGPP ไม่ส่งผลต่อ InFIN ในระยะสั้น

อย่างไรก็ตาม ในการทดสอบความสัมพันธ์ Cointegration ของตัวแปรนั้นจะต้องทำการทดสอบทั้ง 2 ทิศทาง นั่นคือ การส่งผลกระทบซึ่งกันและกันของตัวแปร เพราะฉะนั้นจึงพิจารณาและทำการทดสอบความสัมพันธ์ Cointegration ของ InFIN ที่ส่งผลต่อ InGPP ว่ามีรูปแบบใดด้วยวิธีการและขั้นตอนเช่นเดียวกัน ผลการศึกษาพบว่า InFIN ไม่ส่งผลกระทบต่อ InGPP จึงไม่มีความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาว และไม่ส่งผลกระทบในระยะสั้นด้วย

2. ผลกระทบของปริมาณสินเชื่อสถาบันการเงินอิสลามต่อความยากจน

ลักษณะของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 3

ลักษณะของข้อมูล

	POV	GPP	UNEM	INF	BUDG	FIN
	(%)	(ล้านบาท)	(%)	(%)	(ล้านบาท)	(ล้านบาท)
ค่าเฉลี่ย	39.59	87,766.00	1.81	1.93	20,694	4,057.86
ค่าสูงสุด	66.2	152,659.00	3.8	5.67	27,547	8,796.60
ค่าต่ำสุด	13.38	63,019.00	0.5	0.10	14,207	783.78
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	12.55	22,893.62	0.81	1.37	4,677.73	2,492.36

เนื่องจากการทดสอบความนิ่งของข้อมูลแล้ว ขั้นตอนต่อไปจึงทดสอบปัญหา Multicollinearity ผลการทดสอบปรากฏว่า พบปัญหาระหว่างตัวแปร INF กับ FIN และระหว่างตัวแปร EMP กับ GPP ผู้วิจัยจึงตัดตัวแปร CPI กับ EMP ออกเพื่อแก้ปัญหา หลังจากนั้นจึงทำการเลือกรูปแบบของแบบจำลองระหว่าง Fixed Effect Model กับ Random Effect Model ด้วย Hausman Test ผลการทดสอบพบว่า แบบจำลองประเภทแรกเหมาะสมกว่า ขั้นตอนสุดท้าย คือ การประมาณค่าสมการด้วยวิธี Panel Least Squares แล้วทดสอบปัญหา Autocorrelation ซึ่งพบว่าไม่เกิดปัญหา โดยผลการประมาณค่าสมการสามารถแสดงได้ ดังนี้

$$POV = 6.050 - 0.380 \ln(GPP) - 0.019 \ln(BUDG) - 0.064 \ln(FIN)$$

หากพิจารณาจากค่า R^2 พบว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ถึงร้อยละ 76 โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมรายจังหวัดและสินเชื่อบริษัท

การเงินอิสลามมีนัยสำคัญต่อสัดส่วนคนจนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

ผลการศึกษาพบว่า ผลสัมฤทธิ์มวลรวมรายจังหวัดของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามกับสัดส่วนคนจนซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยอธิบายได้ว่า หากผลสัมฤทธิ์มวลรวมรายจังหวัดของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้สัดส่วนคนจนลดลงร้อยละ 0.38 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ปริมาณสินเชื่อของสถาบันการเงินอิสลามในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามกับสัดส่วนคนจนซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยอธิบายได้ว่า หากปริมาณสินเชื่อของสถาบันการเงินอิสลามในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้สัดส่วนคนจนลดลงร้อยละ 0.064 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ทั้งนี้ ตัวแปรด้านงบประมาณไม่มีนัยสำคัญต่อสัดส่วนคนจนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การเติบโตทางเศรษฐกิจผ่านตัวแปรผลสัมฤทธิ์มวลรวมรายจังหวัดและการเติบโตของสถาบันการเงินอิสลามผ่านตัวแปรปริมาณสินเชื่อต่างส่งผลต่อการลดปัญหาความยากจนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ งบประมาณช่วยเหลือจากภาครัฐที่ไม่ส่งผลต่อการลดสัดส่วนคนจนอาจมีสาเหตุจากความเหลื่อมล้ำทางรายได้ที่สูงหรืองบประมาณที่ลงไปนั้นไม่ได้ไปช่วยเพิ่มผลิตภาพของแรงงาน

3. การสัมภาษณ์เชิงลึก

ในส่วนของการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบันการเงินอิสลามในพื้นที่ ผู้วิจัยพบข้อมูลที่สำคัญ ดังนี้

ในภาพรวมการธนาคารอิสลามเป็นแหล่งเงินทุนทางเลือกในการสร้างงานสร้างอาชีพและการต่อยอดในอาชีพที่มีอยู่แล้วเพื่อตอบสนองความต้องการของพี่น้องชาวมุสลิมที่ต้องการเงินทุนที่ได้มาอย่างถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม

ซึ่งผู้บริโภคมุสลิมต้องการผลิตภัณฑ์สินค้าที่ฮาลาล การปฏิบัติในทุกขั้นตอนการผลิตจะต้องมีความถูกต้องตามหลักศาสนารวมถึงเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานเช่นกัน

ธุรกิจส่วนใหญ่ที่ขอสินเชื่อกับธนาคารอิสลาม ได้แก่ ธุรกิจด้านการเกษตรและสถาบันการศึกษาโดยเฉพาะโรงเรียนเอกชนที่ได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาลแต่ไม่เพียงพอ การธนาคารอิสลามจึงเป็นแหล่งเงินทุนทางเลือกที่โรงเรียนสถานศึกษาใช้ เมื่อธุรกิจเหล่านี้เติบโตจะก่อให้เกิดการสร้างงานนำไปสู่รายได้และการเติบโตทางเศรษฐกิจ

การธนาคารอิสลามในพื้นที่ประกอบไปด้วยธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) ซึ่งเป็นสถาบันการเงินที่อยู่คู่กับลูกค้าในพื้นที่มานานในระบบการเงินแบบทั่วไปก่อนที่จะมีธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2542 การจัดหาเงินทุนของมุสลิมในอดีตใช้แหล่งเงินทุนจากสหกรณ์ซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงสินเชื่อและจำนวนเงินทุนที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ อีกทั้งกฎหมายระเบียบข้อบังคับยังเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการดำเนินงานของสถาบันการเงิน อันเป็นการผลักดันให้มุสลิมจำเป็นต้องใช้เงินทุนในระบบอัตราดอกเบี้ยนำมาสู่ปัญหาและอุปสรรคอีกประการ คือ การขาดสินทรัพย์ค้ำประกันซึ่งธนาคารทั่วไปต้องการ เป็นผลให้ประชาชนไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้

ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า การธนาคารอิสลามมีบทบาทให้ชุมชนขนาดเล็กสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายกว่าสถาบันการเงินทั่วไป การดำเนินงานที่ผ่านมา พบว่า ลูกค้ามุสลิมที่มีอายุสูงขึ้นจะให้ความสำคัญกับบริการทางการเงินที่ถูกต้องตามหลักการของศาสนา ดังนั้น หากมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการเงินอิสลามมากขึ้นจะสามารถส่งเสริมการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจได้ดียิ่งขึ้น แต่เนื่องจากปัญหาและอุปสรรคด้าน

ผู้เชี่ยวชาญและผู้ที่มีความรู้เฉพาะด้านการเงินอิสลามที่มีอย่างจำกัด การส่งเสริม จึงควรมีการสนับสนุนการบูรณาการจากภาครัฐให้เกิดการร่วมมือกันของสถาบันการเงินอิสลามในพื้นที่ ได้แก่ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) ธนาคารอิสลาม และสหกรณ์อิสลามในการขับเคลื่อนการเงินอิสลามให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ปัจจุบันการดำเนินงานเป็นไปในรูปแบบของต่างฝ่ายต่างทำ ไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจน ซึ่งปัญหาเหล่านี้ส่งผลต่อความเชื่อถือของลูกค้ายุติด้วยเช่นกัน

ปัจจุบันธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) ได้พยายามสร้างความร่วมมือกับสหกรณ์อิสลามในพื้นที่ มีการเชิญผู้นำทางศาสนาเข้ามาฝึกอบรมในการให้ความรู้แก่ประชาชนชาวมุสลิมและประชาชนทั่วไปผ่านทางการสอนหลักการออมตามหลักศาสนาทั้งในมัสยิดและโรงเรียน อันเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจในระบบการเงินการธนาคารอิสลามตั้งแต่ฐานราก สอดคล้องกับความพยายามของธนาคารแห่งประเทศไทยที่ต้องการส่งเสริมการเรียนรู้ด้านการเงินฐานรากนอกเหนือจากการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ตามความคิดเห็นของผู้บริหารการธนาคารอิสลาม ระบุว่า การส่งเสริมเศรษฐกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ให้มีการเติบโตนั้น *ประการแรก* ควรเน้นให้เกิดการพัฒนาด้านการรับซื้อสินค้าจากชุมชน รวมถึงจัดหาช่องทางการระบายสินค้าออกสู่ท้องตลาด เนื่องจากประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นของตนเองอยู่แล้วแต่มีปัญหาในลักษณะเดียวกัน คือ การกระจายสินค้าออกสู่ท้องตลาด ระบบการเงินและระบบการตลาดนั่นเอง ส่วนหนึ่งเกิดจากเหตุความไม่สงบในพื้นที่ทำให้เกษตรกรในพื้นที่ถูกกดราคาราคาสินค้า อีกทั้งไม่มีหน่วยงานหรือพ่อค้าคนกลางเข้าไปช่วยเหลือด้านการระบายสินค้าเท่าที่ควร *ประการที่สอง* พัฒนาส่งเสริมศูนย์การเรียนรู้ชุมชนด้านธุรกิจตั้งแต่เริ่มต้นไปจนถึงความรู้ด้านการตลาดเพื่อให้ประชาชนในพื้นที่มีความรู้ในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ของตนเองให้

มีมูลค่าเพิ่มยิ่งขึ้น *ประการที่สาม* ส่งเสริมการให้ความรู้ด้านการเงินและการออมเงินให้คนในชุมชนตระหนักรู้ว่าการออมนั้นผลดีต่อตัวเขา ครอบครัว และชุมชนอย่างไร

เนื่องด้วยรูปแบบทางการเงินของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) และสหกรณ์อิสลามที่มีความใกล้ชิดกับลูกค้าฐานราก ทำให้การเข้าถึงเป็นไปได้ง่ายและดีกว่าสถาบันการเงินทั่วไป จากการคลุกคลีกับลูกค้ามุสลิมฐานราก พบว่า คนส่วนใหญ่ไม่มีความเข้าใจด้านการเงินอิสลามทำให้ประชาชนเข้าถึงการเงินอิสลามได้น้อยมาก ทั้งนี้ ความไม่เชื่อมั่นต่อระบบการเงินอิสลามเกิดขึ้นเพราะ

1. ไม่เห็นความแตกต่างที่ชัดเจนจากระบบการเงินทั่วไปที่อิงดอกเบี้ย
2. นักวิชาการศาสนาที่ขาดความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านการเงิน

บทบาทที่สำคัญของการธนาคารอิสลามในการลดความยากจน คือ การใช้กลยุทธ์การเข้าถึงแหล่งชุมชนฐานรากโดยผ่านสถาบันการเงินสาขาในการเข้าไปส่งเสริมการเรียนรู้ในชุมชน ที่ผ่านมาพบว่า การแก้ไขปัญหาของรัฐบาลมีความล้มเหลว เนื่องจากการกำหนดนโยบายเกิดจากส่วนกลางซึ่งไม่มีความรู้ความเข้าใจในความต้องการที่แท้จริงของคนในพื้นที่ ทำให้การแก้ปัญหาไม่ตรงจุด ไปปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ ผู้บริหารการธนาคารอิสลามมีความเห็นว่า การส่งเสริมความรู้ให้แก่ประชาชนสามารถแก้ปัญหาด้วยตนเองจะเป็นการแก้ไขปัญหาที่ตรงจุดและยั่งยืนกว่า มัสยิด คือ ศูนย์รวมการเรียนรู้ของชุมชนที่สามารถให้ความรู้การศึกษาพัฒนาระบบการเงินอิสลามได้ เพื่อให้มีการร่วมแรงร่วมใจกันจัดตั้งสถาบันการเงินหรือกองทุนการเงินอิสลามในมัสยิดหรือชุมชนอันเป็นฐานแรกที่ทำให้ชุมชนมีการออม มีการสนับสนุนการลงทุนสร้างอาชีพ สร้างรายได้ เมื่อมีธุรกิจระดับชุมชนมากขึ้นจะทำให้สถาบันการเงินเติบโตและมีชะกาต¹² ช่วยเหลือ

¹² การให้ทานภาคบังคับ

สังคมต่อไปในด้านการลดความยากจนและความเหลื่อมล้ำ ถือเป็นการพึ่งพาตนเองสร้างความเข้มแข็งที่ยั่งยืนในวิถีแบบอิสลาม

บทสรุปและข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จุดประสงค์ในการตั้งธนาคารอิสลามไม่เพียงเพื่อให้พี่น้องมุสลิมมีบริการธนาคารที่ดำเนินบนหลักการของศาสนาอิสลาม แต่ยังเป็นแหล่งเงินทุนให้ธุรกิจรายย่อย เพิ่มโอกาสในการลงทุนและดึงเงินออมเข้าสู่ระบบเพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ

สำหรับกรณีประเทศไทยยังไม่มีการวิจัยที่ศึกษาผลกระทบของการธนาคารอิสลามต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ งานวิจัยชิ้นนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณสินเชื่อกับสถาบันการเงินอิสลามกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ รวมทั้งผลกระทบต่อความยากจน โดยจะศึกษาในกรณีของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ผลการศึกษาพบว่า การเติบโตทางเศรษฐกิจในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ส่งผลให้ปริมาณสินเชื่อกวบรวมของสถาบันการเงินอิสลามเพิ่มขึ้นในระยะยาว แต่การเพิ่มขึ้นของสินเชื่อกวบรวมสถาบันการเงินอิสลามไม่ได้ส่งผลให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจในพื้นที่ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว อย่างไรก็ตาม สินเชื่อกวบรวมของสถาบันการเงินอิสลามส่งผลให้ความยากจนในพื้นที่ลดลง ทั้งนี้ ผลการศึกษาสอดคล้องกับ Furqani and Mulyany (2009) ที่ได้ทำการศึกษาในกรณีของประเทศมาเลเซียแล้วพบว่า การเพิ่มขึ้นของ GDP ส่งผลให้การธนาคารอิสลามเติบโต แต่การเติบโตของการธนาคารอิสลามไม่ได้ทำให้ GDP เพิ่มขึ้น ในส่วนของการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า สถาบันการเงินอิสลามเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงและเป็นแหล่งเงินทุนทางเลือกแก่ธุรกิจด้านการเกษตร สถาบันการศึกษาเอกชน และชุมชนขนาดเล็กในการต่อยอดอาชีพและธุรกิจ นำไปสู่การสร้างงานและรายได้ อย่างไรก็ตาม

ตาม อุปสรรคสำคัญที่พบ คือ การขาดความรู้ด้านการเงินการธนาคารอิสลามของบุคลากรและลูกค้า

สำหรับข้อจำกัดของงานและข้อแนะนำสำหรับการวิจัยในอนาคต เนื่องด้วยสถาบันการเงินอิสลามเพิ่งเปิดดำเนินการในประเทศไทยได้ไม่นาน ทำให้จำนวนปีของข้อมูลที่เก็บได้มีไม่มาก อีกทั้งอุปสรรคในการเก็บข้อมูลปริมาณสินเชื่อบนของสหกรณ์อิสลามในพื้นที่ซึ่งทำให้ข้อมูลไม่ครบและต้องใช้สหกรณ์ตัวแทนหากในอนาคตมีจำนวนข้อมูลเพิ่มขึ้นและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น การวิเคราะห์อาจให้ผลการศึกษาที่เปลี่ยนไป และหากในอนาคตสามารถหาข้อมูลปริมาณสินเชื่อแบ่งตามประเภทสินเชื่อและผลิตภัณฑ์ จะทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ละเอียดยิ่งขึ้นว่าผลิตภัณฑ์หรือสินเชื่อประเภทไหนส่งผลกระทบต่อการใช้บริการทางการเงินและความยากจนมากน้อยกว่ากัน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ภาครัฐควรให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องแก่การดำเนินการและการขยายตัวของสินเชื่อสถาบันการเงินอิสลาม เนื่องจากพบว่ามีส่วนสำคัญในการช่วยให้พี่น้องมุสลิมในพื้นที่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน เป็นการสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและเล็ก ก่อให้เกิดการสร้างงานและลดปัญหาความยากจน โดยสิ่งสำคัญที่ภาครัฐควรให้การสนับสนุน คือ การปรับปรุงกฎหมายเพื่อให้สถาบันการเงินสามารถดำเนินการตามหลักการของการธนาคารอิสลามได้อย่างคล่องตัว ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง การเสียภาษีซ้ำซ้อนจากการซื้อขายสินทรัพย์ หรือข้อจำกัดในการร่วมลงทุน ทั้งนี้เนื่องจากกฎหมายของประเทศไทยเกี่ยวกับการดำเนินการของธนาคารพาณิชย์และสหกรณ์วางอยู่บนรากฐานของระบบการธนาคารทั่วไปซึ่งใช้ดอกเบี้ย

2. การประเมินงบประมาณภาครัฐที่ถูกใช้จ่ายในพื้นที่ทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเป็นสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะงบประมาณที่จัดสรรมาเพื่อการลดปัญหา

ความยากจนซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในการแก้ปัญหาความไม่สงบในพื้นที่เนื่องจากพบว่า งบประมาณเหล่านั้นส่งผลให้ความยากจนลดลงค่อนข้างน้อย

3. ควรใช้สถาบันมัสยิดซึ่งมีความใกล้ชิดกับชุมชนเป็นศูนย์กลางในการให้ความรู้เรื่องการออม การลงทุน การธนาคารและการเงินอิสลาม ซึ่งนโยบายนี้สอดคล้องกับแนวทางของธนาคารแห่งประเทศไทยที่สนับสนุนและส่งเสริมการให้ความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy)

เอกสารอ้างอิง

- Abduh, M. & Chowdhury, N.T. (2012). Does Islamic banking matter for economic growth in Bangladesh? *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 8(3), 104-113.
- Abduh, M. & Omar, M.A. (2012). Islamic banking and economic growth: the Indonesian experience. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 5(1), 35-47.
- Agrawal, P. (2007). Economic Growth and Poverty Reduction: Evidence from Kazakhstan. *Asian Development Review*, 20(2), 90-115.
- Deolalikar, A. (2002). Poverty Growth and Inequality in Thailand. *ERD Working Paper Series No. 8*, Economics and Research Department, Manila, Asian Development Bank.
- Furqani, H. & Mulyany, R. (2009). Islamic banking and economic growth: Empirical evidence from Malaysia. *Journal of Economic Cooperation and Development*, 30(2), 59-74.

- Krongkaew, M., Chamnivickorn, S., & Nitithanprapas, I. (2006).
Economic growth, employment, and poverty reduction linkages:
The case of Thailand. *Issues in Employment and Poverty
Discussion paper 20*.
- Kpodar, K. & Imam, P. (2010). Islamic banking: How has it diffused?
IMF Working Papers, WP/10/195.
- Kumru, C. & Sarntisart, S. (2016). Banking for those unwilling to bank.
Economic Modeling, 54, 1-12.
- Ncube, M., Anyanwu, J., & Hausken, K. (2013). Inequality, Economic
Growth, and Poverty in the Middle East and North Africa (MENA).
Working Paper Series. African Development Bank Group.
- Noipom, T. (2014). Can Islamic Micro-financing Improve the Lives of the
Clients: Evidence from a Non-Muslim Country. *Kyoto Bulletin of
Islamic Area Studies*, 7, 67-97.
- Rattanathammaporn, M. (2002). The Effects of Unemployment and
Inflation on Income Inequality and Poverty (Master' s Thesis) .
Chulalongkorn University, Bangkok.
- Sarntisart, I. (2005). Socio-economic Silence in the Three Southern Border
Provinces of Thailand. *Journal of Public and Private Management*,
12(2), 687-716.
- Warr, P. (2002). Economic Recovery and Poverty Reduction. *Thailand
Development Research Institute Quarterly Review*, 17, 18-27.
- Warr, P. (2001). Poverty Reduction and Sectoral Growth: Evidence from
Southeast Asia. Australian National University, Canberra.

- Warr, P. & Wang, W. (1999). Poverty, Inequality and Economic Growth in Taiwan. *The Political Economy of Development in Taiwan: Essays in Memory of John C. H. Fei*, London, Edward Elgar, 133-165.
- Well-Being Promotion for Muslim Thai Foundation. (2010). The 2010 Muslim Thai Census Report. Well-Being Promotion for Muslim Thai Foundation, Bangkok.

บทความวิจัย

การศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลการจัดการเรียนการสอน แบบบูรณาการการทำงานกับการใช้โปรแกรมจำลองด้วย คอมพิวเตอร์ในรายวิชาเชิงทฤษฎีของหลักสูตรการจัดการ อุตสาหกรรมบริการ

วันามินา แวะหะมะ¹

บทคัดย่อ

การเรียนรู้แบบบูรณาการการทำงาน (WIL) ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการศึกษาหลักสูตรการบริการมาอย่างช้านาน ซึ่งการจัดการศึกษาลักษณะนี้จะทำให้นักศึกษาสาขาอุตสาหกรรมบริการได้รับความรู้ที่เป็นหลักกรพื้นฐานที่สำคัญในการดำเนินงานขององค์กรที่แท้จริง นอกเหนือจาก WIL แล้วอีกทางเลือกหนึ่ง คือ การใช้โปรแกรมจำลองด้วยคอมพิวเตอร์ ซึ่งอาจจะสามารถอธิบายทักษะบางอย่างของ WIL ได้ โดยไม่ทำให้ผลการเรียนของนักศึกษาลดลงหรือทำให้นักศึกษาต้องประสบกับความตึงเครียดโดยใช่เหตุ โปรแกรม CESIM Hospitality เป็นหนึ่งตัวอย่างการจำลองแบบออนไลน์ดังกล่าว แต่การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ยังอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้มีการใช้แบบทดสอบแบบปรนัยเพื่อวัดประสิทธิผลของโปรแกรม WIL และโปรแกรม CESIM Hospitality เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิผลของเครื่องมือการสอน พบว่านักศึกษาที่เคยใช้แบบจำลอง CESIM มีผลการทดสอบดีกว่าผู้ที่เข้าร่วมโครงการ WIL อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าควรมีการบูรณาการการใช้โปรแกรมจำลอง

¹ อาจารย์ ดร. ภาควิชาบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
E-mail: wanamina.w@psu.ac.th

ควบคู่กับหลักสูตรการฝึกอบรมด้านการบริการด้วย แต่อย่างไรก็ตาม จากการ
ศึกษาพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนจากโปรแกรมจำลองและผลการ
ทดสอบของนักเรียนที่ใช้การจำลองนี้ จึงทำให้เห็นว่าโปรแกรม CESIM Hospitality
ไม่ควรใช้เพื่อวัดความสามารถทางวิชาการของนักศึกษา

คำสำคัญ: การเรียนรู้แบบบูรณาการการทำงาน โปรแกรม CESIM Hospitality
การสอนอุตสาหกรรมบริการ

RESEARCH ARTICLE

Comparison of the Effectiveness of Work Integrated Learning and Computer Simulation Teaching Method for Theoretical Subjects in Hospitality Industry Curriculum

Wanamina Waehama¹

Abstract

For some time, Work Integrated Learning (WIL) has been a part of the hospitality sector's educational programs and curricula, attempting to provide hospitality industry students with a fundamental grounding in the day-to-day operations of an actual hospitality organization. An alternative to WIL is computer simulations, which may be able to impart some of the skills offered by WIL without reducing academic performance or subjecting the students to needless stress. CESIM Hospitality is an online example of such a simulation, but it is rather poorly studied. In this study a multiple choice test was used to measure the effectiveness of both a WIL programme and CESIM Hospitality, in order to compare their effectiveness as teaching tools. Students who had used CESIM performed significantly better in the test than those who participated in WIL, suggesting that the simulation should be integrated into hospitality training curricula. However, no correlation was found between the simulation scores and the test results of students who

¹ Lecturer, Ph.D., Department of Business Administration, Faculty of Management Sciences,
Prince of Songkla University, E-mail: wanamina.w@psu.ac.th

had used the simulation, suggesting that CESIM Hospitality should not be used to determine academic ability.

Keywords: Work Integrated Learning, CESIM Hospitality, Hospitality Teaching

Introduction

In many areas of teaching, including hospitality, Work Integrated Learning (WIL) is frequently raised as a means of developing skills that are lacking in the rather theoretical syllabus of many teaching institutions (Chuang et al. 2007; Dickerson & Klein, 2008; Jackson, 2014; Wardle, 2012). However, concerns have been raised that WIL may have deleterious effects on student academic performance (Nonis & Hudson, 2010) and possibly student health (Carney et al. 2005). Computer simulations have been suggested as a ideal solution to these issues (Adobor & Daneshfar, 2006; Bowness, 2004; Fengfeng, 2009), one of the dominant providers of which is CESIM Business Simulations (CESIM Business Simulations, 2017). Research has been done on the teaching suitability of the CESIM Global Challenge, which simulates the management of an international telecommunications company, most of which recommends its use as an educational tool (Kikot et al. 2013; Kikot et al. 2014; Vihakara & Blue, 2015; Selmanovic, 2016). However, very little research has been done on the suitability of the CESIM Hospitality simulation for teaching; one of the rare examples is Sorensen (2011), which found that, on the basis of the simulation improving students' academic ability it should be integrated into the curriculum. This study seeks to expand on this investigation of the CESIM Hospitality simulation.

Research Objectives

This research has two objectives. The first is to compare the effectiveness of WIL programs and the CESIM Hospitality simulation as

educational tools, as determined using a multiple-choice test. The second will seek to determine if the results of the CESIM Hospitality simulation are a suitable method of determining academic ability, by testing for any correlation between participants' simulation scores and test results. Together these objectives will indicate if the CESIM Hospitality program should be integrated into hospitality management courses, if such integration should be alongside or to the exclusion of WIL, and give some indications of how that integration should be performed.

Literature Review

The failure of educators to prepare young people for the workplace has long been a complaint of employers, politicians and the media. This debate has prompted research on this area in a number of employment areas, including the hospitality industry. One commonly reported finding is a gap between the expectations of employers and the skills of students (Beggs et al. 2008; Chen & Gursay, 2008). Tesone & Ricci (2005) found this in a survey of the hospitality and tourism industry in central Florida; a follow up study some years later (Tesone & Ricci, 2012) showed the persistence of this problem. Similar findings were reported by Fournier & Ineson (2010) in the Swiss hotel and restaurant industries and by Zaitseva et al. (2016) in the hospitality industry in the Russian Federation. The gap between employer expectation and student skills can widen if the hospitality organization in question operates under a different set of cultural

assumptions and norms than the Western model, as Chan & Coleman (2004) found in an investigation of the hotel industry in Hong Kong.

One solution for this apparent educational failure is Work Integrated Learning (WIL). This approach suggests combining the theoretical teaching of traditional education with hands on experience obtained at the workplace (Wardle, 2012).

The benefits for students would seem to be significant. Positive WIL experiences will inspire students in their future hospitality business career (Chuang et al. 2007). The work-experience of WIL can improve chances of future employment, particularly if they have limited work experience beforehand (Jackson, 2014). Furthermore, it has been shown that this increased understanding of the reality of work within the hospitality trade will result in improved worker retention (Chuang et al. 2007; Dickerson & Klein, 2008).

Meanwhile, hospitality employers also stand to gain, not only from staff working on inexpensive rates, but also from a familiarity with the students, which was suggested as a reason for hospitality employers favoring students from educational institutions that use WIL over those that do not (Tesone & Ricci, 2005). Given these benefits, it is unsurprising that a majority of programs teaching in the hospitality field either make use of WIL or plan to in the future (Dahiya, 2013; Mohammed & Rashid, 2016; Sagadin, 2013; Wardle, 2012).

Curiously, despite the benefits of WIL, there does seem to be student resistance to using it. For example, Aggett & Busby (2011) found

that in Britain between 2007-2011 numbers of undergraduate hospitality accepting internships by dropped from 37.2% to 10.4%. Although some of this can be attributed to global economic factors, student attitude did play a part. Researchers have also begun to question if WIL is a purely positive experience.

A common complaint against WIL is that the hands on experience gained may be at the expense of university performance. The extent to which students report this reduction varies greatly (Carney et al. 2005; Curtis, 2005; Jogaratnam & Buchanan, 2004; Roboham, 2009); students in Scotland interviewed by Barron & Ananasiadou (2009) admitted to no specific challenges ensuing from the hours they were operating, although they did request more flexible class times, while Holmes (2008) reported that almost all of the British students interviewed by indicated that the requirements of their work interfered with completing their degree to some extent. A less subjective study by Nonis & Hudson (2010) found an inversely proportional relationship between students' cumulative grade point average and time spent working.

Another, rather less commonly investigated, criticism of WIL is that it places students under undue stress. Jogaratnam & Buchanan (2004) reported that hospitality students taking part in WIL programs reported more stress than those that did not, while 43 of the 68 working students interviewed by Robotham (2009) felt that taking part in WIL resulted in higher stress levels. Of more concern are the findings of Carney et al. (2005)

that certain health issues were associated with the pressures of combining work and study.

The problems reported by these studies would seem to set a requirement for an educational tool or method that that offers a functional equivalent of the hand-on experience of WIL in a less time consuming and stressful manner. One option that has been raised as an alternative is computer simulations. These educational programs can be delineated as empirical learning environments that replicate the tasks that one would expect to encounter in a real world situation, allowing students to observe and master occupation-relevant knowledge and talent environment (Adobor & Daneshfar, 2006; Bowness, 2004). They permit people to utilize critical thinking and decision making skills in a simulated version of a working atmosphere, and to learn from mistakes without dangerous consequences that would ensue in a real world environment (Adobor & Daneshfar, 2006; Bowness, 2004). Although there some reservations about simulations as a business teaching tool remain, they are generally associated with positive outcomes (Fengfeng, 2009).

Simulations may incidentally offer a solution to a problem reported by Lee (2013). This study notes that the variability in training offered by different universities, and stresses the need for a standardised core of skills in hospitality training. Simulation software, if produced in consensus with leading educators, and particularly if delivered online, may offer a way to deliver this educational core to all hospitality educators.

CESIM Business Simulations is one of the dominant providers of educational business simulation material (CESIM Business Simulations, 2017). Headquartered in Helsinki, Finland since 1996 (CESIM Business Simulations, 2010), this company offers online simulations of a number of business types including general business management, banking and financial services management, electric utilities management, retail store management and hospitality management (CESIM Business Simulations, 2017). These simulations are entirely online in nature; they can be accessed by anyone with an internet connection, do not require any additional applications to operate and are offered in a range of languages (CESIM Business Simulations, 2017).

One of the most commonly used of these simulations is the CESIM global challenge, which simulates management of a global telecommunications company, and this simulation has been investigated by a number of educators. Kikot et al. (2013) surveyed students who had made use of the CESIM global challenge and found that they engaged by the simulation, and believed that it was extremely valuable to improving their skills. These findings were confirmed by Kikot et al. (2014), though this study also pointed out the need for realism in the simulation and that the teamwork involved was a controversial feature of the simulation. Vihakara & Blue (2015) reported that even for students from eight countries, all of whom were fully employed and with at least three years of work experience, the CESIM global challenge was an exciting new technique for learning that helped them analyse and solve real world business problems. After testing

the CESIM global challenge Selmanovic (2016) commented that the simulation was highly effective in enhancing decision making and teamwork skills, and noted that there were plans to integrate it into their curriculum.

The hospitality management simulation offered by CESIM (CESIM Business Simulations, 2016) is of particular interest to resolving both the employer expectation-student skills gap (Beggs et al. 2008; Chan & Coleman, 2004; Chen & Gursoy, 2008; Fournier & Ineson, 2010; Tesone & Ricci, 2005; Zaitseva et al. 2016) and the potential academic/stress problems posed by WIL (Barron & Ananstasiadou, 2009; Carney et al. 2005; Curtis, 2005; Holmes, 2008; Jogaratnam & Buchanan, 2004; Roboham, 2009). The simulation is unusual in that it does not pit the participants against computer generated opponents, but other user operated teams (CESIM Business Simulations, 2016). The primary objective in the CESIM Hospitality simulation is achieving sustainable profitable growth. The simulation is divided into a number of rounds, which cover a simulated two weeks of business management (CESIM Business Simulations, 2016). For each round, participants can make decisions on six variables: revenue management, sales promotion, menu engineering, housekeeping, human resources management and procurement (CESIM Business Simulations, 2016). Decisions made in one round will not only affect profit immediately, but can potentially have effects for the rest of the simulation (CESIM Business Simulations, 2016).

In marked contrast to the CESIM global challenge, there is a paucity of studies on CESIM Hospitality. Sorensen (2011) increased the academic capabilities of students studying hospitality-based higher education programs; and went on to argue that such simulation-based learning ought to be integrated into the syllabus. This study will attempt to rectify this by comparing the effectiveness of CESIM Hospitality with WIL as teaching tools, as measured by an academic test, and to determine the CESIM Hospitality simulation's effectiveness in determining academic ability, by testing for correlations between simulation results and test results.

Methodology

A class of 100 third and fourth year students taking the subject "Strategic management in hospitality" in an Australian university were divided into two groups. Fifty of the students undertook a WIL program. The other fifty students undertook the CESIM Hospitality simulation.

The CESIM Hospitality students were randomly divided into seven groups; six teams of seven students each and one team of eight. The teams were shown the basics of the program, and a tutorial session was held for the participants to ask questions or develop their knowledge of the simulation. The CESIM hospitality simulation was ran for five rounds. At the conclusion of each round the seven teams were scored from one to ten for the six variables: revenue management, sales promotion, menu engineering, house-keeping, human resources management and procurement. The teams were also ranked by overall profit generated at the

conclusion of each round from highest to lowest, ten to four, to allow simple determination of which team was performing the best in the simulation.

All 100 students were simultaneously given a test to complete, based on operational management strategies practiced during the simulation. The test consisted of ten multiple choice questions; each question was marked out of ten (different choices could give partial marks, depending on their accuracy), to give a final mark of 100.

Hypotheses and Statistical Analysis

Hypothesis 1: Among the class as a whole, the CESIM Hospitality simulation group will perform statistically significantly better in the test than the WIL group. This will be determined using an unpaired T-test, using the SPSS v21 package.

Hypothesis 2: Among the CESIM Hospitality simulation group, a correlation will exist between performance in the CESIM Hospitality simulation and performance in the test. This will be determined using a Pearson's correlation test, using the SPSS v21 package.

Results

Hypothesis 1: Among the class as a whole, the CESIM Hospitality simulation group will perform statistically significantly better in the test than the WIL group.

A comparison of the test results suggests that the CESIM Hospitality group ($M=72.08$, $SD=13.09$) did indeed outperform the WIL

group ($M=61.74$, $SD=19.76$) in the test; this is confirmed by the results of the unpaired T-test ($t(98)=3.084$, $p=0.0027$).

Hypothesis 2: Among the CESIM Hospitality simulation group, a correlation will exist between performance in the CESIM Hospitality simulation and performance in the test.

An examination shows a very weak inversely proportional relationship between the simulation results (see Table 1) and the test scores of the CESIM Hospitality group (see Figure 1); the weakness of this correlation is shown by Pearson's correlation test, which showed no correlation between these two variables ($r=-0.4437$, $n=7$, $p=0.32$).

Table 1

Showing Simulation Results for Participating Team

	Team 1	Team 2	Team 3	Team 4	Team 5	Team 6	Team 7
Round 1							
Revenue	6	7	4	8	7	4	9
Management							
Sales Promotion	4	4	9	7	5	5	9
Menu Engineering	10	6	5	8	4	6	2
Housekeeping	5	4	6	3	8	5	3
HR Management	7	6	3	9	8	8	3
Procurement	2	10	6	7	8	9	4
Profit	7	8	6	10	9	8	5
Score	41	45	39	52	49	45	35

Table 1

Showing Simulation Results for Participating Team (Cont)

	Team 1	Team 2	Team 3	Team 4	Team 5	Team 6	Team 7
Round 2							
Revenue	7	7	6	8	6	4	8
Management							
Sales Promotion	7	5	6	9	7	6	9
Menu Engineering	6	7	7	8	10	6	3
Housekeeping	5	5	7	6	7	4	3
HR Management	6	5	5	5	5	8	2
Procurement	9	10	7	6	7	9	5
Profit	9	8	7	10	10	6	5
Score	49	47	45	52	52	43	35
Round 3							
Revenue	8	7	7	6	7	4	8
Management							
Sales Promotion	8	5	7	6	6	6	8
Menu Engineering	8	7	7	10	10	5	6
Housekeeping	2	6	5	6	8	4	6
HR Management	4	5	6	7	5	7	7
Procurement	9	10	7	7	6	8	6
Profit	7	8	7	10	10	6	9
Score	46	48	46	52	52	40	50
Round 4							
Revenue	10	9	7	8	6	5	7
Management							

Table 1

Showing Simulation Results for Participating Team (Cont)

	Team	Team	Team	Team	Team	Team	Team
	1	2	3	4	5	6	7
Sales Promotion	5	8	6	6	8	6	9
Menu Engineering	9	6	7	9	10	5	6
Housekeeping	4	6	5	6	6	5	6
HR Management	5	6	4	7	8	7	5
Procurement	8	9	8	5	8	8	7
Profit	8	9	6	8	10	5	7
Score	49	53	43	49	56	41	47
Round 5							
Revenue	9	8	8	8	7	6	7
Management							
Sales Promotion	6	8	7	6	8	6	8
Menu Engineering	7	7	7	9	10	5	7
Housekeeping	5	7	7	7	7	5	7
HR Management	6	5	5	6	8	7	6
Procurement	9	10	9	8	9	7	10
Profit	6	9	7	8	10	5	9
Score	48	54	50	52	59	41	54
Mean	46.6	49.4	44.6	51.4	53.6	42	44.2
Overall	233	247	223	257	268	210	221

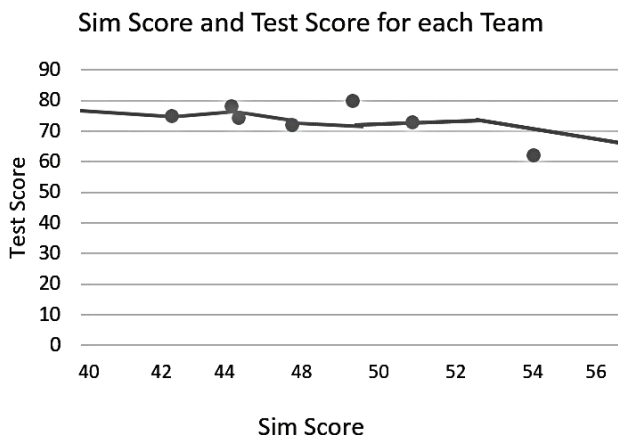


Figure 1:

Scatterplot of the results of the CESIM Hospitality simulation score (Sim Score) against average test results (test score) for each of the seven groups.

Discussion

This experiment had two objectives: first to compare the effectiveness of WIL and the CESIM Hospitality simulation as teaching tools, as measured by an academic test; second to determine the suitability of the CESIM Hospitality Simulation as an assessment tool. These objectives hinge on the validity of the academic test used in this study, both as a measure of academic ability, and ultimately as a measure of preparedness for work in the hospitality industry. Both of these are subject to interpretation and debate, but assuming the test is indeed a reliable measure, the results of this study are indeed intriguing.

The comparison the effectiveness of WIL and the CESIM Hospitality simulation as teaching tools demonstrated that CESIM was the

more effective of the two teaching techniques. This result is consistent with that of Sorensen (2011), who found that CESIM Hospitality increased the academic capabilities of students studying hospitality- based higher education programs. More distantly, they are also consistent with the findings of Kikot et al. (2013) and Selmanovic (2016) who reported positive academic benefits from the similar simulation CESIM Global Challenge.

The extent of the superiority of CESIM Hospitality over WIL should be interpreted with care. One of the objections to WIL is that it reduces with academic performance, either directly by disrupting study (Barron & Ananstasiadou, 2009; Carney et al., 2005; Curtis, 2005; Holmes, 2008; Jogaratnam & Buchanan, 2004; Nonis & Hudson, 2010; Roboham, 2009) or indirectly by increasing student stress (Barron & Ananstasiadou, 2009; Carney et al., 2005; Roboham, 2009). It is not unreasonable to suggest if the test results could be corrected for these factors in some way, the difference between students undertaking WIL and CESIM may have been smaller, perhaps leaving the two functionally equivalent. Furthermore, the more direct experience obtained by WIL may be of less use in preparing students for an academic test, but may yet be invaluable in preparing students for work in hospitality, as has been noted by studies describing an employer expectation/ student skill “gap” (Beggs et al., 2008; Chan & Coleman, 2004; Chen & Gursoy, 2008; Fournier & Ineson, 2010; Tesone & Ricci, 2005; Zaitseva et al., 2016). Given this, perhaps WIL and CESIM Hospitality should both be recommended as teaching tools, to be used together, not at each other’s expense.

The conclusion that CESIM simulations should be integrated into the syllabus of a teaching institution on the basis of a positive result is not an uncommon one in the CESIM literature; Sorensen (2011) made such a recommendation for CESIM Hospitality, while Selmanovic (2016) had similar plans for the CESIM Global Challenge. However, the second main result of this study would suggest caution should be taken in how the CESIM Hospitality simulation is used. This study found no statistically significant relationship between performance in the CESIM Hospitality simulation and the academic test, and what little trend that existed was a weakly inversely proportional one. Why this result was obtained is more of a puzzle, it may be that the ability to learn from mistakes, one of the points often made in favour of simulations (Adobor & Daneshfar, 2006; Bowness, 2004), may be more important that has been realised. The findings of this study would suggest that although CESIM Hospitality would make an excellent tool for learning, it is a poor one for grading students, and should not be used in this manner.

Conclusion

This study set out to compare effectiveness of the CESIM Hospitality simulation and WIL as teaching tools, and determine the suitability of the CESIM Hospitality simulation for student assessment. This study found that students who had completed the simulation scored significantly better in an academic test than students who had participated in WIL. This shows that CESIM Hospitality is highly suitable for teaching the

concepts of hospitality management, although perhaps integrating it into the teaching syllabus should not be at the expense of WIL. However, the study also found no significant relationship between performance in the simulation and performance in the test, suggesting that CESIM Hospitality should not be used for student assessment.

References

- Adobor, H. & Daneshfar, A. (2006). Management simulations: determining their effectiveness. *The Journal of Management Development*, 25(2), 151-168.
- Aggett, M. & Busby, G. (2011) Opting out of internship: perceptions of hospitality, tourism and events management undergraduates at a British university. *The Journal of Hospitality Leisure Sport and Tourism*. 10(1), 106-113.
- Barron, P. & Ananasiadou, C. (2009) Student part-time employment: implications, challenges and opportunities for higher education. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 21(2), 140-153.
- Beggs, B., Ross, C.M. & Goodwin, B. (2014) A comparison of student and practitioner perspectives of the travel and tourism internship. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*. 7(1), 31-39.
- Bowness, A. (2004) Hands-on learning through computer simulations. *Canadian HR Reporter*, 17(16), 15.

- Carney, C., McNeish, S. & McColl, J. (2005) The impact of part time employment on students' health and academic performance: a Scottish perspective. *Journal of Further and Higher Education*, 29(4), 307-319.
- CESIM Business Simulations (2010) Cesim Business Simulations Youtube. Retrieved 2 February 2017, from <https://www.youtube.com/user/CesimFinland>
- CESIM Hospitality (2016) Hotel and restaurant manager simulation game. Retrieved 2 February 2017, from <https://www.cesim.com/simulations/cesim-hospitality-hotel-restaurant-management-simulation-game>
- CESIM Business Simulations (2017) Experiential learning with state-of-the-art business simulations. Retrieved 2 February 2017, from <https://www.cesim.com/>
- Chen, B.T. & Gursoy, D. (2008) Preparing students for careers in the leisure, recreation, and tourism field. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 7(3), 21-41.
- Chuang, N.K., Goh, B.K., Stout, B.L. & Dellmann-Jenkins, M. (2007) Hospitality undergraduate students' career choices and factors influencing commitment to the profession. *Journal of Hospitality & Tourism Education*. 19(4), 28-37.
- Curtis, S. (2005) Support for working undergraduates: the view of academic staff. *Education & training*, 47(7), 496-505.
- Dahiya, A. (2013) Hospitality and tourism education in India: in search of innovative programmes. *Productivity*. 53(4), 358-370.

- Dickerson, J.P. & Kline, S.F. (2008) The early career impact of the co-op commitment in hospitality curricula. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*. 8(1), 3-22.
- Holmes, V. (2008) Working to live: why university students balance full-time study and employment. *Education & Training*, 50(4), 305-314.
- Jackson, J. (2014) Factors influencing job attainment in recent bachelor graduates: evidence from Australia. *Higher Education*. 68(1), 135-153.
- Kikot, T., Costa, G., Magalhães, R. & Fernandes, S. (2013) Simulation games as tools for integrative dynamic learning: The case of the management course at the University of Algarve. *Procedia Technology*, 9, 11-21.
- Kikot, T., Costa, G., Fernandes, S. & Aguas, P. (2014) Why use-centred game-based learning in higher education? The case of CESIM SimBrand. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, 2(3), 229-241.
- Fengfeng, K. (2009). A qualitative meta-analysis of computer games as learning tools. In R.E. Ferdig (eds.), *Handbook of Research on Effective Electronic Gaming in Education*. IGI Global, PA: Hershey.
- Fournier, H. & Ineson E.M. (2010) Closing the gap between education and industry: skills' and competencies' requirements for food service internships in Switzerland. *Journal of Hospitality & Tourism Education*. 22(4), 33-42.

- Jogarathnam, G. & Buchanan, P. (2004) Balancing the demands of school and work: Stress and employed hospitality students. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 16(4), 237-245.
- Lee, C. (2013) What curriculum differences exist between hospitality programs: a case study of selected hospitality programs in the U.S. *International Journal of Hospitality and Tourism Systems*. 6(2), 1-11.
- Mohammed, A.A. & Rashid, B. (2016) The moderating influence of internship program on the relationship between undergraduates' perception and their intention to join tourism and hospitality industry: a theoretical model. *International Review of Management and Marketing*. 6(2), 317-32.
- Nonis, S.A. & Hudson, G.I. (2010) Performance of college students: impact of study time and study habits. *Journal of Education for Business*, 85(4), 229-238.
- Robotham, D. (2009) Combining study and employment: a step too far? *Education & Training*, 51(4), 322-332.
- Sagadin, T.A. (2013) Communicating concepts of hospitality in education: fighting crisis through quality improvement. *Paper presented at 2nd International Scientific Conference Tourism in South East Europe 2013*, Opatija, Croatia. Retrieved 2 February 2017, from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2289301
- Selmanovic, S (2016) Online Simulation Game: Inspiring students to actively learn about International Business. Retrieved 2 February 2017, from <http://slideplayer.com/slide/9633141/>

- Sørensen, M (2011) Learning with simulation games. Masters Thesis.
Retrieved 2 February 2017, from
http://studenttheses.cbs.dk/bitstream/handle/10417/2966/michael_soerensen.pdf?sequence=1
- Tesone, D.V. & Ricci, P. (2005) Job competency expectations for hospitality and tourism employees. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*. 4(2), 53-64.
- Tesone, D.V. & Ricci, P. (2012). Hospitality expectations of entry-level college graduates: A preference for attitude over aptitude. *European Journal of Business and Social Science*. 1(6), 140-149.
- Vihakara, A. & Blue, R. (2015) Gamification and E-learning in global adult education case master's degree program business management and entrepreneurship. *The Business and Management Review*, 6(5), 128-136.
- Wardle, K.M. (2012) Work integrated learning for tertiary hospitality education. *Paper presented at the ACEN 2012 Conference*, Melbourne, Australia. Retrieved 2 February 2017, from
http://acen.edu.au/2012conference/wp-content/uploads/2012/11/101_Work-Integrated-Learning-for-Tertiary-Hospitality-Education.pdf
- Zaitseva, N.A., Goncharova, I.V. & Androsenko M.E. (2016) Necessity of changes in the system of hospitality industry and tourism training in terms of import substitution. *International Journal of Economics and Financial Issues*. 6(1), 288-293.

บทความวิชาการ

ทิศทางนโยบายภาครัฐต่อการพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ในยุคประเทศไทย 4.0

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์¹

ชนิษฐา พัฒนสินธุ์²

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจของธุรกิจเกิดใหม่ (Startup) และศึกษามาตรการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาธุรกิจ Startup ตามนโยบายประเทศไทย 4.0 โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยและเอกสารของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจ Startup ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นพัฒนาแนวคิด (Idea Stage) เป็นช่วงของการพัฒนาแนวคิดและเปลี่ยนแนวคิดให้เป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการ (2) ขั้นทดสอบตลาด (Market Testing Stage) เป็นช่วงนำผลิตภัณฑ์ไปทดลองกับตลาดและนำข้อมูลสะท้อนกลับมาพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด (3) ขั้นเติบโต (Growth Stage) เป็นช่วงที่ต้องขยายธุรกิจ ขยายตลาด ดึงดูดนักลงทุนและทีมงานให้เข้ามาช่วยเร่งการเติบโตของธุรกิจ และ (4) ขั้นเก็บเกี่ยว (Harvest Stage) เป็นช่วงที่เปลี่ยนจากธุรกิจ

¹ รองศาสตราจารย์ ดร. สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ E-mail: asomnuk@wu.ac.th

² นักศึกษาลัทธิตรปฐญาดุขฎิบัณตติ สาขาบริหารธุรกิจ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
E-mail: p_kanitt@hotmail.com

Startup เป็นองค์กรธุรกิจเต็มรูปแบบ เข้าสู่ช่วงมั่นคงและพร้อมที่จะออกจากธุรกิจ (Exit) ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐมีมาตรการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ Startup ในแต่ละขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 และ ขั้นที่ 2 ภาครัฐมีมาตรการสร้างภาวะความเป็นผู้ประกอบการและพัฒนากำลังคนด้านดิจิทัล มาตรการส่งเสริมด้านการวิจัยและพัฒนา มาตรการพัฒนาเขตนวัตกรรม มาตรการจัดตั้งกองทุนร่วมลงทุน และมาตรการจดสิทธิบัตรทรัพย์สินทางปัญญา อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาและการแปลงทรัพย์สินทางปัญญาให้เป็นทุน ขั้นที่ 3 ภาครัฐมีมาตรการส่งเสริมการขยายตัวทางด้านการตลาด มาตรการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งทุนดอกเบี้ยต่ำ มาตรการสิทธิประโยชน์ทางภาษี และมาตรการสร้างฐานข้อมูลของธุรกิจ Startup และขั้นที่ 4 ภาครัฐมีมาตรการส่งเสริมตราประทับสินค้าและบริการไทยสู่ตลาดโลก และมาตรการพัฒนาตลาดทุน โดยมาตรการสนับสนุนดังกล่าวมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) ซึ่งเป็นแผนพัฒนาประเทศเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน”

คำสำคัญ: ประเทศไทย 4.0 ธุรกิจเกิดใหม่ การพัฒนาธุรกิจ

REVIEW ARTICLE

Directions of Government Policy toward Startup Business Development for Thailand 4.0

Somnuk Aujirapongpan¹

Kanittha Pattanasing²

Abstract

The purpose of this article is to investigate the startup business development stages and to study government promotional measures on startup business development based on Thailand 4.0 policy through a method of collecting data from related researches and government related documents. The data analysis reveals that there are 4 stages of the startup business development, which include (1) idea stage: the stage of developing ideas and transforming them into products or services, (2) market testing stage: the stage of conducting product tryout with different markets and bringing back the outcomes for product development to be in line with market needs, (3) growth stage: the stage of business and market expansions, attracting investors and teamwork to accelerate the business growth, and (4) harvest stage: the stage of transforming from a startup

¹ Associate Professor, Ph.D., School of Management, Walailak University, E-mail: asomnuk@wu.ac.th

² Student, Doctor of Philosophy Program in Business Administration, School of Management, Walailak University, E-mail: p_kanitt@hotmail.com

business into a complete business organization, the period of maturity and readiness for exit. Currently, Thai government agencies have imposed the promotional measures for each startup business development stages. Stage one and stage two include various measures on creating entrepreneurs and developing digital manpower; research encouragement and development; innovation district development; organizing private equity funds; registration of patent intellectual property; knowledge training in regard to intellectual property legislations as well as transforming the intellectual property into a capital. Stage three is the stage which government agencies establish different measures to boost on market expansion; to access financial sources of low interest rate; to provide privilege on taxes as well as to create startup business data base. Stage four is the one where government agencies establish additional measures to promote product brands and Thai services to the global market as well as to develop a capital market. All aforesaid supporting measures are consistent with the 20 year national strategy (B.E. 2560-2579) which is the country development plan aimed to achieve the vision of “Thailand: stability, prosperity and sustainability”.

Keywords: Thailand 4.0, Startup, Business Development

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังปรับตัวแบบในการพัฒนาเศรษฐกิจเข้าสู่ยุคประเทศไทย 4.0 เนื่องจากที่ผ่านมาในยุค 3.0 ซึ่งเป็นยุคอุตสาหกรรมหนัก ทำให้ประเทศไทยต้องเผชิญกับกับดักประเทศรายได้ปานกลาง (Measincee, 2016) ซึ่งจากการจัดระดับรายได้ของธนาคารโลกโดยใช้เกณฑ์รายได้ประชาชาติต่อหัว (GNI Per Capita) กำหนดให้ในปี 2559 ประเทศรายได้ต่ำ ประเทศรายได้ปานกลาง ระดับต่ำ ประเทศรายได้ปานกลางระดับสูง และประเทศรายได้สูง คือ กลุ่มประเทศที่มีรายได้ประชาชาติต่อหัวต่ำกว่า 1,005 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี และ 1,006 – 3,955 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี และ 3,956 – 12,235 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี และ 12,236 ดอลลาร์สหรัฐต่อปีขึ้นไป ตามลำดับ (The World Bank, 2017) โดยในปี 2559 ประเทศไทยมีรายได้ประชาชาติต่อหัว 5,640 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มประเทศรายได้ปานกลางระดับสูง ดังนั้น เพื่อให้หลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง กลายเป็นกลุ่มประเทศที่มีรายได้สูง รัฐบาลจึงปรับตัวแบบในการพัฒนาเศรษฐกิจเข้าสู่ยุคประเทศไทย 4.0 (Thesarin, 2016) โดยการปรับเปลี่ยนไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ซึ่งต้องเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนด้วยอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี (The Government Public Relations Department [PRD], 2016)

ดังนั้น เพื่อกระตุ้นอัตราการเจริญเติบโตของรายได้ประชาชาติต่อหัว เพื่อยกระดับไปสู่ประเทศรายได้สูง ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนช่วยกันขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ซึ่งการอยู่รอดในโลกของการแข่งขันเสรีทางการค้าในปัจจุบัน ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ เพราะความคิดสร้างสรรค์เป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาและสร้างสิ่งใหม่ (Delers et al., 2016) การชนกันด้วยเทคโนโลยีและความรู้ใหม่ทำให้ทุกประเทศมุ่งสู่เศรษฐกิจที่สร้างมูลค่าเพิ่ม (Thienphut, 2009 as

cited in Aujirapongpan et al., 2012) ด้วยเหตุนี้ นวัตกรรมจึงมีบทบาทสำคัญ โดยนวัตกรรมเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ทางเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ มาพัฒนาให้เกิดสิ่งใหม่ๆ (Jiraphanumes et al., 2011) ซึ่งการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมตามนโยบายประเทศไทย 4.0 นั้นมีจุดเน้นและประเด็นหลักตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) โดยการให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมและการนำมาใช้เป็นปัจจัยขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกมิติ เพื่อยกระดับศักยภาพของประเทศในทุกด้าน โดยจะมุ่งเน้นการนำความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งในเรื่องกระบวนการผลิต และรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ โดยให้ความสำคัญทั้งกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีแบบซับซ้อน และ/หรือการใช้ นวัตกรรมสำหรับการพัฒนาสินค้าและบริการทั้งในระดับพื้นฐานจนถึงระดับสูง ทั้งนี้มีแนวทางในการผลักดันโดยการกำหนดวาระการวิจัยแห่งชาติให้มีจุดเน้นที่ชัดเจน เฉพาะเจาะจงและสอดคล้องกับสาขาเป้าหมายการพัฒนาประเทศ และใช้กลยุทธด้านนวัตกรรมบูรณาการวิจัยและพัฒนากับการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ (Office of the National Economic and Social Development Board [NESDB], 2016) อย่างไรก็ตาม การพัฒนานวัตกรรมต้องอาศัยผู้ประกอบการ เพราะผู้ประกอบการมีบทบาทและความสำคัญต่อกระบวนการพัฒนานวัตกรรม (Aujirapongpan et al., 2010) และทำให้เกิดความมั่งคั่งในเชิงเศรษฐกิจทั้งต่อตนเองและสังคม (Johnson, 2001) ทั้งนี้ การพัฒนานวัตกรรมต้องอาศัยการลงทุน การพึ่งพาบริษัทเอกชนใหญ่ๆ เพียงอย่างเดียวคงไม่พอ รัฐบาลต้องสนับสนุนและสร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีแนวคิดที่แตกต่างบนพื้นฐานการใช้เทคโนโลยี หรือเรียกว่า Startup (Government Spokesman Bureau, The Secretariat of the Prime Minister, 2016, p.16) ซึ่งจากการศึกษาเปรียบเทียบ

กับต่างประเทศของ GEDI (Global Entrepreneurship Development Institute) ได้รายงานดัชนีการเป็นผู้ประกอบการทั่วโลก (Global Entrepreneurship Index: GEI)¹ โดยในปี 2560 ประเทศไทยมีค่าดัชนี GEI เท่ากับ 27.1 อยู่ในลำดับที่ 65 จาก 137 ประเทศทั่วโลก อยู่ลำดับที่ 4 จาก 10 ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งมีค่าดัชนี GEI เฉลี่ยเท่ากับ 24.3 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1

2017 Global Entrepreneurship Index Ranking

Ranking	Country	GEI Score	Ranking	Country	GEI Score
24	Singapore	52.2	87	Vietnam	22.0
53	Brunei Darussalam	33.9	90	Indonesia	21.2
54	Malaysia	33.4	105	Laos	18.5
65	Thailand	27.1	114	Cambodia	16.5
76	Philippines	24.1	120	Myanmar	15.6
Average					24.3

ที่มา: Global Entrepreneurship Development Institute (2017)

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าธุรกิจ Startup ไทยมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางเมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศทั่วโลก และมีศักยภาพเหนือกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพียงเล็กน้อย ทั้งนี้ เนื่องจาก

¹ ดัชนีการเป็นผู้ประกอบการทั่วโลก (Global Entrepreneurship Index: GEI) คือ ดัชนีประจำปีที่ใช้วัดสุขภาพของระบบนิเวศของผู้ประกอบการในแต่ละประเทศรวมทั้งหมด 137 ประเทศ โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ความสามารถ และแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการของประชากรในแต่ละพื้นที่และนำมาเปรียบเทียบกับโครงสร้างพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจรวมถึงประเด็นต่างๆ เช่น การเชื่อมต่อข้อมูลและการเชื่อมโยงการขนส่งไปยังตลาดภายนอก (Global Entrepreneurship Development Institute, 2017)

สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของประเทศไทยไม่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจ Startup (Thailand Tech Startup Association, 2016) ด้วยเหตุนี้ จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจของธุรกิจ Startup และมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐในปัจจุบันว่าสามารถสร้างสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจ Startup ครอบคลุมทุกขั้นตอนหรือไม่ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนามาตรการต่างๆ ให้เกิดสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ Startup ต่อไปในอนาคต

ความหมายและขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจของธุรกิจเกิดใหม่ (Startup)

1. ความหมายของธุรกิจเกิดใหม่ (Startup)

คำว่า Startup นั้นได้มีผู้อธิบายความหมายไว้แตกต่างกัน เช่น Ries (2011) ได้ให้ความหมายของ Startup ว่าเป็นสถาบันที่ออกแบบมาเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ภายใต้สภาวะที่ไม่แน่นอนอย่างมาก กล่าวคือ มีความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์ (Product Risk) ความเสี่ยงด้านลูกค้า (Customer Risk) และความเสี่ยงด้านตลาด (Market Risk) (Maurya, 2012) สอดคล้องกับ McClure (2013) ได้ให้ความหมายว่า Startup คือ บริษัทที่กำลังสืบสวนว่า (1) ผลิตภัณฑ์ของตนเองคืออะไร (2) ลูกค้าเป็นใคร และ (3) สามารถหารายได้ได้อย่างไร และทันทีที่บริษัทใดสามารถตอบคำถามได้ทั้ง 3 ข้อแล้ว บริษัทนั้นจะสิ้นสุดสภาพความเป็น Startup และกลายเป็นธุรกิจจริง

ในขณะที่ Blank (2013) ผู้ได้ชื่อว่าเป็นบิดาแห่ง Startup ได้ให้คำนิยามว่า Startup คือ องค์การชั่วคราวที่ตั้งขึ้นเพื่อค้นหาตัวแบบธุรกิจที่ทำซ้ำได้ (Repeatable) และขยายตัวได้ (Scalable) สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วจนกลายเป็นบริษัทขนาดใหญ่ สอดคล้องกับ Munchusri (2016 as cited in

Phokachai & Warapongdee, 2016) กล่าวว่า Startup เป็นผู้ประกอบการที่สามารถประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อมาสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างรวดเร็ว และ Graham (2012) ซึ่งกล่าวว่า Startup คือ บริษัทที่ออกแบบมาเพื่อให้สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว และเช่นเดียวกับ Paschen (2017) ซึ่งอธิบายว่า Startup คือ องค์กรที่พยายามจะเปลี่ยนความคิดให้เป็นธุรกิจที่มีศักยภาพ และบริษัทเล็กๆ ที่ต้องการรักษาหรือทำให้ธุรกิจเติบโต และ Warapongdee (2017) ได้สรุปว่า Startup เป็นกิจการที่เริ่มต้นธุรกิจจากจุดเล็กๆ สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด ออกแบบให้ธุรกิจมีการทำซ้ำได้โดยง่ายและขยายกิจการได้ง่าย มีการนำเทคโนโลยี และ/หรือนวัตกรรมมาใช้เป็นหัวใจหลักในการสร้างธุรกิจ มักเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นจากแนวคิดเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันหรือเห็นโอกาสทางธุรกิจที่ยังไม่มีใครเคยคิดหรือทำมาก่อน

ทั้งนี้ ธุรกิจ Startup อาจมีลักษณะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก บริษัทไม่จดทะเบียน งานเดี่ยว ทำเป็นครั้งแรก หรือมีสำนักงานในบ้าน (Mann & Sanyal, 2010) โดย Van Praag & Versloot (2007) ได้กำหนดให้ธุรกิจ Startup คือ ธุรกิจที่มีคุณลักษณะข้อใดข้อหนึ่ง คือ มีพนักงานน้อยกว่า 100 คน มีอายุน้อยกว่า 7 ปี หรือเป็นรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาด สำหรับประเทศไทยนั้น ภาครัฐได้กำหนดคุณลักษณะของ Startup ไว้ 7 ประการ ได้แก่ (1) ธุรกิจเริ่มต้นไม่สามารถกำหนดรายได้ กำไร และจำนวนการจ้างงานไม่ตายตัว แต่มีแผนในการหารายได้ชัดเจนในแต่ละช่วง (2) ใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด (3) พื้นที่ของสำนักงานและการทำงานมีความหลากหลาย (4) ตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์สามารถขยายได้กว้างไกล (5) รูปแบบธุรกิจเน้นความเสี่ยงบนความไม่แน่นอนต่อความสำเร็จ และเติบโตเร็ว (6) วัฒนธรรมและแนวคิดในการดำเนินธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ และ (7) วงจรชีวิตของธุรกิจอยู่ระหว่าง 3-5 ปี (PRD, 2016)

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าธุรกิจ Startup หมายถึง ธุรกิจเกิดใหม่ที่สร้างขึ้นโดยบุคคล หรือ กลุ่มคน เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอน ด้วยแนวคิดที่แตกต่างไม่เหมือนใคร สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาสร้างธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาหรือสร้างความต้องการใหม่เป็นสำคัญ สามารถทำซ้ำและขยายตัวได้ง่าย เพื่อให้สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วในระยะเวลาก่อนสั้น โดยปกติมีอายุหรือระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจอยู่ระหว่าง 3-7 ปี ก่อนที่จะออกจากธุรกิจ (Exit)¹

2. ขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจของธุรกิจ Startup

สำหรับขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจของธุรกิจ Startup มีนักปฏิบัติและนักวิจัยอธิบายขั้นตอนไว้อย่างหลากหลาย เช่น Maurya (2012) ได้อธิบายไว้ 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นตอนคิดผลิตภัณฑ์เพื่อแก้ไขปัญหา (Problem Solution Fit) เป็นช่วงพัฒนาแนวคิด ค้นหาปัญหาและพิสูจน์ว่าเป็นปัญหาที่มีอยู่จริงของลูกค้าและลูกค้ามีความต้องการที่จะแก้ปัญหานั้น โดยสามารถคิดผลิตภัณฑ์ตั้งต้นที่สามารถแก้ปัญหานั้นๆ ได้ (2) ขั้นปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด (Product Market Fit) เป็นขั้นตอนการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ เพื่อนำไปทดสอบกับตลาด เก็บข้อมูลจากลูกค้า เรียนรู้และนำมาปรับปรุงให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาด และ (3) ขั้นขยายธุรกิจ (Scale) เน้นการขยายการเติบโตของธุรกิจ เพิ่มทีมงาน ขยายกำลังการผลิต สร้างโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เพื่อรองรับการขยายฐานลูกค้า สอดคล้องกับ Warapongdee (2017) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ (1) ระยะเริ่มต้น (Early Stage) เป็นระยะที่เพิ่งเริ่มสร้างธุรกิจ ยังไม่มีโมเดลธุรกิจที่ชัดเจน เป็นช่วงบ่มเพาะ เน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่พอใช้งานได้

¹ Exit หมายถึง การถอนการลงทุนหรือการขายหุ้นที่ทำให้ส่วนของความเป็นผู้ถือหุ้นของผู้ก่อตั้งกิจการเหลือน้อยกว่านักลงทุนที่ซื้อกิจการไป (Warapongdee, 2017)

เบื้องต้น และปรับปรุงให้ตรงกับความต้องการของตลาดมากที่สุด (2) ระยะเติบโต (Growth Stage) เป็นระยะที่มีตัวแบบธุรกิจที่ชัดเจน มีฐานลูกค้าและรายได้ระดับหนึ่ง และ (3) ระยะเก็บเกี่ยว (Harvest Stage) เป็น Startup ที่มีการเติบโต ขยายธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและพร้อมที่จะออกจากธุรกิจ (Exit) เช่นเดียวกับ Paschen (2017) ได้แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นก่อนเริ่มต้นธุรกิจ (Pre-startup Stage) ผู้ก่อตั้งมีแนวคิดและสำรวจความเป็นไปได้ในการสร้างธุรกิจตามแนวคิดที่มีนี้ มุ่งเน้นพัฒนาข้อเสนอที่ช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้า (2) ขั้นเริ่มต้นธุรกิจ (Startup Stage) เป็นขั้นทดลองกับตลาดเป้าหมาย เริ่มสร้างรายได้ตามแผนธุรกิจ และ (3) ขั้นเติบโต (Growth Stage) เป็นขั้นที่ธุรกิจเริ่มกลายเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพ มุ่งเน้นการขยายการดำเนินงาน และระบบต่างๆ ให้มีการเติบโตขึ้น ซึ่ง Kollmann (2006) ได้อธิบายไว้ 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นเริ่มต้น (Early Stage) เป็นระยะค้นพบความคิด ประเมินความเป็นไปได้ของความสำเร็จในการสร้างธุรกิจตามแนวคิดที่มี เปลี่ยนแนวคิดเป็นแผนธุรกิจ และทำแนวคิดให้เป็นจริง (2) ขั้นขยายธุรกิจ (Expansion Stage) เป็นระยะพัฒนาแนวคิดให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด และ (3) ขั้นเติบโต (Late Stage) เป็นขั้นที่ต้องมีความสามารถในการเติบโตอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาตลาดและการพัฒนาเป็นธุรกิจระยะยาว เป็นขั้นที่เต็มองค์ประกอบในการจัดทำธุรกิจ

สมาคมร่วมทุนแห่งชาติ (National Venture Capital Association หรือ NVCA) ของสหรัฐอเมริกา ได้แบ่งขั้นตอนการพัฒนาออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นพัฒนาแนวคิด (Seed Stage) เป็นระยะพิสูจน์แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการและการวิจัยตลาด รวมถึงการสร้างทีมบริหารและการพัฒนาแผนธุรกิจ (2) ขั้นเริ่มต้น (Early Stage) เป็นช่วงการทดสอบผลิตภัณฑ์ หรือการผลิตนำร่อง นำผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในท้องตลาดเพื่อศึกษาตลาด พัฒนาแผนธุรกิจ

เตรียมพร้อมเพื่อเริ่มทำธุรกิจ (3) ขยายธุรกิจ (Expansion Stage) เป็นช่วงที่บริษัทที่มีمبرหารอย่างสมบูรณ์ และมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก เป็นขั้นของการขยายธุรกิจครั้งแรกของบริษัท ขยายโรงงานและขยายตลาด และ (4) ขั้นเติบโต (Later Stage) เป็นขั้นที่บริษัทมีอัตราการเติบโตที่คงที่พอสมควร มีกระแสเงินสดและรายได้สุทธิเป็นบวก อาจพิจารณาขายหุ้น (IPO) (NACA, 2015)

โดยขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจดังกล่าว Blank (2013) เรียกว่า กระบวนการพัฒนาลูกค้า (Customer Development) ซึ่งประกอบด้วย 2 ระยะ ได้แก่ (1) ระยะค้นหา (Search) เป็นการค้นหาตัวแบบธุรกิจ ค้นหาปัญหาและความต้องการของลูกค้า (Customer Discovery) และทดสอบวิธีการแก้ไขปัญหามาที่ต้องการเสนอว่าตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือตลาดหรือไม่ (Customer Validation) หากไม่ใช่ต้องปรับปรุงแก้ไขหรือปรับเปลี่ยนทิศทาง และ (2) ระยะดำเนินการ (Execution) เป็นระยะเริ่มต้นธุรกิจด้วยการสร้างและขยายฐานลูกค้า (Customer Creation) และการจัดตั้งองค์กร (Company Building) ในขณะที่ Love (2016) ได้อธิบายลักษณะการเติบโตของธุรกิจ Startup ว่ามีลักษณะคล้ายอักษร J (J Curve) ประกอบด้วย 6 ระยะ ได้แก่ (1) ระยะสร้างแนวคิด (Create Phase) องค์ประกอบหลักที่สำคัญสำหรับระยะเริ่มต้นนี้ คือ แนวคิด ทีมงาน และเงินทุน (2) ระยะเปิดตัวผลิตภัณฑ์ (Release Phase) ในช่วงนี้จะต้องสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นต้น นำไปทดลองตลาด นำผลสะท้อนกลับจากลูกค้าไปปรับปรุงในขั้นต่อไป (3) ระยะปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (Morph Phase) เป็นช่วงที่สำคัญที่สุด ต้องนำข้อเสนอแนะต่างๆ ที่ได้รับหลังจากเปิดตัวผลิตภัณฑ์เริ่มแรกมาทำการปรับปรุงหรือปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น และควรทำให้เร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้ (4) ระยะสร้างตัวแบบธุรกิจ (Model Phase) ในช่วงนี้จะต้องมุ่งเน้นที่ตัวแบบธุรกิจหรือรูปแบบวิธีการดำเนินงานของบริษัทในการสร้างรายได้ (5) ระยะขยายธุรกิจ (Scale Phase) เป็นช่วง

ของการขยายธุรกิจ ขยายบริษัทให้ใหญ่ขึ้น ต้องเพิ่มพนักงาน กระบวนการ รวมไปถึงเงินลงทุน และ (6) ระยะเวลาเก็บเกี่ยว (Harvest Phase) เป็นช่วงของการเปลี่ยนจาก Startup ไปเป็นองค์กรธุรกิจเต็มรูปแบบ เข้าสู่ช่วงมั่นคง ทำทนายการตัดสินใจว่าควร จะสร้างการเติบโตผ่านการเข้าซื้อกิจการ (Acquisition) หรือเติบโตด้วยกำลังของตัวเอง (Organically) หรือควรนำหุ้นเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (IPO) หรือ ควรขายกิจการ (Company Sale)

นอกจากนี้ Llorach & Ottosson (2016) ได้รวบรวมคำอธิบายของนักวิจัย หลายท่านเกี่ยวกับขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจของ Startup เช่น Moore (1994) อธิบายว่าประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Conception & Development) (2) ขั้นทดสอบตลาด (Commercialization) (3) ขั้นเติบโต (Growth) เป็นการพัฒนางานและความสามารถในการทำกำไร และ (4) ขั้นมั่นคง (Maturity) สร้างโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน Xiao (2011) ได้แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นเริ่มต้น (Startup Stage) มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือ บริการ และทดสอบยืนยันความต้องการกับลูกค้า (2) ขั้นเสนอลูกค้ากลุ่มแรก (Early Stage) สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการเสนอให้กับลูกค้ากลุ่มแรก และ (3) ขั้นเติบโต (Later Stage) สร้างการเติบโตด้านรายได้ และกำไร และ Mueller et al. (2012) ได้อธิบายไว้ 2 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นเริ่มต้น (Startup) ค้นหาโอกาสทาง ธุรกิจ จัดตั้งทีมงานเริ่มต้น วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการผ่านการ ปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า และ (2) ขั้นเติบโต (Growth) มุ่งเน้นการขาย การขยายตลาด และจัดหาแหล่งเงินทุน การจัดการด้านบัญชี พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการ ดำเนินงาน และการสร้างเครือข่าย

จากคำอธิบายข้างต้น สามารถสรุปได้เป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. **ขั้นพัฒนาแนวคิด (Idea Stage)** เป็นช่วงการพัฒนาแนวคิด ค้นหาปัญหาและความต้องการของลูกค้า และพิสูจน์ว่าเป็นปัญหาที่มีอยู่จริงของลูกค้า และลูกค้ามีความต้องการที่จะแก้ไขปัญหานั้น รวมทั้งเปลี่ยนความคิดให้เป็นผลิตภัณฑ์ตั้งต้นหรือบริการที่สามารถแก้ปัญหานั้นๆ ได้ โดยหาจุดที่ลงตัวระหว่างตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการกับผู้ใช้งาน (Problem Solution Fit)

2. **ขั้นทดสอบตลาด (Market Testing Stage)** เป็นขั้นตอนการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype) ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่พอใช้งานได้ (Minimum Viable Product) เพื่อนำไปทดสอบกับตลาด และนำข้อมูลสะท้อนกลับมาปรับปรุงพัฒนาให้ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าหรือตลาด (Product Market Fit)

3. **ขั้นเติบโต (Growth Stage)** เป็นช่วงที่มีผลิตภัณฑ์และตัวแบบธุรกิจที่ชัดเจนแล้ว และต้องขยายการเติบโตของธุรกิจ ขยายตลาด สร้างรายได้ ดึงดูดนักลงทุนและทีมงานให้เข้ามาช่วยเร่งการเติบโตของธุรกิจ เป็นช่วงที่ต้องเพิ่มทีมงาน ขยายกำลังการผลิต สร้างโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เพื่อรองรับการขยายฐานลูกค้า

4. **ขั้นเก็บเกี่ยว (Harvest Stage)** เป็นช่วงที่เปลี่ยนจาก Startup เป็นองค์กรธุรกิจเต็มรูปแบบ เข้าสู่ช่วงมั่นคงและพร้อมที่จะออกจากธุรกิจ (Exit) ซึ่งบริษัทอาจพิจารณาว่าจะเข้าซื้อกิจการ (Acquisition) หรือควบรวมกิจการ (Merger) หรือเติบโตด้วยกำลังของตัวเอง (Organically) หรือควรรำนำหุ้นเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (IPO) หรือควรรายกิจการ (Company Sale)

นโยบายประเทศไทย 4.0 ในการพัฒนาธุรกิจ Startup

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่มีขีดความสามารถในการแข่งขัน มีรายได้สูงอยู่ในกลุ่มประเทศพัฒนา

แล้ว โดยมียุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) เป็นกรอบแนวทางในการพัฒนา ซึ่งประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ (1) ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง (2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (3) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพคน (4) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม (5) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ (6) ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ทั้งนี้ การสร้างความสามารถในการแข่งขันตามยุทธศาสตร์ที่ 2 นั้นมีความจำเป็นต้องพัฒนาสังคมผู้ประกอบการ เพื่อสร้างผู้ประกอบการที่พิจารณาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ด้วยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมขับเคลื่อนธุรกิจ โดยต้องมุ่งพัฒนาทั้งด้านผู้ประกอบการและปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญ (NESDB, 2017) ซึ่งปัจจุบันการพัฒนายุทธศาสตร์ดังกล่าวได้มีการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งเป็นการถ้อยระดับจากยุทธศาสตร์ระยะยาวลงสู่การปฏิบัติในช่วงเวลา 5 ปี ทั้งนี้ จุดเน้นและประเด็นหลักที่เป็นหัวใจสำคัญประการหนึ่งของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 คือการมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์หรือด้านกระบวนการผลิตเพื่อใช้ประโยชน์ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการ โดยให้ความสำคัญทั้งกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีแบบซับซ้อน และ/หรือการใช้นวัตกรรมสำหรับการพัฒนาสินค้าและบริการทั้งในระดับพื้นบ้านจนถึงระดับสูง ด้วยเหตุนี้ภาครัฐจึงร่วมกับทุกภาคส่วนช่วยกันผลักดันให้เกิดธุรกิจ Startup ใหม่ ๆ รวมทั้งสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจ Startup ครอบคลุมในทุกขั้นตอนของการพัฒนาธุรกิจ Startup ตั้งแต่ขั้นพัฒนาแนวคิดและทดสอบตลาด ขั้นเติบโต และขั้นเก็บเกี่ยว ผ่านมาตรการสนับสนุนต่างๆ ดังนี้

1. **ขั้นพัฒนาแนวคิดและทดสอบตลาด (Idea Stage and Market Testing Stage)** เป็นช่วงของการพัฒนาแนวคิด และเปลี่ยนแนวคิดให้เป็น

ผลิตภัณฑ์ ตลอดจนนำผลิตภัณฑ์ไปทดลองกับตลาด และพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์นั้นให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด ซึ่งในขั้นนี้ผู้ก่อตั้งจำเป็นต้องหาแหล่งเรียนรู้ด้านนวัตกรรม ตลอดจนความรู้ทางด้านการประกอบธุรกิจ ซึ่งภาครัฐมีมาตรการส่งเสริม ดังนี้

1.1 มาตรการสร้างภาวะความเป็นผู้ประกอบการการบ่มเพาะกำลังคนด้านดิจิทัล เช่น สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลและสถาบันอุดมศึกษาทั้ง 4 ภาคร่วมกันพัฒนาขีดความสามารถด้านดิจิทัลให้แก่นักศึกษา โดยจัดตั้ง SIPA Tech Startup Club ซึ่งเป็นโครงการที่เชื่อมโยงนักศึกษาในสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศจากสถาบันอุดมศึกษาให้มารวมกลุ่มกัน นำแนวคิดด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่จะนำไปสู่การก่อตั้งเป็นธุรกิจฐานเทคโนโลยี (Tech Startup) ในที่สุด (Digital Economy Promotion Agency [DEPA], 2017) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีการจัดโครงการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ โดยมีการอบรม ฝึกให้เป็นผู้ประกอบการจริง เข้าใจหลักธุรกิจเบื้องต้น สร้างจิตสำนึกการเป็นผู้ประกอบการ การจัดทำแผนธุรกิจเพื่อนำแผนธุรกิจไปปฏิบัติจริง (Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2017) กระทรวงศึกษาธิการมีการจัดโครงการสะเต็มศึกษา (Science Technology Engineering and Mathematics Education: STEM Education) ซึ่งเป็นโครงการส่งเสริมการเรียนรู้ที่บูรณาการวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ และคณิตศาสตร์ เน้นให้ผู้เรียนนำความรู้ไปแก้ปัญหาในชีวิตจริง และพัฒนาความรู้ไปสู่เชิงพาณิชย์และสร้างธุรกิจใหม่ (STEM Education Thailand, 2014) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีโครงการพัฒนาหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ พัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นมหาวิทยาลัยแห่งการประกอบการ เพื่อสร้างภาวะความเป็นผู้ประกอบการ สร้างพื้นที่ทำงานร่วม (Co-Working Space) ในมหาวิทยาลัย เพื่อพัฒนาศักยภาพ อาจารย์ บุคลากร

มหาวิทยาลัย และนักศึกษา นอกจากนี้ ยังมีการส่งเสริมธุรกิจ Startup ในระดับภูมิภาค โดยมีการตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ Startup ในส่วนภูมิภาคทั้งภาคเหนือ ภาคใต้ และแนวระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก (Royal Thai Government, 2017)

1.2 มาตรการส่งเสริมด้านการวิจัยและพัฒนา เช่น มีศูนย์ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาของภาคเอกชน เพื่อสนับสนุนธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ จำนวน 10 ศูนย์ เพื่อให้มหาวิทยาลัยจับมือกับบริษัทขนาดใหญ่ร่วมกันพัฒนาธุรกิจ Startup ในรายสาขาตามความถนัดเฉพาะ (Royal Thai Government, 2017)

1.3 มาตรการพัฒนาเขตนวัตกรรม (Innovation District) เป็นการวางผังเมืองให้เป็นพื้นที่สำหรับการจัดตั้งสถานประกอบการแบบธุรกิจ Startup และเป็นพื้นที่สำหรับบ่มเพาะธุรกิจ Startup ของไทย โดยสร้างระบบนิเวศที่เหมาะสมให้เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจ Startup ซึ่งได้มีการกำหนดพื้นที่ที่จะพัฒนาเป็นเขตนวัตกรรม คือ เขตนวัตกรรมแนวระเบียงกรุงเทพมหานคร เขตนวัตกรรมแนวระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก และกลุ่มเครือข่ายเขตนวัตกรรมภูมิภาค (Royal Thai Government, 2017)

1.4 มาตรการจัดตั้งกองทุนร่วมลงทุน เช่น กระทรวงการคลังมีมาตรการการจัดตั้งกองทุนร่วมลงทุนในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Private Equity Trust Fund) เพื่อสนับสนุนช่วยเหลือธุรกิจ Startup ที่อยู่ในระดับพัฒนาแนวคิด (Idea Stage) ที่มีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จแต่ขาดการสนับสนุนด้านเงินทุน (The Secretariat of the Cabinet, 2014) กระทรวงศึกษาธิการมีการจัดตั้งกองทุนตั้งตัวได้ให้กู้ยืมแก่นักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาและสถาบันอาชีวศึกษา หรือบุคคลที่สำเร็จการศึกษาแล้วไม่เกิน 5 ปีการศึกษาที่มีศักยภาพเป็นผู้ประกอบการใช้ลงทุนในการเริ่มต้นธุรกิจของตน (Bureau of Cooperation and Promotion, 2012)

1.5 มาตรการส่งเสริมผู้ประกอบการจดทะเบียนจัดตั้งลิขสิทธิ์ทรัพย์สิน

ทางปัญญา เช่น สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลร่วมมือกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่ออบรม สัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องรวมถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแปลงทรัพย์สินทางปัญญาให้เป็นทุน (DEPA, 2017)

2. **ขั้นเติบโต (Growth Stage)** เป็นช่วงที่ธุรกิจ Startup ต้องการขยายขนาดของบริษัท ขยายฐานลูกค้าเพื่อการเติบโต ซึ่งจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก ในขั้นนี้ภาครัฐได้มีมาตรการส่งเสริมดังต่อไปนี้

2.1 มาตรการส่งเสริมการขยายตัวทางด้านการตลาด เช่น กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีร่วมกับทุกภาคส่วนในการสร้างแรงบันดาลใจแก่ธุรกิจ Startup ด้วยการจัดงาน Startup Thailand ขึ้น เพื่อระดมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ของประเทศให้มารวมตัวกัน เปิดโอกาสให้พบปะและแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติ รวมถึงกลุ่มลงทุนที่พร้อมให้การสนับสนุนทางการเงิน (Royal Thai Government, 2017) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมมีมาตรการสร้างความเชื่อมั่นผ่านการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ เพื่อยืนยันการมีตัวตน เพื่อให้เกิดการขยายตัวทางด้านการตลาด (DEPA, 2017)

2.2 มาตรการส่งเสริมให้ธุรกิจ Startup เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย เช่น กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมมีมาตรการผลักดันด้านทรัพย์สินทางปัญญา โดยมีการแก้ไขกฎหมายการค้าประกันสินเชื่อให้สามารถให้ทรัพย์สินทางปัญญาในการค้าประกันสินเชื่อได้ จากเดิมจำกัดแค่ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง รวมทั้งได้ร่วมกับสถาบันการเงินในการปล่อยสินเชื่อให้กับธุรกิจ Startup โดยมีบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) เป็นผู้ค้าประกันสินเชื่อให้ นอกจากนี้ยังมีสินเชื่อดอกเบียดำของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่ง

ประเทศไทย และการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (The Board of Investment of Thailand หรือ BOI) เป็นต้น

2.3 มาตรการสิทธิประโยชน์ทางภาษี เช่น มาตรการส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ (Startup) โดยการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 5 รอบบัญชี (Jongyusuk, 2016) และมาตรการสิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับกิจการเงินร่วมลงทุน (Venture Capital หรือ VC) ที่ลงทุนในธุรกิจเทคโนโลยี ทั้งจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าสู่กิจการ VC และจากกิจการ VC เข้าสู่ผู้ลงทุน โดยจะได้รับการยกเว้นเป็นระยะเวลา 10 ปีภาษี (Techsauce Team, 2016)

2.4 มาตรการสร้างฐานข้อมูลธุรกิจ Startup โดยกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีมาตรการสร้างฐานข้อมูลธุรกิจ Startup และวัดผลเพื่อประเมินสิ่งที่ได้ทำมา เพื่อให้ผู้ที่สนใจหรืออยู่ในแวดวงธุรกิจ Startup สามารถเข้าถึงข้อมูลในทุกด้าน (Royal Thai Government, 2017)

3. ขั้นเก็บเกี่ยว (Harvest Stage) เป็นช่วงที่เปลี่ยนจากธุรกิจ Startup เป็นองค์กรธุรกิจเต็มรูปแบบเข้าสู่ช่วงมั่นคงและพร้อมที่จะออกจากธุรกิจ (Exit) ในขั้นตอนนี้ภาครัฐได้มีมาตรการส่งเสริมดังต่อไปนี้

3.1 มาตรการส่งเสริมตราयीห้อยสินค้าและบริการไทยสู่ตลาดโลก กระทรวงพาณิชย์ได้จัดทำโครงการส่งเสริมตราयीห้อยสินค้าและบริการไทยสู่ตลาดโลก (MOC 4i : Thai Brand Heroes Program) โดยมีการฝึกอบรมเกี่ยวกับแนวคิดการออกแบบ และกลยุทธ์การสร้างตราयीห้อย พัฒนาสินค้ากลุ่มตราयीห้อยที่เป็นไฮว้ สร้างตราयीห้อยร่วมกับพันธมิตรที่มีชื่อเสียงในเวทีโลก เน้นการต่อยอดให้เกิดการสร้างตราयीห้อยร่วมกัน และการสร้างเครือข่ายในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ Startup โดยเน้นตราयीห้อยที่มีมูลค่าเพิ่มสูง มีตราयीห้อยเป็นของตัวเองและมีตราयीห้อยที่เข้มแข็งแล้วต้องการขยายสู่ตลาดโลก (Ministry of Commerce News, 2016)

3.2 มาตรการพัฒนาตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมี

การพัฒนาระบบเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการระดมทุนและการซื้อขายหลักทรัพย์สำหรับธุรกิจ Startup และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (LIVE Platform) พัฒนาขึ้นเพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจ Startup และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อการระดมทุนและสร้างสภาพคล่องในการซื้อขายเปลี่ยนมือ ตลอดจนสร้างความเข้มแข็งให้ธุรกิจเติบโตต่อไปในอนาคต (The Stock Exchange of Thailand, 2017)

สรุป

ประเทศไทยในอดีตที่ผ่านมาแม้มีการพัฒนาเศรษฐกิจมาอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ยังต้องเผชิญกับกับดักประเทศรายได้ปานกลาง ประชาชนยังเกิดความเหลื่อมล้ำทางด้านรายได้ ดังนั้น เพื่อให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่มีขีดความสามารถในการแข่งขัน มีรายได้สูงอยู่ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว รัฐบาลจึงปรับตัวแบบในการพัฒนาเศรษฐกิจเข้าสู่ยุคประเทศไทย 4.0 โดยการปรับเปลี่ยนไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม โดยมีการวางยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) เป็นกรอบแนวทางในการพัฒนา โดยยุทธศาสตร์ที่ 2 ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันนั้นมีความจำเป็นต้องพัฒนาสังคมผู้ประกอบการซึ่งต้องมุ่งพัฒนาทั้งด้านผู้ประกอบการและปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญ และเพื่อให้เกิดการถ่ายโอนจากระดับยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติจึงมีการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ขึ้น ซึ่งเป็นแผนระยะสั้น 5 ปี โดยมีจุดเน้นและประเด็นหลักในการมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์หรือด้านกระบวนการผลิตเพื่อใช้ประโยชน์ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการ ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นที่

ทุกภาคส่วนต้องมุ่งผลักดันให้เกิดธุรกิจ Startup ซึ่งเป็นธุรกิจที่มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นส่วนสำคัญในการสร้างธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม การจะพัฒนาธุรกิจ Startup ให้มีศักยภาพนั้นภาครัฐจำเป็นต้องทำความเข้าใจถึงขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจของธุรกิจ Startup เพื่อจะได้วางมาตรการสนับสนุนได้อย่างตรงจุดครอบคลุมในทุกขั้นตอน เพราะแต่ละขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจของธุรกิจ Startup นั้นมีความต้องการการสนับสนุนที่แตกต่างกัน ซึ่งในปัจจุบันพบว่า ภาครัฐได้พยายามสร้างกลไกในการพัฒนาธุรกิจ Startup ครอบคลุมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นพัฒนาแนวคิดและทดสอบตลาด ขั้นเติบโต และขั้นเก็บเกี่ยว อย่างไรก็ตาม แผนพัฒนาและมาตรการสนับสนุนต่างๆ ในปัจจุบันเป็นเพียงมาตรการระยะสั้นเพื่อวางรากฐานที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาในระยะยาวเท่านั้น การที่ธุรกิจ Startup จะกลายเป็นนักรบพันธุ์ใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจไปสู่เป้าหมาย มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน นั้นจำเป็นต้องมีการผลักดันประเด็นการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ประเทศในระยะยาวให้เกิดความต่อเนื่อง และเพื่อให้การพัฒนาสังคมผู้ประกอบการเกิดขึ้นและมีการพัฒนาเติบโตอย่างยั่งยืน ภาครัฐควรมุ่งเน้นการสร้างภาวะความเป็นผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นกับเยาวชนตั้งแต่วัยเยาว์ เพื่อให้เกิดความตระหนักและซึมซับกระบวนการทางความคิด (Mindset) ของการเป็นผู้ประกอบการตั้งแต่เริ่มต้นจนเป็นบุคคลที่สามารถจัดตั้งธุรกิจใหม่และสร้างความมั่งคั่งให้ตนเองและสังคมได้ในอนาคต ประกอบกับต้องพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการควบคู่กันไปด้วย ซึ่งในส่วนนี้ภาครัฐต้องเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมผลักดันให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

เอกสารอ้างอิง

- Aujirapongpan, S., Thongmee, S., & Jutidharabongse, J. (2012). Innovative Organization and Innovative Capability: A Case Study of Koh Samui Hospital. *Journal of Management Sciences*, 29(2), 47-65.
- Aujirapongpan, S., Vadhanasindhu, P., Chandrachai, A., & Cooparat, P. (2010). Innovation: Terms and classifications on Innovation which play vital role in the Innovation Capability of the entrepreneurs. *Journal of Business Administration*, 33(128), 49-65.
- Blank, S. (2013). *The Four Steps to Epiphany: Successful Strategies for products that win*. Menlo Park: K&S Ranch.
- Blank, S. (2013). Why the lean Start-up Change Everything. *Harvard Business Review*, 91, 63-72.
- Bureau of Cooperation and Promotion. (2012). *New Business Fund*. Retrieved August 19, 2017, from <http://www.mua.go.th/users/bphe/bs/money.html>
- Dealers, S., Tantasawanong, P., & Aujirapongpan, S. (2016). Creative Thinking of Undergraduates in the Higher Education Institute with Creative Identity. *WMS Journal of Management*, 6(1), 16-25.
- Digital Economy Promotion Agency. (2017). *DEPA unveils four measures to promote digital startup*. Retrieved August 9, 2017, from <http://www.depa.or.th>
- Global Entrepreneurship Development Institute. (2017). *Global Entrepreneurship Index*. Retrieved July 14, 2017, from <https://thegei.org>
- Government Spokesman Bureau, The Secretariat of the Prime Minister. (2016). Startup Thailand 4.0. *Thai Khu Fah Journal*, (31), 16-22.

- Graham, P. (2012). *Startup = Growth*. Retrieved June 26, 2017, from <http://www.paulgraham.com/growth.html>
- Jiraphanumes, K., Aujirapongpan, S., & Chamchang, P. (2011). The Effect of Entrepreneurial and Strategic Orientation on Innovativeness and Performance: The Empirical Study of the Listed Companies in the Market for Alternative Investment (MAI). *Journal of Management Sciences*, 28(1), 1-15.
- Johnson, D. (2001). What is Innovation and Entrepreneurship? Lesson for Large Organizations. *Industrial and Commercial Training*, 33(4), 135-140.
- Jongyusuk, A. (2016). Tax measures to promote new entrepreneurs (New Start-up). *The Revenue Department Magazine*, (March, 2016), 16-19.
- Kollmann, T. (2006). What is e-entrepreneurship?-fundamentals of company founding in the net economy. *Int. J. Technology Management*, 33(4), 322-340.
- Llorach, C., & Ottosson, E. (2016). *The Balanced Scorecard during the early stages of a tech firm - A multiple case study regarding performance management in Swedish tech startups*. Uppsala University. Sweden.
- Love, H. (2016). *The Start-Up J Curve: the Six Steps to Entrepreneurial Success*. Texas: Greenleaf Book Group Press.
- Mann, C. L. & Sanyal, P. (2010). The Financial Structure of Startup Firms: The Role of Assets, Information, and Entrepreneur Characteristics. *FRB of Boston Working Papers*, (10-17), 1-29.
- Maurya, A. (2012). *Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works* (2nd Ed.). California: O'Reilly Media.

- McClure, D. (2013). *What is the proper definition of a startup*. Retrieved June 26, 2017, from <https://www.quora.com>
- Measincee, S. (2016). *Thailand 4.0*. Retrieved August 9, 2017, from http://planning2.mju.ac.th/goverment/20111119104835_planning/Doc_25590823143652_358135.pdf
- Ministry of Commerce News. (2016). *The Ministry of Commerce is going to develop and promote Thai SMEs/Startup to the global market*. Retrieved August 14, 2017, from <http://moc.go.th>
- Moore, B. (1994). Finance constraints to the growth and development of a small high technology firms. In Huges, A. and Storey, D. J. (eds.). *Finance and the small firm*. London, Routledge, 112-114.
- Mueller, S., Volery, T. & Von Siemens, B. (2012). What Do Entrepreneurs Actually Do? An Observational Study of Entrepreneurs' Everyday Behavior in the Start-Up and Growth Stages. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(5), 995-1017.
- NAVA. (2015). *National Venture Capital Association Yearbook 2015*. Retrieved July 23, 2017, from <https://mthightech.org/wp-content/uploads/2015/11/NVCA-Yearbook-2015.pdf>
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2017). *Startup development program*. Retrieved August 9, 2017, from <http://www.startuptracking.com>
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2016). *The 12th National Economic and Social Development Plan (2017-2021)*. Retrieved December 20, 2017, from http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422

- Office of the National Economic and Social Development Board. (2016). *20-Year National Strategy (2017 - 2036)*. Retrieved December 20, 2017, from <http://www.nesdb.go.th>
- Paschen, J. (2017). Choose wisely: Crowdfunding through the stages of the startup life cycle. *Business Horizons*, 60(2), 179-188
- Phokachai, T., & Warapongdee, N. (2016). *9 Startups: Revolutionary concept of startup business*. Bangkok: Amarin Printing and Publishing.
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. New York: Crow Business.
- Royal Thai Government. (2017). Government House News: Minister of Science and Technology Interview with MICESpotlight by NCC on the Development and Promotion of Startup Thailand and Startup Thailand 2017. Retrieved August 19, 2017, from <http://www.thaigov.go.th/news/contents/details/2902>
- SME Development Bank. (2017). *SME Development Bank joins Money Expo 2017 in Bangkok, low interest loans, special promotion, launch into Digital 4.0 with its innovative electronic finance loan service*. Retrieved June 26, 2017, from <https://www.smebank.co.th>
- STEM Education Thailand. (2014). *What is STEM Education?*. Retrieved August 19, 2017, from <http://www.stemedthailand.org>
- Thailand Tech Startup Association. (2016). *The Whitepaper for Startup Thailand 2016*. Retrieved June 26, 2017, from <http://www.thailandstartup.org/whitepaper.pdf>
- The Government Public Relations Department. (2016). *Startup Thailand 2016. Government Newsletters for the People*. 2(27), 1-12.

- The Government Public Relations Department. (2016). Thailand 4.0. *Government Newsletters for the People*. 2(26), 1-12.
- Thesarin, B. (2016). Thailand 4.0 New Economy Model. Retrieved June 21, 2017, from <http://www.drborworn.com>
- The Secretariat of the Cabinet. (2014). *SMEs Private Equity trust fund*. Retrieved August 14, 2017, from <http://www.cabinet.soc.go.th>
- The Stock Exchange of Thailand. (2017). SET News: SET launched the "LIVE" platform at Startup Thailand, launching a platform to increase liquidity. Available Q3 this year. Retrieved August 19, 2017, from <https://www.set.or.th/set/newsdetails.do?newsId=14992117712031>
- The World Bank. (2017). *World Bank Country and Lending Groups*. Retrieved July 14, 2017, from <https://datahelpdesk.worldbank.org>
- Van Praag, C.M. & Versloot, P.H. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Bus Econ*, 29(4), 351-382.
- Warapongdee, N. (2017). *SET Your Startup Business Guide*. Bangkok: The Stock Exchange of Thailand.
- Xiao, L. (2011). Financing high-tech SMEs in China: A three-stage model of business development. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(3-4), 217-234.

บทความวิชาการ

ความสำคัญของทักษะในการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อม ของมัคคุเทศก์นำเที่ยวทำทัวร์ทางทะเล

พิสิทธิ์ ดันติพิสิฐกุล¹

สัณญา จิมพิมล²

บทคัดย่อ

ปัจจุบันเป็นที่ทราบดีว่ากฎเกณฑ์สำคัญของการท่องเที่ยวทางทะเล คือ ทรัพยากรธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นความสมบูรณ์ของแนวปะการัง ความหลากหลายของสัตว์ทะเล ความสะอาดของน้ำทะเล โดยในปัจจุบันแม้จะมีการตระหนักรู้และความเข้าใจที่เพิ่มสูงขึ้นถึงความสำคัญในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้งผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้จากกระแสการอนุรักษ์ทรัพยากร การโพสต์ภาพหรือข้อความในโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ซึ่งมีการรณรงค์ถึงการกระทำที่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศทางทะเลที่เพิ่มมากขึ้นทุกวัน

จากประเด็นดังกล่าวผู้เขียนจึงเล็งเห็นถึงความจำเป็นในการวิเคราะห์ถึงความสำคัญด้านทักษะการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมของมัคคุเทศก์นำเที่ยวทางทะเล โดยเขียนบนพื้นฐานข้อมูลเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง และจากประสบการณ์การได้เข้าไปมีส่วนร่วมในฐานะวิทยากรอบรมมัคคุเทศก์ในหัวข้อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ รวมไปถึงการเข้าไป

¹ อาจารย์ คณะการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ Email: pisit224455@gmail.com

² อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต Email: sanya.pkru@gmail.com

ทำการสำรวจการจัดทำทัวร์ทางทะเลกับบริษัทนำเที่ยวทางทะเลในจังหวัดภูเก็ต และได้ทำการชี้ให้เห็นว่าปัจจุบันมัคคุเทศก์ทางทะเลจำนวนมากมุ่งเน้นการให้ข้อมูลในเรื่องของสถานที่ การทำกิจกรรม ระยะเวลา แต่ยังขาดการสื่อความหมายทางด้านสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงปัญหาการขาดประสิทธิภาพในด้านทักษะและเทคนิคการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวทางทะเล การสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อม มัคคุเทศก์ทางทะเล นักท่องเที่ยว

REVIEW ARTICLE

The Importance of Environmental Interpretation Skill of Marine Tour Guide in Marine Tour Operator

Pisit Tuntipisitkul¹

Sanya Chimphimon²

Abstract

The key to marine tourism is natural resources, whether it be the abundance of coral reefs, the diversity of marine life, or the cleanliness of the sea. The level of understanding regarding environmental awareness and protection has recently improved, among tour operators and tourists alike. There is increasing evidence of environmental education posts on social media and the widespread condemnation of people who are guilty of misconduct and causing damage to public marine ecosystem.

For these reasons, this article recognizes the necessity to analyze the importance of environmental interpretation skills for the modern marine tour guide. The writing analysis of this article is done based on related literature and the experience of participating in tour guide training certification programs for eight batches in Phuket, Phang Nga and Krabi

¹ Lecturer, Faculty of Hospitality and Tourism, Prince of Songkla University,
Email: pisit224455@gmail.com

² Lecturer, Faculty of Management Sciences, Phuket Rajabhat University,
Email: sanya.pkru@gmail.com

provinces. The analysis is supplemented by direct observations from inspections of marine tour operations in Phuket. The article points out that many marine tour guides nowadays focus on informing tourists about activities, times, places, and equipment, but neglect environmental education and interpretation. In addition to this, the study found that there were also problems with a general lack of skills, techniques, and awareness regarding good environmental interpretation.

Keywords: Marine Tourism, Environmental Interpretation, Marine Tour Guide, Tourist

บทนำ

ประเทศไทยถือได้ว่าการยอมรับจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกในเรื่องความงดงามของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางทะเล ซึ่งถือเป็นจุดเด่นและเป็นภาพลักษณ์ที่ทำให้ประเทศไทยมีชื่อเสียงในระดับสากล ส่งผลให้การท่องเที่ยวทางทะเลได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงจากนักท่องเที่ยวและยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นต่อไปในอนาคต จากกระแสโลกาภิวัตน์ระบบเศรษฐกิจทุนนิยมและกระแสการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ส่งผลทำให้พื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งพัฒนาอย่างรวดเร็วทิศทาง (McIntosh et al., 2000) โดยถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวทางทะเลนั้นได้สร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลนั้นยังช่วยสร้างการตระหนักรับรู้ทางด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางทะเลที่เพิ่มขึ้นทั้งกับในกลุ่มผู้ประกอบการ คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว (Pelletier et al., 2005; Fabinyi, 2008; Abecasis et al., 2013) อย่างไรก็ตาม มีรายงานการศึกษาพบว่า ปริมาณของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละปีนั้น มักจะก่อให้เกิดการส่งผลกระทบเชิงลบต่อทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Pickering & Hill, 2007; Fabinyi, 2008) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับระบบนิเวศทางทะเล เช่น แนวปะการังและสภาพน้ำทะเลที่เริ่มเสื่อมโทรม สืบเนื่องมาจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่เหมาะสม เช่น การเหยียบแนวปะการัง การทิ้งสมอเรือบนแนวปะการัง การปล่อยขยะและน้ำเสียสิ่งปฏิกูลลงสู่ทะเล การเก็บสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิตเพื่อเป็นของที่ระลึก การให้อาหารปลา เป็นต้น

อีกทั้งสถานการณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางทะเลของไทยนั้นมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่เสื่อมโทรมมากขึ้น โดยในปัจจุบันมีรายงานวิจัยระบุว่า สภาพทรัพยากรทางทะเลโดยเฉพาะแนวปะการังในกลุ่ม

จังหวัดภาคใต้ในฝั่งอันดามันนั้นกำลังประสบปัญหาเป็นอย่างมากโดยในรายงานระบุว่า ในหลายพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สำคัญ โดยเฉพาะตามหมู่เกาะพีพี (จังหวัดกระบี่) เกาะราชา (จังหวัดภูเก็ต) เกาะไข่นอก และหมู่เกาะสุรินทร์-สิมิลัน (จังหวัดพังงา) พบว่า ในแต่ละแห่งนั้นแนวปะการังอยู่ในสภาพเสื่อมโทรมเสียหายเป็นอย่างมาก โดยสาเหตุที่สำคัญส่วนหนึ่งนั้นมาจากผลกระทบจากกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ประกอบกับการจัดการทางการท่องเที่ยวทางทะเลที่ยังขาดการบูรณาการส่งผลให้ขาดประสิทธิภาพและไม่ตรงตามแผนยุทธศาสตร์ อีกทั้งยังพบว่า เรือโดยสารหลายลำยังไม่ได้มาตรฐาน ประกอบกับการขาดการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมของบุคลากรทางการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวบางส่วนขาดความเข้าใจและมีพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดผลกระทบกับระบบนิเวศทางทะเล (The Office of Strategy Management for Southern Province Cluster, 2017)

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้ประกอบการรวมถึงมัคคุเทศก์มักเข้าใจว่า ปัญหาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลนั้นเกิดจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยได้มองข้ามองค์ประกอบปัจจัยที่สำคัญทางด้านการจัดการพฤติกรรมนักท่องเที่ยว นั่นก็คือ “การสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อม” โดยมัคคุเทศก์ในฐานะผู้ที่มิชอบบริหารจัดการดูแลนักท่องเที่ยวในการทำกิจกรรม ควรที่จะมีความรู้ความเข้าใจในการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวทางทะเล เนื่องจากเป็นทักษะที่จำเป็นที่จะต้องมิเพื่อใช้สื่อสารให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจ และตระหนักถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการลดผลกระทบจากพฤติกรรมต่าง ๆ ที่อาจเกิดจากการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในบริบทของการท่องเที่ยวทางทะเล เนื่องจากการสื่อความหมายเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจนั้นสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอันไม่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวที่อาจส่งผลกระทบต่อ

ต่อแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวได้ (Jensen, 2002; Hammerton & Bucher, 2015) มัคคุเทศก์จึงมีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้พัฒนาทักษะทางการสื่อสารความหมายทางสิ่งแวดล้อม เพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการสร้างความเข้าใจที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว การสื่อสารความหมายทางสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวจึงถือเป็นกุญแจที่สำคัญในการช่วยจัดการป้องกันปัญหาด้านผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลของประเทศไทย

นิยามความหมายของการสื่อสารความหมาย (Interpretation)

ปัจจุบันมีการให้คำนิยามการสื่อสารความหมายที่หลากหลายตามแต่บริบทของศาสตร์และอาชีพ โดยในบริบทของอาชีพมัคคุเทศก์นั้นเราอาจนิยามการสื่อสารความหมายได้ว่า เป็นกระบวนการสื่อสารซึ่งอาจทำผ่านทางสื่อกลางได้หลากหลายช่องทางและวิธี เพื่อเผยถึงข้อมูลและความหมายหรือความสัมพันธ์ของมนุษย์ในบริบททางสิ่งแวดล้อมและสังคมวัฒนธรรมใด ๆ ก็ตามต่อผู้รับสารไม่ว่าจะเป็นแขกผู้มาเยือน หรือนักท่องเที่ยว เป็นต้น โดยผ่านการมีประสบการณ์ปฏิสัมพันธ์เรียนรู้โดยตรงกับสภาพแวดล้อมในสถานที่นั้น โดยจะเป็นกระบวนการสื่อสารที่มีแค่การชี้แจงข้อมูลให้ทราบเพียงรูปแบบเดียว ทว่าจะต้องมีเทคนิคเชื่อมโยงความสนใจของผู้รับสารกับเนื้อหาหรือความหมายที่ต้องการจะสื่ออีกด้วย (Adapted From Verveka, 1998) โดยในบริบทของมัคคุเทศก์นั้นกล่าวได้ว่าทักษะการสื่อสารความหมายถือเป็นพื้นฐานหัวใจของการเป็นมัคคุเทศก์ที่ดี และมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Weiler & Ham, 2000) ซึ่งการสื่อสารความหมายที่ดีระหว่างการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวนั้นจะช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังช่วยเพิ่มคุณค่าทางด้านประสบการณ์ให้กับแขกผู้มาเยือน และช่วยสร้างพฤติกรรมที่ดีและมีความรับผิดชอบของผู้มาเยือนต่อสถานที่และสิ่งแวดล้อมอีกด้วย (Armstrong & Weiler, 2002; Pearce, 2005)

ความแตกต่างระหว่างการชี้แจงให้ข้อมูล (Inform) กับการสื่อความหมาย (Interpretation)

การชี้แจงให้ข้อมูลนั้นเป็นการให้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับอะไรบางอย่างไม่ว่าจะในรูปแบบของเนื้อหา ตัวเลขสถิติลักษณะ หรือรูปภาพ ผ่านทางช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป ยกตัวอย่างเช่น การให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพันธุ์ปลาทะเลของไทยผ่านทางโบรชัวร์ วิดีโอ หรือทำการบรรยาย ซึ่งการชี้แจงให้ข้อมูลนั้นมีเป้าหมายหลัก คือ การนำเสนอเนื้อหาข้อเท็จจริงโดยไม่เน้นไปที่กระบวนการมีส่วนร่วม หรือรูปแบบของวิธีการนำเสนอ ในส่วนการสื่อความหมายนั้นแม้ว่าในการสื่อความหมายทุกครั้งจะต้องมีองค์ประกอบของการให้ข้อมูลอยู่ด้วยก็ตาม อย่างไรก็ตามการสื่อความหมายนั้นจะต้องมุ่งเน้นไปที่รูปแบบหรือเทคนิควิธีในการนำเสนอ โดยจะต้องค่อย ๆ ทำการเผยข้อมูลเพื่อให้ผู้รับสารนั้นได้เกิดความสนใจใคร่รู้ และได้รับประสบการณ์ที่ประทับใจ พร้อมไปกับการได้รับความรู้ในบริบทของสภาพแวดล้อมนั้น ดังตัวอย่างเช่น การที่มัคคุเทศก์ทำการพานักท่องเที่ยวทำกิจกรรมทางทะเลดำน้ำสน็อกเกิ้ล (Snorkeling) แล้วจัดให้มีเกมร่วมสนุกในการทายชื่อชนิดพันธุ์ปลาและชื่อของปะการังที่พบจากการทำกิจกรรมเป็นต้น ซึ่งจะต่างจากการให้ข้อมูลโดยการแจกโบรชัวร์ หรือพูดบรรยายเพียงเพื่อให้ข้อมูลเท่านั้น

นิยามความหมายของ การสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Interpretation)

มีการนิยามให้ความหมายของการอธิบายสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมไว้อย่างหลากหลายด้วยกันในอดีตเรื่อยมาจนถึงในปัจจุบัน โดยมีทั้งความหมายที่มีลักษณะที่มีองค์ประกอบคล้ายคลึงกันและแตกต่างกันออกไป ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

Don (1973) ได้ให้นิยามความหมายของการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมไว้ว่า การสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมเป็นศิลปะในการอธิบายถึงบทบาทและความสัมพันธ์ของมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม เพื่อจุดประสงค์ที่จะสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม และก่อให้เกิดแรงจูงใจที่จะทำการรักษาอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมต่อไป ณ สถานที่นั้น (Aldridge ถือเป็นหนึ่งในผู้ริเริ่มทางด้าน Environmental Interpretation ในยุโรป) ส่วน Bob (1977) ได้ทำการนิยามการสื่อความหมายไว้ว่า การสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อม คือ กระบวนการทางการสื่อสารที่ถูกออกแบบมา เพื่อเผยถึงความหมายและรูปแบบของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับวัฒนธรรมและมรดกทางธรรมชาติต่อสาธารณะผ่านทาง การได้มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับสภาพแวดล้อมในสถานที่ สิ่งของ โบราณสถานหรือวัตถุ โดย Paul (1982) ได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมไว้ว่า การสื่อความหมายไม่ว่าจะเป็นการทำผ่านการพูดคุย หรือด้วยวิธีการใด ๆ ก็ตาม ควรปฏิบัติเพื่อเป็นการแปลสื่อเนื้อหาความหมายที่ซับซ้อนทางสิ่งแวดล้อมไปสู่ความหมายที่ง่ายต่อการเข้าใจ โดยไม่สูญเสียความหมายที่แท้จริงไป เพื่อเป้าหมายในการสร้างความตระหนักรู้ความเข้าใจ และความรับผิดชอบใส่ใจในสิ่งแวดล้อมต่อผู้มาเยือน นอกจากนี้ Chaverri (1988) ได้ทำการนิยามการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมไว้ว่า เป็นศิลปะทางการสื่อสารในการช่วยแปลและอธิบายถึงคุณลักษณะองค์ประกอบและความสัมพันธ์ทางสิ่งแวดล้อมต่อมนุษย์ โดยพิจารณาถึงปัจจัยโดยรวมทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และปัจจัยอื่น ๆ โดยที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับทั้งทางสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น ตัวอย่างเช่น พิพิธภัณฑ์ โบราณสถาน เป็นต้น

อย่างไรก็ดี Hammitt (1981) ได้ตั้งข้อสังเกตไว้อย่างน่าสนใจว่า องค์ประกอบที่สำคัญซึ่งมักขาดหายไปจากการนิยามของการสื่อความหมายทาง

สิ่งแวดล้อม คือ การนันทนาการ (Recreational) ซึ่งการสื่อความหมายที่ดีนั้นไม่ควรจะทำในลักษณะการบรรยายให้ข้อมูล (Inform) ผู้เข้าร่วมเท่านั้น แต่ควรจะมีลักษณะการสร้างความสุขสนทนและความสงสัยใคร่รู้ให้กับผู้เข้าร่วมไปพร้อมกับกับการทำกิจกรรมอีกด้วย

อาจสรุปใจความสำคัญได้ว่า การสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นศาสตร์และศิลปะทางการสื่อสารชั้นสูงที่มีเทคนิคหลากหลายรูปแบบ โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อให้ผู้มาเยือนได้มีส่วนร่วมเรียนรู้ทำความเข้าใจ ตระหนักถึงความสำคัญและความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของสถานที่ที่ได้เข้าไปเยือน

เป้าหมายหลักของการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อม

โดยทั่วไปแล้วจุดประสงค์หลักของการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมใด ๆ ก็ตามนั้นเป็นการทำไปเพื่อที่จะให้ผู้มาเยือน (Visitor) ได้มีประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ สร้างความเข้าใจตระหนักรู้และเห็นคุณค่าของวัฒนธรรม หรือทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ณ สถานที่ที่เข้าไปทำกิจกรรม โดยสถานที่นั้นอาจจะเป็นสถานที่ทางธรรมชาติ หรือสถานที่เชิงวัฒนธรรม หรือสิ่งใดก็ตามที่ผู้สื่อความหมาย (มัคคุเทศก์) พยายามจะสื่อถึง ซึ่งเป้าหมายทางด้านการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมนั้นควรจะสามารถทำการประเมินวัดผลและตรวจสอบได้ เช่น มีนักท่องเที่ยวจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์ที่สามารถจำแนกลักษณะความสำคัญ ชื่อสัตว์น้ำ หรือพืชในสถานที่ท่องเที่ยวได้ เป็นต้น

เป้าหมายหลักของการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อม

1. เป้าหมายทางการเรียนรู้ (Learning) : หนึ่งในเป้าหมายหลักที่สำคัญของการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อม คือ เพื่อที่จะทำให้ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวได้ “เรียนรู้” ผ่านการมีประสบการณ์ที่สนุกสนานเพลิดเพลินใจจากการทำกิจกรรมต่าง ๆ และยังได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป เพื่อเป็นการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์

2. เป้าหมายด้านพฤติกรรม (Behavior) : การสื่อความหมายนั้นนอกจากที่จะทำไปเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจทางด้านสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังทำไปเพื่อการสร้างความตระหนักรู้เห็นคุณค่าของทรัพยากร เพื่อที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้มาเยือนอีกด้วย ยกตัวอย่างเช่น การสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมทางทะเลให้นักท่องเที่ยวเข้าใจเพราะสาเหตุใดการให้อาหารปลาจึงส่งผลเสียต่อระบบนิเวศทางทะเล ซึ่งจะดีกว่าการบอกกล่าวลักษณะการสั่งห้ามให้อาหารปลาแต่เพียงอย่างเดียว เป็นต้น

3. เป้าหมายด้านประสบการณ์ความรู้สึก (Experience) : การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวจากการไปเยือนสถานที่และทำกิจกรรมถือเป็นเป้าหมายที่สำคัญประการหนึ่งของการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อม ตามที่ Hammitt (1981) ได้ตั้งข้อสังเกตไว้ในเบื้องต้นว่า องค์ประกอบของความสนุกสนานนั้นมักจะขาดหายไป จากการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อม เนื่องจากผู้สื่อความหมายหรือ มัคคุเทศก์นั้นมักปฏิบัติในลักษณะการให้ข้อมูล (Inform) ที่เป็นทางการ ซึ่งนั่นมิใช่รูปแบบของการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมที่ดีและมีประสิทธิภาพ

4. เป้าหมายด้านการจัดการผลกระทบ (Management of Impact) : การสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมนั้นถูกใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการโดยมีจุดมุ่งหมายที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ เพื่อเป็นการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมจากการทำกิจกรรมของผู้มาเยือน ผ่านการสื่อความหมายไม่ว่าจะด้วยทางวาจา

(Verbal) การใช้ป้ายหรือสื่อสัญลักษณ์อื่น ๆ (Non-verbal) โดยเป้าหมายนี้จะไม่สามารถประสบผลสำเร็จได้หากปราศจากการบรรลุเป้าหมายข้ออื่น ๆ ที่ได้ให้ไว้ในเบื้องต้น เนื่องจากผู้มาเยือนนั้นจะต้องมีความรู้ความเข้าใจผ่านการเรียนรู้ (Learning) รวมไปถึงความตระหนักต่อผลกระทบทางพฤติกรรม (Behavior) ของตนเองต่อสิ่งแวดล้อม ก่อนที่จะสามารถเปลี่ยนแปลงจัดการพฤติกรรมตนเองให้เป็นมิตรต่อสถานที่ ผู้คน สัตว์และปัจจัยอื่น ๆ ในสิ่งแวดล้อมนั้นได้

โดย Tilden (1957) ได้สรุปเป้าหมายของการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อม คือ “ผ่านการสื่อความหมายทำให้เกิดความเข้าใจ ผ่านความเข้าใจทำให้ตระหนักเห็นคุณค่า ผ่านการเห็นคุณค่าก่อให้เกิดความห่วงแหนปกป้องรักษา”

วัตถุประสงค์ของการสื่อความหมาย

Sharpe (1976) การสื่อความหมายมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ดังนี้

1. เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาความตระหนัก ความพึงพอใจ และความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ที่ไปเยือน
2. เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการจัดการพื้นที่
3. เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมให้สาธารณะชนเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ และเป้าหมายของหน่วยงาน

หลักการของการสื่อความหมายที่ดี (Principles of Interpretation)

Tilden (1957) ซึ่งถือเป็นบิดาผู้บุกเบิกศาสตร์ด้านการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ได้ทำการอธิบายไว้ในบทความชื่อ “Interpreting Our Heritage” ว่าการสื่อความหมายจะมีประสิทธิภาพได้นั้นควรจะต้องมีองค์ประกอบหลักด้วยกันดังต่อไปนี้

1. การกระตุ้นให้เกิดความสนใจใคร่รู้ในสิ่งที่ต้องการสื่อ ความหมาย (Provoke)

การสื่อความหมายที่ดีมีประสิทธิภาคนั้นไม่ใช่เป็นเพียงแต่การให้ข้อมูลหรือขั้นตอนคำสั่ง แต่จะต้องกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความสนใจใคร่รู้ในสิ่ง ๆ นั้นหากปราศจากปัจจัยข้อนี้แล้วนั้น จะเป็นการยากที่ผู้รับสารจะพิจารณาจับฟังอย่างตั้งใจ และทำให้การสื่อสารไร้ประสิทธิภาพหรือไม่ดีเท่าที่ควร โดยเทคนิคที่จะกระตุ้นทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจนั้นอาจทำได้หลากหลายวิธีด้วยกันตามแต่บริบทของสถานการณ์ เช่น การตั้งคำถาม การแข่งขัน การเล่นเกม การสร้างเรื่องราว จำลองสถานการณ์ เปรียบเทียบ เป็นต้น

2. ความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับผู้มาเยือนถึงสิ่งที่ต้องการสื่อ ความหมาย (Relatable)

การสื่อความหมายที่ดีมีประสิทธิภาคนั้น นักสื่อความหมายหรือมัคคุเทศก์จะต้องหาความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงถึงเรื่องราวหรือข้อมูลที่ต้องการจะสื่อกับนักท่องเที่ยว หรือแขกผู้มาเยือนเสมอ โดยคำถามที่มัคคุเทศก์ควรจะถามกับตัวเองก่อนเสมอ คือ มีเหตุผลสำคัญประการใดที่นักท่องเที่ยวควรจะได้รับความรู้ข้อมูลเหล่านี้ เพราะโดยมากแล้วนักท่องเที่ยวนั้นมักจะให้ความสนใจในข้อมูลของการสื่อความหมายที่ตัวเองนั้นได้มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องอะไรบางอย่างกับเรื่องราว เนื้อหา หรือสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสภาพแวดล้อมภูมิทัศน์ หรือสถานที่ที่กำลังทำกิจกรรมอยู่ Tilden (1957) จึงให้ความสำคัญในประเด็นนี้เป็นอย่างสูง โดยได้กล่าวไว้ว่า “การสื่อความหมายผ่านช่องทางการสื่อสารใดก็ตามที่ไม่สามารถหาความเชื่อมโยง หรือความเกี่ยวข้องถึงสิ่งที่พยายามจะสื่อความหมายถึงผู้รับสารได้ นั้น การสื่อความหมายนั้นมักจะไม่เป็นผลหรือขาดประสิทธิภาคนั่นเอง”

3. เทคนิคการนำเสนอเพื่อเผยแพร่ข้อมูลในการสื่อความหมาย (Reveal)

Tilden (1957) ได้อธิบายถึงหลักการข้อนี้ไว้ว่า การให้ข้อมูลเพียงอย่างเดียวนั้นยังไม่ถือเป็นการสื่อความหมาย แต่การสื่อความหมายที่ดีนั้นจะต้องมีเทคนิคในการเผยแพร่ข้อมูลในรูปแบบที่ทำให้ผู้รับสารรู้สึกสนใจเกิดความใคร่รู้เสียก่อน โดยเป็นการผูกโยงเรื่องราวแล้วจึงค่อย ๆ ทำการเผยแพร่ข้อมูลสำคัญ ๆ ที่ต้องการสื่อความหมายโดยจะต้องคำนึงถึงบริบทของสถานที่และปัจจัยทางสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ณ เวลานั้น

4. สื่อความหมายให้เห็นภาพรวมทั้งหมด (Address the Whole)

หลักการที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การสื่อความหมายนั้นท้ายที่สุดแล้วควรจะส่งผลทำให้ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวแยกผู้มาเยือน หลังจากเสร็จสิ้นจากการทำกิจกรรมต่าง ๆ แล้วนั้นสามารถเข้าใจถึงภาพรวมความสำคัญและความสัมพันธ์ของสถานที่ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น สามารถเข้าใจถึงความสำคัญของการรักษานูรีรักษ์แนวปะการังและทรัพยากรทางทะเลต่อชุมชนหรือสังคม จากการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ซึ่งจะต่างจากการให้ข้อมูลออกคำสั่งห้ามทำกิจกรรมบางอย่างเพียงอย่างเดียว เช่น ห้ามให้อาหารปลา ห้ามเก็บปะการัง ซึ่งนักท่องเที่ยวจะไม่เข้าใจถึงที่มาที่ไปของสาเหตุ เป็นต้น

5. ความสอดคล้องเป็นหนึ่งเดียวของเนื้อหาในการสื่อความหมาย (Message Unity)

หลักการนี้ให้ความสำคัญถึงความสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันของการสื่อความหมายตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการไปจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ ไม่ว่าจะทำการสื่อความหมายผ่านวิธีการใด ๆ ก็ตาม หรือเรื่องใดก็ตาม ข้อมูลเนื้อหาที่มัคคุเทศก์ทำการสื่อความหมายนั้นควรจะต้องมีความสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันโดยไม่มีการขัดแย้งกันในตัวเอง เช่น การใช้คำในการให้ความหมายต่าง ๆ

ควรจะมีการใช้ในลักษณะเดียวกันตั้งแต่ต้นจนจบ ไม่ควรใช้คำพูดที่หลากหลายแต่ให้ความหมายเดียวกันเพื่อไม่ให้เกิดความสับสนแก่ผู้รับสาร หรือนักท่องเที่ยว

6. การสื่อความหมายในกลุ่มเด็ก (Interpretation Address to Children)

หลักการนี้ได้อธิบายให้เห็นถึงความสำคัญของการทำการสื่อความหมายในกลุ่มเด็ก โดยจำเป็นจะต้องคำนึงถึงการใช้เทคนิควิธี หรือแนวทางการปฏิบัติในการสื่อความหมายที่แตกต่างออกไปจากกลุ่มประเภทอื่น ๆ โดยที่เนื้อหาสาระที่ต้องการจะสื่อนั้นจะต้องมีความง่ายต่อการเข้าใจ แต่ในขณะเดียวกันยังคงไว้ซึ่งสาระสำคัญที่ต้องการจะสื่อความหมาย หรืออาจจะแตกต่างออกไปได้บ้างเล็กน้อยตามแต่ที่ผู้สื่อความหมายพิจารณาเห็นสมควร

งานศึกษาของ Larsen et al. (2009) ได้เสนอสมการที่พยายามอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดการสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพ โดยได้เรียกสมการดังกล่าวว่า สมการของการสื่อความหมาย (The Interpretive Equation) โดยมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

(Knowledge of Resources + Knowledge of Audience)

Appropriate Technique = Interpretive Opportunity

(ความรู้ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว + ความรู้เกี่ยวกับผู้มาเยือน หรือนักท่องเที่ยว) เทคนิคที่เหมาะสม = โอกาสในการสื่อความหมาย

สมการของการสื่อความหมาย (The Interpretive Equation) นั้นพอจะอธิบายโดยสังเขปได้ว่า ยิ่งมีวัตถุประสงค์มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวที่เข้าไปใช้ รวมถึงความรู้เกี่ยวกับแขกผู้มาเยือนผนวกกับเทคนิคการสื่อสารได้ดีมากเท่าไหร่นั้น ก็ยิ่งจะทำให้มีวัตถุประสงค์มีโอกาสที่จะทำการสื่อความหมายกับแขกผู้มาเยือนเกี่ยวกับแหล่งทรัพยากรในสถานที่ท่องเที่ยวได้ดีมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทว่าหากขาดองค์ประกอบปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งไปนั้นจะทำให้การสื่อความหมายนั้นขาดประสิทธิภาพ

ประเด็นปัญหาทั่วไปที่มักพบด้านการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมในการนำเที่ยวทัวร์ทางทะเล

จากการที่ได้เข้าไปสังเกตการณ์มีส่วนร่วมในฐานะวิทยากรในการอบรมมัคคุเทศก์ในหัวข้อ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (จำนวน 8 รุ่น ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่) รวมไปถึงการได้เข้าไปทำการสำรวจ (Self-observation) และทดลองการนำเที่ยวทัวร์ทางทะเลกับบริษัทนำเที่ยวทางทะเล พบว่า ปัญหาโดยทั่วไปสามารถสังเคราะห์เป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ขาดการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมในการจัดทำทัวร์ทางทะเล

โดยพบว่ามัคคุเทศก์ในหลาย ๆ บริษัทที่ได้ทำการแฝงตัวเข้าไปสำรวจใช้บริการ (ขอไม่เปิดเผยชื่อบริษัท ด้วยจรรยาบรรณทางวิชาการ) ที่ได้ให้บริการจัดนำเที่ยวทำทัวร์ทางทะเล มักไม่ได้ทำการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมใด ๆ ณ สถานที่ที่เข้าไปใช้ทำกิจกรรม โดยมัคคุเทศก์มักจะมีการชี้แจงข้อมูล (Inform) ด้าน ชื่อสถานที่ กิจกรรม เวลา อาหาร อุปกรณ์ แต่ยังขาดการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อม (Interpretation) ทั้งก่อนและหลังการทำกิจกรรมนำเที่ยวทำทัวร์ทางทะเล ซึ่งประเด็นนี้ถือว่ามีนัยยะที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งในบริบททางด้านการจัดการพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เนื่องจากหากปราศจากการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมแล้วนั้นจะถือเป็นการยากที่จะควบคุมและจัดการพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมทางทะเลที่มีปริมาณนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในสถานที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะในบริบทของสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเล

2. ด้านเทคนิคทางภาษาและเทคนิคทางการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อม

โดยพบว่าเนื่องจากนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการจัดทัวร์นำเที่ยวทางทะเลนั้น มักมาจากหลากหลายเชื้อชาติ ทำให้การสื่อความหมายของมัคคุเทศก์โดยการใช้ช่องทาง (Channel) ผ่านคำพูดนั้นมักไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอในการสื่อสารทำ

ความเข้าใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน รัสเซีย หรือนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่มีทักษะสามารถพูดสื่อสารภาษาอังกฤษได้ และสืบเนื่องจากมัคคุเทศก์ทำทัวร์ทางทะเลจำนวนมากไม่สามารถสื่อสารภาษาจีนหรือภาษาที่สามได้ในระดับคล่องแคล่ว ทำให้การสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมด้วยการสื่อสารด้วยภาษาพูดจึงเป็นไปได้ยาก และยังพบอีกด้วยว่าแม้แต่การให้ข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้น เช่น ข้อมูลด้านสถานที่ ความปลอดภัย และเวลาของมัคคุเทศก์นำเที่ยวทัวร์ทางทะเลในปัจจุบันนั้น ยังไม่สามารถทำได้ดีมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

3. ขาดความรู้ความเข้าใจเชิงปฏิบัติด้านเทคนิคทางการสื่อสารในการนำเที่ยวทัวร์ทางทะเล

จากการลงพื้นที่สำรวจ พบว่า มัคคุเทศก์นำเที่ยวทัวร์ทางทะเลบางส่วนยังขาดความเข้าใจในหลักการด้านการชี้แจงให้ข้อมูลสำคัญทั่วไป (Briefing) ก่อนการทำการกิจกรรม ส่งผลให้ขาดประสิทธิภาพในด้านการสื่อสารทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยว โดยขอยกตัวอย่างปัญหาที่พบได้จากการสำรวจในสถานการณ์จริงดังนี้

3.1 มัคคุเทศก์ทำการสื่อสารให้ข้อมูลโดยไม่ได้พิจารณาบริบทของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและเวลา เช่น มัคคุเทศก์ทางทะเลมักทำการให้ข้อมูลสำคัญของทัวร์ระหว่างที่เรือสปีดโบ๊ท (Speed Boat) กำลังแล่นอยู่ด้วยความเร็ว ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยว (ผู้รับสาร) ไม่สามารถได้ยินข้อมูลหรือข้อความสำคัญ ที่มัคคุเทศก์ทำการสื่อสารออกมาได้เลยแม้แต่บ่อย ซึ่งถือเป็นการสื่อสารที่ล้มเหลว หรือขาดประสิทธิภาพเป็นอย่างยิ่ง เป็นต้น

3.2 มัคคุเทศก์ทำการสื่อความหมายให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน เนื่องจากไม่มีการสร้างระบบการจัดการที่เป็นมาตรฐาน โดยพบว่ามัคคุเทศก์มักใช้การสื่อสารที่อาศัยมาจากการพูดผ่านความทรงจำที่เคยชินเป็นหลัก โดยในส่วนนี้ควรจะประยุกต์นำระบบการจัดนำเที่ยวทางทะเลที่ได้มาตรฐานสากล (International Standard) ลักษณะเดียวกับที่มัคคุเทศก์ทางทะเลที่ทำการกิจกรรมดำน้ำลึก (Scuba

Diving) ซึ่งมักจะมีการให้ข้อมูล (Briefing) ที่เป็นมาตรฐานสากลที่สามารถใช้ได้กับทุกที่ทั่วโลกและยังสามารถทำการตรวจสอบทวนสอบได้ (Traceable) เช่น มีการทำเช็คลิสต์ (Check List) เรื่องที่ต้องการจะสื่อสารเพื่อป้องกันการหลงลืม รวมถึงหลังจากเสร็จสิ้นการทำกิจกรรมทุกครั้งจะมีการจดบันทึกสรุปรายละเอียดลงในสมุดบันทึกถึงการทำกิจกรรมที่ผ่านมาทุกครั้ง

3.3 การสื่อสารพูดจาที่ไม่สุภาพและใช้คำส่อเสียด โดยคิดว่านักท่องเที่ยวหรือแขกไม่เข้าใจในภาษาที่ตนเองกล่าว พฤติกรรมดังกล่าวยังมิให้พบเห็นได้บ่อยครั้ง ซึ่งถือเป็นพฤติกรรมที่ผิดจรรยาบรรณทางอาชีพของมัคคุเทศก์ อีกทั้งมัคคุเทศก์หาว่าไม่นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่อาจเข้าใจในสิ่งที่ถูกกล่าวออกมาผ่านทางภาษาพูดรวมไปถึงภาษากาย ซึ่งนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย

ข้อสรุปแนะนำ

ข้อสรุปแนะนำสามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ (1) ในระดับองค์กร (2) ในระดับบุคคล (มัคคุเทศก์)

ในระดับองค์กร

1. บริษัทที่จัดนำเที่ยวทัวร์ทางทะเลควรให้ความสำคัญกับเรื่องของการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อม (Prioritization) โดยควรจัดให้มีแผนการบริหารองค์กรที่มีส่วนในการกำหนดนโยบายที่ระบุให้การสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นส่วนสำคัญของโปรแกรมการนำเที่ยวทำทัวร์ทางทะเลทุกครั้ง โดยวางแผนจัดทำโปรแกรมการสื่อความหมาย ซึ่งจะต้องมีการออกแบบโปรแกรมสื่อความหมายในแต่ละบริเวณให้สอดคล้องกับสถานที่และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว อีกทั้งควรจัดทำเป็นสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อความหมาย (Interpretive Handbook) เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่ในด้านต่าง ๆ และออกเป็นกฎระเบียบของบริษัท (Code

of Conduct) เพื่อให้มัคคุเทศก์ได้ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดเพื่อให้การจ้ดนำเที่ยว
ทัวร์ทางทะเลนั้นได้มาตรฐานสากล และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น

2. บริษัทที่จ้ดนำเที่ยวทัวร์ทางทะเลควรจะมีการจัดอบรมให้ความรู้เพื่อ
พัฒนาศักยภาพให้กับมัคคุเทศก์ (Capacity Building) เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ
ทั้งทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางทะเล ระบบนิเวศทางทะเล
รวมไปถึงบริบททางสังคมวัฒนธรรมในพื้นที่หรือสถานที่ที่เข้าไปทำกิจกรรม
อย่างละเอียดในเชิงลึก ยกตัวอย่างเช่น อุทยานแห่งชาติทางทะเลมีความสำคัญ
อย่างไรและมีความแตกต่างจากพื้นที่ทั่วไปอย่างไรบ้าง สภาพและสถานะของ
ปะการังและพันธุ์ปลาทะเลในแหล่งท่องเที่ยวมีชนิดใดบ้าง เป็นต้น และควรจัดให้มี
การอบรมเป็นพิเศษทางด้านเทคนิคทางการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อม โดย
เน้นไปที่การตั้งโจทย์ว่าทำอะไรให้นักท่องเที่ยวหรือแขกผู้มาเยือนนั้นจะเกิด
ความสนใจสนุกสนาน และได้รับความรู้ไปพร้อม ๆ กับการทำกิจกรรมมากกว่า
แค่การได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน หรือได้ข้อมูลของสถานที่นั้น ๆ เพียงอย่าง
ใดอย่างหนึ่ง

3. บริษัทที่จ้ดนำเที่ยวทัวร์ทางทะเลควรมีการประยุกต์ใช้ระบบการ
Briefing หรือการให้ข้อมูลสำคัญ ๆ ก่อนการทำกิจกรรมลักษณะที่ได้
มาตรฐานสากลที่ทวนสอบได้โดยใช้ระบบเช็คลิสต์ และควรจัดให้มีการใช้ระบบ
Buddy System หรือระบบการจับคู่ในการทำกิจกรรมทางทะเลทุกครั้ง ไม่ว่าจะเป็น
เป็นกิจกรรมใด ๆ ก็ตามเพื่อให้ได้มาตรฐานสากลด้านความปลอดภัย ในลักษณะ
เดียวกับการทำกิจกรรมดำน้ำลึก (Scuba Diving) เนื่องจากในปัจจุบันพบว่า
บริษัทนำเที่ยวทัวร์ทางทะเลจำนวนมากที่จัดกิจกรรมดำน้ำบนผิวน้ำแบบ
Snorkeling ยังขาดการวางมาตรการมาตรฐานด้านความปลอดภัยและไม่ได้จัดให้
มีการใช้ระบบ Buddy System ระหว่างให้นักท่องเที่ยวทำกิจกรรม ซึ่งระบบ
Buddy System นั้นแท้จริงแล้วไม่ได้มีการใช้แต่ในกิจกรรมดำน้ำลึกอย่างที่คน

จำนวนมากเข้าใจ แต่ในทางมาตรฐานสากลการทำกิจกรรมทางทะเล เช่น Snorkeling ก็จำเป็นต้องนำระบบนี้ไปใช้ ยกตัวอย่างเช่น การทำกิจกรรมทางทะเลในประเทศออสเตรเลีย เป็นต้น

4. การนำเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเพื่อทำการศึกษเบื้องต้นด้วยตนเอง (Pre-learning) ก่อนการมาท่องเที่ยว ผ่านทาง Website YouTube หรือ Blog ของบริษัท โดยให้มีข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว กฎระเบียบ การสื่อความหมายต่าง ๆ ในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวทางทะเลและสามารถโต้ตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยวได้ก่อนการมาท่องเที่ยวจริงอีกด้วย และจัดทำ QR Code ให้ข้อมูลเพิ่มเติมในขณะที่ยกนักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงแล้วในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจในการทำกิจกรรมแต่ละพื้นที่

ในระดับบุคคล (มัคคุเทศก์)

1. มัคคุเทศก์ทางทะเลจำเป็นต้องทำความเข้าใจถึงศาสตร์และศิลป์ในด้านการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ โดยเริ่มจากการทำความเข้าใจถึงองค์ประกอบทางด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมในบริบททางสังคมและวัฒนธรรมโดยรอบของสถานที่ที่เข้าไปใช้ รวมถึงจะมีเทคนิคการสื่อความหมายอย่างไรให้ นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกสนใจใคร่รู้ และเห็นคุณค่าถึงทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมในสถานที่ที่เข้าไปทำกิจกรรม เช่น การทายคำถาม เล่นเกม การเล่าเรื่องราว การใช้ภาพประกอบ หรือเทคนิคอื่น ๆ ที่มากกว่าแค่การให้ข้อมูล (Inform) แต่เพียงอย่างเดียว ว่าอะไรควรปฏิบัติ หรือ ทำได้ไม่ได้ เป็นต้น

2. มัคคุเทศก์ทางทะเลควรมีการจดบันทึกข้อมูลสำคัญ ๆ (Logbook) อย่างเป็นระบบถึงข้อมูลที่ต้องการสื่อความหมายเพื่อป้องกันการผิดพลาดและการลืม รวมไปถึงทำการจดบันทึกสรุปถึงรายละเอียดสำคัญ ๆ ที่เกิดขึ้นหลังจากได้

เสร็จสิ้นการจัดทำทัวร์แล้วในแต่ละวัน ลักษณะเดียวกับที่ไกด์นำลึกลับใช้ปฏิบัติ เป็นมาตรฐานสากลหลังจากจบการทำกิจกรรม การจัดบันทึกลักษณะนี้จะมีประโยชน์เป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาตัวเองในการจัดทำทัวร์ของมัคคุเทศก์ทางทะเลต่อไปในอนาคต เนื่องจากการจัดบันทึกจะทำให้มัคคุเทศก์สามารถกลับมาอ่านติดตามผลและดูการเปลี่ยนแปลงของตัวเองได้ในระยะ ๆ อีกทั้งยังทำให้เห็นว่าในแต่ละวันนั้นมีอะไรที่ทำแล้วเกิดประสิทธิภาพให้ผลดี หรือไม่ดี และควรมีการปรับปรุงเทคนิคของตัวเองอย่างไร

3. มัคคุเทศก์ทางทะเลควรมีการพัฒนาศักยภาพทางด้านการสื่อสารทางภาษาอยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาที่ต้องใช้อยู่เป็นประจำกับนักท่องเที่ยว และควรมีการพักผ่อน หรือแอปพลิเคชันคำศัพท์ที่สำคัญ ๆ ติดตัวไว้ใช้ในกรณีที่ต้องการรู้ศัพท์ในสถานการณ์ฉุกเฉิน เพื่อลดการสื่อสารที่ผิดพลาดในเรื่องที่สำคัญ ๆ เช่น เรื่องที่เกี่ยวกับทางด้านความปลอดภัย เป็นต้น อีกทั้งควรมีการฝึกปฏิบัติจำลองบทบาทสมมุติ (Role-play) ในการสื่อความหมายกับนักท่องเที่ยวชาติต่าง ๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีหลากหลายทางเชื้อชาติ และใช้ภาษาในการสื่อสารที่แตกต่างกัน ซึ่งมัคคุเทศก์ของไทยไม่สามารถพูดและสื่อสารได้ทุกภาษา และการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษก็อาจไม่ประสบผล เนื่องจากไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติที่ไม่เข้าใจภาษาอังกฤษได้ ดังนั้น จึงควรมีการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์มาใช้ในการแก้ปัญหาในการสื่อความหมายแทนการใช้ภาษาในบางกรณี ซึ่งภาพสัญลักษณ์นั้นถือได้ว่าเป็นภาษาสากลที่สามารถใช้สื่อสารให้เข้าใจได้ง่ายและมีประสิทธิภาพอีกด้วย

บทสรุป

บทความนี้ได้ทำการสังเคราะห์ประเด็นสำคัญทางด้านการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลได้เล็งเห็นถึงปัญหาด้านการจัดการการท่องเที่ยวทางทะเลในอีกมิติหนึ่ง โดย

ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าความตระหนักรู้และความห่วงใยทางด้านทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางทะเลในกลุ่มผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวและคนในสังคมในประเทศไทยนั้นมีเพิ่มมากขึ้น จะเห็นได้จากกระแสการโพสต์รณรงค์ให้ความรู้การจับกุม การโพสต์กล่าวโทษต่าง ๆ มากมายตามสื่อสังคมออนไลน์ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา โดยการจับกุมหรือลงโทษตามกฎหมายนั้นจะถือได้ว่าเป็นมาตรการในการลงโทษผู้กระทำความผิด หลังจากที่มีการเกิดผลกระทบหรือกระทำความผิดไปแล้ว (Passive Approach) ซึ่งถือได้ว่ามิใช่เป็นมาตรการป้องกันปัญหาเชิงรุก ทว่าสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่มีถูกมองข้ามไปที่เป็นปัจจัยสำคัญในการป้องกันการเกิดเหตุการณ์พฤติกรรมที่ส่งผลกระทบเหล่านี้ คือ ความรู้ความเข้าใจในการสื่อความหมายทางสิ่งแวดล้อมทางด้านการจัดนำเที่ยวทัวร์ทางทะเลของบริษัทและมัคคุเทศก์เอง เนื่องจากการสื่อความหมายที่ดีระหว่างที่มีการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวนั้น จะช่วยเพิ่มคุณค่าทางด้านประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวและยังช่วยสร้างพฤติกรรมที่ดีมีความรับผิดชอบต่อสถานที่อีกด้วย (Armstrong & Weiler, 2002; Pearce, 2005) ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งและเป็นสิ่งที่ต้องมีการพัฒนาอย่างเร่งด่วนในกลุ่มผู้ประกอบการมัคคุเทศก์ทางทะเลไทย เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวทางทะเลต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

Abecasis, R.C., Longnecker, N., Schmidt, L., & Clifton, J. (2013). Marine conservation in remote small island settings: Factors influencing marine protected area establishment in the Azores. *Marine Policy* 40, 1–9.

- Armstrong, K. E., & Weiler, B. (2002). Getting the Message Across: An Analysis of Messages Delivered by Tour Operators in Protected Areas. *Journal of Ecotourism*, 1(2-3), 104-121.
- Bob, P. (1977). Definition of Interpretation. *Paper at: Association of Interpreters Naturalists Workshop*, Texas A & M University, April 1977.
- Chaverri, A. (1988): *Natural trails: What are they?* CATIE, Costa Rica. 15p.
- Don, A. (1973). Upgrading Park Interpretation and Communication with the Public. IUCN (ed.), *Second World Conference on National Parks*; Yellowstone and Grand Teton, USA.
- Fabinyi, M. (2008). Dive tourism, fishing and marine protected area in The Calamianes Islands, Philippines. *Marine Policy*, 32, 898-904.
- Hammerton, Z., & Bucher, D. (2015). Levels of intervention reducing SCUBA-diver impact within subtropical marine protected areas. *Journal of Ecotourism*, 14 (1), 3-20.
- Hammit, F., & Morales, H. (1981). *Selected Chapters of Interpreting Our Heritage*, CATIE, Costa Rica.
- Jensen, B.B., (2002). Knowledge, action and pro-environmental behavior. *Environ. Educ. Res*, 8(3), 325-334.
- Larry B., & Ted T.C. (2011). *The gifts of interpretation*. Champaign, IL: Sagamore.
- Larsen, D., Mayo, C., Wolter, S. A., & Barrie, B. (2009). Foundation of interpretation competency narrative. Indiana University Agreement

- McIntosh R. W., Goleldner C. R., & Ritchie B. (2000). *Tourism: Principles and Philosophies*. John Wiley and Sons, Inc. New York.
- Paul, H. R. (1982). The Interpretive Talk. In: G. Sharpe (ed.), *Interpreting the Environment*. John Wiley and Sons, Inc. London.
- Pearce, P. L. (2005). *Tourist behaviour: Themes and conceptual schemes*. Aspects of Tourism. Channel View Publications, Clevedon, UK, p. 241.
- Pelletier, D., García-Charton, J. A., Ferraris, J., David, G., Thébaud, O., Letourneur, Y., Claudet, J., Amand, M., Kulbicki, M., & Galzim, R., (2005). Designing indicators for assessing the effects of marine protected areas on coral reef ecosystems: A multidisciplinary standartpoint. *Aquat. Living Resource*, 18, 15–33.
- Pickering, C.M., & Hill, W. (2007). *Impact of recreation and tourism on plant biodiversity and vegetation in protected areas in Australia*. *Journal of Environmental Management*, 85, 791–800.
- Sharpe, Grant W. (1976). *Interpretating the Environment*. John Wiley and Sons, Inc. New York.
- The Office of Strategy Management for Southern Province Cluster. (2017). *The Development Plan Report For Southern Province Cluster (Ranong Phang Nga Phuket Krabi Trang) 2014-2017*. Retrieved 20 November 2017, from <http://www.osmsouth-w.moi.go.th/file-data/039586.pdf>
- Tilden, F. (1957). *Interpretive Our Heritage*. The University of North Carolina Press, Chapel Hill.

- Veverka, John A. (1998). Planning truly "Interpretive" Panels. In
Interpretation – *The Journal for the Society of the Interpretation
of Britain's Heritage*, February 1998.
- Weiler, B., & Ham, S.H. (2002). Tour Guide Training: A model for
sustainable capacity building in developing countries. *Journal of
Sustainable Tourism*, 10(1), 52–69.

คำแนะนำในการเตรียมบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการ

1. ข้อมูลทั่วไป

1.1 บริบทของวารสาร

วารสารวิทยาการจัดการ ดำเนินการโดยคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเผยแพร่ศิลปวิทยาการ ความรู้ และแนวคิดใหม่ในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ การจัดการภาครัฐและเอกชน และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดเผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ คือ ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม – มิถุนายน และฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม

1.2 ประเภทบทความที่รับพิจารณาตีพิมพ์

1.2.1 บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่เสนอ ผลงานที่ผู้เขียนได้ค้นคว้าและวิจัยด้วยตนเอง

1.2.2 บทความวิชาการ (Review Article) เป็นบทความที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมทางวิชาการ มีการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ โดยมุ่งเน้นการนำเสนอความรู้ ความเข้าใจ หรือมุมมองใหม่ๆ ในเชิงวิชาการ

1.2.3 บทความพิเศษ (Special Article) เป็นบทความที่นำเสนอความรู้ทั่วไปที่สำคัญ หรือองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากการปฏิบัติงานจริง

1.2.4 จดหมายถึงบรรณาธิการ (Letter to Editor) เป็นจดหมายที่ส่งถึงบรรณาธิการเพื่อแสดงความคิดเห็นสนับสนุนหรือโต้แย้งบทความ หรืองานวิจัยของนักวิชาการอื่น ๆ ตลอดจนการเผยแพร่ความรู้และประสบการณ์ที่น่าสนใจในขอบเขตที่เกี่ยวข้องของวารสาร

1.3 องค์ประกอบของบทความ

1.3.1 บทความวิจัย ประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน สถานที่ทำงาน/สังกัดของผู้เขียน บทคัดย่อ เนื้อหา (บทนำ การทบทวนวรรณกรรมและการพัฒนา

สมมติฐาน วัตถุประสงค์ วิธีการวิจัย ผลการวิจัย สรุป วิวิจารณ์และข้อเสนอแนะ)
เอกสารอ้างอิง

1.3.2 บทความวิชาการ ประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน สถานที่
ทำงาน/สังกัดของผู้เขียน บทคัดย่อ เนื้อหา (บทนำ การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง
หัวข้อที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา หัวข้อย่อย บทวิจารณ์และสรุป) เอกสารอ้างอิง

1.3.3 บทความพิเศษ ประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน สถานที่
ทำงาน/สังกัดของผู้เขียน เนื้อหา (บทนำ หัวข้อย่อย บทสรุป) เอกสารอ้างอิง

2. การจัดรูปแบบของบทความ

2.1 บทความ จะต้องใช้ขนาดกระดาษเป็น A5 โดยกำหนดระยะห่างขอบบน
ขอบล่าง ขอบซ้าย และขอบขวา ด้านละ 2.0 ซม. ใช้รูปแบบตัวอักษร Cordia New
ทั้งหมด และบทความรวมทั้งสิ้นแล้วไม่เกิน 25 หน้า

2.2 ชื่อเรื่อง จะต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใช้รูปแบบตัวอักษร
Cordia New ขนาด 18 ตัวหนา

2.3 ชื่อผู้เขียน จะต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใช้รูปแบบ
ตัวอักษร Cordia New ขนาด 15 ตัวหนา พร้อมทำการอ้างอิงข้อมูลผู้เขียน
ในส่วนของ Footnote โดย Footnote ใช้รูปแบบตัวอักษร Cordia New ขนาด 10
ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.4 บทคัดย่อ จะต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Abstract) โดยมีการ
กล่าวถึงความสำคัญของการศึกษา วิธีการหรือเครื่องมือในการศึกษา
ผลสรุปจากการทดลองหรือการค้นพบที่สำคัญ บทคัดย่อทั้งภาษาไทยและ
ภาษาอังกฤษ (Abstract) จะต้องมีความสอดคล้องกัน ความยาวไม่เกิน 250 คำ
และคำสำคัญทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Keywords) ไม่เกิน 5 คำ ใช้รูปแบบ
ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14

2.5 เนื้อหา จะต้องใช้ภาษาไทย หรือภาษาอังกฤษเท่านั้น ใช้รูปแบบตัวอักษร Cordia New ขนาด 14

2.6 หมายเลขหน้า ทำการใส่หมายเลขหน้ากำกับไว้ที่มุมล่างขวาของหน้ากระดาษทุกหน้า ใช้รูปแบบตัวอักษร Cordia New ขนาด 10

2.7 ตารางหรือภาพประกอบ ควรมีเฉพาะเท่าที่จำเป็น มีหมายเลขกำกับภาพและตารางตามลำดับ ภาพถ่ายควรเป็นขาว-ดำ หากเป็นภาพวาดต้องเป็นภาพวาดลายเส้นและวาดบนกระดาษขาวโดยใช้หมึกดำให้สะอาดและลายเส้นคมชัด

2.8 เอกสารอ้างอิง ระบบอ้างอิงให้ใช้มาตรฐานของสมาคมจิตวิทยาอเมริกัน (American Psychological Association: APA) โดยการอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) และรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ (References) จะต้องจัดทำเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น ใช้รูปแบบตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 โดยมีรายละเอียดทั่วไป ดังนี้

2.8.1 การอ้างอิงเนื้อหาภายในเนื้อเรื่องและภายในหัวข้อ เอกสารอ้างอิงจะต้องตรงกัน และจะต้องมีรายละเอียดสำคัญเกี่ยวกับเอกสารตามกำหนดไว้อย่างครบถ้วน

2.8.2 การอ้างอิงควรใช้รูปแบบเดียวกันให้สม่ำเสมอ โดยใช้ระบบนาม-ปี

2.8.3 การเรียงลำดับเอกสาร ให้เรียงตามลำดับตัวอักษรของชื่อผู้เขียน โดยไม่ต้องมีเลขกำกับ

2.8.4 หากมีการอ้างอิงเอกสารที่เป็นภาษาไทย จะต้องแปลเป็นภาษาอังกฤษให้เรียบร้อย ทั้งในส่วนของการอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) และรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ (References) ให้ถูกต้องตามหลัก APA Referencing Style

3. การพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์

ผู้เขียนจะต้องทำการส่งบทความผ่านทางระบบออนไลน์ โดยสามารถเข้าไปยังเว็บไซต์ https://www.tci-thaijo.org/index.php/jms_psu บทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์นั้น จะต้องไม่ได้รับการเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน หรือไม่อยู่ในระหว่างกระบวนการพิจารณาของวารสารอื่นใดพร้อมกัน ซึ่งบทความที่ได้รับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการ จะต้องผ่านกระบวนการต่างๆ ในการพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

3.1 เมื่อกองบรรณาธิการได้รับบทความแล้ว จะทำการแจ้งให้ผู้เขียนบทความทราบ

3.2 กองบรรณาธิการทำการตรวจสอบรูปแบบบทความ ว่าเป็นไปตามที่กองบรรณาธิการกำหนดหรือไม่ หากไม่เป็นไปตามที่กองบรรณาธิการกำหนด จะทำการแจ้งให้ผู้เขียนบทความทราบและปรับแก้ต่อไป

3.3 กองบรรณาธิการทำการตรวจสอบหัวข้อและเนื้อหาของบทความ ว่าสอดคล้องกับขอบเขตและวัตถุประสงค์ของวารสารหรือไม่ รวมถึงประโยชน์ในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ

3.4 หากบทความได้รับการพิจารณา “ผ่าน” จากกองบรรณาธิการตามข้อ 3.3 กองบรรณาธิการจะทำการส่งบทความไปยังผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับบทความนั้นๆ เพื่อทำการประเมินคุณภาพบทความต่อไป โดยส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 2 ท่านต่อ 1 บทความ ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่ทราบข้อมูลของผู้เขียนบทความแต่อย่างใด อย่างไรก็ตาม หากบทความ “ไม่ผ่าน” การพิจารณาตามข้อ 3.3 กองบรรณาธิการก็จะทำการแจ้งให้ผู้เขียนบทความทราบต่อไป

3.5 เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิทำการประเมินคุณภาพบทความเรียบร้อยแล้ว กองบรรณาธิการจะทำการพิจารณาผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิอีกครั้ง ว่าบทความนั้นควรได้รับการตีพิมพ์ต่อไปหรือไม่

3.6 กองบรรณาธิการทำการแจ้งผลการประเมินคุณภาพบทความของผู้ทรงคุณวุฒิให้ผู้เขียนบทความทราบ หากการพิจารณาตามข้อ 3.5 “ผ่าน” จะให้ผู้เขียนทำการปรับแก้บทความตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ (ถ้ามี) ภายในระยะเวลาที่กองบรรณาธิการกำหนด ดังนี้

3.6.1 ระยะเวลาในการปรับแก้บทความครั้งที่ 1 ไม่เกิน 30 วัน นับจากวันที่กองบรรณาธิการแจ้งผลให้ทราบ หากการปรับแก้ไม่สมบูรณ์ในครั้งนี้จะทำการส่งให้ปรับแก้เพิ่มเติมในครั้งที่ 2 หรือ กองบรรณาธิการสามารถแจ้งผลการพิจารณา “ไม่ผ่าน” ในครั้งนี้ได้ทันที

3.6.2 ระยะเวลาในการปรับแก้บทความครั้งที่ 2 ไม่เกิน 15 วัน นับจากวันที่กองบรรณาธิการแจ้งผลให้ทราบ หากการปรับแก้ไม่สมบูรณ์ในครั้งนี้จะทำการส่งให้ปรับแก้เพิ่มเติมในครั้งที่ 3 หรือ กองบรรณาธิการสามารถแจ้งผลการพิจารณา “ไม่ผ่าน” ในครั้งนี้ได้ทันที

3.6.3 ระยะเวลาในการปรับแก้บทความครั้งที่ 3 ไม่เกิน 10 วัน นับจากวันที่กองบรรณาธิการแจ้งผลให้ทราบ หากการปรับแก้ไม่สมบูรณ์ในครั้งนี้จะทำการส่งให้ปรับแก้เพิ่มเติมในครั้งสุดท้าย หรือ กองบรรณาธิการสามารถแจ้งผลการพิจารณา “ไม่ผ่าน” ในครั้งนี้ได้ทันที

3.6.4 ระยะเวลาในการปรับแก้บทความครั้งสุดท้าย ไม่เกิน 7 วัน นับจากวันที่กองบรรณาธิการแจ้งผลให้ทราบ หากการปรับแก้ไม่สมบูรณ์ในครั้งนีทางกองบรรณาธิการจะถือว่า บทความนั้นไม่ผ่านการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ลงในวารสารวิทยาการจัดการ

ในการปรับแก้บทความแต่ละครั้ง กองบรรณาธิการจะทำการตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของบทความย่อ Abstract เนื้อหา เอกสารอ้างอิง และรายละเอียดอื่นๆ ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ รวมถึงรูปแบบของบทความตามที่กองบรรณาธิการกำหนด และหากผู้เขียนไม่ส่งบทความฉบับแก้ไข

มายังกองบรรณาธิการภายในระยะเวลาที่กำหนดดังกล่าว กองบรรณาธิการจะถือว่าผู้เขียนสละสิทธิ์ในการตีพิมพ์บทความลงในวารสารวิทยาการจัดการ

3.7 เมื่อกองบรรณาธิการทำการพิจารณาบทความฉบับแก้ไขแล้วเห็นว่า ควรได้รับการตีพิมพ์ลงในวารสารวิทยาการจัดการ ก็จะมีการออกหนังสือรับรองการตีพิมพ์ให้ผู้เขียนบทความต่อไป

ทั้งนี้ กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการปรับแก้ความถูกต้องของข้อมูล รูปแบบบทความให้เป็นไปตามที่กองบรรณาธิการกำหนด เพื่อให้มีรูปแบบเดียวกัน และขอสงวนสิทธิ์ในการปฏิเสธการพิจารณาหรือการตอบรับการตีพิมพ์ได้ในทุกขั้นตอนการพิจารณาหากเห็นสมควร

บทความที่ตีพิมพ์ถือเป็นลิขสิทธิ์ของวารสารวิทยาการจัดการ อย่างไรก็ตาม วารสารวิทยาการจัดการไม่สงวนลิขสิทธิ์ในการทำซ้ำ คัดลอก หรือเผยแพร่ แต่จะต้องอ้างอิงให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ

4. การตอบแทนผู้เขียนบทความที่ได้รับการพิจารณาตีพิมพ์

ทางกองบรรณาธิการจะทำการส่งวารสารฉบับที่ตีพิมพ์ให้ผู้เขียน ทั้งนี้ หากมีผู้เขียนมีมากกว่า 1 คน ทางกองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการจัดส่งวารสารตามสมควร

ตัวอย่างการเขียนรายการเอกสารอ้างอิง

รายการเอกสารอ้างอิง

1. หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง (ครั้งที่พิมพ์). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

Hartley, E.K. (1989). *Childhood and Society*. (2nd Ed.). New York: MC Graw -Hill.

ชื่อผู้แต่งคนที่ 1, & ชื่อผู้แต่งคนที่ 2. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง (ครั้งที่พิมพ์).

สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

Hammit, F., & Morales, H. (1981). *Selected Chapters of Interpreting Our Heritage*, CATIE, Costa Rica.

2. บทความ / เรื่อง / ตอน ในหนังสือรวมเรื่อง

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ในชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ),

ชื่อเรื่อง (ฉบับพิมพ์ หน้าที่ปรากฏบทความ) สถานที่พิมพ์: ผู้จัดพิมพ์

ตัวอย่าง

Haybron, D. M. (2008). Philosophy and the science of subjective well-being. In M. Eid & R. J. Larsen (Eds.), *The science of subjective well-being* (pp. 17-43). New York: Guildford Press.

3. บทความในวารสาร

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), เลขหน้าที่ปรากฏ

บทความในวารสาร

ตัวอย่าง

Aujirapongpan, S., Thongmee, S., & Jutidharabongse, J. (2012). Innovative Organization and Innovative Capability: A Case Study of Koh Samui Hospital. *Journal of Management Sciences*. 29(2), 47-65.

4. สาระสังเขปจากฐานข้อมูล CD-ROM

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อบทความ* (ชื่อ-นาม). ชื่อวารสาร, ปีที่ (ลำดับที่), เลขหน้าที่ปรากฏบทความในวารสาร, สาระสังเขปจาก: ชื่อฐานข้อมูลและหมายเลขเอกสารเพื่อการค้น

ตัวอย่าง

Preston, W. (1982). *Poetry ideas in teaching literature and writing to foreign student (CD-ROM)*. TESOL quarterly, 16, 489-502. Abstract from: Dialog File: ERIC Item: EJ274529

5. เอกสารออนไลน์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อบทความ*. วันเดือนปีที่สืบค้น , จาก <http://www.xxxxxxx>

ตัวอย่าง

The World Bank. (2017). *World Bank Country and Lending Groups*. Retrieved July 14, 2017, from <https://datahelpdesk.worldbank.org>

การอ้างอิงใช้ระบบนาม-ปี (อ้างอิงในเนื้อหา)

กรณีอ้างอิงงานไทย ให้ทำการเขียนอ้างอิงเป็นภาษาอังกฤษ โดยใส่เฉพาะชื่อ
สกุลของผู้เขียนเท่านั้น และตามด้วยปี ค.ศ.

ตัวอย่าง

งานของสมศรี มีโชค ปีพ.ศ. 2556 เขียนเป็นภาษาอังกฤษ ดังนี้

อ้างอิงหน้าเนื้อหา Meechok (2013) พบว่า

หรือ หลังเนื้อหา (Meechok, 2013)

กรณีอ้างอิงงานต่างประเทศ ให้ใส่เฉพาะชื่อสกุลของผู้เขียนเท่านั้น และตาม
ด้วยปี ค.ศ.

ตัวอย่าง

อ้างอิงหน้าเนื้อหา Johmson (2015) พบว่า

หรือ หลังเนื้อหา(Johmson, 2015)



ใบบอกรับสมาชิกวารสารวิทยาการจัดการ

ข้าพเจ้า (นาย / นาง / นางสาว).....

โทรศัพท์ E-mail

ขอสมัครเป็นสมาชิกวารสารวิทยาการจัดการ กำหนด ปี

ตั้งแต่ปีที่ ฉบับที่

ถึงปีที่ ฉบับที่

ชื่อและที่อยู่ในการจัดส่ง

.....

.....

ใบเสร็จออกในนาม

.....

.....

พร้อมนี้ ข้าพเจ้าได้ส่งเงินโดยทาง ☐ ธนาณัติ ☐ เงินสด มาด้วยแล้ว

เป็นจำนวนเงิน บาท

(.....)

ลงชื่อ ผู้สมัคร

...../...../.....

อัตราค่าสมาชิก 1 ปี (2 ฉบับ) 100 บาท

กรุณาส่งแบบฟอร์มนี้พร้อมธนาคัติหรือเงินสด

ส่งจ่าย กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ต.คอหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90112

ที่ทำการไปรษณีย์คอหงส์ 90112

โทรศัพท์ 0-7428-7840, โทรสาร 0-7428-7839

Website: https://www.tci-thaijo.org/index.php/jms_psu, E-mail: journal.fms.psu@gmail.com

JMS

Journal of Management Sciences

กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ต.คอหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90112

โทรศัพท์ 074-287840 โทรสาร 074-287839

E-mail : journal.fms.psu@gmail.com

https://www.tci-thaijo.org/index.php/jms_psu