



วารสารวิทยาการจัดการ

JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
PIBULSONGKRAM RAJABHAT UNIVERSITY

ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2564 || ISSN: Print 2697-4010, Online:2697-4738

บทความวิจัย

- โครงสร้างและความสัมพันธ์ระหว่างการทำกับดักแล็กการของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยกับมูลค่ากิจการ
ภาณุพงษ์ โมกโกโธสง
- คุณลักษณะของรูปแบบรายได้ที่ส่งผลต่ออัตราการเติบโตของกำไรของธุรกิจผู้ผลิตซอฟต์แวร์
ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน กรณีศึกษาพนักงาน บริษัทโมเดิร์นเทรดในจังหวัดพิษณุโลก
บุญลดา คุณาเวชกิจ, จุฑามาศ อ้วนแก้ว, บุญญาพร แก้วยม
- ห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางการพัฒนาทุเรียนหลงลับแลอุดรดิตถ์ ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
สพันธ์หยก วิจารณ์ฤกษ์, จันจิรา ศักดิ์ศรี
- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแผ่นพับประชาสัมพันธ์สำหรับผลิตภัณฑ์ ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ ของกลุ่มสหกรณ์
สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง ตำบลป่าแดง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก
บุษบา หินเภาว
- ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์ กรุงเทพมหานคร
จิตติภา บำรุงศิลป์, ณัฐมน บุญโฮ, สุพิดา ระลึกธรรม, ณัฐนิชา มังคลาด, ณัฐนิชา แก้วด้วง, ชนิตา ชัยนัฒลาโก, ชุรุดา พุ่มเพชร,
ปฐมพงษ์ หลงเดี่ยว, ดันอ้อ เพียรทำการ
- แนวทางการพัฒนาตนเองของนักศึกษาสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
จิรภัทร ใจอารีย์ และบุญลดา คุณาเวชกิจ
- แบบจำลองการไหลสั่นไหวในงานในฐานะตัวแปรส่งผ่านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้
กับระบบคอมพิวเตอร์สู่ความพึงพอใจของผู้ใช้
กมลทิพย์ เดชะปรการม, รุ่งทิพา เดชะปรการม

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

เจ้าของ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

- วัตถุประสงค์
1. เพื่อต้องการนำเสนอบทความวิชาการและบทความที่มีคุณภาพ ที่มีประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎี (Theoretical contribution) ที่ช่วยให้นักวิจัยสามารถพัฒนาและสร้างความรู้ และประโยชน์ในเชิงปฏิบัติ (Managerial contribution) ช่วยให้ผู้ประกอบการในท้องถิ่นนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารธุรกิจ
 2. เพื่อให้บริการทางวิชาการแก่สังคมในรูปแบบต่างๆ อันเป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่เรื่องราวในเชิงวิทยาการจัดการในแขนงต่างๆ รวมทั้งเป็นสื่อกลางการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่าง คณาจารย์ นักวิชาการ ผู้บริหาร นักธุรกิจ นักศึกษา และประชาชนทั่วไป

กำหนดออก ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน
ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม
ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน – ธันวาคม

เลขมาตรฐานสากล International Standard Serial Number – ISSN Print 2697-4010, Online 2697-4738

ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณีย์ เส่งพานิช	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรพงษ์ มหนิวงษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

บรรณาธิการ	อาจารย์ ดร.พงษ์พันธุ์ พุทธิศิษย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
------------	----------------------------------	------------------------------

กองบรรณาธิการ	ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
	ศาสตราจารย์ ดร.ปิยะฉัตร จารุธีรคันต์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
	รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
	รองศาสตราจารย์ ดร.ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร	มหาวิทยาลัยศิลปากร
	รองศาสตราจารย์ ดร.สุวารี วงศ์วัฒนา	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
	รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ อินธิ์ชัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
	รองศาสตราจารย์ ดร.เดชาพันธ์ รัฐศาสนศาสตร์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล รุ่งรัชช	ข้าราชการบำนาญ
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ อุ่นปรีชาวนิชย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทร์จิรา พยัคฆ์เทศ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิตรา จำลองราษฎร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์น้อย คันชังทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
	อาจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ ชันยศ	ข้าราชการบำนาญ

ฝ่ายประสานงาน : นายสราวุฒิ จันทะกัน
นางสาวสุรีย์พร แก้วหล่อ
หนึ่งฤทัย ล้อมผล

ออกแบบ/ภาพ : นัทรพงศ์ ภู่งคง

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม (JMS Journal) มีจุดมุ่งหมายเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย ผลงานวิชาการ และองค์ความรู้อันเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน โดยมุ่งเน้นผลงานด้านบริหารธุรกิจ โดยผ่านกระบวนการทบทวนคุณภาพที่เข้มข้นจากผู้ทรงคุณวุฒิของแต่ละสาขาวิชา วารสารวิทยาการจัดการผลิตผลงานโดยคำนึงถึงคุณภาพงานวิจัย กระบวนการวิจัยที่ถูกต้องและครบถ้วน ฉบับนี้ประกอบด้วยบทความวิจัย 8 เรื่อง ได้แก่ 1) โครงสร้างและความสัมพันธ์ระหว่างการค้ากับดุลกิจกรรมของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยกับมูลค่ากิจการ 2) คุณลักษณะของรูปแบบรายได้ที่ส่งผลต่ออัตราการเติบโตของกำไรของธุรกิจผู้ผลิตซอฟต์แวร์ 3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน กรณีศึกษาพนักงาน บริษัทโมเดิร์นเทรดในจังหวัดพิษณุโลก 4) ห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางการพัฒนาทุเรียนหลงลับแลอุดรดิตถ์ ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 5) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแผ่นพับประชาสัมพันธ์สำหรับผลิตภัณฑ์ ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง ตำบลป่าแดง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก 6) ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมีนบุรี อุปถัมภ์ กรุงเทพมหานคร 7) แนวทางการพัฒนาตนเองของนักศึกษาสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม 8) แบบจำลองการไหลเปลี่ยนการใช้งานในฐานะตัวแปรส่งผ่านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์สู่ความพึงพอใจของผู้ใช้

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความวารสารฉบับนี้จะมอบความรู้ที่เป็นประโยชน์แก่คณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการและผู้สนใจทุกท่าน และสามารถนำไปต่อยอด ประยุกต์ใช้ หรือพัฒนาในสายงานวิชาการ งานอาชีพได้ระดับหนึ่ง ด้วยความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นไป กองบรรณาธิการมีความยินดีที่จะน้อมรับคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาวารสารสู่มาตรฐานในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความวิจัย / บทความวิชาการ

- 1 ภาณุพงษ์ โมกโธสง
โครงสร้างและความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยกับมูลค่ากิจการ
- 16 อัมมะทินนา ศรีสุพรรณ
คุณลักษณะของรูปแบบรายได้ที่ส่งผลต่ออัตราการเติบโตของกำไรของธุรกิจผู้ผลิตซอฟต์แวร์
- 26 บุญลดา คุณาเวชกิจ, จุฑามาศ อ้วนแก้ว, บุญญาพร แก้วยม
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน กรณีศึกษาพนักงาน บริษัทโมเดิร์นเทรด ในจังหวัดพิษณุโลก
- 40 สันต์หยก วีรบุญยกฤต, จันจิรา ศักดิ์ศรี
ห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางการพัฒนาทุเรียนหลงลับแลอุตสาหกรรม ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
- 61 บุษบา หินธาว์
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแผ่นพับประชาสัมพันธ์สำหรับผลิตภัณฑ์ ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มสหกรณ์ สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง ตำบลป่าแดง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก
- 78 รุติภา บำรุงศิลป์, ณัฐมน บุญโหล, สุพิดา ระลึกธรรม, ณัฐนิชา มังคลาด, ณัฐนิชา แก้วดวง, ชนิตา ชัยนัฒ์ลาโก, ชุรุตา พุ่มเพชร, ปฐมพงษ์ หลงเดียว, ต้นอ้อ เพียรทำการ
ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์ กรุงเทพมหานคร
- 95 จิรภัทร ใจอารีย์ และบุญลดา คุณาเวชกิจ
แนวทางการพัฒนาตนเองของนักศึกษาสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
- 111 กมลทิพย์ เดชะปรากรม, รุ่งทิพา เดชะปรากรม
แบบจำลองการไหลเวียนการจ้างงานในฐานะตัวแปรส่งผ่านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์สู่ความพึงพอใจของผู้ใช้

โครงสร้างและความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยกับมูลค่ากิจการ

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 15 สิงหาคม 2564

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 12 กันยายน 2564

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 23 กันยายน 2564

ภาณุพงษ์ โมกโธสง^{1*}

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างและความสัมพันธ์ระหว่าง การกำกับดูแลกิจการกับมูลค่ากิจการ โดยการกำกับดูแลกิจการในด้าน ประธานฝ่ายบริหาร ประสิทธิภาพของประธานฝ่ายบริหาร การถือหุ้นของประธานฝ่ายบริหาร จำนวนคณะกรรมการบริหาร สัดส่วนคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการตรวจสอบ เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ จากธนาคารพาณิชย์ไทยจำนวน 11 แห่ง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบง่าย

ผลการวิจัยพบว่า การกำกับดูแลกิจการด้านประธานฝ่ายบริหารและประธานคณะกรรมการบริหาร ไม่ได้เป็นบุคคลเดียวกันคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 94.50 ในด้านความสัมพันธ์ของการกำกับดูแลกิจการกับมูลค่ากิจการของธนาคารพาณิชย์ไทยพบว่า ประสิทธิภาพของประธานฝ่ายบริหาร จำนวนคณะกรรมการบริหาร สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหาร และจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ มีนัยสำคัญทางสถิติและความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับมูลค่ากิจการ

คำสำคัญ: การกำกับดูแลกิจการ ธนาคารพาณิชย์ไทย มูลค่ากิจการ

Structure and Relationship between Corporate Governance of Thai Commercial Banking and Corporate Value

Received: August 15, 2021
Revised: September 12, 2021
Accepted: September 23, 2021

Panupong Mokthaisong^{1*}

Business Administration Program
Faculty of Business Administration, Saint John University

Abstract

The purpose of this research aim to investigated the structure and relationship between corporate governance of Thai commercial banking and corporate value. The quantitative method was used 11 banks as instrument for collection data. The instrument of data was being analyzed by using maximize, minimize, mean values and standard deviation. Simple data regression analysis was used to analyze and test research hypotheses.

The results have shown that corporate governance on participant of duality chief executive officer was not duality of the board of director at 94.50 percent. The empirical study reveals that the experience of executive director, the number of the broad director, the portion of independence committee on the board director and the number of audit committee variables shown significantly and positively related with corporate value.

Keywords: Corporate Governance, Thai Commercial Banking, Corporate Value

*Corresponding Author: panupong999@gmail.com

บทนำ

ธนาคารพาณิชย์มีบทบาทสำคัญในการทำให้ระบบการเงินและระบบเศรษฐกิจดำรงอยู่ได้อย่างราบรื่นและต่อเนื่อง ธนาคารพาณิชย์เป็นศูนย์กลางในการจัดสรรทรัพยากรระหว่างผู้ที่มีเงินออมไปยังผู้ที่ต้องการเงินทุน ซึ่งจะก่อให้เกิดการผลิตและการจ้างงาน เป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญที่ทำให้ระบบการเงินและเศรษฐกิจเจริญเติบโตและมีเสถียรภาพ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564) ดังนั้น การกำกับ ตรวจสอบและดูแลให้การดำเนินงานของสถาบันการเงินมีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส มีธรรมาภิบาลและมีการบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสม ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายกับเงินฝากของประชาชน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564) ปัจจุบันการบริหารของธนาคารพาณิชย์ได้มีการจัดโครงสร้างการบริหารงานโดยผู้ถือหุ้นได้มีการว่าจ้างผู้บริหารที่เป็นมืออาชีพเข้ามาทำหน้าที่เป็นฝ่ายบริหารของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งฝ่ายบริหารจะได้รับมอบอำนาจในการบริหารและควบคุมการดำเนินงาน โดยปกติแล้ว ฝ่ายบริหารจะดำเนินการบริหารงานด้วยการมุ่งเน้นไปที่การสร้างรายได้และกำไรของกิจการให้อยู่ในระดับสูงเนื่องจาก ผู้บริหารเหล่านั้นก็จะได้รับผลประโยชน์ส่วนแบ่งจากรายได้หรือกำไรของกิจการในระดับสูงด้วยเช่นกัน ดังนั้นจากการที่ฝ่ายบริหารต้องการได้รับผลตอบแทนสูงสุด การใช้ประโยชน์หรือใช้ทรัพยากรของกิจการเพื่อให้เกิดผลตอบแทนสูงสุดอาจจะไม่เป็นไปตามความต้องการของเจ้าของกิจการหรือผู้ถือหุ้น (Jensen and Meckling, 1976) เนื่องจากไม่ได้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจการเพราะหากบริหารจัดการและดำเนินการด้วยการใช้วิธีการซึ่งส่งผลให้เกิดผลตอบแทนและมีกำไรในระยะสั้น นอกจากนี้อาจมีการเลือกปฏิบัติและขาดจริยธรรมในการบริหารงานก็เป็นอีกหนึ่งในปัญหาที่เกิดขึ้นจากการว่าจ้างตัวแทนของผู้ถือหุ้น (McColgan, 2001)

แนวทางบริหารงานตามแนวทางข้างต้นอาจไม่ได้คำนึงถึงเป้าหมายระยะยาวของกิจการที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่ากิจการให้สูงขึ้นและเติบโตอย่างยั่งยืน เพราะการมีกำไรสม่ำเสมอและลงทุนในสินทรัพย์ถาวรอย่างเหมาะสมจะเป็นส่วนหนึ่งที่จะส่งเสริมให้กิจการมีมูลค่าสูง โดยหากกิจการมีมูลค่าสูงจะเป็นการสร้างความมั่งคั่งให้กับผู้ถือหุ้นจากราคาหุ้นที่เพิ่มสูงขึ้นรวมถึงได้รับผลตอบแทนจากเงินปันผลด้วย ดังนั้นจึงมีความน่าสนใจที่จะต้องศึกษาถึงการที่ผู้ถือหุ้นทั้งหลายของธนาคารพาณิชย์ได้ว่าจ้างตัวแทนของตนเองเพื่อบริหารธนาคารพาณิชย์นั้น จะส่งผลกระทบต่ออย่างไรต่อมูลค่าของกิจการ ทั้งนี้การกำกับดูแลกิจการมีบุคคลที่มีบทบาทเกี่ยวข้องประกอบไปด้วย ประธานฝ่ายบริหาร คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการตรวจสอบ (บรรษัทภิบาลแห่งชาติ, 2559) ซึ่งก็มีความน่าสนใจที่จะศึกษาเพิ่มเติมว่าการจัดโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการในด้านผู้มีส่วนเกี่ยวข้องนั้นได้มีการตรวจสอบและคำนึงอย่างเหมาะสมจนส่งผลกระทบต่อมูลค่ากิจการหรือไม่ นอกจากนี้จากการที่ธนาคารพาณิชย์เป็นหนึ่งในองค์กรในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและเป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญของประเทศ จะมีความโปร่งใสในการบริหารงานในด้านการมีธรรมาภิบาลกับผลการดำเนินงานที่ดี ซึ่งจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการดำเนินการด้านธุรกรรมทางการเงินของผู้ประกอบธุรกิจและประชาชน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาบทบาทของโครงสร้างและความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยกับมูลค่ากิจการ ซึ่งผลของการศึกษาที่ได้จะเป็น

แนวทางส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกักตุนและสถาบันการเงินนำข้อมูลที่ศึกษาไปใช้ประโยชน์เพื่อเป็นข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายเพื่อกำหนดเป็นข้อบังคับเกี่ยวกับการกักตุนและกิจการของธนาคารพาณิชย์ รวมถึงผู้ที่สนใจศึกษาด้านการกักตุนและกิจการได้นำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการพัฒนางานวิจัยให้ครอบคลุมขอบเขตของการกักตุนและกิจการให้มากขึ้น

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการกักตุนและกิจการด้านประธานฝ่ายบริหาร คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการตรวจสอบ ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการกักตุนและกิจการด้านประธานฝ่ายบริหาร คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการตรวจสอบ กับมูลค่ากิจการของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

เอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีตัวแทน (Agency theory) เป็นหนึ่งในแนวคิดทางทฤษฎีที่ใช้อธิบายโครงสร้างหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการกักตุนและกิจการ (Corporate governance) เพราะการกักตุนและกิจการมีพื้นฐานความสัมพันธ์กับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมตามแนวคิดด้านลัทธิทุนนิยม (Clarke, 2004) ที่ได้รับอิทธิพลจากแนวคิดของ อตัม สมิธ ที่ได้เตือนว่าอย่าคาดหวังว่าผู้บริหารที่มิใช่เจ้าของจะให้ความสนใจต่อกิจการของบริษัทเท่ากับเจ้าของ โดยผู้บริหารถือเป็นตัวแทนของเจ้าของ อาจละเลยหรือสนใจผลประโยชน์ของตนเองมากกว่า (สุภานี นวกุล, 2553) ในการศึกษาของ Jensen and Meckling (1976) เรื่องพฤติกรรมของผู้จัดการ ต้นทุนตัวแทน และโครงสร้างของผู้ถือหุ้น ซึ่งมีสมมติฐานที่สำคัญคือการที่บุคคลคำนึงถึงผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่ตนเองจะได้รับสูงสุดก่อนผู้อื่น ขณะที่สินทรัพย์ของกิจการนั้นจะมีการจัดสรรให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจการในรูปของผลตอบแทนและค่าใช้จ่าย โดยกิจการที่มีขนาดใหญ่ขึ้น เจ้าของกิจการหรือตัวการ (Principal) จะมีการว่าจ้างตัวแทน (Agency) รวมทั้งมีการมอบหมายหน้าที่และความรับผิดชอบให้กับตัวแทนให้ดำเนินการบริหารงานในนามของตนเพื่อสร้างสร้างผลตอบแทนหรือผลประโยชน์สูงสุดให้กับเจ้าของ แต่การมอบหมายให้ตัวแทนดำเนินการในนามของตนเองนั้นอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย เนื่องจากตัวแทนมักจะดำเนินการเพื่อให้เกิดผลประโยชน์กับตัวเองมากกว่า หรือการใช้ประโยชน์ในทรัพยากรของกิจการเพื่อให้เกิดผลตอบแทนอาจจะไม่เป็นไปตามความต้องการของบรรดาเจ้าของกิจการ (Jensen and Meckling, 1976) ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับตัวแทนหรือฝ่ายบริหารที่ตัวการเป็นผู้ว่าจ้างให้ดำเนินการแทนตนเองในครั้งนี้จึงมีความน่าสนใจว่าจะเป็นในทิศทางใด สอดคล้องกับแนวคิดทางทฤษฎีและส่งผลกระทบต่อมูลค่ากิจการอย่างไรบ้างในบริบทของประเทศไทย

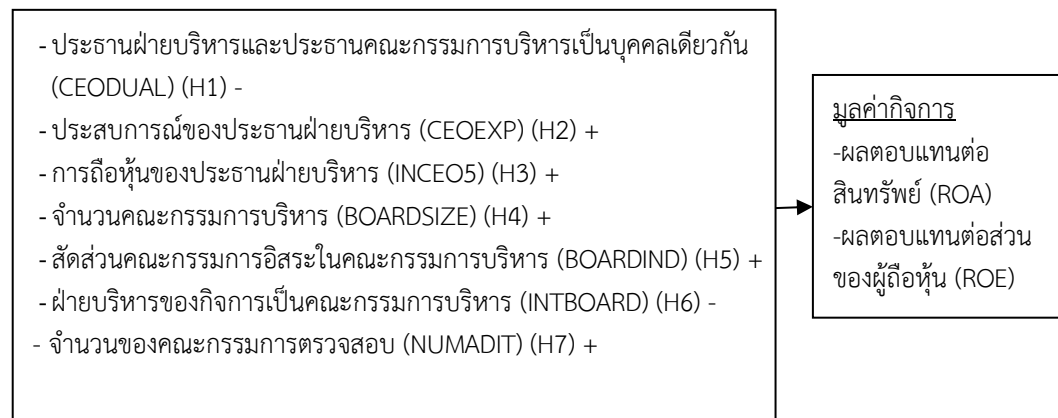
การกำกับดูแลกิจการได้รับความสนใจในช่วงต้นปี 1990 และในช่วงปี1997-1998 ได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้นเนื่องจากการเกิดวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ มีการไหลออกของเงินทุนไปต่างประเทศ ทำให้ประเทศในเอเชียได้รับผลกระทบ ขาดสภาพคล่องและส่งผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจที่แท้จริง (Cheung and Chan, 2004) โดยที่ประเทศต่างๆได้นำแนวทางหรือหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปปรับใช้ในประเทศของตนอย่างแพร่หลาย ทำให้องค์กรระหว่างประเทศเข้ามามีบทบาทในการให้ความช่วยเหลือหรือเป็นตัวกลางในการบริหารจัดการความร่วมมือเช่น องค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (2004) กล่าวว่า หลักการกำกับดูแลกิจการนี้ได้รับการตกลงยอมรับในปี 1999 หลักการดังกล่าวได้กลายเป็นมาตรฐาน สำหรับการพัฒนาการกำกับดูแลกิจการทั้งในประเทศที่เป็นสมาชิกและไม่ใช่มหาชิกขององค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจนอกจากนี้แล้ว หลักการกำกับดูแลกิจการขององค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจยังได้มีการรับรองให้ใช้เป็นมาตรฐานสำคัญอันหนึ่งของมาตรฐานหลักของระบบการเงินที่รอบคอบรัดกุมที่กำหนดโดย Financial stability forum อีกด้วย รวมทั้งได้กลายเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการพิจารณาองค์ประกอบของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในรายงานการปฏิบัติตามมาตรฐานและข้อพึงปฏิบัติของประเทศต่างๆ ที่ธนาคารโลก (World Bank) และกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) จัดทำขึ้น ดังนั้นจากการที่หลักการกำกับดูแลกิจการที่บัญญัติขึ้นโดยองค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ มีการนำไปปรับใช้กันอย่างแพร่หลายทั่วโลก ได้มีผลการศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าวเช่น Abor and Biekpe (2007), Bhagat and Bolton (2008), Brown and Caylor (2009), Samia et al. (2011), Afzalur (2018), Bahat et al. (2018) และ Dang et al. (2020) พบว่าโครงสร้างของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการมีนัยสำคัญทางสถิติและความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานหรือมูลค่ากิจการ

ขณะที่ในส่วนของประเทศไทยนั้น บรรษัทภิบาลแห่งชาติ (2559) ได้ให้ความหมายของการกำกับดูแลกิจการว่า เป็นความสัมพันธ์อย่างหนึ่งระหว่างคณะกรรมการบริษัท ฝ่ายบริหาร ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียอื่น ในการกำหนดทิศทาง และดูแลผลการปฏิบัติงานของกิจการ หรือเป็นโครงสร้างและกระบวนการภายในที่กำหนดขึ้น เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่า คณะกรรมการสามารถประเมินผลงานของฝ่ายบริหารของกิจการอย่างตรงไปตรงมาและมีประสิทธิภาพ หรือ ระบบที่กำหนดให้มีกระบวนการและโครงสร้างของภาวะผู้นำ และการควบคุมกิจการเพื่อให้มีความรับผิดชอบตามที่ด้วยความโปร่งใส และสร้างความสามารถในการแข่งขัน เพื่อรักษาเงินลงทุนและเพิ่มคุณค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาว ภายใต้กรอบการมีจริยธรรมที่ดีโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคมโดยรวม ดังนั้นจากการที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและเป็นกลไกหลักของการกำกับดูแลกิจการคือ ฝ่ายบริหารของกิจการ คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการตรวจสอบ งานวิจัยครั้งนี้จึงกำหนดให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งสองข้างต้นเป็นกรอบในการวิจัยหรือเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

มูลค่ากิจการเป็นสิ่งที่ผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการต้องการให้อยู่ในระดับสูงเนื่องจากบ่งชี้ถึงความมั่นคงของเจ้าของกิจการ ส่วนการพิจารณามูลค่ากิจการตามการศึกษาของ Wiwattanakantang (2000), Sukcharoensin (2003), Chiang (2005), Jiamsagul (2007), Dawar (2014) และ Afzalur (2018) พบว่าใช้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) เพื่อวัดมูลค่าของกิจการ

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จึงกำหนดให้ใช้ตัวแปรซึ่งใช้วัดมูลค่าของกิจการประกอบด้วย อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นเช่นเดียวกับงานวิจัยที่ผ่านมาข้างต้น

กรอบแนวความคิด



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้ข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) เพื่อให้ได้คำตอบที่ต้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและยืนยันสมมติฐานการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มสถาบันการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยรวมจำนวน 11 แห่ง เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณชนครบถ้วน มีระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาระหว่างปี 2558 - 2562 รวม 5 ปี โดยระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาในช่วงดังกล่าวเนื่องจาก ส่วนหนึ่งเพราะความครบถ้วนของข้อมูลก่อนการควบรวมกิจการของธนาคารทหารไทยกับธนาคารธนชาต ซึ่งงบการเงินปี 2563 ของทั้งสองธนาคารเป็นงบการเงินรวมเสมือนว่าจำนวนธนาคารพาณิชย์ลดจำนวนลงอีก 1 แห่ง จึงใช้ข้อมูลจนถึงปี 2562

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย แหล่งข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้อมูลจากธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (The Stock Exchange of Thailand: SET) ในช่วงเวลาระหว่างปี 2558 - 2562 รวม 5 ปี การเก็บรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แหล่งข้อมูลที่ใช้และการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นข้อมูลประเภททุติยภูมิ (Secondary data)

โดยลักษณะของการเก็บรวบรวมข้อมูลจะเป็น Balance panel data คือมีจำนวนข้อมูลครบถ้วนทุกตัวแปร ข้อมูลของตัวแปรทั้งหมดรวบรวมจากรายงานงบการเงินประจำปี และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (56-1) โดยแหล่งที่มาของข้อมูลจะเก็บรวบรวมจากระบบ SET SMART (SET Market Analysis and Reporting Tool) ซึ่งเป็นบริการระบบข้อมูลตลาดหลักทรัพย์ฉบับออนไลน์ จัดทำโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาอีกแห่งคือ website ของสถาบันการเงิน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statics) ซึ่งสถิติที่ใช้นี้เป็นข้อมูลที่ได้สรุปลักษณะต่างๆ ของกลไกการกำกับดูแลกิจการด้านผู้มีส่วนร่วม และมูลค่ากิจการ โดยสถิติที่ใช้เพื่อพรรณนาและบรรยายคุณสมบัติของตัวแปรในกรณีนี้ได้แก่ การใช้ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยวิธีการทางสถิติอ้างอิง (Inferential statistic) ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบง่ายเนื่องจากเป็นสถิติที่เหมาะสมกับการใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่ากิจการกับการกำกับดูแลกิจการของธนาคารพาณิชย์ไทยโดยจะแสดงในแบบจำลองต่อไป

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา จากที่ตัวแปรตามในการวิจัยมี 2 ตัวแปรคืออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น โดยกำหนดเป็นแบบจำลองที่ใช้ในการวิจัยเป็นดังนี้

แบบจำลองที่ 1

$$\begin{aligned} ROA = & \beta_0 - \beta_1(CEODUAL) + \beta_2(CEOEXP) + \\ & \beta_3(CEOOWN) + \beta_4(BOARDSIZE) + \beta_5(BOARDIND) - \\ & \beta_6(BOARDINT) + \beta_7(NUMAUDIT) + e_i \end{aligned}$$

แบบจำลองที่ 2

$$\begin{aligned} ROE = & \beta_0 - \beta_1(CEODUAL) + \beta_2(CEOEXP) + \\ & \beta_3(CEOOWN) + \beta_4(BOARDSIZE) + \beta_5(BOARDIND) - \\ & \beta_6(BOARDINT) + \beta_7(NUMAUDIT) + e_i \end{aligned}$$

โดยที่

ROA = อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์

ROE = อัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น

CEODUAL = ประธานฝ่ายบริหารและประธานคณะกรรมการบริหารเป็นบุคคลเดียวกัน

CEOEXP = ประสบการณ์ของประธานฝ่ายบริหาร

CEOOWN = การถือหุ้นของประธานฝ่ายบริหาร

BOARDSIZE = จำนวนคณะกรรมการบริหาร

BOARDIND = สัดส่วนคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหาร

BOARDINT = ฝ่ายบริหารเป็นคณะกรรมการบริหาร

NUMAUDIT = จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ

e_i = Error term

ตารางที่ 1 แสดงมาตรวัดตัวแปร

ประเภทตัวแปร	มาตรวัดตัวแปร
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์	กำไรสุทธิ / สินทรัพย์รวม
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	กำไรสุทธิ / ส่วนของผู้ถือหุ้น
ประธานฝ่ายบริหารและประธานคณะกรรมการ บริหารเป็นบุคคลเดียวกัน	ใช้เป็นตัวแปรหุ่น (Dummy) โดยหากประธานฝ่ายบริหารดำรงตำแหน่งเป็นประธานคณะกรรมการบริหารด้วยกำหนดให้เป็น 1 หรือหากไม่เป็นกำหนดให้เป็น 0
ประสบการณ์ของประธานฝ่ายบริหาร	ระบุเป็นจำนวนปีย้อนหลังสุดจนถึงปัจจุบัน
การถือหุ้นของประธานฝ่ายบริหาร	ใช้เป็นตัวแปรหุ่น (Dummy) โดยหากประธานฝ่ายบริหารถือหุ้นในธนาคารพาณิชย์กำหนดให้เป็น 1 หรือหากไม่ถือหุ้นกำหนดให้เป็น 0
จำนวนคณะกรรมการบริหาร	ระบุเป็นจำนวนบุคคลที่เป็นคณะกรรมการบริหาร
สัดส่วนคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหาร	คำนวณจากจำนวนคณะกรรมการอิสระหารด้วยจำนวนของคณะกรรมการบริหารทั้งหมด
ฝ่ายบริหารเป็นคณะกรรมการบริหาร	ใช้เป็นตัวแปรหุ่น (Dummy) โดยหากฝ่ายบริหารของกิจการเป็นคณะกรรมการบริหารด้วยกำหนดให้เป็น 1 หรือหากไม่ได้เป็นกำหนดให้เป็น 0
จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ	ระบุเป็นจำนวนบุคคลที่เป็นคณะกรรมการตรวจสอบ

ผลการวิจัย

สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) ตามตารางที่ 2 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

จากตาราง 2 พบว่าประสบการณ์ของประธานฝ่ายบริหารมีค่าเฉลี่ย 16 ปี จำนวนของคณะกรรมการบริหารเฉลี่ยจำนวน 13 คน สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหารเฉลี่ยร้อยละ 40 โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบเฉลี่ย 3 คน ขณะที่อัตราผลตอบแทนพบว่า มีผลตอบแทนต่อสินทรัพย์มีอัตราเฉลี่ยร้อยละ 1.25 ส่วนอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีอัตราเฉลี่ยร้อยละ 13.11

ตาราง 2 แสดงค่าสถิติพรรณนาของตัวแปร

ชื่อตัวแปร	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ประสบการณ์ของประธานฝ่ายบริหาร (ปี)	5	32	16.04	6.9292
จำนวนคณะกรรมการบริหาร (คน)	8	18	12.940	2.9375
สัดส่วนคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหาร (ร้อยละ)	0.30	0.63	0.4032	0.10320
จำนวนของคณะกรรมการตรวจสอบ (คน)	3	4	3.440	.5014
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ร้อยละ)	0.04	2.20	1.2512	.47598
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ร้อยละ)	2.20	21.84	13.1094	5.0691

ในส่วนของตารางที่ 3 ซึ่งแสดงข้อมูลของกลุ่มตัวแปรด้านสัดส่วนพบว่า ประธานฝ่ายบริหารและประธานคณะกรรมการบริหารไม่ได้เป็นบุคคลเดียวกันในสัดส่วนร้อยละ 94.50 โดยส่วนใหญ่แล้วประธานฝ่ายบริหารจะไม่ถือหุ้นในธนาคารพาณิชย์ในสัดส่วนร้อยละ 65.50 ขณะที่ในด้านการบริหารงานของคณะกรรมการบริหารจะมีฝ่ายบริหารเข้าไปเป็นคณะกรรมการด้วยทั้งหมด

ตาราง 3 ข้อมูลสถิติพรรณนาด้านสัดส่วนของตัวแปร

ชื่อตัวแปร	ลักษณะตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
ประธานฝ่ายบริหารและประธาน	เป็นบุคคลเดียวกัน	3	5.50
คณะกรรมการบริหารเป็นบุคคลเดียวกัน	ไม่เป็นบุคคลเดียวกัน	52	94.50
การถือหุ้นของประธานฝ่ายบริหาร	ถือหุ้น	19	34.50
	ไม่ถือหุ้น	36	65.50
ฝ่ายบริหารเป็นคณะกรรมการบริหาร	เป็นคณะกรรมการบริหาร	50	100
	ไม่เป็นคณะกรรมการบริหาร	0	0

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ทดสอบการแจกแจงข้อมูลพบว่าตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงแบบปกติ (Normal distribution) โดยใช้ค่าสถิติของ Shapiro – Wilk ในการทดสอบ พบว่ามีค่า $Pr < W$ (p-value/sig) ระหว่างเท่ากับ 0.1250-0.9400 เมื่อเปรียบเทียบกับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ปกติใช้ที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ได้ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระจากค่า Collinearity statistics พบว่าค่าสถิติจากค่า Tolerances และ Variance inflation factor (VIF) คือมีค่า Tolerances ระหว่าง 0.605-0.843 และค่า VIF1 ระหว่าง 1.186-1.977 ซึ่งมีค่าค่อนข้างต่ำทำให้มีขนาดความสัมพันธ์ไม่มากพอที่จะเกิดปัญหาพหุสัมพันธ์ (Multicollinearity)

รวมถึงได้ทดสอบค่าความแปรปรวนไม่คงที่ (Heteroscedasticity) และความสัมพันธ์ระหว่างค่าความคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) จากค่า Durbin Watson Test ซึ่งค่าที่ได้อยู่ระหว่าง 1.807 ซึ่งอยู่ในช่วง 1.8-2.2 จึงไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างค่าความคลาดเคลื่อน

สถิติอ้างอิง (Inferential statistic) เป็นการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบง่าย (Simple linear regression analysis) โดยมีผลการศึกษาดังนี้

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการของสถาบันธนาคารพาณิชย์ไทยกับมูลค่ากิจการตามแบบจำลองที่ใช้ตัวแปรตามคืออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) จากตารางที่ 4 พบว่าตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกับสมมติฐานและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีสองตัวแปรคือจำนวนคณะกรรมการบริหาร (BOARDSIZE) และสัดส่วนของคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหาร (BOARDIND)

ตาราง 4 แสดงค่าสถิติความสัมพันธ์ระหว่าง การกำกับดูแลกิจการของธนาคารพาณิชย์ไทยกับมูลค่ากิจการตามแบบจำลองที่ 1 (ROA)

ตัวแปร	Hypothesized sign	Coefficient	Sig
Intercept		0.626	0.750
CEODUAL	-	0.284	0.792
CEOEXP	+	0.009	0.536
INCEO5	+	0.138	0.994
BOARDSIZE	+	0.027**	0.002
BOARDIND	+	0.613**	0.005
INTBOARD	-	0.438	0.638
NUMAUDIT	+	0.146	0.299
R ²			0.400

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการของสถาบันธนาคารพาณิชย์ไทยกับมูลค่ากิจการตามแบบจำลองที่ใช้ตัวแปรตามคืออัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) จากตารางที่ 5 พบว่าตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกับสมมติฐานและมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 สองตัวแปรคือ จำนวนคณะกรรมการบริหาร (BOARDSIZE) และ สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหาร (BOARDIND) ที่ระดับ 0.05 สองตัวแปรคือ ประสิทธิภาพของประธานฝ่ายบริหาร (CEOEXP) และจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ (NUMAUDIT)

ตาราง 5 แสดงค่าสถิติความสัมพันธ์ระหว่าง การกำกับดูแลกิจการของธนาคารพาณิชย์ไทยกับมูลค่ากิจการ ตามแบบจำลองที่ 2 (ROE)

ตัวแปร	Hypothesized sign	Coefficient	Sig
Intercept		4.820	0.489
CEODUAL	-	2.186	0.245
CEOEXP	+	0.070**	0.021
INCEO5	+	1.063	0.301
BOARDSIZE	+	0.210***	0.001
BOARDIND	+	4.715***	0.000
INTBOARD	-	3.373	0.844
NUMAUDIT	+	1.123**	0.013
R ²			0.686

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับค่า R² ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ทั้งสองแบบจำลองพบว่า ยังอยู่ในระดับสูงกว่าผลการศึกษาของ Afzalur (2018) ซึ่งพบว่ามีค่า R² ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.112 และ 0.234 ส่วนผลการศึกษาของ Bahat et al. (2018) ซึ่งพบว่ามีค่า R² ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.284 โดยงานวิจัยทั้งสองเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้สถิติ Regression เช่นเดียวกันกับงานวิจัยครั้งนี้

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องการกำกับดูแลกิจการของธนาคารพาณิชย์ไทยกับมูลค่ากิจการ ข้อมูลโดยสรุปด้านผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการพบว่า ประสิทธิภาพของประธานฝ่ายบริหารมีค่าเฉลี่ย 16 ปี จำนวนของคณะกรรมการบริหารเฉลี่ย 13 คน สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหารเฉลี่ยร้อยละ 40 มีคณะกรรมการตรวจสอบเฉลี่ย 3 คน และมีความชัดเจนในด้านการแยกบทบาทกันระหว่างฝ่ายบริหารกับกรรมการบริหารซึ่งอยู่ในแนวทางของการกำกับดูแลกิจการที่ดีคือ ประธานฝ่ายบริหารและประธานคณะกรรมการบริหารไม่ได้เป็นบุคคลเดียวกันในสัดส่วนร้อยละ 94.50 ซึ่งแนวทางการจัดโครงสร้างข้างต้นส่งผลให้มีความเหมาะสมเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างการบริหารงานกับการควบคุมและการตรวจสอบของคณะกรรมการบริหาร เป็นไปตามแนวทางของการกำกับดูแลกิจการที่ดีเนื่องจากคณะกรรมการบริหารของกิจการมีอิสระในการตรวจสอบและกำกับดูแลการบริหารงานของฝ่ายบริหาร เพราะหากประธานฝ่ายบริหารมีสองบทบาทก็จะเป็นไปตามแนวคิดทางทฤษฎีตัวแทนที่กล่าวว่าบุคคลที่มีสองบทบาทคือเป็นประธานฝ่าย

บริหารและประธานคณะกรรมการบริหารมีนัยสำคัญที่จะแสดงให้เห็นว่า ประธานฝ่ายบริหารมีอิทธิพลทำให้การตรวจสอบของคณะกรรมการบริหารไม่มีประสิทธิภาพ (Jensen, 1994)

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของการกำกับดูแลกิจการของธนาคารพาณิชย์ไทยกับมูลค่ากิจการในด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์พบว่าจำนวนคณะกรรมการบริหารและสัดส่วนของคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหารมีนัยสำคัญทางสถิติและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับมูลค่ากิจการ โดยผลของการศึกษาตัวแปรนี้เหมือนกับการศึกษาของ Wiwattanakantang (2000), Sukcharoensin (2003), Abor and Biekpe (2007), Jiamsagul (2007), Bhagat and Bolton (2008), Afzalur (2018), Bahat et al. (2018) และ Dang et al. (2020) ซึ่งผลการศึกษาชิ้นส่วนหนึ่งบ่งชี้ว่า บทบาทของการกำกับดูแลกิจการมีนัยสำคัญต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ค่อนข้างน้อย รวมถึงแหล่งที่มาของการสร้างรายได้และกำไรจนนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าของกิจการของธนาคารพาณิชย์นั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับการณ์สินทรัพย์เป็นหลัก

ขณะที่การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการของธนาคารพาณิชย์ไทยกับมูลค่ากิจการในด้านอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นพบว่า ประสิทธิภาพของประธานฝ่ายบริหาร จำนวนคณะกรรมการบริหาร สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหาร และจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบมีนัยสำคัญทางสถิติและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับมูลค่ากิจการ ซึ่งความสัมพันธ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันนี้สอดคล้องกันกับงานวิจัยที่ผ่านมาของ Chiang (2005), Brown and Caylor (2009), Henry (2010), Samia et al. (2011), Afzalur (2018), Bahat et al. (2018) และ Dang et al. (2020) โดยเฉพาะในด้านของการตรวจสอบจากคณะกรรมการอิสระกับคณะกรรมการตรวจสอบที่จะส่งผลต่อกิจการ เพราะบทบาทของการกำกับดูแลกิจการซึ่งมีการตรวจสอบจากคณะกรรมการอิสระและคณะกรรมการตรวจสอบก็เพื่อเป็นการคานอำนาจหรือกำกับดูแล ตรวจสอบการบริหารงานของประธานฝ่ายบริหารกับคณะกรรมการบริหาร ซึ่งจะส่งผลให้กิจการมีกำไรและมูลค่ากิจการสูงขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในทางทฤษฎี

จากแนวคิดทฤษฎีตัวแทนที่กล่าวว่า การจ้างตัวแทนรวมทั้งมอบหมายหน้าที่และความรับผิดชอบให้กับตัวแทนให้ดำเนินการบริหารงานในนามของตนเพื่อสร้างสร้างผลตอบแทนหรือผลประโยชน์สูงสุดให้กับเจ้าของ แต่การมอบหมายให้ตัวแทนดำเนินการในนามของตนเองอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายเนื่องจากตัวแทนมักจะดำเนินการเพื่อให้เกิดผลประโยชน์กับตัวเองมากกว่านั้น การศึกษาครั้งนี้พบว่า ในบริษัทของประเทศไทยไม่เป็นไปตามแนวคิดทางทฤษฎีข้างต้นเพราะส่วนหนึ่งมาจากการจัดโครงสร้างของการตรวจสอบและคานอำนาจโดยเฉพาะในด้านของการตรวจสอบจากคณะกรรมการอิสระกับคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อลดความขัดแย้งในผลประโยชน์ระหว่างตัวการและตัวแทน รวมถึงธนาคารพาณิชย์มีการกำกับ

ตรวจสอบและดูแลให้การดำเนินงานของสถาบันการเงินมีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส มีธรรมาภิบาลและมีการบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสมจากธนาคารแห่งประเทศไทย มีส่วนทำให้ลดความขัดแย้งในผลประโยชน์ระหว่างตัวการและตัวแทน

2. ข้อเสนอแนะการนำไปใช้ในการปฏิบัติ

2.1 สำหรับการกำกับดูแลกิจการควรกำหนดให้มี จำนวนคณะกรรมการบริหาร สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหารให้มากขึ้น รวมทั้งเพิ่มจำนวนของคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งทั้งหมดจะมีส่วนช่วยในการสร้างความสมดุลในการกำกับดูแลและตรวจสอบเพื่อให้การกำกับดูแลกิจการมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.2 จากผลการศึกษาการกำกับดูแลกิจการของธนาคารพาณิชย์ไทยกับมูลค่ากิจการในด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 2 ตัวแปรเป็นส่วนหนึ่งที่ได้แสดงให้เห็นว่าธนาคารพาณิชย์ไม่ควรลงทุนในสินทรัพย์ในส่วนที่สูงเพราะว่าไม่ได้เป็นส่วนหลักของแหล่งกำเนิดรายได้ที่จะทำให้เกิดกำไรหรือเพิ่มมูลค่ากิจการ

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผู้ที่สนใจศึกษาเพิ่มเติม อาจศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ (Non-Bank) หรือสถาบันการเงินเฉพาะกิจประเภทอื่นเช่น บริษัทประกันภัยเพื่อให้การศึกษามีความครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างมากขึ้น นอกจากนี้ อาจพัฒนางานวิจัยในด้านการเพิ่มตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการในด้านผลตอบแทนของประธานฝ่ายบริหารกับคณะกรรมการที่ส่งผลต่อมูลค่ากิจการ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). ภาพรวมหลักเกณฑ์การกำกับดูแลเงินกองทุนธนาคารพาณิชย์. สืบค้น 24 มิถุนายน 2564, จาก <http://www.bot.or.th>
- บรรษัทภิบาลแห่งชาติ. (2559). ความหมายของการกำกับดูแลกิจการ. สืบค้น 24 มิถุนายน 2564, จาก <http://www.cgthailand.org/SetCG/about/about.html>
- สุภานี นวกุล. (2553). การกำกับดูแลกิจการกับความสามารถในการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- องค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ. (2547). หลักการกำกับดูแลกิจการของ OECD. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2564, จาก <http://www.oecd.org/dataoecd/35/49/42490301.pdf>
- Abor, J. and Biekpe, N. (2007). Corporate governance, ownership structure and performance of SMEs in Ghana: implications for financing opportunities. *Corporate Governance: An International Review*, 7(3), 288-300.
- Afzalur Rashid.(2018). Board independence and firm performance: Evidence from Bangladesh. *Future Business Journal*, 4, 34–49.

- Bahat, K.U., Chen, Y., Jebran, K. and Bhutto, N.A. (2018). Corporate governance and firm value: a comparative analysis of state and non-state owned companies in the context of Pakistan. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, <https://doi.org/10.1108/CG-09-2017-0208>
- Bhagat, S. and Bolton, B. (2008). Corporate governance and firm performance. *Journal of corporate finance*, 14, 257-273.
- Brown, L. D. and Caylor, M. L. (2009). Corporate governance and firm operating performance. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 32, 129-144.
- Cheung, S.Y.L. and Chan, B.Y. (2004). Corporate governance in Asia. *Asia-Pacific Development Journal*, 11(2), 1-31.
- Chiang, T.H. (2005). An empirical study of corporate governance and corporate performance. *Journal of American Academy of Business, Cambridge*, 6, 95 - 101.
- Clarke, T. (2004). *Theories of corporate governance: The philosophical foundations of corporate governance*. New York: Routege.
- Dang, H.N., Pham, C.D., Nguyen, T.X. and Nguyen, H.T. (2020). Effects of corporate governance and earning quality on listed vietnamese firm value. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(4), 71-80.
- Dawar, Varun. (2014). Agency theory, capital structure, and firm performance: some Indian evidence. *Managerial Finance*, 40 (12), 1190-1206.
- Henry, D. (2010). Agency costs, ownership structure and corporate governance compliance: A private contracting perspective. *Pacific-Basin Finance Journal*, 18(1), 24-46
- Jensen, M.C. (1994). The modern industrial revolution, exit, and the failure of internal control systems. *Journal of Applied Corporate Finance*, 4(6), 43-58.
- Jensen, M.C. and Meckling, W.H. (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 4(3), 305-360.
- Jiamsagul, S. (2007). *The performance effects of transparency and disclosure, and board of directors: The case of SET100 Thailand*. Doctoral dissertation Ph.D., The Joint Doctoral Program in Business Administration of Chulalongkorn University, Thammasat University, and National Institute of Development Administration, Bangkok.
- Mccolgan, P. (2001). *Agency theory and corporate governance: A review of the literature from a UK perspective*. Retrieved June 24, 2021, from [http:// www.ppge.ufrgs.br/giacomo/arquivos/gov-corp/mccolgan-2001.pdf](http://www.ppge.ufrgs.br/giacomo/arquivos/gov-corp/mccolgan-2001.pdf)
- Samia, H., Wang, J. and Zhou, H. (2011). Corporate governance and operating performance of Chinese listed firms. *Journal of International Accounting, Auditing, and Taxation*, 20, 106-114.

-
- Sukcharoensin, S. (2003). *Essays on corporate governance, outside directors, and firm performance*. Doctoral dissertation Ph.D., The Joint Doctoral Program in Business Administration of Chulalongkorn University, Thammasat University, and National Institute of Development Administration, Bangkok.
- Wiwattanakantang, Y. (2000). *The ownership structure, capital structure and performance of Thai firms*. Doctoral dissertation Ph.D., Hitotsubashi University, Tokyo.

คุณลักษณะของรูปแบบรายได้ที่ส่งผลต่ออัตราการเติบโตของกำไร ของธุรกิจผู้ผลิตซอฟต์แวร์

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 9 กรกฎาคม 2564
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 15 สิงหาคม 2564
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 9 กันยายน 2564

ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ^{1}*

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการประยุกต์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของรูปแบบรายได้ ได้แก่ รายได้จากค่าลิขสิทธิ์ รายได้จากโฆษณา รายได้จากการให้เช่าใช้ และรายได้จากอัตราการใช้ที่ส่งผลต่ออัตราการเติบโตของกำไรของธุรกิจผู้ผลิตซอฟต์แวร์ในประเทศไทยกับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจผู้ผลิตซอฟต์แวร์ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวนทั้งสิ้น 151 ราย

ผลการวิจัยที่ได้แสดงให้เห็นว่า ระดับการดำเนินงานในลักษณะรายได้จากค่าลิขสิทธิ์ รายได้จากโฆษณา รายได้จากการให้เช่าใช้ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ และรายได้จากอัตราการใช้อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ สำหรับผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ พบว่า ค่าอิทธิพลของตัวแปรต้นทั้งหมดที่ประกอบด้วย รายได้จากโฆษณา รายได้จากอัตราการใช้ รายได้จากการให้เช่าใช้ และรายได้จากค่าลิขสิทธิ์ ร่วมกันพยากรณ์ อัตราการเติบโตของกำไรได้ร้อยละ 58.21 โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตราการเติบโตของกำไรมากที่สุดคือ รายได้จากค่าลิขสิทธิ์ รายได้จากการให้เช่าใช้ รายได้จากอัตราการใช้ และรายได้จากโฆษณา ตามลำดับ

คำสำคัญ: รูปแบบรายได้ อัตราการเติบโตของกำไร ธุรกิจผู้ผลิตซอฟต์แวร์

^{*} ผู้ประสานงานหลัก: tummatinna@yahoo.com

The Characteristics of Revenue Model Contributing to Margin Growth of Software Business

Received: July 9, 2021

Revised: August 15, 2021

Accepted: September 9, 2021

Tummatinna Seesupan^{1*}

Assistant Professor of Master of Business Administration Program
Faculty of Management Pibulsongkram Rajabhat University

Abstract

The purposes of this research were to investigate the effect of the characteristics of the income model such as revenue from royalties, advertising income, rental income and revenue from utilization rate that affects profit growth rate of software business in Thailand. The quantities method was used 151 questionnaire as software business in Bangkok for collection data. The instrument of data was being analyzed by using frequency, percentages, mean, standard deviation and the multiple regression analysis was used to analyze and test research hypotheses.

The results have shown that the revenue from royalties, advertising income, rental income and revenue from utilization rate was in high level in order. The result also insists that the revenue from royalties, advertising income, rental income and revenue from utilization rate have impact on the profit growth rate of software business in Bangkok 58.21 percent. The revenue from royalties was in higher level following the rental income, revenue from utilization rate and advertising income in order.

Keywords: Customer Engagement, Entertainment, Benefit, Interactivity.

* Corresponding Author : tummatinna@yahoo.com

บทนำ

ซอฟต์แวร์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ที่สำคัญของประเทศ และยังมีส่วนสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมอื่นๆ ซึ่งซอฟต์แวร์จะมีส่วนช่วยสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจในทุกภาคส่วนของอุตสาหกรรมอื่นภายในประเทศและช่วยอำนวยความสะดวกให้กับการดำรงชีวิตและการสื่อสารของผู้คนในสังคมยุคปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้ซอฟต์แวร์จึงกลายเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญยิ่งต่อการดำเนินวิถีชีวิตยุคใหม่ แต่ในขณะที่ธุรกิจผู้ผลิตซอฟต์แวร์ในประเทศไทยยังอยู่ในระดับเริ่มต้นของการพัฒนาที่ยังต้องมีการพัฒนากลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลยุทธ์ที่มีความเฉพาะเจาะจงและมีผลโดยตรงต่อความสามารถในการทำกำไรให้กับธุรกิจ

กลยุทธ์ในการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจหลากหลายรูปแบบเพื่อให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีและสามารถอยู่รอด โดยรูปแบบรายได้เป็นหนึ่งในองค์ประกอบของตัวแบบธุรกิจ (Business Model : BMC) เป็นแนวทางหนึ่งในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จซึ่งเป็นแนวคิดที่สำคัญและได้รับการยอมรับจากนักวิชาการในระดับโลกว่าเป็นแนวคิดที่มีผลต่อความสำเร็จ Osterwalder and Pigneur, (2010) การนำแนวคิดรูปแบบรายได้มาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือเพื่อช่วยในการวางแผนการดำเนินงานของธุรกิจทางด้านการจัดการรายได้ของกิจการ จะช่วยให้ผู้ประกอบการมีมุมมองและสามารถระบุได้ถึงรูปแบบของรายได้ที่สอดคล้องกับคุณค่าและความเป็นเหตุเป็นผลในการดำเนินงานของบริษัทเพื่อก่อให้เกิดผลกำไรที่คาดหวังได้

ดังนั้นการค้นหารูปแบบรายได้แบบใดที่จะส่งผลต่อความสำเร็จด้านอัตราการเติบโตของกำไรของกิจการ จึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญ เนื่องจากกำหนดรูปแบบรายได้ของกิจการจะเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยให้ผู้บริหารของธุรกิจสามารถออกแบบการดำเนินงานด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานของธุรกิจได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นการสร้างคุณค่าและการใช้ทรัพยากรต่างๆ ของกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ (Chesbrough, 2007) จึงเป็นที่มาของการศึกษาคุณลักษณะของรูปแบบรายได้ที่ส่งผลต่ออัตราการเติบโตของกำไรของธุรกิจผู้ผลิตซอฟต์แวร์ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลสำคัญด้านกลยุทธ์ที่นำไปสู่ความสำเร็จให้กับธุรกิจได้

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะของรูปแบบรายได้ ได้แก่ รายได้จากค่าลิขสิทธิ์ รายได้จากโฆษณา รายได้จากการให้เช่าใช้ และรายได้จากอัตราการใช้ที่ของกำไรของธุรกิจผู้ผลิตซอฟต์แวร์
2. เพื่อลักษณะของรูปแบบรายได้ ได้แก่ รายได้จากค่าลิขสิทธิ์ รายได้จากโฆษณา รายได้จากการให้เช่าใช้ และรายได้จากอัตราการใช้ที่ส่งผลต่ออัตราการเติบโตของกำไรของธุรกิจผู้ผลิตซอฟต์แวร์

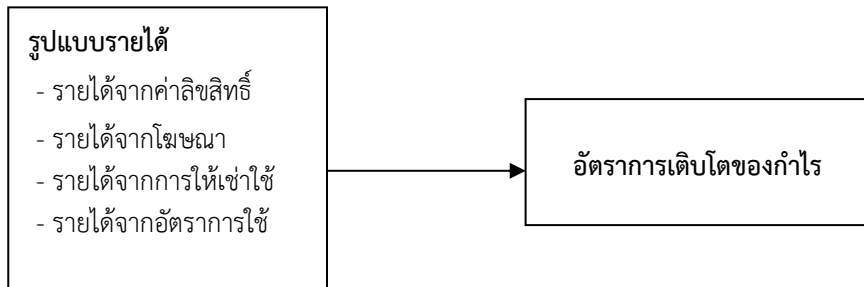
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รูปแบบรายได้ เป็นประเด็นที่มีความสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานและเป็นประเด็นที่มีความสำคัญในโลกธุรกิจ เนื่องจากรูปแบบรายได้เป็นแหล่งในการแสวงหารายรับให้เกิดขึ้นกับกิจการซึ่งจะส่งผลต่อกระแสเงินสดและความสามารถในการทำกำไรของกิจการ ซึ่งเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจและได้รับการศึกษาเพิ่มมากขึ้นว่ารูปแบบรายได้ในลักษณะใดส่งผลต่อการเติบโตด้านกำไรของกิจการ

แหล่งของรายได้ (Revenue Model) เป็นองค์ประกอบในตัวแบบธุรกิจที่มีความสำคัญซึ่งมีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้ Redis (2009) กล่าวว่ารูปแบบรายได้ของบริษัท (Business Income Model) หมายถึง จำนวนของแหล่งที่มาของรายได้ที่บริษัทกำหนดที่อธิบายถึงความหลากหลายของรายได้จากแหล่งที่มาที่แตกต่างกัน ในลักษณะของแหล่งเดียวของรายได้หรือหลายแหล่งรายได้ สอดคล้องกับ Osterwalder and Pigneur (2010) กล่าวว่าแหล่งที่มาของรายได้ (Revenue Streams) หมายถึงแหล่งที่มาของผลลัพธ์ทางการเงินจากข้อเสนอคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า เช่น จากค่าใบอนุญาต (Licensing) ค่าโฆษณา (Advertising) ค่าลงทะเบียน (Subscription) ซึ่งมีความหลากหลายในรูปแบบต่าง ๆ ในการทำเงินของบริษัท และ Cusumano (2008) กล่าวว่ารูปแบบรายได้ หมายถึงรูปแบบของการได้มาซึ่งรายรับที่บริษัทกำหนด ที่มาจกลักษณะของการดำเนินงานในธุรกรรมทางด้านซอฟต์แวร์ที่มีความหลากหลายจากรูปแบบต่าง ๆ ที่บริษัทกำหนด ซึ่งถ้าบริษัทมีแหล่งของรายได้จากรูปแบบรายได้หลากหลายแหล่ง ก็จะทำให้มีโอกาสที่จะได้รับรายรับและเงินสดเข้าสู่กิจการเพิ่มมากขึ้น ซึ่ง Cusumano (2008) ได้เสนอลักษณะรูปแบบรายได้ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจซอฟต์แวร์ ได้แก่ รายได้จากค่าลิขสิทธิ์ (Copy Right-Based) ซึ่งเป็นการคิดค่าตอบแทนหรือค่าจ้างจากงานพัฒนาซอฟต์แวร์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ลูกค้าของบริษัทตกลงจ่ายให้เพื่อจะได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ในส่วนของรายได้จากโฆษณา (Advertising-Based) หมายถึง รายได้ของธุรกิจที่ได้รับจากการลงโฆษณาจากลูกค้า และรายได้จากการให้ใช้งาน เป็นรายได้ที่ผู้ผลิตซอฟต์แวร์คิดจากค่าเช่าในการใช้งานซอฟต์แวร์เป็นระยะเวลาหนึ่งๆ ตามที่ลูกค้าระบุตามสัญญา และรายได้จากอัตราการใช้ จะเป็นรายได้ที่ธุรกิจได้รับเป็นอัตราการเข้าใช้บริการของลูกค้า ตามหลักเกณฑ์การกำหนดอัตราการใช้งานที่ได้ทำการตกลงทำสัญญากับลูกค้าไว้

การศึกษาถึงรูปแบบรายได้ ที่แสดงถึงความหลากหลายในการทำเงินของธุรกิจ ซึ่งเป็นการศึกษาถึงลักษณะแหล่งที่มาของรายได้ด้านต่าง ๆ ผลการศึกษาพบว่าลักษณะรายได้แบบหลายแหล่งรายได้ส่งผลกับอัตราการเติบโตของกำไร การหมุนเวียนของเงินสด และความสำเร็จในการดำเนินงาน การทบทวนวรรณกรรมข้างต้นสรุปได้ว่ารูปแบบรายได้ที่มาจากหลายแหล่งรายได้ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

กรอบแนวความคิด



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยลักษณะของรูปแบบรายได้ที่ส่งผลต่ออัตราการเติบโตของกำไรของธุรกิจผู้ผลิตซอฟต์แวร์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในลักษณะของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม เพื่อให้ได้คำตอบที่ถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและยืนยันสมมติฐานการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร (Population) ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บริษัทผู้ผลิตซอฟต์แวร์ตามรายชื่อสมาชิก ของสมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งประเทศไทยที่อยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครจำนวน 253 บริษัท (สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ, 2559) และผู้วิจัยทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Krejcie and Morgan (Krejcie & Morgan, 1970) ได้จำนวน 151 ราย และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงกับผู้บริหารของธุรกิจ ผู้จัดการระดับสูง หรือบุคคลรับผิดชอบในการบริหารเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลทั่วไปด้านลักษณะของธุรกิจ ได้แก่ จำนวนพนักงาน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งอัตราการเติบโตของกำไรของธุรกิจ โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบเติมคำตอบและแบบเลือกตอบ และส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินงานคุณลักษณะของรูปแบบรายได้ ได้แก่ รายได้จากค่าลิขสิทธิ์ รายได้จากโฆษณา รายได้จากการให้เช่าใช้ และรายได้จากอัตราการใช้ ซึ่งเป็นข้อคำถามที่มีคำตอบแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) รวมทั้งคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

ซึ่งมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) หลังจากนั้นได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว มาทำการทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม

(Try Out) จากประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha Coefficient Cronbach) ดังตาราง 1 และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามโดยใช้ลิงค์ Google Form ไปทางช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เฟสบุ๊กและไลน์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามบัญชีรายชื่อที่ได้แจ้งไว้ ในช่วงเวลาดังตั้งแต่มิถุนายน ถึง กันยายน 2563

ตาราง 1 ผลการทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม

ตัวแปรในการวิเคราะห์	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค
รายได้จากค่าลิขสิทธิ์	0.851
รายได้จากค่าโฆษณา	0.884
รายได้จากการให้เช่าใช้	0.835
รายได้จากอัตราการใช้	0.819
แบบสอบถามทั้งฉบับ	0.912

* พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคควรมีค่ามากกว่า 0.70 (Hair, Black, Babin, Anderson and Tathan, 2006)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 และตอนที่ 2 ใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ แบบสอบถามตอนที่ 3 ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ประกอบการธุรกิจผู้ผลิตซอฟต์แวร์ในประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจผู้ผลิตซอฟต์แวร์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการดำเนินงานต่ำสุด 1 ปี และระยะเวลาในการดำเนินงานสูงสุด 27 ปี และมีจำนวนพนักงานต่ำสุด จำนวน 3 คน และสูงสุด จำนวน 151 คน

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของปัจจัยในแต่ละด้านที่มีผลต่ออัตราการเติบโตของกำไรของธุรกิจผู้ผลิตซอฟต์แวร์ ซึ่งแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 ระดับความคิดเห็นการดำเนินงานด้านรูปแบบรายได้ในแต่ละด้าน

ตัวแปร (Variables)	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.	การแปลความหมาย
รายได้จากค่าลิขสิทธิ์ (LIS)	4.25	0.68	มากที่สุด
รายได้จากโฆษณา (ADV)	2.63	0.48	ปานกลาง
รายได้จากการให้เข้าใช้ (REN)	3.74	0.54	มาก
รายได้จากอัตราการใช้ (USE)	3.25	0.61	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าระดับการดำเนินงานด้านรูปแบบรายได้ของธุรกิจผู้ผลิตซอฟต์แวร์ โดยพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านรายได้จากค่าลิขสิทธิ์มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.25 ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.68) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาด้านรายได้จากการให้เข้าใช้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.54) และ รายได้จากอัตราการใช้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 0.61) ตามลำดับ รายได้จากโฆษณามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 ($\bar{X} = 2.63$, S.D. = 0.48) อยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยรูปแบบรายได้ที่มีผลต่ออัตราการเติบโตของกำไรของธุรกิจ ดังแสดงในตารางที่ 3

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยรูปแบบรายได้ที่มีผลต่ออัตราการเติบโตของกำไรของธุรกิจ

ตัวแปรปัจจัย (Variables)	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (β)	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐาน	t-statistic	p-value
ค่าคงที่ (Constant)	9.833		11.526	.000***
รายได้จากค่าลิขสิทธิ์ (LIS)	.543	.068	7.124	.000***
รายได้จากโฆษณา (ADV)	.324	.056	5.428	.000***
รายได้จากการให้เข้าใช้ (REN)	.468	.062	6.528	.000***
รายได้จากอัตราการใช้ (USD)	.412	.057	6.365	.000***
$R^2 = .592$				
Adjust $R^2 = .575$				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยรูปแบบรายได้ที่มีผลต่ออัตราการเติบโตของกำไรของธุรกิจ (GRO) ที่ประกอบด้วยปัจจัยด้านรายได้จากค่าลิขสิทธิ์ (LIS) รายได้จากโฆษณา

(ADV) รายได้จากการให้เช่า (REN) รายได้จากอัตรการใช้ (USD) สามารถร่วมกันพยากรณ์อัตรการเติบโตของกำไรได้เท่ากับร้อยละ 59.20 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 41.80 เป็นอิทธิพลจากปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ผู้วิจัยไม่นำมาศึกษาในงานวิจัยนี้

โดยเมื่อพิจารณาขนาดของค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐาน (Beta) ของปัจจัยทั้งสี่ด้านที่ส่งผลต่ออัตรการเติบโตของกำไรของธุรกิจมากที่สุด คือ ด้านรายได้จากค่าลิขสิทธิ์ เท่ากับ .068 (Beta = .068) รองลงมาคือด้านรายได้จากการให้เช่า เท่ากับ .062 (Beta = .062) ด้านรายได้จากอัตรการใช้ เท่ากับ .057 (Beta = .057) และด้านรายได้จากโฆษณาเท่ากับ .056 (Beta = .056) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) โดยสามารถเขียนเป็นสมการอธิบายได้ดังนี้ (ดูสูตรที่ 1)

$$Z(GRO) = 0.068LIS + .056ADV + .062REN + .057USD \text{ ---- (1)}$$

$$R^2 = .592$$

และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปแบบคะแนนดิบ (β) ซึ่งสามารถนำมาเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้คือ (ดูสูตรที่ 2)

$$Y(GRO) = 9.833 + 0.543LIS + 0.324ADV + 0.468REN + 0.412USD \text{ ---- (1)}$$

$$R^2 = .592$$

สามารถอธิบายสมการพยากรณ์ที่ 2 ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านรายได้จากค่าลิขสิทธิ์ เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะส่งผลต่ออัตรการเติบโตของกำไรของธุรกิจเพิ่มขึ้น .543 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยด้านอื่นคงที่

ปัจจัยด้านรายได้จากโฆษณา เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะส่งผลต่ออัตรการเติบโตของกำไรของธุรกิจเพิ่มขึ้น .324 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยด้านอื่นคงที่

ปัจจัยด้านรายได้จากการให้เช่า เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะส่งผลต่ออัตรการเติบโตของกำไรของธุรกิจเพิ่มขึ้น .468 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยด้านอื่นคงที่

ปัจจัยด้านรายได้จากอัตรการใช้ เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะส่งผลต่ออัตรการเติบโตของกำไรของธุรกิจเพิ่มขึ้น .412 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยด้านอื่นคงที่

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรม และพบว่าปัจจัยด้านรายได้จากค่าลิขสิทธิ์ส่งผลต่ออัตรการเติบโตของกำไรของธุรกิจมากที่สุด รองลงมาคือด้านรายได้จากการให้เช่า ด้านรายได้จากอัตรการใช้ และด้านรายได้จากโฆษณาส่งผลต่ออัตรการเติบโตของกำไรของธุรกิจตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

ข้อค้นพบของปัจจัยด้านรูปแบบรายได้ในลักษณะของรายได้จากค่าลิขสิทธิ์พบว่า มีผลต่ออัตราการเติบโตของกำไรของธุรกิจผู้ผลิตซอฟต์แวร์มากที่สุด รองลงมาคือด้านรายได้จากการให้เช่าใช้ ด้านรายได้จากอัตราการใช้ และด้านรายได้จากโฆษณาส่งผลต่ออัตราการเติบโตของกำไรของธุรกิจตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Zott, Amit and Massa, 2011) ซึ่งอาจสามารถกำหนดแหล่งของรายได้แบบค่าลิขสิทธิ์ที่อยู่ในรูปของการเหมาจ่ายต่อโครงการ และคิดค่าบริการรวมอยู่ในการเสนอขายครั้งแรกหรือในปีแรก และบริษัทที่มีการกำหนดรูปแบบของรายได้หลายรูปแบบ จะทำให้ผลการดำเนินงานทางการเงินดีกว่าบริษัทอื่น

ผลการศึกษาในส่วนนี้สรุปได้ว่าการกำหนดรูปแบบของรายได้ที่หลากหลายรูปแบบเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจผู้ผลิตซอฟต์แวร์ ดังนั้นข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการควรมีการดำเนินการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในด้านนี้ให้มากขึ้น ในการพัฒนาและเพิ่มลักษณะการกำหนดรูปแบบค่าบริการใหม่ ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความหลากหลายของรายได้จากการโฆษณา นอกจากนี้ยังสามารถกำหนดรูปแบบรายได้จากอัตราการใช้และการให้เช่าใช้งาน ซึ่งลูกค้าสามารถใช้งานได้ตามความต้องการการใช้งาน ไม่ต้องจ่ายครั้งละมาก ๆ และสอดคล้องกับเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยอย่างในปัจจุบัน ทำให้ลูกค้าเข้าถึงการใช้งานซอฟต์แวร์โดยแบบเช่าใช้ได้ง่ายและสะดวกขึ้น และการคิดค่าบริการในลักษณะนี้ลูกค้าไม่ต้องจ่ายทีละมาก ๆ สามารถเลือกจ่ายได้ตามความเหมาะสม ลูกค้าไม่ต้องซื้อซอฟต์แวร์ทั้งหมด หรือจ่ายเงินมูลค่าสูง เพื่อซื้อซอฟต์แวร์ไปใช้งานเป็นการถาวร ดังนั้น เป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการที่สามารถพัฒนารูปแบบการกำหนดราคาซอฟต์แวร์ในลักษณะนี้ได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะการนำไปใช้ในการปฏิบัติ

1.1 ปัจจัยด้านลักษณะรูปแบบรายได้ ด้านรายได้จากค่าลิขสิทธิ์เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราการเติบโตของกำไรมากที่สุด ซึ่งผลจากการศึกษาในส่วนนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการผู้ผลิตซอฟต์แวร์ควรให้ความสำคัญกับการวางแผนและกำหนดลักษณะของรายได้จากค่าลิขสิทธิ์ให้มากขึ้นและมีหลากหลายรูปแบบ เช่น รายได้จากการขาย license เป็นต้น

1.2 ปัจจัยด้านลักษณะรูปแบบรายได้ ด้านรายได้จากการให้เช่าใช้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราการเติบโตของกำไรรองลงมา ดังนั้นธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบรายได้ในลักษณะนี้เพิ่มขึ้น รวมทั้งการเพิ่มลักษณะการกำหนดรูปแบบค่าบริการใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลักษณะรายได้จากการโฆษณา เนื่องจากในปัจจุบันลูกค้าเข้าใช้งานในซอฟต์แวร์และสื่อออนไลน์กันมากขึ้น ใช้ระยะเวลาอยู่กับเทคโนโลยีมากขึ้น การสร้างซอฟต์แวร์ที่มีการรับค่าโฆษณาจากผู้ผลิตสินค้าต่างๆ ได้ จะทำให้ธุรกิจสามารถมีรายได้จากการลงโฆษณาเพิ่มมากขึ้นด้วย

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาวิจัยในครั้งนี้นำปัจจัยด้านรูปแบบรายได้ที่พบต่อผลการศึกษาว่าส่งผลต่ออัตรา การเติบโตของกำไรมาใช้ในการศึกษา ซึ่งยังอาจมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีความสำคัญ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการเพิ่มปัจจัยที่ยังไม่ได้นำมาศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้เพิ่มเติมด้วย

เอกสารอ้างอิง

- สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ. (2559). *Thailand ICT market & Outlook 2016*. สืบค้น 23 พฤศจิกายน 2553, จาก http://pld.nectec.or.th/websrii/images/stories/documents/presentations/20100217_ictmkt09_presentation.pdf
- Chesbrough, H. (2007). Business model innovation: It's not just about technology anymore. *Strategy & Leadership*, 35, 12-17.
- Cusumano, M. (2008). The changing software business: From products to services and other new business models. The MIT Center for Digital Business. *A research and Education initiative at the MIT Sloan School of Management*, 41(1), 20-47.
- Hair, J., Black, B., Babin, B., Anderson, R. and Tatham, R.. (2006). *Multivariate Data Analysis (6th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice-Hall International.
- Krejcie, R.V. and Morgan, D. W. (1970). *Education and Psychological Measurement*. New York: Minnesota University.
- Osterwalder, A. and Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. The United States of America: John Wiley & Sons.
- Redis, J. (2009). The impact of business model characteristics on IT firms' performance. *International Journal of Business*, 14(4), 291-307.
- Zott, C., Amit, R. and Massa, L. (2011). The business model: recent developments and future research. *Journal of Management*, 37(4), 1019 - 1042.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน กรณีศึกษาพนักงาน
บริษัทโมเดิร์นเทรดในจังหวัดพิษณุโลก

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 12 กรกฎาคม 2564

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 29 กันยายน 2564

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 6 ตุลาคม 2564

จุฑามาศ อ้วนแก้ว¹, บุญญาพร แก้วยม²

นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิษณุโลก

และ บุญลดา คุณาเวชกิจ^{3*}

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิษณุโลก

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน และ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านองค์กรที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน กรณีศึกษาพนักงานบริษัทโมเดิร์นเทรดในจังหวัดพิษณุโลก โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานของบริษัทโมเดิร์นเทรดในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 188 คน ใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่ (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.9 กลุ่มตัวอย่างมีช่วงอายุระหว่าง 21 ถึง 30 ปีมากที่สุด ร้อยละ 44.1 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 55.9 มีระดับการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 75.0 ตำแหน่งงานส่วนใหญ่อยู่ในระดับปฏิบัติงาน ร้อยละ 91.5 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานส่วนใหญ่อยู่ในระดับ 1- 5 ปี ร้อยละ 63.3 ส่วนใหญ่มีรายได้ น้อยกว่า 15,000 บาท/เดือน ร้อยละ 83.0 ผลการศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานไม่แตกต่างกัน ยกเว้นปัจจัยส่วนบุคคลในด้านระยะเวลาที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนอิทธิพลของปัจจัยด้านองค์กร ได้แก่ ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านขวัญ/กำลังใจในการทำงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน ส่วนปัจจัยองค์กรด้านลักษณะงาน ด้านสัมพันธภาพในที่ทำงาน ไม่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิตการทำงาน ปัจจัยที่มีอิทธิพล พนักงานบริษัท

* ผู้ประสานงานหลัก: k.boonlada@hotmail.co.th

Factors Influencing Quality of Working Life : A Case Study of Modern Trade Company in Phitsanulok Province

Received: July 12, 2021

Revised: September 26, 2021

Accepted: October 6, 2021

Juthamas Uankaew¹, Bunyaporn Kaewyom²

Student of Human Resource Management

Faculty of Management Sciences, Phibulsongkram Rajabhat University

And Boonlada Kunavetchakij^{3*}

Lecture of Human Resource Management

Faculty of Management Sciences, Phibulsongkram Rajabhat University

Abstract

The objectives of this research were 1) to study on the difference of personal factors which affect to the quality of working life, and 2) to study on the influence of organizational factors which influence to the quality of working life with the employees of Modern Trade Company in Phitsanuloke Province. The instrument were questionnaires. The sample group were 188 employees of Modern trade Company. The statistics were frequency, mean, standard deviation, T-test, One-way ANOVA and multiple regression analysis. The result showed that 55.9 percent were female, 44.1 percent had aged between 21 to 30 years old, 55.9 percent were single, 75 percent had education lower than Bachelor's Degree, 91.5 percent were in the position of subordinate employees, 63.3% had worked in this company between 1-5 years and 83% had earned income less than 15,000 Baht per month. From the researching of the difference of personal factors were found that the difference of gender, age, marital status, education, position and income had no affected to the quality of working life excepted the difference of working time period at the statistical significance at level 0.05. From the influence of organizational factors such as policy and administration, career progression, recognition, employee morale and working environment had an influence on quality of working life. And the factors of working type or relationship at work had no influence on quality of working life at the statistical significance at level 0.05.

Keywords: Quality of Working Life, Influence Factors, Modern Trade Employees.

* Corresponding Author: k.boonlada@hotmail.co.th

บทนำ

ปัจจัยด้านองค์กร ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับองค์กร บรรยากาศภายในองค์กร เป็นการรับรู้ของบุคลากรที่มีต่อลักษณะหรือบรรยากาศภายในองค์กรที่บุคลากรปฏิบัติงาน ประกอบด้วย นโยบายและการบริหารงาน ลักษณะงาน สัมพันธภาพในที่ทำงาน ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ขวัญกำลังใจในการทำงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน อย่างไรก็ตาม การทำงานมีความสำคัญต่อชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ เพื่อตอบสนองต่อปัจจัยพื้นฐาน ทั้งปัจจัยด้านการเงิน การยอมรับนับถือในสังคม รวมถึงความพึงพอใจในชีวิตของตนเอง แต่หากพนักงานไม่มีความสุขกับการทำงานหรือไม่พึงพอใจในชีวิตการทำงานก็จะทำให้งานที่ออกมาไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น ปัจจัยด้านองค์กรเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะส่งผลและสนับสนุนให้คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานดีขึ้น (สุภพร พงษ์เสถียรศักดิ์, 2556)

คุณภาพชีวิตในการทำงาน การมีการบังคับบัญชาสภาพการทำงานค่าตอบแทนและสวัสดิการที่ดีและมีงานที่น่าสนใจมีความท้าทายและเป็นงานที่มีรางวัลตอบแทน หากพนักงานไม่พึงพอใจในชีวิตการทำงานย่อมส่งผลทำให้การทำงานไม่มีประสิทธิภาพ แต่ถ้าหากพนักงานมีความพึงพอใจในชีวิตการทำงานก็ย่อมส่งผลให้การทำงานออกมามีประสิทธิภาพเช่นกัน งานจะมีคุณภาพได้จะต้องเกิดจากการสร้างสรรค์ของคนทำงานที่มีคุณภาพหรือคุณภาพสินค้าและบริการจะต้องดำเนินไปควบคู่กับคุณภาพชีวิตการทำงานด้วย ดังนั้น คุณภาพชีวิตการทำงานจึงมุ่งหวังให้พนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดีและมีความพึงพอใจนำไปสู่การเพิ่มผลผลิตและประสิทธิผลขององค์กร พนักงานจะมีความพึงพอใจและทุ่มเทการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ องค์การต้องสร้างแรงจูงใจโดยพยายามให้ผลตอบแทนการทำงานของคนตามความต้องการของเขาและต้องประสานความต้องการของคนทำงานให้เข้ากับความต้องการของหน่วยงานด้วยเพื่อให้บังเกิดผลงานที่ดีที่สุดสอดคล้องตามเป้าหมายของการทำงาน คุณภาพชีวิตการทำงานที่สูงยังทำให้ความพอใจของลูกค้าด้วยเช่นกัน ซึ่งจะเป็นการจัดเตรียมเพื่อให้การเจริญเติบโตและผลกำไรของบริษัทสูงขึ้น (Lau and May, 1998: 212-214 อ้างถึงใน เกษศิรินทร์ ไชยสงคราม, 2553) ดังนั้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงานจึงถือเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างมากต่อความสำเร็จขององค์การ

บริษัทโมเดิร์นเทรดในจังหวัดพิษณุโลกที่ทางผู้วิจัยต้องการศึกษา เป็นอีกบริษัทที่ให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรบุคคลเป็นอย่างยิ่งดังนั้นบริษัทจะต้องศึกษาและสำรวจความต้องการที่แท้จริงของพนักงานในทุกแง่มุมและหาวิธีที่จะพัฒนานโยบาย และวิธีการที่จะจูงใจพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของพนักงาน และสามารถเพิ่มความพึงพอใจในการทำงาน ทำให้พนักงานพร้อมที่จะทุ่มเทแรงกายแรงใจและทำงานด้วยความตั้งใจด้วยศักยภาพที่พนักงานมีอย่างเต็มที่

จากความเป็นมาและเหตุผลข้างต้น จะเห็นได้ว่าการปฏิบัติงานของพนักงานที่ดีนั้นจะต้องประกอบไปด้วยปัจจัยด้านองค์กรที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร หากพนักงานมีความพึงพอใจ มีความรู้ความสามารถ และสามารถพัฒนาตนเองได้อยู่ตลอดเวลา ทำให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีขึ้นและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลต่อองค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ดังนั้นผู้

ศึกษาจึงสนใจศึกษาปัจจัยด้านองค์กรที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรอื่นหรือผู้ที่สนใจ เพื่อพัฒนาพนักงานขององค์กรตนเองให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน กรณีศึกษาพนักงานบริษัทไมโครเทรตในจังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านองค์กรที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน กรณีศึกษาพนักงานบริษัทไมโครเทรตในจังหวัดพิษณุโลก

เอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538 อ้างถึงใน พรพิตร ธรรมชาติ, 2560) กล่าวว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ การศึกษา ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ และอาชีพ เป็นต้นเนื่องจากแต่ละบุคคลมีพื้นฐานด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลให้มีลักษณะทางจิตวิทยาที่แตกต่างกันซึ่งหมายความว่า มุมมองและความรู้สึกนึกคิดของบุคคลแต่ละบุคคลไม่เหมือนกัน

กรณีการ เหมือนประเสริฐ (2548) ได้ศึกษาและพบความหลากหลายทางด้านพฤติกรรม ความคิด ทศนะคติ และความพึงพอใจของพนักงานในองค์กรต่างๆ ซึ่งลักษณะพฤติกรรมที่หลากหลายของพนักงานมีสาเหตุมาจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อายุงาน ลักษณะพฤติกรรมในการทำงานของบุคคล

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory) ของ De Fleur (1996) ได้เสนอหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล ดังนี้

- 1) มนุษย์มีความแตกต่างกันอย่างมากในองค์ประกอบทางด้านจิตวิทยาบุคคล
- 2) ความแตกต่างนี้บางส่วนมาจากลักษณะทางชีวภาพหรือทางร่างกายที่มีความแตกต่างกันของแต่ละบุคคล ซึ่งโดยทั่วไปแล้วจะมาจากการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน
- 3) มนุษย์ทุกคนถูกเลี้ยงดูภายใต้สภาพแวดล้อมที่หลากหลาย จึงทำให้มีการเปิดรับความคิดเห็นที่แตกต่างกันไป
- 4) สิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันทำให้เกิดทัศนคติค่านิยมและความเชื่อถือที่ส่งผลกระทบไปถึงลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

2. ทฤษฎีสองปัจจัย (Two - Factory Theory) ของเฮิร์ซเบิร์ก

เฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg, 1959, อ้างถึงในลัดดาวิณย์ สกุลสุข, 2550, มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2551, วารุณี แดบสูงเนิน, 2554) กล่าวว่าทฤษฎีสองปัจจัยเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวกับการคุณภาพชีวิตการทำงาน อีกด้วย ปัจจัยสองกลุ่ม คือ ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) และ ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors)

2.1 ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) เป็นองค์ประกอบปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานโดยตรง เป็นปัจจัยที่จูงใจบุคลากรในหน่วยงานให้เกิดความพึงพอใจในหน่วยงานให้เกิดความพอใจในงาน ซึ่งเป็นปัจจัยภายใน (ความต้องการภายใน เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานและเป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้คนขยันปฏิบัติงาน ประกอบด้วย

- 1) ความสำเร็จของงาน (Achievement)
- 2) การยอมรับนับถือ (Recognition)
- 3) ความก้าวหน้า (Advancement)
- 4) ลักษณะของงาน (The work Itself)
- 5) ความรับผิดชอบ (Responsibility)

2.2 ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) หรือปัจจัยการบำรุงรักษา (Maintenance Factor) เป็นองค์ประกอบที่ไม่เกี่ยวกับงานโดยตรง แต่เป็นองค์ประกอบที่มีความเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน เป็นปัจจัยที่ไม่ใช่สิ่งจูงใจ แต่เป็นปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานมีอยู่ตลอดเวลา ถ้าปัจจัยด้านค้ำจุนไม่มี หรือมีในลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับบุคลากรในหน่วยงาน ก็จะทำให้เกิดความไม่พอใจในการทำงาน (Job dissatisfaction) ถือว่าเป็นปัจจัยภายนอก เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พอใจในการทำงาน หากขาดปัจจัยกลุ่มนี้ ประกอบด้วย

- 1) นโยบายและการบริหารงาน (Company Policy and Administration)
- 2) การบังคับบัญชา (Supervision)
- 3) ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (Interpersonal Relation)
- 4) เงินเดือน (Salary)
- 5) สภาพแวดล้อมในการทำงาน (Working Condition)

การค้นพบของเฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg สรุปได้ว่า ปัจจัยค้ำจุนมีขึ้นเพื่อบำรุงจิตใจของผู้ปฏิบัติงาน ถ้าหากไม่ได้จัดให้มีขึ้น ผู้ปฏิบัติงานจะรู้สึกผิดปกติและเกิดความรู้สึกไม่พอใจในงาน ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายแก่องค์กรได้ ส่วนปัจจัยจูงใจมีขึ้นเพื่อสร้างความพึงพอใจในผลงานกระตุ้นให้กระตือรือร้นในการทำงานยิ่งขึ้น ดังนั้น ถ้าหากผู้บริหารต้องการให้ผู้ปฏิบัติงานด้วยความพึงพอใจเพื่อให้ผลงานมีคุณภาพสูง ควรจัดให้มีการจูงใจที่เหมาะสม

3. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน

คุณภาพชีวิตการทำงาน (Quality of Work Life) หมายถึง ลักษณะสภาพชีวิตที่ดีมีความสุขทั้งร่างกายและจิตใจของบุคคล ในขณะที่ทำงานและมีสัมพันธภาพที่สอดคล้องผสมผสานกันระหว่างงานกับชีวิต ส่งผลให้บุคคลมีขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งการจะวัดว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานหรือไม่นั้น ต้องพิจารณาจากองค์ประกอบคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ครอบคลุมสภาพชีวิตที่ดีทั้งทางร่างกายและจิตใจ ซึ่ง Walton (1973 อ้างถึงใน กัญญาภัทร อัสวพพระ, ขวัญลักษณ์ คำโณม และ ศักดิ์ระวีร์ วรวัฒน์ประัญญา, 2560) ที่มียุคประกอบ 8 ประการ ได้แก่ 1) ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม 2) ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ 3) ด้านโอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคลากร 4) ด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน 5) ด้านบูรณาการด้านสังคมหรือการทำงานร่วมกัน 6) ด้านประชาธิปไตยในองค์กร 7) ด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตความเป็นอยู่ 8) ด้านลักษณะงานที่เป็นประโยชน์และสัมพันธ์กับสังคม

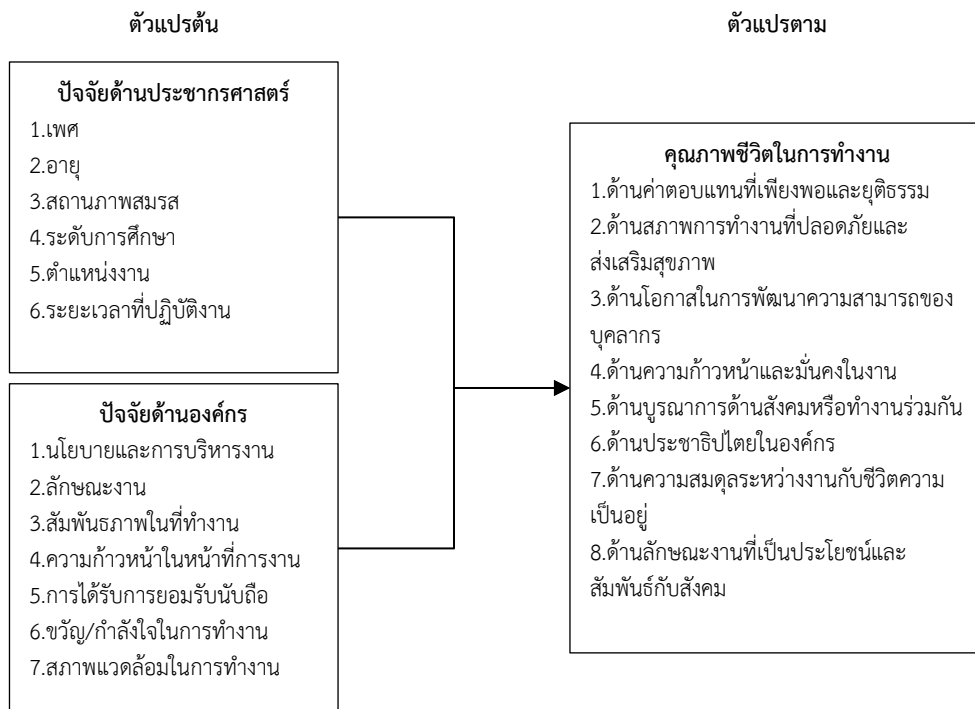
จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีต่อคุณภาพชีวิตการทำงานกรณีศึกษาพนักงานบริษัทโมเดิร์นเทรดในจังหวัดพิษณุโลก แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลของปัจจัยด้านองค์กรมีผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน กรณีศึกษาพนักงานบริษัทโมเดิร์นเทรดในจังหวัดพิษณุโลก

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ได้ประยุกต์ใช้แนวคิดของ Walton (1973) ที่ได้เสนอองค์ประกอบที่สำคัญและเป็นตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตการทำงานที่เหมาะสมไว้ 8 ด้าน ได้แก่ ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ด้านโอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคลากร ด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน ด้านบูรณาการด้านสังคมหรือการทำงานร่วมกัน ด้านประชาธิปไตยในองค์กร ด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตความเป็นอยู่ ด้านลักษณะงานที่เป็นประโยชน์และสัมพันธ์กับสังคม



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ ระดับหัวหน้างาน ระดับผู้จัดการ และระดับผู้บริหาร ในบริษัทโมเดิร์นเทรดในจังหวัดพิษณุโลก ประชากรทั้งสิ้น 356 คน กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จำนวน 188 คน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีของ Yamane (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน คือ ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยด้านองค์กร ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน ทำการสร้างเครื่องมือโดยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมของเนื้อหาโดยใช้ดัชนี IOC (Index of Item-Objective Congruence) เลือกข้อที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับพนักงานในบริษัทโมเดิร์นเทรด จำนวน 30 ชุด และนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา โดยมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.82 งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำการเก็บข้อมูลกับพนักงานระดับปฏิบัติการ ระดับหัวหน้างาน ระดับผู้จัดการ และระดับผู้บริหาร บริษัทโมเดิร์นเทรดในจังหวัด

พิษณุโลก และนำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลในแบบสอบถามและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) วิเคราะห์สมมติฐานทั้ง 2 ข้อโดยมีการใช้สถิติการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 จะใช้สถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที (t-test) กรณีการเปรียบเทียบของกลุ่มสองกลุ่มที่อิสระต่อกันและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หรือ F-test เมื่อพบความแตกต่างจะทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe)

สมมติฐานที่ 2 จะใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาอิทธิพลของปัจจัยด้านองค์กรที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.9 และเพศชาย ร้อยละ 44.1 อายุ มากที่สุดอยู่ในช่วง 20 – 30 ปี ร้อยละ 44.1 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 55.9 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 75.0 และ น้อยที่สุด คือ ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 25.0 ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปฏิบัติงาน ร้อยละ 91.5 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานอยู่ในอยู่ในระดับ 1- 5 ปี ร้อยละ 63.3 มีรายได้ส่วนใหญ่คือ น้อยกว่า 15,000บาท/เดือน ร้อยละ 83.0

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน กรณีศึกษาพนักงานบริษัทโมเดิร์นเทรดในจังหวัดพิษณุโลก แตกต่างกัน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพชีวิตในการทำงาน จำแนกตามเพศ จำแนกตามอายุ จำแนกตามสถานภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา จำแนกตามรายได้ พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงาน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพชีวิตในการทำงาน จำแนกตามระยะเวลาที่ปฏิบัติงานพบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลของปัจจัยด้านองค์กรที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน กรณีศึกษาพนักงานบริษัทโมเดิร์นเทรดในจังหวัดพิษณุโลก สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปภาพรวมปัจจัยองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงานของพนักงาน

ปัจจัย	ปัจจัยด้านองค์การกับคุณภาพชีวิตของพนักงาน						
	B	S.E.	β	T	Sig.	Tolerance	VIF
คงที่	0.148	0.252		0.587	0.56		
1. นโยบายและการบริหารงาน	0.219	0.080	0.160	2.742	*0.01	0.502	1.993
2. ลักษณะงาน	-0.045	0.062	-0.039	-0.727	0.47	0.605	1.653
3. สัมพันธภาพในที่ทำงาน	-0.040	0.070	-0.029	-0.580	0.56	0.675	1.481
4. ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	0.024	0.055	0.246	3.691	*0.00	0.385	2.596
5. การได้รับการยอมรับนับถือ	0.236	0.051	0.283	4.621	*0.00	0.457	2.188
6. ขวัญ/กำลังใจในการทำงาน	0.158	0.075	0.138	2.098	*0.04	0.396	2.524
7. สภาพแวดล้อมในการทำงาน	0.227	0.055	0.234	4.144	*0.00	0.538	1.862

$R^2 = 0.680$, $F = 57.650$ * $P < 0.05$

จากตารางที่ 1 สรุปภาพรวมปัจจัยองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงานของพนักงานพบว่า ปัจจัยองค์การด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านขวัญ/กำลังใจในการทำงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน ส่วนปัจจัยองค์การด้านลักษณะงาน ด้านสัมพันธภาพในที่ทำงาน ไม่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน

อภิปรายผลการศึกษา

1. พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานที่แตกต่างกัน มีรายละเอียดดังนี้

1.1 เพศ ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน of พนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับ กัลยพัชร ทรัพย์แย้ม (2558) ได้ทำการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน พบว่าเพศที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อชีวิตการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 อายุ ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน of พนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับ พิมพ์กมล จักรานุกูล (2559) ที่ได้ทำการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุที่มีอิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กร และคุณภาพชีวิตการทำงาน พบว่าอายุที่แตกต่างกันไม่ส่งผลที่มีต่อการธำรงรักษาพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.3 สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับทัศนีย์ ชาติไทย (2559) ที่ได้ทำการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรสในการทำงานของบุคลากร พบว่าสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.4 ด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับเสาวรส คูหาปัญญา (2552) ที่ได้ทำการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาในชีวิตการทำงาน พบว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานและแนวโน้มพฤติกรรมในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.5 ด้านตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับปริญารณ พวงยัย (2559) ที่ได้ทำการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลด้านตำแหน่งงานในชีวิตการทำงาน ofบุคลากรทางการศึกษา พบว่า ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.6 ด้านระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน และเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน จำแนกตามระยะเวลาปฏิบัติงาน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่ ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อยกว่า 1 ปี กับ ระยะเวลาปฏิบัติงานมากกว่า 10 ปี ระยะเวลาปฏิบัติงาน 1 – 5 ปี กับ ระยะเวลาปฏิบัติงานมากกว่า 10 ปี และ ระยะเวลาปฏิบัติงาน 6 – 10 ปี กับ ระยะเวลาปฏิบัติงานมากกว่า 10 ปี นอกนั้นไม่แตกต่าง ซึ่งสอดคล้องกับไศรตี โชคคุณะวัฒนา (2559) ที่ได้ทำการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลด้านระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในการทำงานของพนักงาน พบว่า ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.7 ด้านรายได้ ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับรัตนารณ บุญมี (2558) ที่ได้ทำการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลด้านรายได้ในการทำงานของพนักงาน พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. อิทธิพลของตัวแปรปัจจัยด้านองค์กรที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ปัจจัยองค์กรด้านนโยบายและการบริหารงาน ในเรื่องการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติงานต่าง ๆ ของพนักงาน ที่เสนอแนะได้รับความสนใจและนำไปสู่การจัดทำเป็นนโยบายของหน่วยงานอย่างเป็นรูปธรรม ด้านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติงานต่าง ๆ ด้านองค์กรกำหนดบทบาทหน้าที่รับผิดชอบของบุคลากรไว้ชัดเจน และด้านเกณฑ์ประเมินผลและติดตามผลการปฏิบัติงานของอย่างเป็นธรรม ย่อมส่งผลต่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับรัฐกร กลิ่นอุบล (2551) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยองค์กรด้านนโยบายและการบริหารงาน พบว่านโยบายและการ

บริหารงาน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายการบริหารไปปฏิบัติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ในเรื่องการมีโอกาสได้เลื่อนตำแหน่งหน้าที่การงานสูงขึ้นตามความสามารถได้รับการพิจารณาความดีความชอบ โดยยึดหลักคุณธรรม การได้รับการสนับสนุนจากองค์กรของท่านให้ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น การไม่มีความวิตกกังวลกับอนาคตการปฏิบัติงาน และด้านการได้รับการสนับสนุนให้โอกาสไปศึกษาดูงานฝึกอบรมและลาศึกษาต่อ ย่อมส่งผลต่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับ วรางคณา ชูเชิดรัตน์ (2558) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยองค์กรด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เกี่ยวกับแรงจูงใจในการพัฒนาความก้าวหน้าในสายอาชีพการรับรู้ความยุติธรรมในองค์กร พบว่าด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ในเรื่องงานที่ได้รับมอบหมายเป็นงานที่ท้าทายความสามารถ การได้รับผิดชอบงานสำคัญ ๆ อยู่เสมอเนื่องจากผู้บังคับบัญชาเห็นความสามารถ ด้านผลงานของท่านได้รับการชื่นชมจากเพื่อนร่วมงานการได้รับความไว้วางใจและความคาดหวังจากองค์กร และรู้สึกตนเองเป็นส่วนหนึ่งในความสำเร็จขององค์กร ส่งผลต่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน สอดคล้องกับ สุมานันท์ สกุลดี และชินโสณวิสิฐนิกิจา (2561) ที่ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานรักษาความปลอดภัยพบว่า ภาพรวมปัจจัยจูงใจอยู่ในระดับสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านความก้าวหน้า ด้านความรับผิดชอบ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความสำเร็จในการทำงานของบุคคล ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ

2.4 ด้านขวัญ/กำลังใจในการทำงาน ในเรื่องการได้รับการให้ความสำคัญมาก เพียงพอสำหรับการทุ่มเทแรงในการทำงาน รู้สึกว่า ตนเองมีคุณค่า ได้รับการยกย่องชมเชยจากผู้บังคับบัญชาเมื่อปฏิบัติงานสำเร็จ ได้รับคำขอบคุณจากคนอื่นสำหรับ ความพยายามในการทำงาน ได้รับรางวัลมากเพียงพอสำหรับการทุ่มเทแรงในการทำงานส่งผลต่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับ จิตติวรรณ เรืองสุวรรณ (2560)

2.5 ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ในเรื่อง สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปในที่ทำงาน การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพของบุคลากร การนำ อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่มีความทันสมัยมาใช้ เพื่อให้การทำงานมีความสะดวกรวดเร็วขึ้น เป็นสัดส่วน สะอาดเป็นระเบียบ เรียบร้อยสะดวกต่อการปฏิบัติงาน ส่งผลต่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับ วรินทร์ ทรงเกียรติศักดิ์ (2558) ที่พบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมมีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานโรงงานและหน่วยสนับสนุนในทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการศึกษาคุนภาพชีวิตการทำงานของพนักงานบริษัทโมเดิร์นเทรดในจังหวัดพิษณุโลกพบว่า ประเด็นด้านระยะเวลาที่ปฏิบัติงานของพนักงานที่มีระยะเวลายาวนานกว่า จะมีความรู้สึกมั่นคง และสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตได้ดีกว่าผู้ที่มีระยะเวลาที่ปฏิบัติงานน้อยกว่า ดังนั้นบริษัทควรมีนโยบายและการบริหารงานที่ตอบสนองความมั่นคง สร้างความมั่นใจให้พนักงานที่มีระยะเวลาที่ปฏิบัติงานน้อยหรือเพิ่งเริ่มต้นปฏิบัติงาน ทั้งในด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ขวัญ/กำลังใจในการทำงานและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่อาจมีความสัมพันธ์หรืออาจส่งผลกับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานในด้านต่าง ๆ เช่นความเครียดวัฒนธรรมองค์กรภาวะผู้นำปัจจัยการดูแลตนเองด้านจิตใจ เป็นต้น เพื่อทำให้องค์กรสามารถนำผลการวิจัยมาปรับปรุงการบริหารทรัพยากรบุคคลและองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานยิ่งขึ้นผู้วิจัยแนะนำให้ศึกษาขอบเขตด้านพื้นที่อื่น ๆ เพื่อให้ทราบถึงความเห็นที่แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เช่น พนักงานบริษัทโมเดิร์นเทรดใน จังหวัดอื่น ๆ เป็นต้น

2. ควรทำการวิจัยผสมผสานระหว่างวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำไปขยายขอบเขตการวิจัยให้มากขึ้นและทราบประเด็นที่แตกต่างของการศึกษาเพิ่มมากขึ้น ผู้วิจัยเสนอว่าควรขยายการศึกษาวิจัยไปยังบริษัทประเภทอื่น ๆ เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลที่หลายหลายสามารถนำไปพัฒนาแผนกลยุทธ์ที่ดีขึ้นและน่าจะเป็นประโยชน์ในการนำไปวิเคราะห์แปรผลหรือพยากรณ์ตัวแปรร่วมอื่น ๆ เช่น พฤติกรรมของคนช่วงอายุถัดไป เป็นต้น

3. ควรมีการศึกษาการเปรียบเทียบกับบริษัทในพื้นที่ใกล้เคียงที่ทำธุรกิจมีลักษณะเดียวกัน ว่าคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสอดคล้องกันหรือแตกต่างกันจากคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรในบริษัทโมเดิร์นเทรด ในจังหวัดพิษณุโลก

เอกสารอ้างอิง

กรณิการ์ เหมือนประเสริฐ. (2548). *ทัศนคติของพนักงานที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร บริษัท คูเวตปิโตรเลียม (ประเทศไทย) จำกัด* (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ).

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

กัญญาภัทร อัสวพชนะ, ขวัญลักษณ์ คำโฉม และศักรินทร์ วรรณนะปริญญา. (2560). คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานที่ทำงานเป็นกะ ที่ปฏิบัติงานภายในสนามบินสุวรรณภูมิ. *ราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 19(1), 27-35.

- กัลยพัชร ทรัพย์แย้ม. (2558). การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลลักษณะความเป็นผู้นำและความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน กรณีศึกษาพนักงานปฏิบัติการบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เกษศิรินทร์ ไชยสงคราม. (2553). การจัดการคุณภาพชีวิตการทำงานในบริษัทที่ได้รับรางวัลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทางด้านผลการดำเนินงานยอดเยี่ยมประจำปี 2551 และบริษัทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการบริหารจัดการคุณภาพชีวิตการทำงานจากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จิตติวรรณ เรืองสุวรรณ. (2560). ขวัญกำลังใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในงานเปรียบเทียบระหว่างพนักงานสัญญาจ้างและพนักงานประจำของบริษัทสำรวจและผลิตปิโตรเลียมแห่งหนึ่ง (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทัศนีย์ ขาดีไทย. (2559). คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. กรุงเทพฯ : สถาบันมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- ปรียาภรณ์ พวงทัย. (2559). คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาในสหวิทยาเขตชาวดอย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรีเขต 3 (การค้นคว้าอิสระปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พรพิตรา ธรรมชาติ. (2560) คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงาน และความตั้งใจในการลาออกของผู้แทนขายระดับบังคับบัญชาของบริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิมพ์กมล จักรานุกุล. (2559). อิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กรและคุณภาพชีวิตการทำงานที่มีต่อการดำรงรักษา กรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2551). คุณภาพชีวิตในการทำงานของลูกจ้างชั่วคราวรายปี กรณีศึกษา : มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดตรัง (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). ตรัง: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รัฐกร กลิ่นอบล. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติ: กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลในภาคกลาง (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รัตนภรณ์ บุญมี. (2558). คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลนาดี. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

- ลัดดาวัลย์ สกฤตสุข. (2550). *คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- วรินทร์ ทรงเกียรติศักดิ์. (2558). *ปัจจัยสภาพแวดล้อม ปัจจัยความปลอดภัย และปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานโรงงานและหน่วยสนับสนุนของโรงงานน้ำตาลสหเรือง จำกัด จังหวัดมุกดาหาร.* (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วรางคณา ชูเชิดรัตน์. (2558). *แรงจูงใจในการพัฒนาความก้าวหน้าในสายอาชีพการรับรู้ความยุติธรรมในองค์กร และความสามารถในการฟื้นฝ่าอุปสรรคที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วารุณี แดบสูงเนิน. (2554). *คุณภาพชีวิตการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร การเสริมสร้างพลังในงานและคุณภาพการให้บริการของพยาบาลระดับปฏิบัติการ โรงพยาบาลแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภษร พงษ์เสถียรศักดิ์. (2556). *ปัจจัยภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรทางการศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ในจังหวัดนครราชสีมา* (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- โสธรตี โชคคุณะวัฒนา. (2556). *คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่* (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุมานันท์ สกฤต และชินโสณวิสิฐนิจกิจ. (2561). *แรงจูงใจกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานรักษาความปลอดภัย. Veridian E-Journal, Silpakorn University, 11(3), 1909-1925.*
- เสาวรส คูหาปัญญา. (2552). *คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงานและแนวโน้มพฤติกรรมในการทำงาน ของพนักงานบริษัทต่างประเทศแห่งหนึ่ง* (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- De Fleur, M. (1996). *Theories of Mass Communication*. New York: A Liberal Art Perspective, Boston: Houghton Mifflin.
- Walton, R.E. (1973). *Quality of Working Life: What is it?. Sloan Management Review, 15(1), 11-21.*
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. New York: Harper and Row.

ห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางการพัฒนาทุเรียนหลงลับแลอูตรดิตถ์ ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 8 กรกฎาคม 2564
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 10 กันยายน 2564
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 12 ตุลาคม 2564

จันจิรา ศักดิ์ศรี¹

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ

สปีนธ์หยก วีรบุญย์กฤษ²

เศรษฐกรชำนาญการ

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 2

บทคัดย่อ

การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางการพัฒนาทุเรียนหลงลับแลอูตรดิตถ์ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทุเรียนหลงลับแลอูตรดิตถ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาห่วงโซ่คุณค่าและ ต้นทุนตลอดจนแนวทางการพัฒนาทุเรียนหลงลับแลอูตรดิตถ์ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographic Indications:GI) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนหลงลับแล ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านการวิเคราะห์ Value Chain การวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix ผลการศึกษาพบว่า ห่วงโซ่คุณค่าทุเรียนหลงลับแล GI อูตรดิตถ์ เริ่มจากเกษตรกร ทำหน้าที่เป็นผู้ผลิต โดยการคัดเลือกพันธุ์แท้ จัดหาปัจจัยการผลิตที่เหมาะสม มาผลิตทุเรียนหลงลับแล GI เชื่อมโยงกับแหล่งผลิตทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีกระบวนการผลิตที่ได้รับการอบรมมาตรฐานสินค้า GI เกษตรกรเก็บผลผลิตโดยคัดเลือกผลที่แก่จัดและไม่บ่มด้วยน้ำยาบ่มทุเรียน มีการตกลงราคาก่อนจำหน่าย โดยจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการซึ่งเป็นช่องทางการจำหน่ายหลัก รองลงมาจำหน่ายผลผลิตให้แก่ผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ ด้านผู้ประกอบการเมื่อทำการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรแล้วจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคผ่าน 2 ช่องทางคือ จำหน่ายผ่านหน้าร้านและผ่านการขายออนไลน์ ขณะที่แนวทางการพัฒนาทุเรียนหลงลับแลได้กำหนดกลยุทธ์ คือ กลยุทธ์พัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเพื่อยกระดับสินค้าทุเรียนหลงลับแล มีแนวทางดังนี้ 1) เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน เพิ่มโอกาสทางการตลาดทุเรียนหลงลับแล 2) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้วยนวัตกรรมและคุณค่าสินค้าเกษตรอัตลักษณ์ 3) สนับสนุนองค์การทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ 4) เสริมสร้างมาตรฐานและแนวทางพัฒนาคุณภาพสินค้า GI ภายใต้สภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง

คำสำคัญ: ทุเรียนหลงลับแล สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ห่วงโซ่คุณค่า

¹ ผู้ประสานงานหลัก: weerabunkit888@gmail.com

Value Chain and Development Guidelines for Uttaradit Long Lab-Lae Durian Certified Geographical Indication

Received: July 8, 2021

Revised: September 10, 2021

Accepted: October 12, 2021

Janjira Sakri^{1*}

Senior Professional Level, Plan and Policy Analysis Officer.

*Spunyok Weerabunkit*²

Professional level, Economists.

Regional Office of Agricultural Economics 2

Abstract

The objective to study the value chain and cost as well as development approaches of Long lab-lae Durian certified for geographic indications. Collected data from interviews with including farmers, entrepreneurs and related agencies at the local level. With value chain analysis tools, SWOT analysis and TOWS Matrix. The results of the study showed that value chain of Durian (GI), It starts with farmers Act as a producer by selecting pure breeds provide suitable inputs Let's produce the GI durians by producing that must be linked to a geographic production site that is registered with the geographical indication. There is a production process that has been trained to GI product standards. Farmers collect their produce by selecting the mature fruit and not curing with durian curing liquid. The price is agreed before selling, sell to operators which is the main distribution channel followed by selling products to consumers through online sales. Entrepreneurship value chain when buying produce from farmers and selling products to consumers through two channels: selling through the store and through online sales. The strategy to develop a value chain to enhance the product of Long lab-lae Durian. The guidelines are as follows: 1) Ways to increase competitiveness to increase market opportunities. 2) Infrastructure development with innovation and value of agricultural products identity. 3) Support effective marketing organizations. 4) Enhancing standards and guidelines for improving the quality of GI products under a changing climate.

Keywords: Long lab-lae Durian, Geographic Indications, Value Chain

¹ Corresponding Author : weerabunkit888@gmail.com

บทนำ

ภาคเกษตรเป็นส่วนหนึ่งของการผลิตที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย ที่มีความเกี่ยวข้องกับประชากรประมาณ 24 ล้านคน อย่างไรก็ตามที่ผ่านมาการพัฒนาภาคเกษตรมีความท้าทายหลายด้าน ตั้งแต่การพัฒนาศักยภาพการผลิต การรักษาเสถียรภาพราคาสินค้า และการพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน ตลอดจนการยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกร ซึ่งภายใต้กรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศไทยในระยะ 20 ปี ที่มุ่งยกระดับประเทศให้ก้าวพ้นจากกับดักรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศพัฒนาแล้ว จึงทำให้ภาคการเกษตร มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องให้ความสำคัญกับการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ควบคู่กับการสร้างความมั่นคงทางอาหารและสร้างรายได้ให้กับประเทศ โดยอาศัยจุดเด่นทางเอกลักษณ์ประกอบกับความโดดเด่นของสินค้าเกษตร ดังนั้นการพัฒนาและต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น นั้นจึงครอบคลุมสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ โดยเฉพาะสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทย สินค้าศิลปาชีพ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ รวมถึงสินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทั้งนี้การนำจุดเด่นของอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาใช้ในการผลิตและจำหน่ายสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าเพิ่มสูง รวมทั้งสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รวมถึงความหลากหลายของผลผลิตทางการเกษตร อาทิ เช่น ประเทศไทยในแต่ละพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์และนำมาผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้า GI (Geographic Indications) ช่วยสร้างโอกาสทางการตลาด สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการท้องถิ่น ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าทางการตลาดสูงกว่า 4,000 ล้านบาท (กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์, 2561)

จากการพัฒนาสินค้า GI อย่างต่อเนื่องของประเทศไทย ทำให้มีสินค้า GI หลายสินค้าโดดเด่น มีศักยภาพสร้างมูลค่าสูงหรือสามารถขึ้นทะเบียนสินค้า GI ในต่างประเทศได้ เช่น ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ ข้าวสังข์หยดพัทลุง ส้มโอทับทิมสยาม ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูนและเส้นไหมไทยพื้นบ้านอีสาน เป็นต้น สินค้าดังกล่าวถือเป็นตัวอย่างการพัฒนาสินค้า GI ที่ประสบความสำเร็จ โดยมีรูปแบบการบริหารจัดการสินค้าตลอดโซ่อุปทาน ได้รับการยอมรับและเชื่อมั่นจากผู้บริโภคในระดับสากล และเลียนแบบได้ยาก (Strong Reputation) อันเป็นเป้าหมายสูงสุด สินค้า GI ยังประสบปัญหาจากภายในและภายนอกชุมชน เช่น ปัญหาภายในชุมชน อาทิ แหล่งผลิตชุมชนเจ้าของสินค้า GI ในระดับพื้นที่ขาดการรับรู้คุณค่าของอัตลักษณ์และคุณสมบัติพิเศษเฉพาะพื้นที่เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ความไม่พร้อมในการขอขึ้นทะเบียน ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ และการลดลงของพื้นที่ป่า ขณะเดียวกันปัญหาภายนอกชุมชนในปี 2546 เคยประสบปัญหาความไม่สอดคล้องกับมาตรฐานสากลของพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เช่น ประเภทของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผู้มีสิทธิยื่นคำขอ ระยะเวลาการตรวจสอบ ระดับการคุ้มครองการควบคุมคุณภาพและการตรวจสอบย้อนกลับ และการตรวจสอบคุณสมบัติของสินค้าก่อนวางตลาด เป็นต้น (พันธกานต์ ชูจันทร์, 2558) รวมถึงขาดการเชื่อมโยงข้อมูลขนาดใหญ่ Big Data ทั้งในระดับจังหวัด ระดับภูมิภาคและ

ระดับประเทศเพื่อใช้ในการบริหารจัดการ ตลอดจนการศึกษาข้อมูลความต้องการตลาดสินค้าประเภทนี้มันน้อย และขาดประสบการณ์การเจรจาการค้าสินค้า GI ในระดับสากล เป็นต้น

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ตระหนักถึงความสำคัญของสินค้า GI จึงมีการเปิดรับรองระบบงาน ขอบข่ายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ดำเนินการหนุนสินค้า GI ให้ได้รับการคุ้มครองทางกฎหมาย เพื่อเพิ่มมูลค่าและ ขยายโอกาสตลาดส่งออกให้สูงขึ้น สอดคล้องตามแนวทางการพัฒนาของประเทศภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) แผนการปฏิรูปประเทศนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ในยุทธศาสตร์ การเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขันของเกษตรกรที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพการผลิตของประเทศเพื่อเพิ่มมูลค่า ผลผลิต ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการเกษตรสร้างมูลค่า แผนย่อยเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ซึ่งการพัฒนาสินค้า เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นแต่ละผลิตภัณฑ์มีจุดเด่น สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร และผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ท้องถิ่น เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับฐานราก ช่วยสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน เกิดความมั่นคงด้าน อาชีพ ตลอดจนลดการเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าสู่เมือง จึงเป็นการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 2 เห็นถึงความสำคัญดังกล่าวจึงสนใจศึกษาสินค้าเกษตรที่ได้รับการ รับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือ ทุเรียนหลงลับแลอุดรดิตถ์ เป็นสินค้าที่มีศักยภาพด้านการสร้างรายได้ให้กับ เกษตรกรในพื้นที่ รวมถึงสร้างรายได้ให้จังหวัด ดังนั้นทุเรียนหลงลับแลอุดรดิตถ์ จึงเป็นทุเรียนพันธุ์พื้นเมืองของ จังหวัดอุดรดิตถ์ที่มีชื่อเสียงและลักษณะเด่นเฉพาะตัวได้รับความนิยมจากผู้บริโภค ทุเรียนหลงลับแลเป็นพันธุ์ เฉพาะถิ่น มีรสชาติอันโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว (เช่นเดียวกับทุเรียนก้านยาวของ จ.นนทบุรี) ซึ่งหากนำ พันธุ์ไปเพาะปลูกที่อื่น จะทำให้ผลผลิตที่ได้มีรสชาติผิดแผกไปจากเดิม หรืออาจไม่ติดผล ด้วยการเจริญเติบโต และการสะสมอาหารในเนื้อผลจำเป็นต้องใช้สภาพแวดล้อม หรือแม้แต่ธาตุอาหารในดินเฉพาะถิ่น อันเป็นถิ่น กำเนิดดั้งเดิมจึงทำให้ผลผลิตออกสู่ตลาดน้อย ด้านราคาของทุเรียนหลงลับแลหลังจากได้รับการขึ้นทะเบียน สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ GI ราคาทุเรียนหลงลับแลมีแนวโน้มสูงขึ้น และปัจจุบันอยู่ระหว่างการพัฒนา เกษตรกรให้เตรียมความพร้อมผลิตทุเรียนคุณภาพ เพื่อการส่งออกด้วยเทคโนโลยีการปฏิบัติดูแลตามมาตรฐาน การส่งออก จึงจำเป็นต้องพัฒนาระบบการผลิตทุเรียนพันธุ์หลงลับแลให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นทั้งในเชิง คุณภาพและปริมาณ รวมถึงนโยบายจังหวัดในการสนับสนุนสิทธิในที่ดินทำกินให้แก่เกษตรกร

ดังนั้นการศึกษาสินค้าทุเรียนหลงลับแลอุดรดิตถ์ ซึ่งเป็นสินค้า GI ที่มีโอกาสทางการค้าและสร้าง รายได้ให้จังหวัด เพื่อให้ได้แนวทางพัฒนาจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการนำไปใช้เป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อหน่วยงาน ภาครัฐ เอกชน เกษตรกร และผู้สนใจศึกษารวมถึงการขยายผลและเป็นต้นแบบสู่สินค้าใหม่ที่มีโอกาสและ ศักยภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาห่วงโซ่คุณค่าและต้นทุนของทุเรียนหลงลับแล ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) จังหวัดอุดรดิตถ์
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาสินค้าทุเรียนหลงลับแล ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) จังหวัดอุดรดิตถ์

ขอบเขตการศึกษา

1. พื้นที่ศึกษา อำเภอลับแล อำเภอเมือง และอำเภอท่าปลา จังหวัดอุดรดิตถ์
2. ประชากรที่ศึกษา เกษตรกรและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องตลอดโซ่อุปทานของสินค้าทุเรียนหลงลับแลอุดรดิตถ์ ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จำนวน 46 ราย
3. ระยะเวลาของข้อมูล เดือนมกราคม-ธันวาคม ปี 2562

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดโซ่อุปทานสินค้าเกษตร

ยุทธศาสตร์การพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทานภาคการเกษตร ปี 2556 - 2559 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ คณะอนุกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์การเกษตรให้แนวคิดระบบโซ่อุปทานสินค้าเกษตรประกอบด้วยหน่วยต่าง ๆ ดังนี้ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558)

ระดับต้นน้ำ ประกอบด้วย เกษตรกรทำหน้าที่ในการผลิตและเก็บเกี่ยวสินค้าเกษตรโดยกิจกรรมโลจิสติกส์เริ่มตั้งแต่การจัดหาและใช้ปัจจัยการผลิตทางการเกษตร การจัดการคุณภาพผลผลิตในฟาร์ม ตลอดจนได้ผลผลิตที่พร้อมส่งไปขายในระดับต่อไป

ระดับกลางน้ำ ประกอบด้วย ผู้รวบรวม ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และโรงงานแปรรูป ซึ่งผู้รวบรวมผลผลิตนับว่ามีบทบาทสำคัญในการเคลื่อนย้ายผลผลิตจากเกษตรกรสู่ตลาด โดยกิจกรรมโลจิสติกส์ที่เกิดขึ้น ได้แก่ การจัดการโครงสร้างพื้นฐานในการรวบรวมเก็บเกี่ยว การคัดแยก การตรวจสอบคุณภาพ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว เช่น การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง การเก็บรักษา เป็นต้น เพื่อลดหรือป้องกันความเสียหายของผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ ผลผลิตการเกษตรที่รวบรวมได้ถูกเคลื่อนย้ายไปดำเนินการแบ่งออกเป็น 2 ทางคือ 1) รวบรวมเพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในรูปแบบของผลสด 2) เพื่อส่งเข้าโรงงานแปรรูปเป็นสินค้าต่าง ๆ โดยมีกิจกรรมโลจิสติกส์ที่สำคัญคือ การจัดการพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปผลผลิตผลิตภัณฑ์และนำผลิตภัณฑ์นั้นไปขายต่อไป

ระดับปลายน้ำ เป็นกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าทั้งที่อยู่ในรูปของผลสดและสินค้าเกษตรแปรรูป ออกสู่ตลาด โดยสินค้าหรือผลผลิตนั้นจะถูกจำหน่ายให้กับพ่อค้าขายส่ง พ่อค้าขายปลีก ตัวแทนผู้ส่งออก ที่ทำหน้าที่ขายหรือกระจายสินค้าไปสู่ลูกค้าซึ่งเป็นผู้บริโภคต่อไป โดยกิจกรรมโลจิสติกส์ประกอบด้วย การจัดการธุรกิจ เช่น การหาลูกค้า การตัดสินใจเกี่ยวกับผลผลิตผลิตภัณฑ์และบริการที่จำเป็นในการสร้างและสนับสนุนฐานของลูกค้าควบคู่กับการจัดการคุณภาพมาตรฐานสินค้า เพื่อสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

ห่วงโซ่คุณค่า หมายถึง กิจกรรมที่มีความสัมพันธ์ และเชื่อมโยงกัน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ ปัจจัยการผลิต โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการนำวัตถุดิบป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิต กระบวนการจัดจำหน่าย กระบวนการจัดส่งสินค้าสู่ผู้บริโภค และกระบวนการบริการหลังการขาย การสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือ บริการนั้น อาจจะเป็นการกระทำโดยบริษัทเดียวหรือหลายบริษัท ด้วยการแบ่งขอบเขตของกิจกรรมแล้วส่งต่อ คุณค่าในแต่ละช่วงต่อเนื่องกันไป หรือห่วงโซ่คุณค่า หมายถึง การสร้างคุณค่าหรือประโยชน์อื่น ๆ มาประกอบ กันให้เป็นประโยชน์สุดท้ายที่ลูกค้าต้องการโดยมีขั้นตอนของกระบวนการสร้างคุณค่าที่ต่อเนื่องกันเป็นทอด ๆ เหมือนห่วงโซ่ของกิจกรรมที่มีความเกี่ยวพันกันเพื่อสร้างประโยชน์สุดท้ายในผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อส่งต่อไป ให้ลูกค้าได้ใช้ประโยชน์

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า เป็นการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาถึงความสามารถของกิจการในการ แข่งขัน โดยการศึกษาถึงกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนว่า สามารถช่วยให้ได้เปรียบ ด้านต้นทุนหรือความสามารถในการสร้างความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งได้หรือไม่ ซึ่งจะใช้เป็น แนวทางในการกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการได้เป็นอย่างดี

Michael E. Porter (1985) ได้ให้แนวความคิดของห่วงโซ่คุณค่าว่าเป็นคุณค่าหรือราคาสินค้า ที่ ลูกค้าหรือผู้ซื้อยอมจ่ายให้กับสินค้าตัวใดตัวหนึ่ง ซึ่งคุณค่าของสินค้าเหล่านี้เป็นผลจากการโยกโยกคุณค่าต่าง ๆ ในกระบวนการผลิต หรือดำเนินงานของบริษัทเจ้าของสินค้า ซึ่งมีกิจกรรมต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมายระหว่าง การดำเนินงาน โดยมีความสัมพันธ์กันคล้ายลูกโซ่แบบต่อเนื่อง การที่จะตรวจสอบว่า สินค้าและบริการมีคุณค่ามาก (จุดแข็ง) จากกิจกรรมใด และมีค่าน้อย (จุดอ่อน) จากกิจกรรมใด Michael E. Porter ได้เสนอแบบจำลอง ห่วงโซ่คุณค่าโดยมุ่งให้ความสำคัญกับกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าของแต่ละหน่วยธุรกิจ ตั้งแต่การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ การแปรรูป ตลอดจนถึงกระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการให้กับลูกค้า โดยมุ่งสร้างความสามารถในการ แข่งขันทางธุรกิจ ด้วยการวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนหรือกิจกรรม โดยแบ่งกิจกรรมภายใน องค์กร เป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) โดยกิจกรรมทุกประเภทย่อมมีส่วนในการช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า

กิจกรรมหลัก 5 กิจกรรม เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการ การตลาด และการขนส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วย

- 1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้รับ การขนส่ง การจัดเก็บ การแจกจ่ายวัตถุดิบ การควบคุมระดับของวัตถุดิบ
 - 2) การปฏิบัติการ (Operations) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบให้ออกมาเป็นสินค้า จะประกอบไปด้วย กระบวนการผลิต วัตถุดิบ เครื่องจักรและเครื่องมือ
 - 3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่าย การขนส่ง การสื่อสาร สินค้า และบริการไปยังลูกค้า
 - 4) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) กิจกรรมที่เกี่ยวกับการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ การโฆษณา ช่องทางการจัดจำหน่าย ประชาสัมพันธ์
 - 5) การบริการ (Services) กิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า รวมถึงการบริการหลังการขาย การแนะนำการใช้
- กิจกรรมสนับสนุน เป็นกิจกรรมที่ช่วยสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ ประกอบด้วย
- 1) การจัดหา/จัดซื้อ (Procurement) กิจกรรมในการจัดซื้อจัดหา เพื่อมาใช้ในการกิจกรรมหลัก
 - 2) การวิจัยและพัฒนา (Technology Development) กิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยี ที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้สินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต
 - 3) การบริหารทรัพยากรบุคคล (Organization People and Methods) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่วิเคราะห์งาน สรรหาและคัดเลือก ประเมินผล พัฒนา ฝึกอบรม ระบบเงินเดือนค่าจ้าง และแรงงานสัมพันธ์
 - 4) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Company Infrastructure) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ได้แก่ ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร
- กิจกรรมหลักทั้ง 5 กิจกรรม จะทำงานประสานกันได้ดี จนก่อให้เกิดคุณค่าได้นั้นจะต้องอาศัย กิจกรรมสนับสนุนทั้ง 4 กิจกรรม นอกจากกิจกรรมสนับสนุนจะทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมหลักแล้ว กิจกรรมสนับสนุนยังจะต้องทำหน้าที่สนับสนุนซึ่งกันและกันอีกด้วย

3. แนวคิดต้นทุนการผลิตและผลตอบแทน

1) สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (ศิริวัฒน์ ทรงธนศักดิ์, 2562) มีหลักเกณฑ์แนวคิดในการจัดทำข้อมูลต้นทุนการผลิต คือ เป็นต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ เป็นต้นทุนการผลิตของผลผลิตของเกษตรกร และเป็นต้นทุนเฉลี่ย ดังนี้

1.1) ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง ค่าใช้จ่ายทุกกิจกรรมการผลิต ตั้งแต่เตรียมดิน จนถึงเก็บเกี่ยวผลผลิต เป็นค่าใช้จ่ายเฉพาะที่เกษตรกรได้ใช้จ่ายไปในช่วงระยะเวลาการผลิตพืชนั้น ทั้งที่จ่ายไปเป็นเงินสดและไม่เป็นเงินสด โดยค่าใช้จ่ายที่เป็นเงินสดจากการจ้าง การซื้อ การเช่าทรัพย์สินและค่าเช่าที่ดิน ส่วนค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นตัวเงิน คิดจากการประเมินค่าใช้จ่ายกรณีการใช้แรงงาน วัสดุปัจจัย เครื่องมือของตนเอง

หรือของคร่าวเรือนที่ไม่ได้จ้าง ไม่ได้ซื้อ ไม่ได้เช่า รวมถึงค่าเสียโอกาสเงินลงทุน ซึ่งเป็นการประเมินโดยการคำนวณใส่ไว้ในโครงสร้างต้นทุนเป็นค่าใช้จ่ายไม่เป็นเงินสดด้วย ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์จะแตกต่างจากต้นทุนทางบัญชีตรงที่ต้นทุนทางบัญชีจะคิดเฉพาะรายการที่เป็นเงินสด

1.2) ต้นทุนการผลิตของผลผลิตของเกษตรกร หมายถึง ต้นทุนของผลผลิตพืชที่ยังอยู่ในมือของเกษตรกร ไม่ขายผลผลิตแบบตกเขียวไปก่อนแล้ว ค่าใช้จ่ายที่นำมาคิดเป็นต้นทุนการผลิต จะคิดตั้งแต่เริ่มต้น การผลิตตั้งแต่เตรียมดินจนถึงเก็บเกี่ยวได้ผลผลิต หากใช้จ่ายลงทุนไปแล้วไม่ได้ผลผลิต หรือผลผลิตเสียหายก็จะมีต้นทุนของผลผลิต จะมีแต่ค่าใช้จ่ายของกิจกรรมการผลิตเท่านั้น เป็นต้นทุนค่าใช้จ่าย ณ ไร่นา ไม่รวม ค่าขนส่งผลผลิตไปขาย

1.3) ต้นทุนเฉลี่ย หมายถึง ค่าใช้จ่ายของเกษตรกรทุกรายที่เป็นตัวอย่าง ไม่ใช่ของรายใดรายหนึ่ง คำนวณต้นทุนด้วยวิธีเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักด้วยพื้นที่เพาะปลูกหรือน้ำหนักที่ปลูกของแต่ละรายตัวอย่าง มาพิจารณาด้วยจากแนวคิดต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ ที่คิดค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมดในช่วงเวลาของการผลิต ใช้เท่าไรก็คิดค่าใช้จ่ายเท่านั้น คิดทั้งที่จ่ายไปเป็นเงินสด และไม่เป็นเงินสด จากการจ้างแรงงาน การซื้อหาปัจจัยการผลิต วัสดุอุปกรณ์ และการเช่าที่ดิน นอกจากนี้ยังคิดค่าเสียโอกาสเงินลงทุนไว้ด้วย

2) การวิเคราะห์ต้นทุนในทางเศรษฐศาสตร์จะมีความแตกต่างจากการคิดต้นทุนทางบัญชีหรือต้นทุนทั่วไป กล่าวคือ ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Costs) จะรวมถึงค่าใช้จ่ายที่เสียไปทั้งที่สามารถวัดเป็นตัวเงินได้ และวัดเป็นตัวเงินไม่ได้ นั่นคือต้นทุนที่เห็นแจ้งชัด (Explicit Costs) และต้นทุนไม่เห็นแจ้งชัด ในทางเศรษฐศาสตร์นั้นจะเรียกต้นทุนที่มองไม่เห็นอีกอย่างหนึ่งว่า ต้นทุนค่าเสียโอกาส และเป็นต้นทุนอีกตัวหนึ่งที่ต้องมีการประเมิน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ประกอบด้วยต้นทุนแจ้งชัดกับต้นทุนไม่เห็นแจ้งชัดรวมกัน โดยมีโครงสร้างต้นทุนการผลิตพืชดังนี้

2.1) ต้นทุนผันแปร

2.1.1) ค่าแรงงาน ได้จากค่าแรง ค่าจ้างทั้งแรงงานคน เครื่องจักร ในกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

- ค่าเตรียมดิน ประกอบด้วย ค่าจ้างไถกลบหน้าดิน ไถระเบิดดินดาน ไถป่น ไถแปร คราด ทำเทือก ซักร่อง ซึ่งกิจกรรมเตรียมดินจะขึ้นอยู่กับพฤติกรรมปลูกของแต่ละชนิดพืชและแต่ละพื้นที่

- ค่าปลูก ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมและชนิดพืชที่ปลูก คือ ค่าจ้าง ปัก ดำ หว่าน หยอด วางแนว ขุดหลุม นำต้นพันธุ์ลงปลูกในหลุมพร้อมกลบและปักไม้ค้ำ รวมทั้งปลูกพืชคลุมดิน

- ค่าดูแลรักษา ประกอบด้วย ค่าจ้างดายหญ้าตัดหญ้า พรุนดิน ให้น้ำ ใส่ปุ๋ย ฉีดพ่นยาสารปราบวัชพืช/ศัตรูพืช รวมทั้งการตัดแต่งกิ่ง ใบ ทรงพุ่ม (ถ้ามี)

- ค่าเก็บเกี่ยว เป็นค่าจ้างในกิจกรรมเก็บเกี่ยวผลผลิต หมายถึงรวมถึง ทุกกิจกรรมตั้งแต่ เก็บเกี่ยว ขุด หัก กรีด เก็บ มัด สี รวบรวม ขน ตาก แปรรูปอย่างง่าย การคิดค่าจ้างแล้วแต่จะตกลงกัน

คือ คิดเป็นค่าจ้างรายวัน (บาทต่อวัน) คิดต่อหน่วยผลผลิต (บาทต่อกก.) หรือคิดเป็นเนื้อที่ (บาทต่อไร่หรือบาทต่อตัน) โดยนำความสามารถของแรงงานมาพิจารณาด้วย

2.1.2) ค่าวัสดุ ประกอบด้วย

- ค่าพันธุ์ เมล็ดพันธุ์ กล้าพันธุ์ ท่อนพันธุ์ กิ่งพันธุ์ ต้นพันธุ์ กรณีไม่ผลไม่ยืนต้นจะหมายรวมทั้งที่ปลูกในปีแรก และปลูกซ่อม

- ค่าปุ๋ย ที่เกษตรกรใช้ เช่น ปุ๋ยอินทรีย์ ปุ๋ยชีวภาพ และปุ๋ยเคมี

- ค่าสารกำจัดวัชพืชและศัตรูพืช เช่น สารป้องกันและฆ่าหญ้า สารป้องกันและปราบโรคแมลงและศัตรูพืชอื่น ๆ

- ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและค่าไฟฟ้า ที่ใช้กับเครื่องจักรเครื่องมือที่ใช้ในกิจกรรมการผลิตที่เกษตรกรมีไว้ใช้เอง ไม่ได้จ้างหรือจ้างเฉพาะค่าแรง

- ค่าวัสดุสิ้นเปลืองและวัสดุอื่นๆ ที่มีอายุใช้งานไม่เกิน 1 ปี อาทิ ถุงพลาสติก ถุงกระสอบ เชือก ตอก ข่ง ภูมิมือ ภูมิเท้า รองเท้าบูท ที่เกษตรกรใช้ในกิจกรรมการผลิต

- ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์และทรัพย์สิน เป็นค่าซ่อมแซมอุปกรณ์เครื่องจักรเครื่องมือทรัพย์สินโรงเรือนที่เกษตรกรมีไว้ใช้เองในกิจกรรมการผลิต และเป็นอุปกรณ์ชุดเดียวกับที่คิดค่าเสื่อมราคา

2.1.3 ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนในต้นทุนผันแปร หมายถึง เงินลงทุนที่เป็นค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อจัดหาปัจจัยการผลิต ที่เป็นปัจจัยผันแปรทั้งค่าแรง และค่าวัสดุ นำไปคิดเป็นค่าเสียโอกาสเงินลงทุนมองได้ 2 กรณี คือ กรณีที่เกษตรกรใช้เงินทุนตนเองไม่ได้กู้ ก็เรียกว่าค่าเสียโอกาสเงินลงทุน (ซึ่งไม่เป็นเงินสด) ส่วนกรณี เกษตรกรรายที่กู้มาลงทุน จะคิดเป็นค่าดอกเบี้ยเงินกู้ (เป็นเงินสด) ทั้งนี้จะคิดให้ตามอายุของพืชนั้น ซึ่งมีวิธีการคำนวณ ดังนี้

$$OPC = TVC \left(\frac{M}{12} \right) (i)$$

โดยที่ **OPC** คือ ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนในต้นทุนผันแปร

TVC คือ ต้นทุนผันแปรทั้งหมดต่อไร่ ทั้งที่เป็นเงินสดและไม่เป็นเงินสด

M คือ ช่วงเวลาการผลิต (เฉลี่ย 12 เดือน) ตั้งแต่เริ่มการผลิตจนถึงเก็บเกี่ยวผลผลิต

i คือ อัตราค่าเสียโอกาส ใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ธ.ก.ส. (ร้อยละ 6.50)

2.2) ต้นทุนคงที่

2.2.1) ค่าเช่าที่ดิน หรือค่าใช้ที่ดิน กรณีไม่มีที่ดินเป็นของตนเอง ต้องเช่าที่ดินและมีการจ่ายค่าเช่าจริง (ทั้งที่เป็นเงินสด หรือผลผลิต) เรียกว่า ค่าเช่า ส่วนกรณีเป็นที่ดินของตนเองไม่ได้เช่า เรียกว่า ค่าใช้ที่ดิน ซึ่งไม่เป็นเงินสดโดยประเมินเทียบเคียงจากอัตราค่าเช่าในพื้นที่

2.2.2) ค่าเสื่อมอุปกรณ์การเกษตร เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการกระจายมูลค่าของทรัพย์สินที่ซื้อไว้ใช้งานในการผลิต หรือเป็นการปันส่วนที่คิดค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์อย่างมีระบบตลอดอายุการใช้ประโยชน์ของทรัพย์สินนั้น โดยจะคิดประเมินเป็นมูลค่าต่อไร่ ไม่เป็นเงินสด ซึ่งมีวิธีการคำนวณ ดังนี้

$$D = \frac{(BV - SV)}{N} \left(\frac{M}{12} \right) (U) \left(\frac{1}{A} \right)$$

โดยที่	<i>D</i>	คือ ค่าเสื่อมราคาต่อปีทรัพย์สิน
	<i>BV</i>	คือ มูลค่าแรกซื้อหรือสร้างทรัพย์สิน
	<i>SV</i>	คือ มูลค่าซากของทรัพย์สินเมื่อหมดอายุการใช้งาน
	<i>M</i>	คือ ช่วงเวลาการผลิต (เฉลี่ย 12 เดือน) ตั้งแต่เริ่มการผลิตจนถึงเก็บเกี่ยว

ผลผลิต

	<i>N</i>	คือ อายุการใช้งานของทรัพย์สิน
	<i>U</i>	คือ ร้อยละการใช้งานของทรัพย์สินในการผลิต
	<i>A</i>	คือ เนื้อที่เพาะปลูก

2.2.3) ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนในอุปกรณ์การเกษตร คิดจากค่าใช้จ่ายที่ประเมินหรือคำนวณขึ้นจากแนวคิดค่าเสียโอกาสในเงินลงทุน ที่นำไปจัดซื้อจัดหาทรัพย์สินต่างๆ เช่น เครื่องมืออุปกรณ์การเกษตร โรงเรือน สิ่งก่อสร้าง เพื่อมาใช้ในกิจกรรมการผลิตสินค้าเกษตรนั้นมาคิดค่าเสียโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนจากการนำทรัพยากรหรือเงินลงทุนนั้นไปใช้ในกิจกรรมการผลิตอื่น ซึ่งอัตราค่าเสียโอกาสที่ใช้ประเมินนั้นจะใช้ดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ซึ่งมีวิธีการคำนวณ ดังนี้

$$OPI = \frac{(BV + EV)}{2} \left(\frac{M}{12} \right) (i)(U) \left(\frac{1}{A} \right)$$

โดยที่	<i>OPI</i>	คือ ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนในทรัพย์สิน
	<i>BV</i>	คือ มูลค่าแรกซื้อหรือสร้างทรัพย์สิน
	<i>EV</i>	คือ มูลค่าซากของทรัพย์สินเมื่อหมดอายุการใช้งาน
	<i>M</i>	คือ ช่วงเวลาการผลิต (เฉลี่ย 12 เดือน) ตั้งแต่เริ่มการผลิตจนถึงเก็บเกี่ยว

ผลผลิต

	<i>i</i>	คือ อัตราค่าเสียโอกาส ใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ธ.ก.ส. (ร้อยละ 6.50)
	<i>U</i>	คือ ร้อยละการใช้งานของทรัพย์สินในการผลิต
	<i>A</i>	คือ เนื้อที่เพาะปลูก

2.3) ต้นทุนรวมต่อไร่ หรือ ต้นทุนต่อพื้นที่ (บาทต่อไร่) คำนวณได้จากการรวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด ที่ใช้ไปในการลงทุนการผลิตพืชนั้น ทั้งต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่

2.4) ต้นทุนต่อกิโลกรัม หรือ ต้นทุนต่อหน่วย (บาทต่อกิโลกรัม) คำนวณได้จาก ต้นทุนรวม ต่อไร่หารด้วยผลผลิตต่อไร่

ความหมายของ ผลตอบแทน (Revenue) คือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากผลผลิตที่ทำการผลิต การพิจารณาผลตอบแทนการผลิตจะมากหรือน้อยเพียงใด สามารถวิเคราะห์จากรายได้ทั้งหมด ต้นทุนทั้งหมด และกำไรสุทธิ โดยคิดเฉลี่ยต่อพื้นที่เพาะปลูก 1 ไร่ ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{รายได้ทั้งหมด} &= \text{ราคาผลผลิต} \times \text{จำนวนผลผลิต} \\ \text{ต้นทุนทั้งหมด} &= \text{ต้นทุนผันแปร} + \text{ต้นทุนคงที่} \\ \text{กำไรสุทธิ} &= \text{รายได้ทั้งหมด} - \text{ต้นทุนทั้งหมด}\end{aligned}$$

4. แนวคิดการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix

เป็นวิธีการหรือเครื่องมือสำหรับการวางแผนกลยุทธ์ที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลายในกิจการต่างๆ กระบวนการวิเคราะห์ SWOT จะทำให้ทราบสถานการณ์ปัจจุบันขององค์กรว่ามีลักษณะอย่างไร เพื่อหากลยุทธ์ที่เหมาะสมให้แก่องค์กรนั้น ๆ (เอกชัย อภิศักดิ์กุล และทรงชนะ บุญขวัญ, 2553)

1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน หมายถึง การตรวจสอบความสามารถและความพร้อมที่ทำให้ทราบถึงจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อนขององค์กร (Weakness) ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถใช้ประโยชน์จากโอกาส (Opportunities) และหลบหลีกจากอุปสรรค (Threats) ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกได้ การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนยังช่วยระบุถึงจุดแข็งที่ซ่อนอยู่ และจุดอ่อนที่ถูกกลบเกลื่อน องค์กรจะต้องสามารถระบุปัจจัยภายในขององค์กรที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนได้ เนื่องจากจุดแข็งนำไปสู่การได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นสิ่งที่องค์กรมีอยู่หรือสามารถทำได้ดีกว่าคู่แข่ง จุดอ่อน คือ สิ่งซึ่งองค์กรมีหรือทำหรือไม่เลยซึ่งในขณะที่คู่แข่งสามารถทำได้ดีกว่า การพิจารณาจุดอ่อนและจุดแข็งสามารถเปรียบเทียบกับปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในอดีตขององค์กร (Past Performance) คู่แข่งขันที่สำคัญขององค์กร (Key Competition) และอุตสาหกรรมทั้งหมด

2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึง การประเมินสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นจึงต้องศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของสภาพแวดล้อมดังกล่าวว่าเป็นไปในลักษณะที่เป็นโอกาสหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมภายนอกก็ส่งผลกระทบต่อองค์กรธุรกิจแต่ละแห่งในลักษณะที่แตกต่างกัน การเปลี่ยนแปลงที่ก่อให้เกิดโอกาสสำหรับองค์กรบางแห่งอาจจะกลายเป็นข้อกำหนดขององค์กรอื่นหรือถึงแม้องค์กรธุรกิจหลายแห่งอาจจะได้รับประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นคล้ายๆ กันแต่บางแห่งก็อาจจะได้รับประโยชน์มากกว่าแห่งอื่น เนื่องจากลักษณะที่แตกต่างกันขององค์กรธุรกิจและความสามารถของผู้บริหารในการที่จะกำหนดกลยุทธ์ให้ได้รับประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้น

สำหรับแนวคิดการวิเคราะห์ TOWS Matrix เป็นแมทริกซ์ที่แสดงถึงโอกาสและอุปสรรคจากภายนอกองค์กรที่สัมพันธ์กับจุดแข็งและจุดอ่อนภายในองค์กรโดยมีทางเลือกของกลยุทธ์ 4 ทางเลือก ซึ่งเกิดจากการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ดังนี้

กลยุทธ์ SO หรือเรียกว่า กลยุทธ์จุดแข็งกับโอกาส ได้แก่ กลยุทธ์ที่องค์กรจะใช้จุดแข็งภายในองค์กรอาศัยประโยชน์จากโอกาส ณ ภายนอกที่เปิดโอกาสให้ ซึ่งทุกองค์กรต่างมีความต้องการจะสร้างความเข้มแข็งภายในเพื่อสามารถอาศัยประโยชน์จากสถานการณ์และสิ่งแวดล้อม ณ ภายนอก ซึ่งมีหลายองค์กรใช้กลยุทธ์ WO ST SO เพื่อจะกลับเข้าสู่สถานการณ์ที่สามารถใช้กลยุทธ์ SO ได้อีกหมายความว่า เมื่อองค์กรมีความอ่อนแอภายในก็จะพยายามปรับปรุงให้องค์กรภายในเข้มแข็งขึ้น และเมื่อองค์กรประสบกับอุปสรรค ณ ภายนอกก็จะพยายามหลีกเลี่ยงและมุ่งเข้าหาโอกาสต่อองค์กรให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

กลยุทธ์ ST หรือเรียกว่า กลยุทธ์จุดแข็งกับอุปสรรค ได้แก่ กลยุทธ์ที่จะใช้ความเข้มแข็งภายในองค์กรหลีกเลี่ยงหรือลดอุปสรรค ณ ภายนอกทั้งจากคู่แข่งหรือปัจจัยอื่น ๆ

กลยุทธ์ WO หรือเรียกว่า กลยุทธ์จุดอ่อนกับโอกาส ได้แก่ กลยุทธ์ที่องค์กรจะปรับปรุงแก้ไขความอ่อนแอภายในองค์กรโดยอาศัยประโยชน์จากโอกาสภายนอกที่เปิดโอกาสให้ ถึงแม้ว่าสิ่งแวดล้อมภายนอกดีมาก แต่หากองค์กรมีปัญหาภายในเองก็อาจทำให้ไม่ได้รับประโยชน์จากโอกาสภายนอกที่มีอยู่ เพราะจุดอ่อนอาจทำให้องค์กรไม่สามารถอยู่ได้ จึงควรหาวิธีในการเปลี่ยนจุดอ่อนให้เป็นจุดแข็ง เพราะยังมีโอกาสหรือช่องทางในการดำเนินงานในองค์กรต่อไปได้

กลยุทธ์ WT หรือเรียกว่า กลยุทธ์จุดอ่อนกับอุปสรรค ได้แก่ กลยุทธ์ที่ปกป้ององค์กรอย่างที่สุดคือพยายามลดความอ่อนแอภายในและหลีกเลี่ยงสภาวะแวดล้อมภายนอกที่เป็นอุปสรรคให้ได้มากที่สุด หากองค์กรเผชิญกับอุปสรรคภายนอกและภายในก็ยังอ่อนแอ องค์กรก็จะตกอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ดีอาจต้องเลิกกิจการ

5. แนวคิดวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก PESTEL Analysis

PESTEL Analysis เป็นการวิเคราะห์และตรวจสอบในเชิงมหภาค (Macro) ของปัจจัยภายนอกเข้ามากระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบกับธุรกิจของเราโดยเป็นปัจจัยที่เราไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งเราจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องพิจารณาและวางแผนก่อนหรือระหว่างการดำเนินแผนธุรกิจโดยพิจารณาว่าปัจจัยภายนอกที่ได้จาก PESTEL นั้นสามารถเป็นอุปสรรคหรือโอกาสกับธุรกิจหรือองค์กรของเรา ประกอบไปด้วย 6 ปัจจัยและมีปัจจัยเพิ่มมาอีก 1 ตัว ดังนี้ Political การเมือง Economic เศรษฐกิจ Social สังคม Technological เทคโนโลยี Environmental สิ่งแวดล้อม Legal กฎหมาย Ethical (ใหม่) จริยธรรม PESTEL Analysis กับ PEST Analysis คือตัวเดียวกัน แต่เพิ่มปัจจัยอีก 2 ตัว คือ Environmental สิ่งแวดล้อม และ Legal กฎหมาย ส่วน PESTEL Analysis หรือ STEEPLE เป็นการเพิ่มปัจจัยตัวใหม่คือ Ethical จริยธรรม (Tiger, 2021)

วิธีดำเนินการศึกษา

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 วิธีการรวบรวมข้อมูล เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเกษตรกร/ ผู้ประกอบการสินค้าทุเรียนหลงลับแลที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยสุ่มตัวอย่าง และใช้แบบสัมภาษณ์มีข้อความทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ และจัดสัมมนาระดมความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้อง (Focus Group) โดยใช้ SWOT และ TOWS Matrix เพื่อหาแนวทางพัฒนาสินค้าทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์

1.2 แหล่งข้อมูล ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วยข้อมูล 2 แหล่งคือ

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เกษตรกร/ ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพ GI ในพื้นที่ 3 อำเภอคือ อำเภอลับแล อำเภอเมือง และอำเภอท่าปลา จังหวัดอุดรดิตถ์ โดยการกำหนดขนาดตัวอย่างใช้แนวคิดของ W. Laurence Neuman, 1991 ด้วยวิธีสุ่มอย่างง่ายแบบไม่ใส่คืน (Simple Random Sampling without Replacement) ด้วยเกณฑ์กำหนดจำนวนประชากรต่ำกว่า 1,000 ราย ใช้จำนวนขนาดตัวอย่าง ร้อยละ 30 สินค้าทุเรียนหลงลับแล GI มีประชากรที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพ GI จำนวน 154 ราย ประกอบด้วยเกษตรกรจำนวน 104 ราย และผู้ประกอบการจำนวน 50 ราย ดังนั้นขนาดตัวอย่างของสินค้าทุเรียนหลงลับแล GI ที่ทำการสัมภาษณ์รวม 46 ราย แบ่งเป็นเกษตรกร 31 ราย ผู้ประกอบการ 15 ราย รวมถึงข้อมูลที่ได้จากผลสรุปของการประชุมระดมความคิดเห็นผู้ที่เกี่ยวข้อง (Focus Group) จำนวน 1 ครั้ง ประกอบด้วย เกษตรกร ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในโซ่คุณค่า จำนวน 30 ราย

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) แหล่งข้อมูล ได้แก่ เก็บรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานราชการและภาคเอกชนในพื้นที่ ตลอดจนค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือวารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 วิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ค่าสถิติอย่างง่ายและร้อยละในการนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร การดำเนินการข้อมูลจากการระดมความคิดเห็นผู้ที่เกี่ยวข้อง (Focus Group) และข้อมูลต้นทุนการผลิต

2.2 วิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยวิเคราะห์โซ่คุณค่า วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกด้วยการวิเคราะห์ SWOT และการจัดทำแนวทางการพัฒนาด้วย TOWS Matrix

ผลการศึกษา

1. โซ่อุปทานในการประกอบธุรกิจทุเรียนหลงลับแล GI อุดรดิตถ์ เริ่มจากเกษตรกรจัดหาปัจจัยเพื่อทำการผลิตทุเรียนหลงลับแลตามหลักการผลิตทุเรียนคุณภาพ และทำหน้าที่เป็นผู้ขายผลผลิต ให้แก่

ผู้ประกอบการ และจำหน่ายผลผลิตให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง โดยจำหน่ายตามช่องทางต่าง ๆ ซึ่งผลผลิตทุเรียนหลงลับและจะเป็นการจำหน่ายในรูปผลผลิตสดไม่มีการแปรรูป มีรายละเอียดดังนี้

1) เกษตรกร เป็นผู้เกี่ยวข้องในส่วนต้นน้ำ ทำหน้าที่ผลิตและขายทุเรียนหลงลับแล GI อุดรดิตถ์ โดยจำหน่ายผลผลิตให้กับผู้ประกอบการร้อยละ 59.52 ซึ่งผู้ประกอบการ ได้แก่ พ่อค้าท้องถิ่น 50% ตลาดในจังหวัด 2.38% ตลาดต่างจังหวัด 7.14% และทำการคัดเกรดผลผลิตที่มีคุณภาพตามคำสั่งซื้อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรงร้อยละ 40.48 โดยจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ 38.10% จำหน่ายในงานแสดงสินค้า 2.38%

2) ผู้ประกอบการ เป็นผู้เกี่ยวข้องในส่วนกลางน้ำและปลายน้ำ เนื่องจากผลผลิตทุเรียนหลงลับแล GI อุดรดิตถ์ เป็นการจำหน่ายในรูปผลผลิตสด และไม่มีการแปรรูป ซึ่งผู้ประกอบการนำสินค้าไปจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรงผ่านการจำหน่ายทางหน้าร้าน 55.56% และผ่านช่องทางออนไลน์ 44.44%

2 ห่วงโซ่คุณค่า จากการศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 1 เป็นการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าในการประกอบธุรกิจทุเรียนหลงลับแลของเกษตรกร และผู้ประกอบการ พบว่ามีความเชื่อมโยงและเกี่ยวเนื่องกัน สามารถช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า จึงต้องพัฒนาทั้งเกษตรกรในฐานะผู้ผลิต และผู้ประกอบการในฐานะผู้รวบรวมผลผลิต และผู้จัดจำหน่ายทุเรียนหลงลับแล จัดทำเป็นห่วงโซ่คุณค่าทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์ โดยมีกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

2.1 ห่วงโซ่คุณค่าด้านกิจกรรมหลัก (Primary Activities) 5 กิจกรรม ประกอบด้วย

1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) พื้นที่ปลูกอยู่ในอำเภอที่ได้รับการรับรองตามแหล่งภูมิศาสตร์ 3 อำเภอคือ อำเภอลับแล อำเภอเมืองและอำเภอท่าปลา คัดเลือกสายพันธุ์แท้จากอำเภอลับแล การเพาะปลูกมีการดูแลตามหลักการผลิตทุเรียนคุณภาพ มีการตรวจสอบคุณภาพทุเรียนหลงลับแล เช่น คัดเลือกผลที่ได้อายุ ลักษณะรูปทรงผลทุเรียนที่มีขนาดได้มาตรฐาน เปลือกไม่มียอยของแมลง ขั้วทุเรียนแข็ง ขั้นตอนการรับซื้อ คือ ติดต่อกลางราคากับเกษตรกรก่อนการรับซื้อ รับซื้อจากสวนที่เชื่อถือในคุณภาพทำให้ผลผลิตได้รับความเชื่อถือในคุณภาพ

2) การปฏิบัติการ (Operations) ได้รับการตรวจสอบรับรอง GI การคัดเกรด/การตั้งราคาตามคุณภาพผลผลิต มีสถานที่จัดเก็บในโรงเรือน

3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) เกี่ยวข้องโดยแรงงานที่มีความชำนาญคัดเลือกผลผลิตที่มีคุณภาพ มีบริการนำส่งผ่านขนส่งเอกชน/รถไฟ/ไปรษณีย์ และใช้บรรจุภัณฑ์ กล่องหรือลังกระดาษในการบรรจุผลผลิต

4) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) ช่องทางหรือแหล่งจำหน่ายผลผลิตมีเพียงพอ เช่น จำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรงทางหน้าร้าน และจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ (ไลน์/เฟซบุ๊ก) เกษตรกรมีส่วนในการกำหนดราคา ผู้ประกอบการมีการกำหนดราคาตามขนาดที่มีการคัดเกรดทำให้มีมูลค่าสูงขึ้น มีการรับประกันคุณภาพสินค้าโดยการจัดส่งสินค้าใหม่แทนสินค้าเดิมที่ไม่ได้คุณภาพ

5) การบริการ (Customer Services) การจัดส่งผลผลิตตามความต้องการ/ตามคำสั่งซื้อรวดเร็วตามที่กำหนด บริการหลังการขาย เช่น การรับรอง/การรับประกันสินค้าไม่ได้คุณภาพ เช่น ทุเรียนอ่อน

2.2 ห่วงโซ่คุณค่าด้านกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) 4 กิจกรรม เป็นกิจกรรมที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมหลัก ประกอบด้วย

1) การจัดหา/จัดซื้อ (Procurement) ค้นหาพันธุ์/ปัจจัยจากแหล่งจำหน่ายที่น่าเชื่อถือ/สถาบันการศึกษา/หน่วยงาน/ผู้ที่เคยใช้/เทียบราคา/ตามตลาดนิยม มีหลักเกณฑ์ในการจัดซื้ออุปกรณ์ที่เหมาะสม ในการซื้อขายผลผลิตมีการประสานกันจากทั้งเกษตรกรและผู้ประกอบการที่มีการซื้อขายเป็นประจำ ทำให้มั่นใจในคุณภาพผลผลิต

2) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) ในการเพาะปลูกของเกษตรกรมีการใช้เทคโนโลยี เช่น ไตรโครเดอร์มา ระบบน้ำสปริงเกอร์ การบำรุงด้วยธาตุอาหาร และการอบรมความรู้ เช่น เทคนิคการผลิตฯ การป้องกันโรคพืช การทำปุ๋ยจุลินทรีย์ ถ่านไบโอชาร์ รวมถึงผู้ประกอบการ นำเทคโนโลยีมาใช้ในการบรรจุภัณฑ์

3) การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) แรงงานที่ใช้ในการผลิตสินค้าเป็นแรงงานที่มีความชำนาญ โดยมีทั้งแรงงานในครัวเรือนและแรงงานจ้างคนในหมู่บ้านเป็นการจ้างแบบรายวัน

4) โครงสร้างพื้นฐาน (Firm Infrastructure) มีการขึ้นทะเบียนในเครือข่าย GI มีสถาบันรองรับโดยการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่ม/สถาบันเกษตรกร มีเงินทุนตนเองในการลงทุนกิจการ และมีแหล่งกู้ยืมเพียงพอจากสถาบันในระบบ

การดำเนินการบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับพื้นที่ ดังนี้ ด้านการผลิตตั้งแต่การปลูกจนถึงการเก็บเกี่ยว โดยมีหน่วยงานส่งเสริมการผลิตและสนับสนุนการพัฒนาองค์ความรู้ในกระบวนการผลิตที่เหมาะสม เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัด มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ และสภาเกษตรกร ด้านปัจจัยการผลิต รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมและการพัฒนาระบบน้ำ จากองค์การบริหารส่วนจังหวัด หรือส่วนท้องถิ่น สำนักงานชลประทาน ด้านการจำหน่ายและการพัฒนาด้านการตลาด โดยมีการสนับสนุนเพื่อให้เกิดมาตรฐาน สร้างตราสินค้าอัตลักษณ์ พัฒนาช่องทางการจำหน่ายให้หลากหลาย รวมถึงประชาสัมพันธ์สินค้า GI ให้ผู้บริโภครู้จักอย่างต่อเนื่อง โดยมีหน่วยงานสนับสนุน เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด เป็นต้น

การเปรียบเทียบต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนการผลิตทุเรียนหลงลับแลของเกษตรกรที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพ GI (ตารางที่ 1)

ต้นทุนการผลิตทุเรียนหลงลับแลเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพ GI มีต้นทุนรวม ต่อไร่ประมาณ 46,306.26 บาท สูงกว่าต้นทุนการผลิตทุเรียนหลงลับแลเกษตรกรที่ไม่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพ GI ซึ่งมีต้นทุนรวมต่อไร่ประมาณ 38,352.48 บาท แตกต่างเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.74 แบ่งเป็น ต้นทุนผันแปรต่อไร่เท่ากับ 43,726.07 บาท สูงกว่าต้นทุนผันแปรที่ไม่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพ GI ที่มีต้นทุน 35,777.29 บาท แตกต่างเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.22 เนื่องจากเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพ GI มีการ

เข้ารับการอบรมให้ความรู้ในด้านการผลิตตามหลักการผลิตทุเรียนคุณภาพ มีการใช้ธาตุอาหารเพิ่มขึ้น จึงทำให้ค่าใช้จ่ายด้านค่าแรงงานและค่าวัสดุ/ปัจจัยการผลิตในการดูแลสูงกว่าเกษตรกรที่ไม่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพ GI ส่วนค่าใช้จ่ายต้นทุนคงที่ต่อไร่เท่ากับ 2,580.19 บาท ไม่แตกต่างมากนักเมื่อเทียบต้นทุนคงที่ที่ไม่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพ GI ที่มีต้นทุน 2,575.19 บาท เพิ่มขึ้นเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.19

ผลผลิตต่อไร่ทุเรียนหลงลับแลเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพ GI มีผลผลิตต่อไร่ 1,252.62 กิโลกรัม สูงกว่าผลผลิตทุเรียนหลงลับแลเกษตรกรที่ไม่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพ GI ที่มีผลผลิตต่อไร่ 907.82 กิโลกรัม เพิ่มขึ้นร้อยละ 37.98 เนื่องจากเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพ GI มีการดูแลบำรุงรักษาตามหลักการที่ดี เช่น มีการตรวจวิเคราะห์ค่าดินเพื่อใช้ปุ๋ยและธาตุอาหารที่เหมาะสม ทำให้ได้รับผลผลิตสูงกว่าเกษตรกรที่ไม่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพ GI ราคาที่เกษตรกรได้รับ ทุเรียนหลงลับแลที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพ GI ราคาผลผลิตเฉลี่ยกิโลกรัมละ 259.03 บาท สูงกว่าทุเรียนหลงลับแลที่ไม่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพ GI ที่มีราคาผลผลิตเฉลี่ย 215.53 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.18 เนื่องจากเกษตรกรมีการกำหนดราคาโดยการคิดผลผลิตตามเกรดเพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภค ส่งผลให้ราคาเฉลี่ยรวมสูงกว่า โดยเมื่อพิจารณาผลตอบแทนสุทธิที่ได้รับพบว่า ทุเรียนหลงลับแลที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพ GI ได้รับผลตอบแทนสุทธิต่อไร่จำนวน 278,159.90 บาท และต่อกิโลกรัม 222.06 บาท สูงกว่าทุเรียนหลงลับแลที่ไม่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพ GI ที่ได้รับผลตอบแทนสุทธิต่อไร่จำนวน 157,309.96 บาท และต่อกิโลกรัม 173.28 บาท เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 76.82 และ 28.15 ตามลำดับ (อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ 0.38% อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ 6.50% (ธกส.) เป็นอัตราผลตอบแทนเบื้องต้น)

ตารางที่ 1 ต้นทุนการผลิตเปรียบเทียบทุเรียนหลงลับแลของเกษตรกรที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพ GI ปี 2562 จังหวัดอุดรธานี

รายการ	ต้นทุนไม่เข้าร่วมโครงการ ^๑	ต้นทุนเข้าร่วมโครงการ ^๑	ร้อยละความแตกต่าง
1. ต้นทุนผันแปร	35,777.29	43,726.07	22.22
2. ต้นทุนคงที่	2,575.19	2,580.19	0.19
3. ต้นทุนรวมต่อไร่	38,352.48	46,306.26	20.74
4. ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัม	42.25	36.97	12.50
5. ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)	907.82	1,252.62	37.98
6. ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กก.)	215.53	259.03	20.18
7. ผลตอบแทนต่อไร่	195,662.44	324,466.16	65.83
8. ผลตอบแทนสุทธิต่อไร่	157,309.96	278,159.90	76.82
9. ผลตอบแทนสุทธิต่อกิโลกรัม	173.28	222.06	28.15

ที่มา: จากการสำรวจ

แนวทางการพัฒนาทุเรียนหลงลับแลที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 2 โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ดำเนินการโดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง และการ จัดประชุม Focus Group วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในด้วย Value Chain Analysis และใช้รูปแบบ PESTEL Analysis วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดยนำมาจัดลำดับความสำคัญ โดยการให้คะแนนพร้อมทั้งจัดทำแนวทางการพัฒนาสินค้าทุเรียนหลงลับแลที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เป็นสิ่งแวดล้อมที่สามารถควบคุมได้ เป็นการวิเคราะห์ทรัพยากรความสามารถในการแข่งขัน และความสามารถในด้านอื่น ๆ เพื่อที่จะหาจุดอ่อน (Weakness) และจุดแข็ง (Strengths) ด้วยเครื่องมือการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) ดังนี้

จุดแข็ง (STRENGTHS = S)

- ทุเรียนหลงลับแล มีการคัดเลือกพันธุ์จากแหล่งภูมิศาสตร์ โดยสินค้าได้รับ GI มีความน่าเชื่อถือ และเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่

- มีระบบการผลิตใช้สารชีวภาพและดำเนินการผลิตตามหลักการผลิตทุเรียนคุณภาพ
- การบรรจุภัณฑ์และหีบห่อมีมาตรฐานและบริการขนส่งด้วยระบบการขนส่งเอกชนที่รวดเร็ว
- เกษตรกรสามารถกำหนดราคาจำหน่ายได้ในราคาค่อนข้างสูงเนื่องจากเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมเชื่อถือ

- มีการพัฒนาระบบน้ำด้วยการให้น้ำแบบสปริงเกอร์
- เกษตรกรและผู้ประกอบการมีความพร้อมในการลงทุนและมีแหล่งเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ
- ช่องทางการกระจายสินค้ามีเพียงพอ และจุดจำหน่ายอยู่ในพื้นที่ชุมชน ซึ่งการจำหน่ายสินค้าทุเรียนหลงลับแล GI ในชุมชน ส่งผลให้เกิดเศรษฐกิจฐานราก เกิดการสร้างงานและกระจายรายได้
- ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานการศึกษา เกี่ยวกับเทคนิคการผลิต/ป้องกันโรคพืชด้วยสารชีวภาพ/ธาตุอาหาร และปรับปรุงบำรุงดินด้วยถ่านไบโอชาร์

จุดอ่อน (WEAKNESSES = W)

- การผลิตทุเรียนไม่สามารถควบคุมคุณภาพและรสชาติทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแหล่งน้ำและฤดูกาล
- เทคโนโลยีการผลิตถึงการเก็บเกี่ยวเป็นแบบเดิมยังไม่มีนวัตกรรมใหม่ ทำให้การผลิต/เก็บเกี่ยวมีต้นทุนสูง
- พื้นที่ส่วนใหญ่ไม่มีเอกสารสิทธิ์และเป็นพื้นที่ลาดชัน
- ผลผลิตยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เป็นการประเมินสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจสินค้าทุเรียนหลงลับแล จึงต้องศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของสภาพแวดล้อมดังกล่าวว่าเป็นไปในลักษณะที่จะเป็นโอกาสหรือข้อจำกัด (Opportunities) ในการดำเนินกิจกรรมธุรกิจของ

ทุเรียนหลงลับแล ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกส่งผลกระทบต่อธุรกิจหรือสินค้าแต่ละประเภทแตกต่างกันไป การเปลี่ยนแปลงที่ก่อให้เกิดโอกาสสำหรับธุรกิจหรือสินค้าบางอย่างอาจจะเป็นข้อจำกัดของธุรกิจหรือสินค้าชนิดอื่น หรือแม้แต่ว่าธุรกิจหรือสินค้าหลายประเภทอาจจะได้รับประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นคล้ายคลึงกัน แต่บางประเภทก็อาจจะได้รับประโยชน์มากกว่า ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะของธุรกิจหรือสินค้าและความสามารถของผู้บริหารในการกำหนดกลยุทธ์ให้ได้รับประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ได้ใช้แบบ PESTEL Analysis

โอกาส (OPPORTUNITIES = O)

- ทุเรียนหลงลับแล GI ได้รับความนิยมและผู้บริโภคเชื่อถือทำให้มีมูลค่าสูงขึ้น
- ราคาของสินค้าทุเรียนหลงลับแลมีราคาอยู่ในเกณฑ์ดีไม่อ่อนไหวตามราคาผลไม้ชนิดอื่น และแหล่งผลิตพื้นที่ไม่ไกลจากแหล่งจำหน่ายในจังหวัด
- รสนิยมของผู้บริโภค มีความต้องการสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ทำให้สินค้า GI ได้รับความนิยม
- ภาครัฐมีนโยบายให้การสนับสนุนและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ โดยมีหน่วยงานราชการ และสถาบันการศึกษาสนับสนุนและส่งเสริมการผลิตสินค้า GI
- ปัจจุบันความก้าวหน้าเทคโนโลยีข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น

อุปสรรค (THREATS = T)

- ความเข้าใจในการขอขึ้นทะเบียน GI อยู่ในระดับน้อย เนื่องจากชุมชนส่วนใหญ่ไม่มีความพร้อมในการขอขึ้นทะเบียน
 - ขาดองค์กรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการตลาด
 - การศึกษาข้อมูลความต้องการตลาดสินค้าประเภท GI มีน้อย
 - ผู้บริโภคบางกลุ่มเข้าถึงข้อมูลเรื่องราวที่มาของสินค้า จึงทำให้ตราสินค้า GI เป็นที่รู้จักในวงแคบและยังไม่กว้างพอ
 - การเชื่อมโยงข้อมูล Big data ของสินค้าทุเรียนหลงลับแล ระหว่างองค์กรและหน่วยงาน เพื่อใช้ในการบริหารจัดการทั้งระบบมีน้อย
 - การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศส่งผลกระทบต่อผลผลิตทุเรียนหลงลับแล
 - ความเข้าใจและการรับรู้เท่าที่ทราบจากการค้าสินค้า GI ในระดับสากลยังมีน้อย
 - ความไม่สอดคล้องกับมาตรฐานสากลของ พรบ. คุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์พ.ศ. 2546
- จากการจัดทำ/วิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อกำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการพัฒนาสินค้าทุเรียนหลงลับแล โดยได้กำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนา 4 ทางเลือกคือ
- กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) มีแนวทางเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน เพิ่มโอกาสทางการตลาดทุเรียนหลงลับแล

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) มีแนวทางพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้วยนวัตกรรมและคุณค่าสินค้าเกษตรอัตลักษณ์

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) มีแนวทางสนับสนุนองค์การทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์เชิงตั้งรับ (WT Strategy) มีแนวทางเสริมสร้างมาตรฐาน และแนวทางพัฒนาคุณภาพสินค้า GI ภายใต้สภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง

จาก 4 กลยุทธ์ทางเลือก นำมาสรุปกลยุทธ์การพัฒนาสินค้าทุเรียนหลงลับแล เพื่อการยกระดับตลอดห่วงโซ่คุณค่าในเชิงนโยบายเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างแบรนด์คือ “กลยุทธ์พัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเพื่อยกระดับสินค้าทุเรียนหลงลับแล (Functional Upgrading)” ทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านปัจจัยการผลิต โดยการพัฒนาระบบน้ำ สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม/เอกสารสิทธิ์ ศึกษาวิจัยนวัตกรรมการเก็บผลผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงศึกษาวิจัยสารชีวภาพ/สารปรับปรุงบำรุงดิน โดยมีเป้าหมายคือ นวัตกรรมการกักเก็บน้ำ ระบบประปาบนบ่อที่สูง มีแหล่งน้ำที่เพียงพอในฤดูกาลผลิต เกิดงานศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนาเครื่องเก็บเกี่ยวสินค้า นวัตกรรมสารชีวภาพ/สารปรับปรุงบำรุงดิน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ชลประทาน หน่วยงานท้องถิ่น (อบต.) หน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการศึกษา

2. ด้านการผลิต พัฒนางค์ความรู้ในขั้นตอนและกระบวนการเก็บเกี่ยวผลผลิตในช่วงเวลาที่เหมาะสม ถ่ายทอดความรู้สู่ผู้สูดเหมาะสมกับพื้นที่/ตามคำวิเคราะห์ดิน พัฒนาศักยภาพกลุ่มเกษตรกร เพื่อการผลิตสินค้า GI โดยมีเป้าหมายคือ เกษตรกรและสถาบันเกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการผลิตที่เหมาะสม ผลิตปุ๋ยสั่งตัดและสารชีวภัณฑ์เพื่อฟาร์มเกษตรกร กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตสินค้า GI มีความเข้มแข็งและเกิดการพัฒนาต่อยอด ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในระดับพื้นที่ทั้งในและนอกกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เช่น สภาเกษตรกร สถาบันการศึกษา

3. ด้านการรวบรวม เชื่อมโยงพันธมิตรเครือข่ายสินค้า GI ส่งเสริมระบบการบริหารจัดการสินค้าทุเรียนในระดับพื้นที่ พัฒนารูปแบบบรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ โดยมีเป้าหมายคือ ยกระดับมูลค่าสินค้าทุเรียน GI เกิดความร่วมมือภาคีเครือข่ายผู้ผลิตและผู้ประกอบการสินค้า GI เกิดระบบการบริหารจัดการสินค้าทุเรียน GI เพื่อตอบสนองความต้องการ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ภาครัฐและเอกชน เช่น สหกรณ์การเกษตรพานิชย์จังหวัด สภาหอการค้าจังหวัด และ สมาพันธ์ SMEs

4. ด้านการจัดจำหน่าย คัดเลือกจุดจำหน่ายสินค้าที่ได้มาตรฐาน และรับรองสินค้า GI สร้างตราสินค้า เพื่อแสดงอัตลักษณ์ของสินค้าพื้นถิ่น พัฒนาการตลาดออนไลน์ เช่น website สินค้าพื้นถิ่น โดยมีเป้าหมายคือ ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการบริโภคสินค้า GI มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายและตอบสนองตรงความต้องการผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ประชาชน และกลุ่มเครือข่ายในจังหวัด และหน่วยงานในและนอกสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

การอภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์การวิจัยด้านห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางการพัฒนาทุเรียนหลงลับแล GI จังหวัดอุตรดิตถ์ ผลการวิจัยพบว่า ห่วงโซ่คุณค่าทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนสามารถช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยมีกิจกรรมที่สามารถสร้าง Value คือพื้นที่เพาะปลูกอยู่ในอำเภอที่ได้รับการรับรองตามแหล่งภูมิศาสตร์ด้านการกระบวนการผลิต คัดเลือกพันธุ์โดยใช้สายพันธุ์แท้ การดูแลตามหลักการผลิตทุเรียนคุณภาพ ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนส่งเสริมการผลิตและมีการตรวจสอบรับรอง GI เกือบทั่วโดยแรงงานที่มีความชำนาญ คัดเลือกผลผลิตที่ครบอายุและมีคุณภาพ การคัดเกรดผลผลิต ทำให้ผลผลิตได้รับความเชื่อถือในชื่อเสียงและความเป็นอัตลักษณ์ มีการตกลงราคาก่อนจำหน่าย เกษตรกรมีส่วนร่วมในการกำหนดราคา ผู้ประกอบการมีการกำหนดราคาตามขนาดที่มีการคัดเกรด มีการรับประกันคุณภาพสินค้ารวมถึงมีบริการหลังการขาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของ Michael E. Porter ที่กล่าวว่า ห่วงโซ่คุณค่า หมายถึงกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์ และเชื่อมโยงกัน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการผลิต โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการนำวัตถุดิบป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิต กระบวนการจัดจำหน่าย กระบวนการจัดส่งสินค้าสู่ผู้บริโภค และกระบวนการบริการหลังการขาย การสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการนั้น ด้านแนวทางการพัฒนาได้นำแนวคิดการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix ของเอกชัย อภิศักดิ์กุล และทรงชนะ บุญขวัญ รวมถึงแนวคิดวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก PESTEL Analysis เพื่อดำเนินการจัดทำแนวทางการพัฒนาสินค้าทุเรียนหลงลับแล โดยได้กำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนา 4 ทางเลือก คือกลยุทธ์เชิงรุก มีแนวทางเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน เพิ่มโอกาสทางการตลาดทุเรียนหลงลับแล กลยุทธ์เชิงแก้ไข มีแนวทางพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้วยนวัตกรรมและคุณค่าสินค้าเกษตรอัตลักษณ์ กลยุทธ์เชิงป้องกัน มีแนวทางสนับสนุนองค์กรทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ กลยุทธ์เชิงตั้งรับ มีแนวทางเสริมสร้างมาตรฐานและแนวทางการพัฒนาคุณภาพสินค้า GI ภายใต้สภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง จาก 4 กลยุทธ์ทางเลือก นำมาสรุปกลยุทธ์การพัฒนาสินค้าทุเรียนหลงลับแล เพื่อยกระดับตลอดห่วงโซ่คุณค่าในเชิงนโยบายเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างแบรนด์ คือ “กลยุทธ์พัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเพื่อยกระดับสินค้าทุเรียนหลงลับแล (Functional Upgrading)” ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านปัจจัยการผลิต ด้านการผลิต ด้านการรวบรวม และด้านการจัดจำหน่าย

ข้อเสนอแนะ

1. การบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วนเพื่อแก้ไขปัญหาการผลิตทุเรียนหลงลับแลตลอดโซ่อุปทาน อาทิเช่น หน่วยงานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สถาบันการศึกษาควรร่วมดำเนินการร่วมกับเกษตรกรในการสนับสนุนองค์ความรู้ ปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพ เพื่อแก้ไขปัญหาการผลิต รวมถึงมีระบบควบคุมคุณภาพและการรับประกันคุณภาพทั้งในเกษตรกรรายย่อยและรายกลุ่ม เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพของผลผลิตทุเรียนหลงลับแล และเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร ผู้ประกอบการค้า ส่งเสริมให้ผลิตเชิงพาณิชย์มากขึ้น ตลอดจนเพิ่มศักยภาพและสร้างมาตรฐานทุเรียนหลงลับแลในการตรวจสอบคุณภาพเพื่อการส่งออกในอนาคต

2. สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการพัฒนา เช่น ผลักดันนโยบายจังหวัดในการสนับสนุนการมีเอกสารสิทธิในที่ดินอย่างต่อเนื่อง สนับสนุนแหล่งน้ำ พัฒนาเส้นทางคมนาคม รวมถึงพัฒนาศักยภาพด้านการผลิตการตลาดให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการ เป็นต้น

3. แนวทางการจัดการแก้ไขปัญหาคุณภาพทุเรียนหลงลับแลเพื่อการส่งออก เกษตรกรต้องปรับเปลี่ยนแนวคิดและวิธีการผลิต เช่น ใช้หลักการผลิตทางการเกษตรตามแนวทางการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีหรือ GAP (Good Agricultural Practice) การเตรียมสภาพต้นทุเรียนหลงลับแลให้พร้อมทำให้ต้นมีความสมบูรณ์ รวมถึงการตัดทุเรียนหลงลับแลผลที่แก่จัดเท่านั้น ไม่มีผลอ่อน และต้องไม่บ่มด้วยน้ำยาบ่มทุเรียน (Ethephon) เพื่อผลผลิตที่ได้มาตรฐานและมีคุณภาพ รวมถึงสนับสนุนให้ได้รับการรับรอง GAP และ GMP

4. สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ สร้างเรื่องราว ในรูปแบบที่หลากหลายทุกช่องทาง และสร้างจุดจำหน่ายสินค้า GI เพื่อให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง รวมถึงสนับสนุนการขายออนไลน์โดยศูนย์บริหารจัดการสินค้า/สหกรณ์

เอกสารอ้างอิง

- กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์. (2561). *สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)*. สืบค้น 16 ธันวาคม 2562, จาก <http://www.ipthailand.go.th/th/gi-001.html>
- พันธกานต์ ชูจันทร์. (2558). *ปัญหาความสอดคล้องกับมาตรฐานสากลของพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546*. สืบค้น 16 ธันวาคม 2562, จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2140/1/phunthakan_choo.pdf
- ศิริวัฒน์ ทรงณศักดิ์. (2562). *คู่มือการจัดทำและวิเคราะห์ประมาณการข้อมูลต้นทุนการผลิตพืช*. ศูนย์สารสนเทศการเกษตร. พิษณุโลก: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2558). *แนวคิดระบบโซ่อุปทานสินค้าเกษตรตามยุทธศาสตร์การพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทานภาคเกษตร: ยุทธศาสตร์การพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทานภาคเกษตร พ.ศ. 2556-2559*. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- เอกชัย อภิศักดิ์กุล และทรงชนะ บุญขวัญ. (2553). *คู่มือวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ*. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.
- Neuman, W. L., (1991). *Social research methods: qualitative and quantitative approaches*. Boston: Allyn and Bacon.
- Porter, M.E. (1985). *Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance*. Retrieved December 16, 2019, from http://people.tamu.edu/~v-uenger/446/Value_Chain.pdf
- Tiger. (2021). *เครื่องมือวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก PESTEL Analysis*. สืบค้น 10 มีนาคม 2563, จาก <https://thaiwinner.com/pestel> มกราคม 18, 2021/Management/By Tiger.

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแผ่นพับประชาสัมพันธ์สำหรับผลิตภัณฑ์ ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง ตำบลป่าแดง อำเภอลำดวย จังหวัดพะเยา

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 11 มิถุนายน 2564
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 30 กรกฎาคม 2564
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 23 สิงหาคม 2564

บุษบา หินเธาว์*

หลักสูตรสาขาวิชาบัณฑิตกรรมการสื่อสาร
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อออกแบบ พัฒนาบรรจุภัณฑ์และ สื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง อำเภอลำดวย จังหวัดพะเยา และ 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และ สื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพมีผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ตัวแทนสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านนาเมือง 10 ท่าน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสุ่มแบบเจาะจง และการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติและบรรยายเชิงพรรณนา จำนวน 350 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านนาเมือง มีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่โดดเด่น และไม่สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้ ส่วนด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ใช้วิธีปากต่อปาก ไม่มีเอกสารประชาสัมพันธ์แนะนำสินค้า ดังนั้น จึงหาแนวทางพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแผ่นพับประชาสัมพันธ์ เพื่อให้มีความสวยงาม สามารถดึงดูดความสนใจลูกค้าเพิ่มขึ้น และใช้ประโยชน์ได้จริง ซึ่งผู้ผลิตผ้าทอบ้านนาเมือง ชอบสีม่วง มากที่สุด เพราะเป็นสีเอกลักษณ์ของผ้าทอลายประจำจังหวัดพะเยา และต้องการให้พัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นกล่องสีเหลี่ยมผืนผ้าสีม่วง มีลายผ้าประจำจังหวัด มีสัญลักษณ์สะพานไม้ไผ่บ้านนาเมือง 2. ความพึงพอใจของผู้บริโภค ประเมินผลพบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดพะเยา มีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.64 และมีความพึงพอใจต่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอบ้านนาเมืองที่พัฒนาขึ้น ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.59 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56

คำสำคัญ: การพัฒนา การออกแบบ บรรจุภัณฑ์

* ผู้ประสานงานหลัก: bussaba_took@hotmail.com

The Development of Package and Publicized Leaflets for Natural Dyed Hand-made Cloth of Ban Na Muang Women's Cooperative Group, Pa Dang Sub-district, Chat Trakarn District, Phitsanulok Province.

Received: June 11, 2021

Revised: July 30, 2021

Accepted: August 23, 2021

Bussaba Hintow^{1*}

Lecture of Master of Communication Innovation

Faculty of Management science Pibulsongkram Rajabhat University

Abstract

The objectives of this research 1) were to design, develop package and leaflet to publicize natural dyed cloth of Ban Na Muang Women's Cooperative Group, Pa Dang Sub-district, Chat Trakarn District, Phitsanulok Province and 2) study the consumers' satisfactions towards the package and publicized leaflets for natural dyed hand-made cloth. This research is a qualitative research. The major informants were 10 members of Ban Na Muang Women's cooperative group by purposive sampling. The data were collected by employing questionnaire and interview and collect quantitative data for 350 people, analyzed by using statistical analysis and content description.

The findings were found that 1) currently the community enterprise of Ban Na Muang Weaving group had non-outstanding package and unable to attract consumers. Whereas the public relation was word-to-word without any publicized documents for production introduction; therefore, they have to find ways to develop their package and publicized leaflets to make the package more attractive for the increasing customers and actual utilization. The producers like purple the most since it is the unique color of the provincial weaving styled cloth and develop the package into oblong purple box with provincial weaving styled having Ban Na Muang bamboo bridge. 2) Regarding the leaflets, there should be description on hand-made weaving cloth group. The evaluation found that the consumers in Phitsanulok were satisfied with the package more at the highest level with mean of 4.51 and S.D. of 0.64 and satisfied with the developed Ban Na Muang hand-made cloth at the highest level with the mean of 4.59 and S.D. of 0.56

Keywords: Development Design Package

* Corresponding Author: bussaba_took@hotmail.com

บทนำ

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มีเจตนารมณ์เพื่อให้มีการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และการพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ ตลอดจนการพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง มีความพร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคตไม่ว่าจะในระดับใด รวมถึงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไปสู่การเป็นผู้ประกอบการในระดับที่สูงขึ้นไป โดยการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ให้มีการส่งเสริมสนับสนุนการจัดตั้งสถานประกอบการ การตลาด การส่งเสริมความสัมพันธ์ความร่วมมือระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรม อันจะเป็นการสร้างความมั่นคงให้เกิดขึ้นกับกิจการวิสาหกิจชุมชน (ไพศาล มุ่งสมัคร และคณะ, 2556)

การพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วยหลายปัจจัยเข้าด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ การบริหารจัดการ การสร้างเครือข่าย การตลาด ซึ่งธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ได้ใช้แนวคิดการตลาดที่มีการนำส่วนประสมทางการตลาดมาใช้เป็นกรอบในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจริญญา นวลอินทร์ (2552) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน พบว่า การตลาดและการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีต่อความสำเร็จของโครงการกลุ่มอาชีพโอท็อป แต่วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ก็มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ การตลาดและการสื่อสาร การตลาดเป็นอย่างมาก ทำให้สินค้าที่ผลิตออกมามีจำหน่ายได้น้อย ประชาชนขาดรายได้ และเกิดภาวะเศรษฐกิจไม่ดีเท่าที่ควร เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ยังต้องมรการสื่อสารการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ปัญหาบรรจุกณ์ยังคงใช้บรรจุกณ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน ไม่ทันสมัย และไม่โดดเด่น ไม่สวยงามมีลักษณะซ้ำ ๆ เหมือนคู่แข่ง เช่น ใช้ถุงพลาสติกหุ้มหิ้ว ใช้บรรจุกณ์ที่มีจำหน่ายตามท้องตลาดและไม่ได้เพิ่มเติมข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ทำให้ลูกค้าไม่เห็นความแตกต่างของสินค้า ซึ่ง อุษณีย์ มากประยูร (2551) ได้อธิบายว่า ถึงแม้จะเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี แต่หากใช้บรรจุกณ์ที่ไม่ดึงดูดให้ลูกค้าสนใจแล้วละก็สินค้านั้นก็อาจไม่สามารถจำหน่ายได้เช่นกัน

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าทอมือบ้านนาเมือง ตั้งอยู่เลขที่ 40/2 หมู่ที่ 8 ถนน ตำบลป่าแดง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก และดำเนินการเป็นกลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าบ้านนาเมือง ขึ้นด้วย มีสมาชิก 76 คน มีเงินทุนเวียนในสหกรณ์ 1.5 ล้านบาท และมีการปันผลเงินเฉลี่ยคืนทุกปี มากกว่า 20 ปีแล้ว และจะผลิตสินค้าเมื่อมีการสั่งผลิตจากผู้บริโภคเท่านั้น สมาชิกส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ลาวที่อพยพมาจาก ไชยะบุรี ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว คนลาวเหล่านี้เข้ามาประเทศไทยทางอำเภอนาแห้ว จังหวัดเลย และอพยพมาตั้งหลักแหล่งที่บ้านนาเมือง ซึ่งจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์กล่าวไว้ว่าชาติตระการเป็นเมืองในหุบเขากลุ่มแม่น้ำแควน้อยที่มีเส้นทางติดต่อระหว่าง ภาคเหนือตอนล่างกับภาคอีสานตอนบน หรือจะกล่าวอย่างง่าย ๆ คือ เส้นทางติดต่อของสุโขทัยกับเมืองเวียงจันทน์และหลวงพระบาง ตามที่ปรากฏในศิลาจารึกหลักที่ 1 (มูลนิธิเล็ก - ประไพวิริยะพันธุ์) และมีการค้นพบหลักฐานเครื่องปั้นดินเผาประเภทไหเนื้อแกร่งบรรจุอัฐิ

กระจายทั่วไปในเขตลุ่มน้ำแควน้อยเป็นลักษณะทางวัฒนธรรมของล้านช้างซึ่งพบมากในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือจึงทำให้นักวิชาการบางท่านตีความว่าคนลาวหรือพวกล้านช้างเข้ามายังลุ่มน้ำแควน้อยโดยผ่านมาทาง จังหวัดเลย และอพยพมาถึงชาติตระการเมื่อ พ.ศ. 2467 จากข้อมูลของเทศบาลตำบลป่าแดง (www.pdmu.go.th) ระบุว่าเมื่อครอบครัวของอดีตผู้ใหญ่บ้านชื่อนายแพง อินทร์ทิพย์ ได้มาตั้งหมู่บ้านอยู่ที่ริมคลองน้ำภาคน้อย แล้วได้ตั้งชื่อว่าบ้านน้ำภาคน้อย ต่อมาประมาณ พ.ศ.2521 ได้มีการแยกหมู่บ้านขึ้น จึงได้แยกหมู่บ้านออกมาจากบ้านน้ำภาคน้อย และตั้งชื่อว่าหมู่บ้านนาเมือง เพราะว่าหมู่บ้านมีทุ่งนาล้อมรอบหมู่บ้านและหลังหมู่บ้านห่างไปประมาณ 5 กิโลเมตรจะมีน้ำตกตาดน้อยที่สวยงาม และใกล้กับน้ำตกชาติตระการ ซึ่งในปัจจุบันชาวบ้านบ้านนาเมืองส่วนมากจะยังคงมีญาติพี่น้องอยู่ที่ แขวงไชยบุรี ประเทศลาว และเดินทางข้ามไปเยี่ยมเยียนกันเมื่อมีโอกาสเสมอ

ชาวบ้านที่บ้านนาเมืองมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ชาวบ้านอยู่กันอย่างถ้อยทีถ้อยอาศัย รักสงบ ทำให้ชุมชนบ้านนาเมืองเป็นชุมชนที่ค่อนข้างสงบ ไม่วุ่นวาย และมีความเป็นมิตรสูง ชาวบ้านที่นี่จะดำเนินชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ได้แก่ ทำนาข้าวเหนียว แบบอินทรีย์ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ไม่ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ทำได้ปีละครั้ง

เมื่อว่างจากการทำเกษตรกรรมผู้ชายจะใช้เวลาว่างในการทำจักสานไม้ไผ่ เช่น หวดไผ่หนึ่งข้าวเหนียว กระดัง ไซตักปลา เป็นต้น ซึ่งทำไว้ใช้ในครัวเรือน เหลือใช้ก็จำหน่าย ส่วนใหญ่จะจำหน่ายให้ชาวบ้านในหมู่บ้านด้วยตนเอง ผู้หญิงจะทอผ้า มีทั้งทอผ้าเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการทอผ้าไหมและผ้าฝ้าย ซึ่งได้นำความรู้เรื่องการทอผ้าติดตัวมาแต่ครั้งอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานที่บ้านนาเมือง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งสมัยโบราณหน้าที่ทอผ้าเป็นหน้าที่ของลูกผู้หญิงชาวลาและชาวอีสานทุกคน ที่จะต้องทอผ้าและตัดเย็บเครื่องนุ่งห่มให้เป็น และทอผ้าไว้ใช้กันเองในครอบครัวเป็นลักษณะการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นในครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ เพื่อให้ลูกสาวมีอาชีพติดตัว เพราะสมัยก่อนไม่นิยมส่งลูกสาวให้เรียนสูง ดังนั้นผู้หญิงในหมู่บ้านนาเมืองแทบทุกคนจะทอผ้าเป็น ผ้าทอที่บ้านนาเมืองจะมีลักษณะเป็นการทอมัดหมี่

เมื่อสมัยก่อนชาวบ้านบ้านนาเมืองจะมีกระบวนการทอผ้าครบทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต ช่วงทอผ้าจะปลูกหม่อน เลี้ยงไหม ปลูกฝ้ายเอง ย้อมสีธรรมชาติจากเปลือกไม้ เช่น คราม เปลือกมะม่วง แก่นฝาง เปลือกเพกา ครั่ง เป็นต้น เมื่อระยะเวลาผ่านไป สภาพทางภูมิศาสตร์และสังคมได้มีวิวัฒนาการที่เปลี่ยนไป วัสดุธรรมชาติที่จะมาย้อมผ้าหายากขึ้น ราคาแพง และยุ่งยากเมื่อเทียบกับการย้อมสีเคมีและการใช้เส้นใยประดิษฐ์ กระบวนการผลิตผ้าทอของบ้านนาเมืองจึงถูกลดขั้นตอนด้วยต้องการลดเวลาและต้นทุนการผลิต และเมื่อประมาณราว ๆ ปี พ.ศ. 2540 ทางราชการได้เข้ามาสนับสนุนให้ชาวบ้านตั้งกลุ่มทอผ้าบ้านนาเมืองและสนับสนุนให้ทอผ้ามัดหมี่เพื่อสร้างอาชีพเสริม ผ้าทอที่เป็นผืนสีม่วงลวดลายดอกป๊อบ ลายดอกจำปาขาว ลายลูกแก้ว ลายลูกกรง ลายสับประรด ผ้าคลุมไหล่ ผ้าขาวม้า ผ้าหม่นวม ใช้ด้ายประดิษฐ์เป็นวัตถุดิบ เป็นผลิตภัณฑ์

OTOP 5 ดาวของหมู่บ้าน ขายเมตรละ 250 บาท เวลาจำหน่ายจะใช้ถุงพลาสติกเป็นบรรจุภัณฑ์ ไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์ และจะผลิตสินค้าเมื่อมีการสั่งผลิตจากผู้บริโภคเท่านั้น

ดังนั้นทางทีมวิจัยและสมาชิกกลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าจึง ตระหนักและสนใจที่จะทำวิจัยเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแผ่นพับประชาสัมพันธ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก เพราะบรรจุภัณฑ์มีส่วนสำคัญอย่างมากที่จะช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภายในให้ดูดี อีกทั้งยังเป็นสื่อที่สามารถอธิบายถึงคุณสมบัติ ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ และยังทำหน้าที่หลัก คือ คัดกรองป้องกันตัวสินค้าภายในให้ปลอดภัย ก่อให้เกิดประโยชน์ในทางการค้าและการบริโภค (ประชิด ทิณบุตร, 2531) ตลอดจนแผ่นพับประชาสัมพันธ์สินค้าที่สวยงาม มีข้อมูลครบถ้วน ก็ยังช่วยสร้างการรับรู้ ความเข้าใจผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภคได้ และประชาสัมพันธ์ให้คนอื่นต่อไปได้ด้วย อีกทั้งยังช่วยเพิ่มมูลค่าความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ ให้มีความเหมาะสมสอดคล้องต่อการใช้งาน เป็นตัวกลางในการสื่อสารรายละเอียดของผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภคอีกทางหนึ่งด้วย ที่ช่วยขยายตลาดให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภคมากขึ้น สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนเพิ่มขึ้น และที่สำคัญอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ยังได้บูรณาการด้านการเรียนการสอนกับการบริการวิชาการและงานวิจัยแก่ชุมชนด้วย

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อออกแบบ พัฒนาบรรจุภัณฑ์และ สื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และ สื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก

เอกสาร แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การที่วิสาหกิจชุมชน หรือธุรกิจชุมชน จะสามารถสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ได้นั้น นอกจากจะมีผลิตภัณฑ์ที่ดีมีมาตรฐานแล้ว ยังต้องอาศัยการสื่อสารการตลาดด้วย Duncan (2005 อ้างถึงใน ดารา ทิปะปาล และ ธนวัฒน์ ทิปะปาล, 2553) ได้กำหนดเครื่องมือ สื่อสารการตลาด ประกอบด้วย 8 ประการ ดังนี้ 1) การโฆษณา 2) การส่งเสริมการขาย 3) การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว 4) การขายโดยบุคคล 5) การตลาดทางตรง 6) บรรจุภัณฑ์ 7) การจัดกิจกรรมพิเศษและการเป็นผู้อุปถัมภ์ 8) การบริการลูกค้า ดังนั้น การศึกษาบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือหนึ่งของการสื่อสารการตลาด การวิจัยเรื่องนี้จะทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้แนวทางการออกแบบที่ผสมผสานความร่วมมือ เป็นตัวกำหนดรูปแบบ โดยใช้กรอบแนวคิดของ ประชิด ชินบุตร (2531) ที่อธิบายว่าบรรจุภัณฑ์มีส่วนสำคัญอย่าง

มากที่จะช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภายในให้ดูดี อีกทั้งยังเป็นสื่อที่สามารถอธิบายถึงคุณสมบัติ ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ และยังทำหน้าที่หลัก คือ ค้ำครองป้องกันตัวสินค้าภายในให้ปลอดภัย ก่อให้เกิดประโยชน์ในทางการค้าและการบริโภค หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึงความกลมกลืน สดส่วน ความสมดุล จังหวะ การเน้น เอกภาพ การตัดกัน จุดมุ่งหมายของการออกแบบเพื่อให้ได้สิ่งที่ดีกว่า การคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย และมีความสวยงาม นอกจากนี้ หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เน้นปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ 1) การออกแบบควรได้ทั้งงานสัญลักษณ์และทัศนสัญลักษณ์ นอกจากนี้ได้เห็นแล้วต้องสื่อสารได้ถึงความรู้สึกให้เกิดขึ้นด้วย 2) บรรจุภัณฑ์ควรสร้างความพึงพอใจเกียติและศักดิ์ศรีสำหรับผู้ซื้อ 3) บรรจุภัณฑ์ต้องแสดงโดดเด่นออกมาให้เห็นชัดเจนจากผลิตภัณฑ์อื่น ด้วยการเลือกรูปทรง สี หรือขนาด เพื่อบ่งชี้เอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ (สมเกียรติ พิษนวก, 2549) สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์มีหลายประเภทด้วยกัน เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว แคตตาล็อก เป็นต้น ซึ่งการออกแบบนำเอารูปภาพประกอบ (illustration) ภาพถ่าย (photography) สัญลักษณ์ (symbol) รูปแบบ และขนาดของตัวอักษร (typography) มาจัดวางเพื่อให้เกิดการนำเสนอข้อมูลอย่างชัดเจน เกิดผลดีต่อกระบวนการ สื่อความหมาย และแสดงคุณค่าทางการออกแบบอย่างตรงไปตรงมา (ศิริเพ็ญ คล้ายถม, 2550) ส่วนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์ เนื่องจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อที่มี ทั้งภาพและเสียง และเป็นภาพเคลื่อนไหว

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพในรูปแบบการวิจัยและพัฒนา กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริง ตามสภาพการณ์ โดยใช้การสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์ และการมีส่วนร่วมกิจกรรมผลิตผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ เพื่อให้ได้ข้อมูลชุมชนและการทอผ้าลายดอกปีบ ตลอดจนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และแผ่นพับ ที่ต้องการ และวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษาความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ใช้วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงและมีส่วนร่วมจากชุมชน ได้แก่ สมาชิกกลุ่มสตรีสหกรณ์ฯ ที่มีชื่อในโครงสร้างบริหารสหกรณ์ทอผ้าบ้านนาเมือง เป็นคนในชุมชน ทอผ้ามา มากกว่า 20 ปี จำนวน 10 คน ซึ่งเป็นผู้มีหน้าที่หลักในการดำเนินงานตัดสินใจเกี่ยวกับการบริหารทุกเรื่องในสหกรณ์ฯ เลือกโดยเจาะจง

กลุ่มประชากรตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภค จำนวน 350 คน

พื้นที่ทำการวิจัย ได้แก่ หมู่ 8 บ้านนาเมือง อ.ชาติตระการ จ.พิษณุโลก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ได้แก่ การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม แบบสอบถาม การสังเกต และการมีส่วนร่วมกิจกรรม
หัตถกรรมการผลิตผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ

ขั้นตอนการวิจัย มีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลชุมชนบ้านนาเมือง ได้แก่ ประวัติความเป็นมา อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในหมู่บ้านนาเมือง อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์ จากการสัมภาษณ์
สนทนากลุ่ม การสังเกต และการมีส่วนร่วมกิจกรรมการผลิตผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ

ขั้นตอนที่ 2 การวางแผนเลือกเนื้อหาและวางแผนการผลิตบรรจุภัณฑ์ และสื่อแผ่นพับ
ประชาสัมพันธ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ สำหรับขั้นตอนนี้ คณะผู้วิจัย ดำเนินการวิจัยแบบมีส่วนร่วมผ่านการ
สนทนากลุ่มระดมสมอง การสังเกต การมีส่วนร่วมกิจกรรมการผลิตผ้าทอ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นความต้องการ
ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการผลิตผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ

ขั้นตอนที่ 3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ และสื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ และให้
ผู้ทรงคุณวุฒิได้แก่ อาจารย์ ดร.เอกรงค์ ปันพงษ์ อาจารย์ยรรยงวรกร ทองแย้ม ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
สื่อประชาสัมพันธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์นภาพร อุ่นปรีชาวิชัย ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด และผู้นำกลุ่ม
สตรีสหกรณ์ทอผ้าบ้านนาเมือง จำนวน 3 ท่าน ร่วมกันวิพากษ์ต้นแบบร่างของบรรจุภัณฑ์และสื่อแผ่นพับ
ประชาสัมพันธ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ



แบบที่ 1

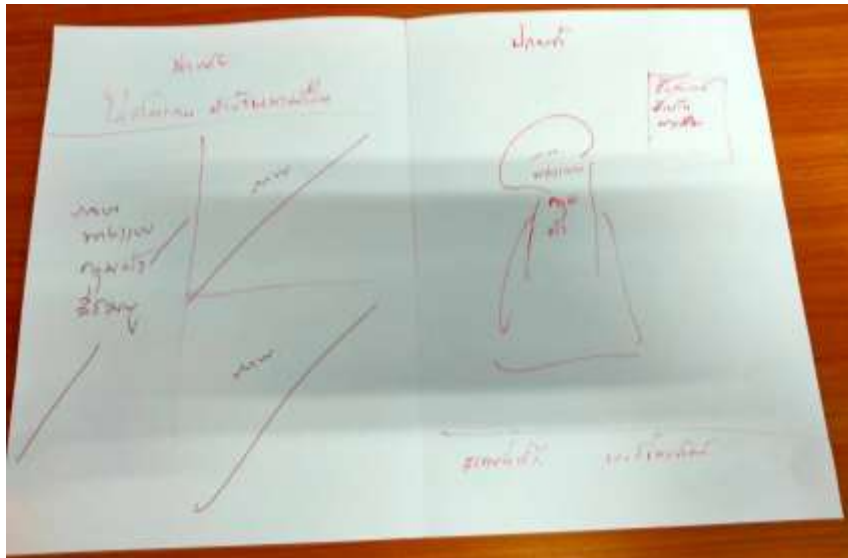


แบบที่ 2



แบบที่ 3

ภาพ 1-3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ 3 แบบ



ภาพ 4 แบบร่างแผ่นพับ

ขั้นตอนที่ 4 ปรับปรุงแก้ไขแบบร่างบรรจุภัณฑ์และสื่อแผ่นพับฯ

ขั้นตอนที่ 5 ผลิตบรรจุภัณฑ์และสื่อแผ่นพับฯ

ขั้นตอนที่ 6 ทดสอบหาความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ พร้อมรับคำติชมมาปรับปรุงแก้ไข ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ที่บริเวณตลาดหลังศาลากลางจังหวัดพิษณุโลก และสถานที่ขายของที่ระลึก บริเวณวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร โดยผู้บริโภคลักสินค้าประเภทผ้าทอลายดอกป๊อบ ส่วนใหญ่เป็นผู้มีอาชีพรับราชการทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงคำนวณขนาดตัวอย่างจากสูตรของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2549) ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 385 คน แต่เก็บข้อมูลได้จริงจำนวน 350 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูลจึงใช้กลุ่มตัวอย่างที่เก็บมาได้จริงจำนวน 350 คน โดยกำหนดคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่เคยซื้อผ้าทอลายดอกป๊อบ

ขั้นตอนที่ 7 ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ และเป็นไปตามศาสตร์แห่งการสื่อสาร

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์วิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาด้วยวิธีวิทยาเชิงคุณภาพและนำมาพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์และสื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ

2. วิเคราะห์ความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์หาค่า ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (ประทีป สุวรรณรักษ์, 2542) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ น้อย

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ข้อ 1. เพื่อออกแบบ พัฒนาบรรจุภัณฑ์และ สื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง อำเภอลำดวน จังหวัดพิจิตร พบว่า ปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านนาเมือง มีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่โดดเด่น คือ ถุงหิ้วพลาสติกใส และไม่สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้ ส่วนด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ใช้วิธีปากต่อปาก ไม่มีเอกสารประชาสัมพันธ์แนะนำสินค้า ดังนั้น จึงหาแนวทางพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแผ่นพับประชาสัมพันธ์ เพื่อให้มีความสวยงาม สามารถดึงดูดความสนใจลูกค้าเพิ่มขึ้น และใช้ประโยชน์ได้จริง ซึ่ง ผู้ผลิตผ้าทอบ้านนาเมือง ชอบสีม่วง มากที่สุด เพราะเป็นสีเอกลักษณ์ของผ้าทอลายประจำจังหวัดพิจิตร และต้องการให้พัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นกล่องสีเหลี่ยมผืนผ้าสีม่วง มีลายผ้าประจำจังหวัด มีสัญลักษณ์สะพานไม้ไผ่บ้านนาเมือง ส่วนแผ่นพับให้อธิบายถึงผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีในกลุ่ม ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ต้องการ คือ แบบที่ 3 แต่ให้ปรับรูปแบบ ดังนี้

1. ต้องการกล่องสีเหลี่ยม มีรูปแบบเหมือนกล่องไม้ขีด เลื่อนเข้าออก ใส่ผลิตภัณฑ์ผ้าได้
2. ต้องการให้ใส่รูปสะพานไม้ ที่เป็นสัญลักษณ์ของบ้านนาเมือง ที่ใครมาก็ต้องมาถ่ายรูปที่นี่ แต่ให้เป็นสีขาว

3. ให้มีลายผ้าดอกปิบขาวอยู่บนบรรจุภัณฑ์ด้วย
4. ให้สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ข้างในกล่อง เวลามาผลิตภัณฑ์บรรจุไป
5. ให้กล่องมีความแข็งแรง
6. ให้สามารถใช้เป็นกล่องของขวัญได้ โดยไม่ต้องไปห่อกระดาษของขวัญอีก
7. ให้ใส่โลโก้ ผ้าของกลุ่มว่าผ้าทอสวย ใส่แล้วดี สีไม่ตก
8. ให้ใส่สถานที่ตั้งของกลุ่ม พร้อมเบอร์โทรศัพท์ของประธานกลุ่มทอผ้าด้วย

เมื่อได้รับโจทย์มาผู้วิจัยได้พัฒนาออกมาตาม 8 ข้อข้างต้นและใช้กระดาษอาร์ตการ์ดหนา 350 แกรม เป็นวัสดุในการทำกล่องบรรจุภัณฑ์ และพิมพ์ทองที่ตัวหนังสือ ว่าชาติตระการ กับสะพานไม้ไผ่ ดังภาพต่อไปนี้

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแผ่นพับประชาสัมพันธ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ
ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง ตำบลป่าแดง อำเภอลือตระการ จังหวัดพิษณุโลก



ภาพ 5 แสดงภาพเปรียบเทียบบรรจุภัณฑ์แบบเดิม และแบบใหม่ที่พัฒนาขึ้น

ส่วนแผ่นพับเพื่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอบ้านนาเมืองผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้เป็นสมาชิกกลุ่มสหกรณ์ทอผ้าบ้านนาเมือง ตำบลป่าแดง อำเภอลือตระการ จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 10 ท่าน มีความต้องการแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าผ้าทอ ที่มีข้อมูล ดังนี้

1. มีประวัติกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอ ว่า เป็นใคร มาจากไหน
2. มีผลิตภัณฑ์ผ้าทออะไรบ้าง
3. สถานที่ผลิตและจัดจำหน่าย เบอร์โทรติดต่อได้

เมื่อได้ข้อมูลความต้องการจากผู้ให้ข้อมูลหลักแล้ว ผู้วิจัยได้พัฒนารูปแบบแผ่นพับและเนื้อหา ขึ้นดังนี้



ภาพ 6-7-8 แสดงภาพแผ่นพับที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น

วัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และ สื่อแผ่นพับ เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ พบว่า ผู้วิจัยได้นำบรรจุภัณฑ์และแผ่นพับที่พัฒนาขึ้นไปให้ผู้บริโภคประเมินผลความพึงพอใจ ซึ่งได้ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และ สื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง ตำบลป่าแดง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ได้รับกลับมาจำนวน 350 ชุด นำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตาราง 1 ตารางวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานผู้ตอบแบบสอบถามของผู้บริโภค จังหวัดพิษณุโลก ที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอบ้านนาเมือง

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	24	6.86
หญิง	324	92.57
ไม่ตอบเพศ	2	0.57
รวม	350	100
อายุ		
21-30 ปี	78	22.29
31-40 ปี	89	25.43
41-50 ปี	87	24.86
51 ปีขึ้นไป	96	27.43
รวม	350	100
อาชีพ		
แม่บ้าน	16	4.57
เกษตรกร	22	6.29
รับจ้าง	54	15.43
ข้าราชการ	204	58.29
อื่นๆ	53	15.14
รวม	350	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 324 คนคิดเป็นร้อยละ 92.57 เพศชายจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.86 และไม่ตอบเพศจำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 0.57 ผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 27.43 รองลงมามีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 25.43 มีอายุระหว่าง 41-50 ปีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 24.86 และมีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 22.29 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ จำนวน 204 คน จำนวน 58.29 รองลงมามีอาชีพรับจ้าง จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 15.43 มีอาชีพอื่นๆ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 15.14 มีอาชีพเกษตรกรจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.29 และมีอาชีพแม่บ้านจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.57

ตาราง 2 ตารางวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภค จังหวัดพิษณุโลก ที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ
ผลิตภัณฑ์ผ้าทอบ้านนาเมือง

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความพึงพอใจ
1. การสื่อความหมายโดยรวมตรงตามวัตถุประสงค์	4.34	0.66	มาก
2. การใช้สีที่มีความหมายเหมาะสมกับอัตลักษณ์สินค้าผ้าทอ จังหวัดพิษณุโลก	4.81	0.48	มากที่สุด
3. มีความเรียบง่าย สวยงาม สามารถสร้างการจดจำได้ดี	4.51	0.62	มากที่สุด
4. มีความลงตัวเป็นเอกภาพ	4.27	0.65	มาก
5. แบบอักษรเหมาะสมกับตราสัญลักษณ์รูปภาพ	4.27	0.68	มาก
6. ตัวบรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงเหมาะสมกับสินค้าด้านใช้งาน	4.65	0.59	มากที่สุด
7. ตำแหน่งการจัดวางของงานกราฟิกทั้งหมดมีความเหมาะสม กลมกลืน	4.37	0.62	มาก
8. ข้อมูลบนตัวบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.47	0.66	มาก
9. บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ สามารถใช้งานได้จริง	4.88	0.39	มากที่สุด
รวม	4.51	0.64	มากที่สุด

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอบ้านนาเมืองในภาพรวมในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 (S.D. = 0.64)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจด้าน บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ สามารถใช้งานได้จริง ระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.88 (S.D. = 0.39) รองลงมาด้านการใช้สีที่มีความหมายเหมาะสมกับอัตลักษณ์สินค้าผ้าทอ จังหวัดพิษณุโลก ระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.81 (S.D. = 0.48) ด้านตัวบรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงเหมาะสมกับสินค้าด้านใช้งาน ระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.65 (S.D. = 0.59) ด้านมีความเรียบง่าย

สวยงาม สามารถสร้างการจดจำได้ดี ระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 (S.D. = 0.62) ด้านข้อมูลบนตัวบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.47 (S.D. = 0.66) ด้านตำแหน่งการจัดวางของงานกราฟิกทั้งหมดมีความเหมาะสม กลมกลืน ระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.37 (S.D. = 0.62) ด้านการสื่อความหมายโดยรวมตรงตามวัตถุประสงค์ ระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.34 (S.D. = 0.66) ด้านแบบอักษรเหมาะสมกับตราสัญลักษณ์รูปภาพ ระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 (S.D. = 0.68) ด้านมีความลงตัวเป็นเอกภาพ ระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 (S.D. = 0.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ตารางวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อแผ่นพับของผู้บริโภค จังหวัดพิษณุโลก

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. เนื้อหาที่น่าสนใจและตรงกับความต้องการ	4.41	0.56	มาก
2. ความเข้าใจในเนื้อหาที่น่าสนใจ	4.66	0.55	มากที่สุด
3. ประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาแผ่นพับ	4.72	0.52	มากที่สุด
4. ความเหมาะสมของการออกแบบแผ่นพับ เช่น สี ขนาดตัวอักษร และการใช้รูปภาพประกอบ	4.73	0.52	มากที่สุด
5. ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อแผ่นพับฉบับนี้	4.42	0.56	มาก
รวม	4.59	0.56	มากที่สุด

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.59 (S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจด้านความเหมาะสมของการออกแบบแผ่นพับ เช่น สี ขนาดตัวอักษร และการใช้รูปภาพประกอบระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.73 (S.D. = 0.52) รองลงมาด้านประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาแผ่นพับในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.72 (S.D. = 0.52) ด้านความเข้าใจในเนื้อหาที่น่าสนใจในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.66 (S.D. = 0.55) ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อแผ่นพับฉบับนี้ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.42 (S.D. = 0.56) และด้าน เนื้อหาที่น่าสนใจและตรงกับความต้องการในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.41 (S.D. = 0.56) ตามลำดับ

ดังนั้นบรรจุภัณฑ์และแผ่นพับที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น สามารถนำไปใช้ได้จริง โดยผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.51 และ 4.59

อภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ ข้อ 1. เพื่อออกแบบ พัฒนาบรรจุภัณฑ์และ สื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก พบว่า การบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือ บ้านนาเมือง ตำบลป่าแดง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก ได้ข้อสรุปด้านเอกลักษณ์ที่เหมาะสมให้ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ คือ รูปลายดอกปื๊ดสีขาว บนพื้นสีม่วง ที่เป็นลายเฉพาะของ อำเภอชาติตระการ คือ ตัวดอกปื๊ดที่เป็นดอกตูมพร้อมก้านมี 1 ก้านและมีกลีบ 3 กลีบ เป็นลายเล็ก โดยมีลักษณะการวางลายของดอก สลับขึ้นลงไปมา จนเต็มพื้นผ้า และเป็นลายผ้าประจำจังหวัดพิษณุโลกที่ผู้บริโภค รู้จัก และกลุ่มทอผ้าบ้านนาเมือง เคยประกวดวาดลายผ้าลายดอกปื๊ดแล้วได้รางวัลชมเชย จากทางจังหวัด พิษณุโลก มาก่อน ในปี 2549 และสัญลักษณ์อีกอย่างคือ สะพานไม้ไผ่ บ้านนาเมือง ที่เป็นจุดชมวิวยของ หมู่บ้าน ซึ่งผู้วิจัยได้ร่วมกันคิดวิเคราะห์กับผู้นำกลุ่มทอผ้าบ้านนาเมือง นำไปสู่การออกแบบที่สื่อและบ่งบอก ถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นซึ่งเชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ ซึ่งบรรจุภัณฑ์ของ บ้านนาเมือง ที่พัฒนาขึ้นแทนธงพลาสดิกมีสีสวยงาม สะดุดตา ทำจากกระดาษแข็งอาร์ตการ์ดหนา 350 แกรม สีม่วง เคลือบมัน บั้มทองที่สัญลักษณ์สะพานไม้ และประโยคที่อธิบายว่า ชาติตระการ มัดหมี่นาเมือง มีลายผ้า ดอกปื๊ด เกิดความน่าสนใจต่อสายตาผู้บริโภค ซึ่งประชิด ชินบุตร (2531) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์มีส่วนสำคัญ อย่างมากที่จะช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภายในให้ดูดี อีกทั้งยังสื่อถึงลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ และยังทำหน้าที่ หลักคือ คัดกรองป้องกันตัวสินค้าภายในให้ปลอดภัยก่อให้เกิดประโยชน์ในทางการค้าและการบริโภค นอกจากนั้นผู้บริโภคสามารถนำกล่องกลับมาใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้ใหม่ จึงเป็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยการลดการใช้ธงพลาสดิก ช่วยลดภาวะโลกร้อนอีกทางหนึ่ง

ส่วนวัตถุประสงค์ข้อ 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และ สื่อแผ่นพับ เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ พบว่า ผู้บริโภค มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.51 โดยผู้บริโภคพึงพอใจต่อ หัวข้อ การใช้งานของบรรจุภัณฑ์ ได้จริงมีค่าเฉลี่ย 4.88 รองลงมา หัวข้อ สีสันมีความหมายเหมาะสมกับอัตลักษณ์สินค้าผ้าทอ จังหวัดพิษณุโลก อีกทั้งหัวข้อ บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงเหมาะสมกับสินค้าด้านการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.65 สอดคล้องกับ ศรีฐ ลิ้มศิริ และคณะ (2560) พบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นประเภทผ้า หรือเครื่องแต่งกายมากที่สุด โดยปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผล ต่อความน่าสนใจและตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ได้แก่ การมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ราคาเหมาะสม และเป็นผลิตภัณฑ์ของฝากหรือของที่ระลึก สอดคล้องกับ พัทธพล บุญโสภณ และธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ (2564) ที่พบว่า กลยุทธ์การตลาดที่ทำให้ผู้บริโภคตั้งใจซื้ออย่างต่อเนื่อง คือ บรรจุภัณฑ์ ที่มีคุณภาพและที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ ช่องทางการติดต่อผู้ผลิต สอดคล้องกับ สุทธาสินี อรุณ (2562) พบว่า ลูกค้ายอมรับภาพลักษณ์ขององค์กรได้ดีจากป้ายหรือโลโก้ที่ชัดเจน จะส่งผลให้ลูกค้าสามารถ

จดจำและรับรู้ภาพลักษณ์ได้ดี นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ อุษณีย์ เสียงพานิช (2562) พบว่า บรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย สีสันสวยงาม จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้เร็ว

ส่วนแผนผังเพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ผู้บริโภค มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยที่ 4.59 โดยผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อ หัวข้อเนื้อหาที่มีความน่าสนใจและตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.41 อยู่ในระดับมาก และหัวข้อความเข้าใจในเนื้อหาที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.66 อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับภัสวดี นิติเกษการสุนทร (2546) ได้กล่าวถึง หลักสำคัญของการสื่อสารเพื่อประสิทธิภาพของการสื่อสารจะต้องมีความชัดเจน เนื้อหาที่ส่งไปควรมีความชัดเจน มีความเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน และประเด็นเนื้อหาเข้าใจง่าย สอดคล้องกับหลักการออกแบบของวิชญ์ สุวรรณเพิ่ม (2540) ที่กล่าวว่า หลักการออกแบบที่ดีนั้น ต้องช่วยให้ผู้อ่านเข้าถึงข่าวสารอย่างรวดเร็ว เอื้อในการรับรู้ สอดคล้องกับ แนวคิดการสื่อสารการตลาดของ Duncan (2005 อ้างถึงใน ดารา ทีปะปาล และธนวัฒน์ ทีปะปาล, 2553) กล่าวถึง การสื่อสารการตลาดว่าเป็นกิจกรรมทางการตลาด รูปแบบต่าง ๆ ที่องค์กรธุรกิจได้ดำเนินการเพื่อส่งข้อมูลข่าวสาร เชิญชวนและเตือนความจำของลูกค้า ทั้งวิธีการทางตรงและทางอ้อม เกี่ยวกับสินค้า บริการ และตราสินค้าขององค์กรธุรกิจไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการตอบสนองตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมถึงสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว โดยเครื่องมือการสื่อสารการตลาดมี 8 เครื่องมือ ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล การตลาดทางตรง บรรจุภัณฑ์ การจัดกิจกรรมพิเศษและการเป็นผู้อุปถัมภ์ และการบริการลูกค้า

จากข้อค้นพบ สรุปได้ว่า เครื่องมือทางการตลาด ที่สำคัญอย่างหนึ่ง คือ บรรจุภัณฑ์ ที่มีไว้คุ้มครองป้องกันตัวสินค้าภายในให้ปลอดภัย ก่อให้เกิดประโยชน์ในทางการค้าและการบริโภค (ประชิด ทิณบุตร, 2531) และบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภค สินค้าประเภทผ้าทอพื้นถิ่น ต้องการควรสวยงาม มีสีสัน รูปภาพบ่งบอกอัตลักษณ์ของสินค้าพื้นถิ่นนั้นด้วย บรรจุภัณฑ์จะเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคมองเห็นได้อย่างชัดเจน สามารถกระตุ้นยอดขายทำให้เกิดผลความพึงพอใจ และมีความจำเป็นต่อการซื้ออย่างต่อเนื่อง เมื่อมีข้อมูลผู้ผลิตที่ครบถ้วนสามารถติดต่อได้ (วรดิษ กาญจนอักษรเดช, 2550 และ วชิร วาสนา, 2555) อีกทั้งแผนผังแนะนำสินค้า ที่มีการสื่อสารเกี่ยวกับสินค้าที่ชัดเจน ประเด็นเนื้อหาเข้าใจง่าย สวยงาม ก็จะช่วยโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคได้ดีด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรมีการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มี ความหลากหลายกับผู้บริโภค การจัดทำบรรจุภัณฑ์เพื่อออกแสดงสินค้าในเทศกาลต่าง ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ เป็นต้น รวมถึงการจัดทำบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การจัดทำแพ็คเกจ การจัดคู่ผลิตภัณฑ์ที่ขายดีกับผลิตภัณฑ์ที่ มุ่งส่งเสริมให้เกิดการใช้สินค้า

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแผนผังประชาสัมพันธ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ
ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง ตำบลป่าแดง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก

เพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความหลากหลายขนาดและการส่งเสริมการขาย จะทำให้ผู้บริโภคมีความหลากหลายในการ
เลือกผลิตภัณฑ์

2. ควรมีการฝึกอบรมผู้ประกอบการในความรู้ เรื่องบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และสื่อประชาสัมพันธ์
เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง ของพฤติกรรมผู้บริโภคต่อไป

3. หน่วยงานราชการ ควรให้ความสำคัญในการจัดเงินทุน และให้การสนับสนุนแก่กลุ่มวิสาหกิจ
ชุมชนเพิ่มขึ้น และต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัย ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการพัฒนาวัสดุท้องถิ่นเพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ ที่เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อม

2. ควรมีการวิจัย ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าธุรกิจผ้าทอ ผ่านสื่อ
อินเทอร์เน็ต เพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืนสู่ชุมชน

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วาณิชยปัญญา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

จริญญา นวลอินทร์. (2552). ปัจจัยที่มีผลสำเร็จของโครงการกลุ่มอาชีพ OTOP : กรณีศึกษาการดำเนินงาน
กลุ่มอาชีพทอผ้าไหมบ้านสร้อยหมี่ที่ 10 ตำบลจานลาน อำเภอพนา จังหวัดอำนาจเจริญ (ปริญญา
นิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, อุบลราชธานี.

ดารา ทีปะปาล และ ธนวัฒน์ ทีปะปาล. (2553). การสื่อสารการตลาด (Marketing Communications)
(ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.

พัชรพล บุญโสภณ และธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ (2563). กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ
อย่างต่อเนื่องผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. วารสาร
วิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม. 2(2), 26-37.

ไพศาล มุ่งสมศรี ธนอม สุวรรณน้อย สรชัย พิศาลบุตร และศิวิชัย ชำชอง. (2556). รูปแบบการจัดการที่
ประสบผลสำเร็จของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์.
วารสารสมาคมนักวิจัย. 18(3), 115-123.

ประชิด ทิณบุตร. (2531). การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ประทีป สุวรรณรักษ์. (2542). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. บุรีรัมย์: ครุศาสตร์
สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์.

ภัสวลี นิติเกษการสุนทร. (2546). หลักสำคัญของการสื่อสาร. นนทบุรี: สำนักพิมพ์ Imprint..

- วรดิษ กาญจนอักษรเดช. (2550). *ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่สำหรับขนมไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาขนมไทยจังหวัดเพชรบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- วชิร วาสนา. (2555). *การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมกง ตำบลหนองแก อำเภอเมืองอุทัยธานี*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิชญ์ สุวรรณเพิ่ม. (2540). *การตกแต่งต้นฉบับ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศรัทธา ลิ้มศิริ, มานะ เอี้ยวบุญ, ชนินทร์ กุลเศรษฐ์ชัย, สธนวัชร ประกอบผล, วรณิกา เกิดบาง, นรินทร์ สรวิทย์ศิริกุล และรัตนภคธ สมิตินันท์. (2560). ปัจจัยด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ กรณีศึกษาเชื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติ เขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิจัยและพัฒนาวิทยาลัยเกษตรกรรมและประมง*. 12(1), 137-147.
- ศิริเพ็ญ คล้ายถม. (2550). *การศึกษาทัศนคติต่อการออกแบบแผ่นพับของโรงพยาบาลรามา*. (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- สมเกียรติ พิษนอก. (2549). *การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผสมสมุนไพรกลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรสมุนไพร อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์*. (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- สุธาสิณี อรุณ. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาพลักษณ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของลูกค้าร้านกาแฟ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*. 1(1), 30-44.
- อุษณีย์ มากประยูร. (2551). สภาพและปัญหาการสื่อสารการตลาดของธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*. 4(7), 9-19.
- อุษณีย์ เสี่ยงพานิช. (2562). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*. 1(2), 103-117.

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ กรุงเทพมหานคร

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 30 สิงหาคม 2564
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 3 กันยายน 2564
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 16 พฤศจิกายน 2564

จิตตภา บำรุงศิลป์¹

อาจารย์ประจำสาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

ณัฐมน บุญไธ้, สุพิธา ระลึกธรรม, ณัฐนิชา มังคลาต, ณัฐนิชา แก้วด้วง, ชนิตา ชัยนัฒ์ลาภ, พรุฑา พุ่มเพ็ชร,

ปฐมพงษ์ หลงเดี่ยว และต้นอ้อ เพียรทำการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ 2) เพื่อสำรวจความคิดเห็นและความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการพัฒนาการ งานวิจัยเป็นแบบเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ และเก็บแบบสอบถามจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชน การวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวในชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์เรียงลำดับ ดังนี้ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ความสามารถในการเข้าถึง การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ ความคิดเห็นและความต้องการผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเห็นว่า ชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์มีความโดดเด่น ด้านสถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารบ้านเรือน มากที่สุด และควรได้รับการขึ้นทะเบียนกับกรมศิลปากร สามารถเข้าถึงชุมชนได้ทั้งทางบกและทางน้ำ ในชุมชนมีสิ่งอำนวยความสะดวกสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชน มีคณะกรรมการบริหารชุมชน ด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ในชุมชนเคยใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์และละครหลายเรื่องทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น คนในชุมชนมีความเห็นว่า ควรพัฒนาให้ชุมชนเป็นตลาดสร้างสรรค์และแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์

คำสำคัญ: ศักยภาพการท่องเที่ยว ชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ การท่องเที่ยวชุมชน

¹ ผู้ประสานงานหลัก : Katintiong@gmail.com

Community Tourism Potential Development A Case Study of Minburi Uppatham Community Bangkok

Received: August 30, 2021
Revised: September 3, 2021
Accepted: November 16, 2021

Titapa Bumrungrsilp^{1*}

Lecture of Tourism Industry, Faculty of Management Science,
Chandrakasem Rajabhat University

Nuttamon Bunho, Supita Raluektham, Nutnicha Mangkarat, Nutnicha Kaewdoun,
Chanita Chayanlapho, Suruta phumpet, Pratompong longdeaw, Tonao peanthamkan

Tourism Industry, Faculty of Management Science, Chandrakasem Rajabhat University

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the potential of tourism of Min Buri Uphatham Community 2) to survey from People who involved in tourism development in the community by collecting data through In-depth interviews and questionnaire from people who live in the community. The data analysis of In-depth interviews uses content analysis, data analysis from the questionnaire which includes frequency, percentage, mean and standard deviation.

According to the findings from the research, the tourist potential of Min Buri Uphatham Community is arranged as followed: The best potential is tourist attraction, accessibility, Community – based Tourism Management, information and public relation, and amenities respectively. The people who relate with the tourist development of the community agree that Min Buri Uphatham Community has an most outstanding architect the group of houses and should be registered with the Fine Arts Department. In terms of accessibility, can access the community both by road and river. The community has good infrastructure and able to accommodate tourists traveling to the community easily. There are community management committees, but there is still no person who responsible for tourism management in the community. For the information and public relations, the community used to be the location for filming, which made the community more well-known by promoting through the Facebook of the community and outside from now. The opinions of people in the

¹ Corresponding Author : Katintiong@gmail.com

community towards tourism development in the community is the community should be developed for a creative market and Historical learning resources.

Keywords: Potential of tourism, Minburi Uppatham, Community Tourism

บทนำ

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวอยากมาท่องเที่ยวพักผ่อนและสัมผัสวิถีชีวิต ส่งผลให้ภาพรวมสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศไทยที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้เศรษฐกิจไทยที่เจริญเติบโตรายได้ส่วนหนึ่งมาจากการท่องเที่ยว รัฐบาลจึงเล็งเห็นถึงการกระจายรายได้ของการท่องเที่ยวไปสู่ชาวบ้านโดยตรงจากการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้มีเงินจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวลงสู่เศรษฐกิจฐานรากของประเทศ ซึ่งอีกทั้งนโยบายของภาครัฐที่ต้องการให้เศรษฐกิจฐานรากขับเคลื่อนประเทศ ซึ่งภาครัฐและหน่วยงานต่าง ๆ ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะให้เกิดการกระจายรายได้สู่ภาคชุมชนและพัฒนาเศรษฐกิจให้มีความเข้มแข็ง ซึ่งมีทั้งหน่วยงานกลางกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาชุมชน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการเป็นหน่วยงานให้ความรู้ ประสานงาน และเป็นที่ปรึกษาในการดำเนินงานของชุมชน เช่น กรมการพัฒนาชุมชน (พช.) นอกจากนี้ภาครัฐยังมีโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนทั้งเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ และพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชน รวมถึงการส่งเสริมจิตใจให้เกิดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการ Amazing Thailand Go Local ท่องเที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก, ออนไลน์, 2562)

ปัจจุบันมีหลายพื้นที่ที่ต้องการพัฒนาพื้นที่ในชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ยั่งยืน ซึ่งการพัฒนานั้นต้องเริ่มต้นจากความต้องการของคนในชุมชนในการวางแผนและตัดสินใจร่วมกัน พยายามดึงจุดแข็งของชุมชนออกมา ให้เป็นจุดเด่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยที่ชุมชนต้องรักและหวงแหนในทรัพยากรของชุมชน ทำสิ่งที่ตนเองถนัด ไม่ฝืนธรรมชาติและไม่ทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิม องค์ประกอบสำคัญในการทำให้แหล่งท่องเที่ยวชุมชนมีความยั่งยืน ขึ้นกับองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการคือ ศักยภาพด้าน คน พื้นที่ และการจัดการ เพื่อให้เกิดการพัฒนาขึ้นอย่างยั่งยืน แนวทางสำหรับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการช่วยพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตามนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล ควรมีการประเมินศักยภาพของชุมชนตนเองเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของชุมชนทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก เช่น สภาพทางภูมิศาสตร์ ขนาดของชุมชน ความพร้อมของคนในชุมชน เนื่องจากชุมชนมีบทบาทในการเป็นเจ้าของและบริหารจัดการดูแลกิจกรรมต่าง ๆ และควรมีการจัดการเรียนรู้ หรือแลกเปลี่ยน ดูงานต่างชุมชน เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ศึกษาถึงผลดี ผลเสีย ปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดจากการท่องเที่ยวชุมชนในชุมชนต่าง ๆ แล้วกลับมาประยุกต์ใช้ในพื้นที่ของตนเอง รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน และหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อช่วยกันพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนและเกิดประโยชน์ที่สุด (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก, ออนไลน์, 2562)

พื้นที่เขตมินบุรี เป็น 1 ใน 50 เขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร ในเขตมินบุรีที่มีชุมชนที่เก่าแก่ยังคงสานต่อมรดกภูมิปัญญาของบรรพบุรุษสามารถนำมาพัฒนาได้ เช่น กลุ่มบ้านน้ำพริกตาลเดี่ยว ชุมชนโชะมันร่วมพัฒนา ที่เป็นกลุ่มภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นและพัฒนาสินค้าจนสามารถสร้างรายได้แก่ชุมชน นอกจากนี้ยังมีการอนุรักษ์และสืบทอดการเล่นของชาวมุสลิมที่เรียกว่าการแสดง “นาเสป” ซึ่งเป็นการแสดงในงานมงคลต่าง ๆ ของชาวมุสลิมที่มีลักษณะคล้ายการแสดง “ลิเกฮูลู” ที่หาดูได้ยากในปัจจุบันที่ผ่านมามีหน่วยงานต่าง ๆ ได้ลงสำรวจและศึกษาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยววิถีชีวิตริมคลองแสนแสบ เพื่อหาแนวทางพัฒนาและเปิดเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำในพื้นที่กรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก เนื่องด้วยชุมชน

ย่านเก่าแก่ที่มีความมั่นคงด้วยศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาโดยสำรวจและศึกษาวิถีชีวิตริมคลอง 6 ชุมชน ประกอบด้วย ชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์, ฟาร์มแพะนุสและ, มัสยิดกมาลุลอิสลาม, กลุ่มแม่บ้านน้ำพริกตาลเดี่ยว, วัดทรัพย์สโมสรนิกรเกษม (คู่) และตลาดเก่า 100 ปีหนองจอก (สำนักงานเขตมินบุรี, ออนไลน์, 2562)

ชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์เป็นหนึ่งในชุมชนที่รัฐบาลให้ความสนใจและพยายามหาแนวทางพัฒนาเนื่องจากชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์เป็นชุมชนที่มีอายุเก่าแก่กว่า 100 ปี และมีสถาปัตยกรรม ภูมิปัญญาวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์ แต่เพราะชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ยังไม่ได้มีการพัฒนาอย่างจริงจัง ขาดการบริหารจัดการที่ดีและไม่มีหลักการที่ชัดเจน ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนกรณีศึกษาชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ กรุงเทพมหานคร โดยจะทำการสำรวจและศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ ศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในชุมชนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนในชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยเรื่องนี้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ โดยผู้วิจัยคาดว่าในอนาคตงานวิจัยนี้จะมีประโยชน์ที่จะช่วยพัฒนาให้ชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์มีความพร้อมที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและเพื่อให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มจากการท่องเที่ยวเพื่อนำไปพัฒนาท้องถิ่นของตนเองได้อย่างเข้มแข็งอย่างยั่งยืน

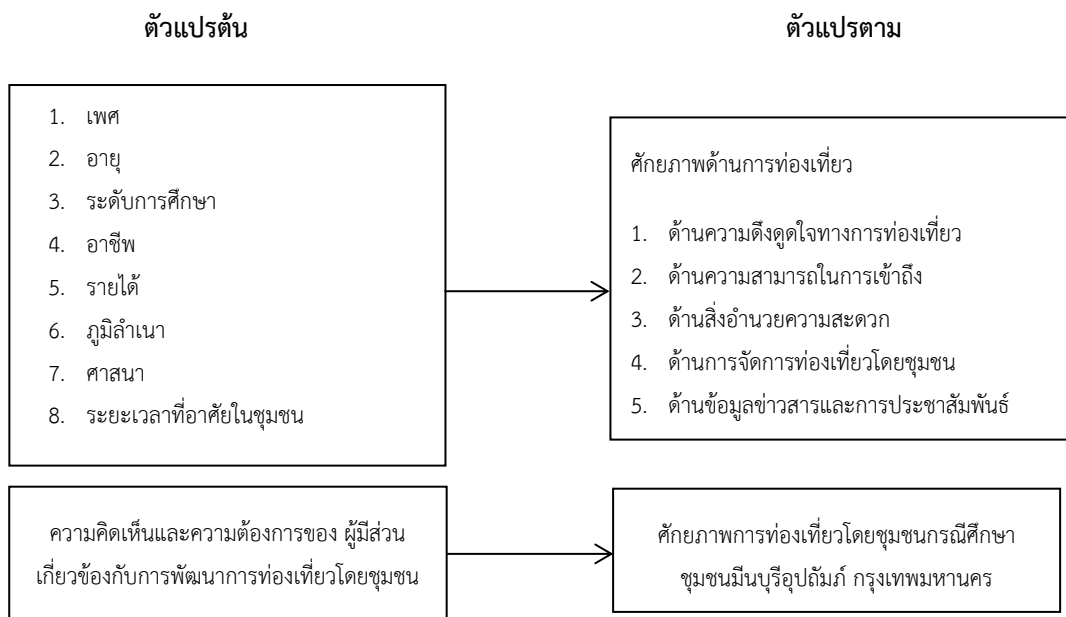
วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์
2. เพื่อสำรวจความคิดเห็นและความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
ชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์มีจำนวนครัวเรือนทั้งหมด 47 ครัวเรือน มีประชากรรวม 521 คน (สำนักงานเขตมินบุรี, ออนไลน์, 2562) และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องการพัฒนาท่องเที่ยวโดยชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา
วิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์
3. ขอบเขตด้านเวลา
ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ ถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2563
4. ขอบเขตด้านสถานที่
ชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ตั้งอยู่ในเขตมินบุรี จังหวัดกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์ ได้กำหนดประชากรออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มประชากรที่อาศัยภายในชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์ เขตมีนบุรี กลุ่มผู้นำชุมชนและปราชญ์ชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์ และกลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในหน่วยงานของภาครัฐ เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร การเก็บข้อมูลจากประชากรจะเป็นการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้การกำหนดตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ ร้อยละ ของจำนวนประชากรหลักร้อยละ 15 (ณัฐภัทร แก้วรัตนภัทร์, 2562) ดังนั้นจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิจัยครั้งนี้ คือ 521 คน ร้อยละ 15 ของประชากร ดังนั้น ได้กลุ่มตัวอย่าง 79 คน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง จึงทำการเก็บจำนวน 80 ตัวอย่าง คือกลุ่มประชากรที่อาศัยภายในชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์ เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 80 คน วิธีการจะสุ่มตัวอย่างประชากร จะเลือกสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และการเก็บข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ โดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In – depth Interview) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ในชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ ลักษณะของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ ศาสนา และระยะเวลาในการอยู่ในชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ ซึ่งแบ่งออกเป็นศักยภาพ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ โดยเป็นแบบสอบถามที่เป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ มีลักษณะคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างเต็มที่

3. การตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการศึกษาและดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

3.1 ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 สร้างแบบสอบถามในการวิจัย โดยพิจารณาถึงแนวคิดให้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษาในลักษณะคำถามปลายปิด (Close - ended Questions) และคำถามปลายเปิด (Open - ended Questions) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ จำนวน 5 ระดับ ตามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)

3.3 นำแบบสอบถาม ให้อาจารย์ที่ปรึกษาช่วยตรวจสอบความถูกต้อง

3.4 ทำการปรับปรุงและแก้ไขแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา

3.5 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วย ข้อมูลปฐมภูมิ และ ข้อมูลทุติยภูมิ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ตรงตามวัตถุประสงค์การศึกษาดังนี้

4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ

ได้แก่ ข้อมูลจากการศึกษาภาคสนาม โดยการใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ที่กำหนดไว้ในขอบเขตการศึกษา

4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

ข้อมูลส่วนนี้ ผู้วิจัยได้จากการศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต ราชชนผู้นำชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ เป็นต้น

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ศึกษาเรื่องศักยภาพ 5 ด้าน โดยแบบสอบถามมี 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ ศาสนา และระยะเวลาในการอยู่ในชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ วิเคราะห์เป็นความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยเป็นแบบสอบถามที่เป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) (มัลลิกา ยวนะเดมีย์, 2528)

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยว โดยชุมชน มินบุรีอุปถัมภ์ มีลักษณะคำถามปลายเปิด โดยการเขียนสรุปเนื้อหา (Content analysis)

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณ

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นสถิติที่ใช้อธิบายหรือบรรยายคุณลักษณะทั่วไปของประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ กรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่าง 80 คน ที่อาศัยอยู่ในชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมา เพศหญิง ส่วนใหญ่เฉลี่ยอายุ 31-40 ปี รองลงมาคือ ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี และส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระดับการศึกษาปฐมนศึกษา รองลงมา มัธยมศึกษา อาชีพส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม คืออาชีพ นักเรียน/นักศึกษา รองลงมา รับจ้างทั่วไป/ลูกจ้างรายวัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท รองลงมา 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และรองลงมาอยู่ในจังหวัดอื่น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ จำนวน 70 คน รองลงมา อิสลาม และเชื้อสายไทย จำนวน 62 คน รองลงมา ไทย-จีน จำนวน 18 คน และส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในมินบุรีมากกว่า 15 ปี รองลงมา 5-10 ปี

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ โดยตามระดับความคิดเห็น

ลำดับที่	ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1	ชุมชนมีความโดดเด่นด้านสถาปัตยกรรมอาคาร บ้านเรือน	3.81	.98	มาก
2	มีการดูแลรักษาสภาพเดิมของชุมชนให้คงความเป็นอยู่ดั้งเดิมของชุมชน	3.86	.93	มาก
3	มีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณีที่สืบค้นได้	4.10	.83	มาก
4	ชุมชนมีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี	3.84	.80	มาก
5	ชุมชนมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน	3.81	.95	มาก
รวม		3.88	.89	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอความคิดเห็นศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวทางชุมชน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ มาก ลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ มีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมประเพณีที่

สืบค้นได้ มีการดูแลรักษาสภาพเดิมของชุมชนให้คงความเป็นอยู่ดั้งเดิมของชุมชน ชุมชนมีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ชุมชนมีความโดดเด่นด้านสถาปัตยกรรม อาคารบ้านเรือน และชุมชนมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับด้านความสามารถในการเข้าถึงชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ โดยตามระดับความคิดเห็น

ลำดับที่	ด้านความสามารถในการเข้าถึง	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1.	สามารถสัญจรเข้า - ออกในชุมชนได้สะดวก	3.70	.94	มาก
2.	มีความปลอดภัยในการเข้า - ออกชุมชน	3.50	.90	มาก
3.	คุณภาพของถนนหรือเส้นทางน้ำใช้ได้ตลอดปี	3.60	.86	มาก
4.	มีป้ายบอกเส้นทางการเข้าถึงชุมชนได้อย่างชัดเจนและสัญลักษณ์	3.65	.78	มาก
รวม		3.61	.87	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอความคิดเห็นศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ ด้านความสามารถในการเข้าถึง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ มาก ลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ สามารถสัญจรเข้า - ออกในชุมชนได้สะดวก มีป้ายบอกเส้นทางการเข้าถึงชุมชนได้อย่างชัดเจนและสัญลักษณ์ คุณภาพของถนนหรือเส้นทางน้ำใช้ได้ตลอดปีและมีความปลอดภัยในการเข้า - ออกชุมชน

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยตามระดับความคิดเห็น

ลำดับที่	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1.	ชุมชนมีที่อำนวยความสะดวกสำหรับพื้นที่จอดรถ	3.26	1.1	ปานกลาง
2.	ร้านอาหารภายในชุมชนสามารถรองรับนักท่องเที่ยว	2.81	.98	ปานกลาง
3.	ชุมชนมีห้องสุขาภัณฑ์ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้	2.99	.98	ปานกลาง
4.	ชุมชนมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้กดเงิน ร้านสะดวกซื้อ	3.15	.99	ปานกลาง
รวม		3.05	1.0	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอความคิดเห็นศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ ปานกลาง ลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ชุมชนมีที่อำนวยความสะดวกสำหรับพื้นที่จอดรถ ชุมชนมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้กดเงิน ร้านสะดวกซื้อ ชุมชนมีห้องสุขาที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ และร้านอาหารภายในชุมชนสามารถรองรับนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยตามระดับความคิดเห็น

ลำดับที่	ด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1.	ประชากรในชุมชนมีการเตรียมความพร้อมสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยว	3.19	1.0	ปานกลาง
2.	ความพร้อมของชุมชนในการพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์	3.28	.91	ปานกลาง
3.	ประชากรในชุมชนมีการให้บริการด้านความรู้และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน	3.46	.87	ปานกลาง
4.	ชุมชนมีการจัดตั้งกลุ่มคณะกรรมการชุมชน	3.54	.89	มาก
รวม		3.88	.89	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอความคิดเห็นศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์ ด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ชุมชนมีการจัดตั้งกลุ่มคณะกรรมการชุมชน ประชากรในชุมชนมีการให้บริการด้านความรู้และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ความพร้อมของชุมชนในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์ ประชากรในชุมชนมีการเตรียมความพร้อมสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ โดยตามระดับความคิดเห็น

ลำดับที่	ด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1.	การเตรียมเอกสารเผยแพร่	3.35	.84	ปานกลาง
2.	การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว	3.26	.88	ปานกลาง
3.	การให้บริการติดต่อสื่อสารสำหรับนักท่องเที่ยว	3.24	.81	ปานกลาง
4.	ความพอใจในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยชุมชน	3.35	1.0	ปานกลาง
รวม		3.30	.88	ปานกลาง

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอความคิดเห็นศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์ ด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ การเตรียมเอกสารเผยแพร่ ความพอใจในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยชุมชน การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการติดต่อสื่อสารสำหรับนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์

ลำดับที่	ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1.	ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	3.88	.89	มาก
2.	ด้านความสามารถในการเข้าถึง	3.61	.87	มาก
3.	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.05	1.0	ปานกลาง
4.	ด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน	3.88	.89	ปานกลาง
5.	ด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์	3.30	.88	ปานกลาง

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอความคิดเห็นศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ ด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ ปานกลาง ลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว รองลงมา คือ ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

ผลการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

1. สถาปัตยกรรมโบราณ โดยมีอาคารบ้านเรือนที่มีการสร้างมานานหลายปีอาคารเป็นกิ่งปูนกิ่งไม้ บ้านในสมัยนั้นสร้างแบบจีน ถูกสร้างด้วยอิฐจากเยอรมัน ความโดดเด่นของสถาปัตยกรรมนั้นได้เคยใช้ถ่ายทำภาพยนตร์มากมายหลายเรื่อง ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ถือว่าเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถเป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ 2. ศาลเจ้าเจียวตีเหล้าเอี้ย ซึ่งเป็นศาลเจ้าภายในชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ แต่เดิมเป็นเพียงศาลเจ้าเล็ก ๆ ตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าของทางชุมชน และยังถือได้ว่าเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของคนในชุมชน เนื่องจากแต่เดิมชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ส่วนมากเป็นชาวจีนหรือคนไทยเชื้อสายจีนค่อนข้างมาก โดยในแต่ละปีจะมีการจัดไหว้เจ้า และมีโรงจั่วซึ่งอยู่บริเวณตรงข้ามศาลเจ้าเป็นประจำทุกปีซึ่งสืบมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน 3. สะพานชมวิว เป็นสะพานที่ผู้คนในชุมชนใช้สัญจรเข้า-ออก แต่จะสามารถเข้าได้แค่การเดินและรถเล็กเท่านั้น สะพานนี้สามารถมองวิวริมคลองแสนแสบ และสามารถมองเห็นชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ได้อย่างสวยงาม ช่วงเวลาที่เหมาะสมจะเป็นช่วงเย็น ๆ ถือว่าเป็นอีกจุดถ่ายรูปที่น่าสนใจและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้



ภาพ 2 สถาปัตยกรรมโบราณในชุมชนมินบุรี

2. ด้านความสามารถในการเข้าถึง

ชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ เป็นชุมชนประเภทชานเมือง เป็นชุมชนริมน้ำ สามารถเดินทางได้ทั้งทางบกและทางน้ำ อีกทั้งที่ตั้งชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์นั้นใกล้ตลาดเก่ามินบุรีทำให้การคมนาคมทางบกนั้นสะดวก มีรถประจำทางหลายสาย แต่การคมนาคมทางน้ำอาจจะยังไม่สะดวกในปัจจุบัน โดยจากการสัมภาษณ์ปราชญ์ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และองค์กรอิสระมีความเห็นในเรื่องความสามารถในการเข้าถึงว่า การคมนาคมทางน้ำสามารถที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเนื่องจากชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์เป็นชุมชนริมน้ำ ซึ่งในปัจจุบันไม่มีท่าขึ้นที่ชุมชน มีแต่เพียงเรือนำเที่ยวจากตลาดขวัญเรียบผ่านที่ชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์เท่านั้น แต่หากทางน้ำเป็นการคมนาคมที่น่าสนใจสำหรับการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นการท่องเที่ยวตามรอยรัชกาลที่ 5 ครั้งพระองค์เสด็จประพาสต้น และสมเด็จพระเทพ ฯ ทรงเสด็จเมื่อปี พ.ศ. 2537

ในขณะนี้มีการก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย - มินบุรี หรือชื่ออย่างไม่เป็นทางการ รถไฟฟ้าบีทีเอส สายแคราย - รามอินทรา เป็นโครงการระบบขนส่งมวลชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล คาดว่าจะเปิดให้ใช้บริการปี พ.ศ. 2564



ภาพ 3 สะพานสัญจรเข้า-ออกในชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

สิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ ได้แก่

1. ลานจอดรถ ชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์มีทางเข้าออก 2 ทาง ได้แก่ บริเวณตลาดเก่ามินบุรี มีบริการที่จอดรถของตลาด โดยอัตราค่าจอดรถยนต์ 10 บาท แต่ถ้าวางจักรยานยนต์สามารถข้ามสะพานมาจอดในชุมชนบริเวณหน้าศาลเจ้าได้ และส่วนซอยรามคำแหง 207 บริเวณโรงเรียนมินประสาธิตวิทยามีพื้นที่สำหรับจอดรถ 2. ร้านอาหาร ภายในชุมชนมีร้านก๋วยเตี๋ยวต้มยำ ควรที่จะมีร้านอาหารเพิ่มและหลากหลายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และเป็นการนำเสนอภูมิปัญญาด้านอาหารของชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์อีกด้วย 3. ร้านขายของชำภายในชุมชน มี 3 - 4 ร้าน มีด้านหน้าของชุมชนและด้านหลังของชุมชน 2 ร้าน เพื่ออำนวยความสะดวกแก่คนในชุมชน หรือนักท่องเที่ยวที่ได้มาเที่ยวภายในชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์



ภาพ 4 ลานจอดรถจักรยานยนต์ในชุมชน

4. ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์จัดเป็นชุมชนที่อยู่ในประเภทชุมชนชานเมือง และได้ประกาศเป็นชุมชนจัดตั้งตามระเบียบกรุงเทพมหานคร ชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์มีการเลือกตั้งคณะกรรมการชุมชน มีประธานชุมชนและคณะกรรมการ รายชื่อตำแหน่งกรรมการชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์แขวงมินบุรี เขตมินบุรี กรุงเทพมหานคร มีสมาชิกจำนวนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ โดยมีการเลือกตั้งคณะกรรมการชุมชนและได้รับการแต่งตั้งตำแหน่งจากเขตมินบุรี



ภาพ 5 คุณชาลี ยืนยงชัย ประธานชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์

5. ด้านข่าวสารประชาสัมพันธ์

ชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์เป็นชุมชนที่มีอายุมากกว่า 100 ปี เป็นที่รู้จักของผู้คนที่อยู่ในพื้นที่เขตมินบุรี แต่ในด้านการท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ในปัจจุบันชุมชนมีเพจ Facebook ของชุมชน เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ให้แก่คนในชุมชน ข่าวสารประชาสัมพันธ์สื่อออนไลน์ก็เป็นที่ยอมรับใน ปัจจุบัน เป็นทางที่จะเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด แต่ชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์นั้นกลุ่มเป้าหมายกลุ่มแรกควรจะเป็นนักเรียนของโรงเรียนต่าง ๆ ในพื้นที่ โดยประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของชุมชนไปยังโรงเรียนต่าง ๆ ในพื้นที่ และการใช้สถานที่ในการถ่ายละคร ภาพยนตร์ก็เป็นการโฆษณาชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาตามรอยจากละคร หรือภาพยนตร์



ภาพที่ 6 เพจ Facebook ชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์

สรุปผลและอภิปรายผล

ผลการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า ชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ เนื่องจากศักยภาพการท่องเที่ยวภายในชุมชนมีความพร้อมที่จะพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวได้ รวมทั้งคณะกรรมการชุมชนและชาวบ้านในชุมชนก็มีความพร้อมที่จะเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพด้านต่าง ๆ เพื่อพัฒนาให้ชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างยั่งยืน

ศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์สามารถที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เนื่องจากภายในชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมไปถึงวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชน ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ยังมีการสืบทอดมาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น ภูมิปัญญาด้านดนตรี โดยมีการทำเครื่องดนตรีไทย หรือภูมิปัญญาด้านอาหารท้องถิ่นที่มีการทำขนมไทย เช่น การทำข้าวเกรียบปากหม้อ สาคุ ลอดช่อง ซึ่งภูมิปัญญาเหล่านี้ก็ยังคงมีการสืบทอดกันมาอย่างยาวนาน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติศักดิ์ กลั่นหมื่นไวย (2554) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดลำปาง เพื่อเสนอแนวทาง การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดลำปาง รวมถึงนโยบายการจัดการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐ และความคิดเห็นของผู้นำชุมชนในจังหวัดลำปาง และพบว่าประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว

โดยชุมชนจังหวัดลำปาง และมีความต้องการมีส่วนร่วมในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวชุมชน และทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนโดยรวมอยู่ระดับ มาก และผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นควรว่า มีการวางแผนพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว

ชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์เป็นชุมชนประเภทชนเมืองและเป็นชุมชนริมน้ำ สามารถเดินทางได้ทั้งทางบกและทางน้ำ ซึ่งในปัจจุบันการเดินทางเข้าถึงชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์มีความสะดวกมากขึ้น เนื่องจากการคมนาคมมีความทันสมัยและมีความหลากหลาย ทำให้สามารถเดินทางมายังชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสอดคล้องกับทฤษฎีของ พยอม ธรรมบุตร (2549) ที่ได้แบ่งองค์ประกอบ การท่องเที่ยวออกเป็น 5 ปัจจัย และตรงกับปัจจัยข้อที่ 1 คือ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การขนส่ง การคมนาคม ที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง ตัวเมือง รวมถึงคุณภาพของโครงสร้าง พื้นฐานของพื้นที่ ได้แก่ ถนนทางหลวง โครงข่ายคมนาคม ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นั้นถือได้ว่า เป็นปัจจัยสำคัญและเป็นหัวใจของการท่องเที่ยว และพบว่าชุมชนมินบุรีมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว

สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานภายในชุมชนที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวของชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ มีอยู่อย่างจำกัด เนื่องจากชุมชนขาดความรู้ความเข้าใจ การขาดการประสานงาน ขาดความร่วมมือของชุมชน ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงปัญหาด้านงบประมาณ และปัญหาด้านพื้นที่ของชุมชนด้วย โดยในปัจจุบันสิ่งอำนวยความสะดวกภายในชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ยังไม่มีสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย (2554) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดลำปาง เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดลำปาง รวมถึงนโยบายการจัดการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐและความคิดเห็นของผู้นำชุมชนในจังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้ ความสามารถในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก โปรแกรมการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวและบริการเสริมในระดับ มาก และประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดลำปางในระดับ มาก และมีความต้องการมีส่วนร่วมในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวชุมชนและผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นควรว่า มีการวางแผนพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว

ปัจจุบันชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ได้มีการเลือกตั้งประธานชุมชนและคณะกรรมการ โดยได้รับการดำเนินการและจัดสรรตำแหน่งจากเขตมินบุรี โดยคณะกรรมการชุมชนจะทำหน้าที่ในการบริหาร งานหรือดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน และพัฒนาชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ควบคู่ไปด้วย รวมถึงการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการลงแอปพลิเคชันต่าง ๆ ซึ่งมีความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนได้ สอดคล้องกับ นันทสินี มุ่นเขย (2563) ที่แอปพลิเคชันที่ใช้สำหรับแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ภายใต้โครงการเรารักเชียงใหม่ (We love Chiang Mai) จึงเป็นแอปพลิเคชันที่ช่วยในการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว ร้านค้า ร้านบริการต่าง ๆ ที่มีคุณภาพ และเหมาะสำหรับการนำไปใช้เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่ได้เป็นอย่างดี หรือการจัดตั้งเพจ Facebook ของชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของชุมชน ตลอดจนการส่งเสริมการเรียนรู้และเข้าร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เขตมินบุรีจัดขึ้น เพื่อร่วมกันพัฒนาและสร้างความร่วมมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรสุตา สุขารมณ (2554) โดยได้ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของความร่วมมือน่าว่า ความร่วมมือประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความร่วมมือในการทำแผน หมายถึง การร่วมมือกันกำหนดแนวทางและการทำแผนเพื่อจัดกิจกรรม โครงการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2. องค์ประกอบด้านความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูล หมายถึง หน่วยงานต่าง ๆ มีการสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสาร และความรู้ความชำนาญที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยมีการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลซึ่งกันและกัน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินกิจกรรม/โครงการเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

3. องค์ประกอบด้านความร่วมมือในการปฏิบัติ หมายถึง หน่วยงานที่เข้าร่วมปฏิบัติในกิจกรรมโครงการ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยมีการปฏิบัติงาน ร่วมมือกันปรับเปลี่ยนแนวทางปฏิบัติงานระหว่างองค์กร และร่วมกันให้บริการแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง

4. องค์ประกอบด้านความร่วมมือในการประเมินผล หมายถึง หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถร่วมประเมินผลการปฏิบัติงานระหว่างหน่วยงาน ซึ่งการร่วมกันประเมินผลงาน และยอมรับในผลที่ถูกประเมิน

5. องค์ประกอบด้านความร่วมมือในการบันทึกข้อตกลง หมายถึง ความร่วมมืออย่างเป็นทางการระหว่างหน่วยงาน เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยมีการประชุมร่วมกัน จนกระทั่งได้มีการบันทึก

จากทฤษฎีและหลักการ รวมทั้งงานวิจัยต่าง ๆ พอจะสรุปได้ว่า การพัฒนาชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนนั้น ต้องสร้างความร่วมมือและการตัดสินใจร่วมกันของประชาชนภายในชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์ รวมถึงการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สร้างเครือข่ายความร่วมมือให้ครอบคลุม โดยประชาชนในชุมชน คณะกรรมการชุมชน ภาครัฐ เอกชนและผู้ประกอบการร่วมกันกำหนดแนวทางและวางกลยุทธ์ร่วมกัน ตลอดจนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยี จุดอ่อนจุดแข็ง ปัญหาและวิธีการแก้ปัญหาของแต่ละชุมชน เพื่อเป็นการร่วมกันพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชน พร้อมทั้งหาแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยการพึ่งพาอาศัยกัน และเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ เพื่อเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์อย่างยั่งยืนในระยะยาว

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้ประโยชน์

1. ชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์ควรพัฒนาให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยความร่วมมือจากคนในชุมชนและทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

2. ชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์ควรพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

3. ควรมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชน เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในชุมชน ห้องน้ำสาธารณะเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

4. ควรพัฒนาการสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวในชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก ดร.จิตตภา บำรุงศิลป์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความ

เอาใจใส่อย่างยิ่ง ผู้วิจัยตระหนักถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของอาจารย์ อีกทั้งยังเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ความอนุเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณกลุ่มผู้นำชุมชนและปราชญ์ชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ทุกท่านที่ให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการทำงานวิจัย ตลอดจนประชากรที่อาศัยภายในชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

อนึ่ง คณะผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์อยู่ไม่น้อย จึงขอมอบส่วนดีทั้งหมดนี้ให้แก่เหล่าคณาจารย์ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา จนทำให้ผลงานวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องและขอมอบความกตัญญูทดแทนคุณ แต่บิดา มารดา และผู้มีพระคุณทุกท่าน สำหรับข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นนั้น ผู้วิจัยขอน้อมรับผิดเพียงผู้เดียว และยินดีที่จะรับฟังคำแนะนำจากทุกท่านที่ได้เข้ามาศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย. (พฤษภาคม – สิงหาคม 2554). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดลำปาง. *วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ*, 9(2): 1-11.
- ณัฐภัทร แก้วรัตนภัทร์. (2562). *การกำหนดการใช้เกณฑ์ร้อยละ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มัลลิกา ยวนะเดมิย์. (2528). *การเปรียบเทียบความเที่ยงของแบบสอบถามประเภทมาตราส่วนประมาณค่าที่มีรูปแบบคำตอบแตกต่างกัน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรสุตา สุขารมณ์. (2554). *ความร่วมมือระหว่างองค์กรในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก. *แหล่งท่องเที่ยวชุมชน*. สืบค้น 2 ธันวาคม 2562, จาก <https://thaipublica.org/tag/>.
- สำนักงานเขตมินบุรี. *เขตมินบุรี*. สืบค้น 2 ธันวาคม 2562, จาก <http://www.bangkok.go.th/>
- นันท์สินี มั่นเขย, สุนันท์ ธาติ, ศุภเชษฐ์ กันทะณีย์. (พฤษภาคม – สิงหาคม 2563). การออกแบบและพัฒนาส่วนต่อประสานกับผู้ใช้งานสำหรับแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่แนะนำการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวภายใต้โครงการเรารักเชียงใหม่ (We love Chiang Mai). *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 2(2): 1-12.

แนวทางการพัฒนาตนเองของนักศึกษาสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 12 กรกฎาคม 2564
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 11 กันยายน 2564
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 29 ธันวาคม 2564

จิรภัทร ใจอารีย์*

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

บุญลดา คุณาเวชกิจ

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษา 2) เพื่อเปรียบเทียบความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษา เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาตนเองของนักศึกษาสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ นักศึกษาสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ชั้นปีที่ 2 – 4 ปีการศึกษาที่ 1/2563 จำนวน 105 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ตัวแทนนักศึกษาชั้นปีที่ 2 – 4 จำนวน 50 คน ที่มีลักษณะเป็นผู้นำกลุ่ม หรือมีความสนใจในการพัฒนาตนเอง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง การสนทนากลุ่ม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติการทดสอบที (t – test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์โดยจำแนกประเภทของข้อมูล (Typological Analysis)

ผลการศึกษา พบว่า สภาพปัญหาการพัฒนาตนเองของนักศึกษา พบว่ามีระดับปัญหাপานกลาง ($\bar{X}$ = 2.60) ความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษาด้านวิชาการ ด้านความสัมพันธ์ และ ด้านความก้าวหน้า พบว่ามีความต้องการพัฒนาตนเองในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในด้านความสัมพันธ์ ($\bar{X}$ = 3.36) ด้านความก้าวหน้า ($\bar{X}$ = 3.32) และด้านวิชาการ ($\bar{X}$ = 3.28) ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษาเมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ และ ชั้นปี พบว่า ทั้งด้านวิชาการ ด้านความสัมพันธ์ และ ด้านความก้าวหน้า เมื่อจำแนกตาม เพศ ด้วยค่าสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน ส่วนผลการเปรียบเทียบความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษาด้านวิชาการ เมื่อจำแนก

* ผู้ประสานงานหลัก: k.boonlada@hotmail.co.th

ตามชั้นปีด้วยค่าสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความรู้ที่ลึกซึ้งเฉพาะสาขา และ การพัฒนาทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการพัฒนาตนเองด้านความสัมพันธ์ และด้านความก้าวหน้า จำแนกตามชั้นปีด้วยค่าสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน และผลการวิเคราะห์หาแนวทางในการพัฒนาตนเองของนักศึกษา พบว่า ทางคณะวิทยาการจัดการ/สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์จะต้องมีการกระตุ้นให้นักศึกษารู้จักวิเคราะห์ตนเองเพื่อได้รู้ข้อบกพร่อง เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้คิด ออกแบบ และดำเนินการจัดกิจกรรมพัฒนาตนเอง สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา ทางอาจารย์ควรมีบทบาทเป็นที่ปรึกษา และสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมให้กับนักศึกษาในกิจกรรมพัฒนาตนเอง ในเบื้องต้นควรจัดกิจกรรมพัฒนาตนเองด้านวิชาการ ควรจัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความเข้าใจลึกซึ้งเฉพาะสาขา ด้านความสัมพันธ์ ควรจัดกิจกรรมการพัฒนาบุคลิกภาพและมารยาททางสังคม และด้านความก้าวหน้าควรจัดกิจกรรมการพัฒนาทักษะทางการสื่อสาร โดยเฉพาะทางภาษาต่างประเทศ

คำสำคัญ: การพัฒนาตนเอง นักศึกษา ความต้องการ

Self-improvement guideline for undergraduate students in Human Resource Management Department, Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University.

Received: July 12, 2021

Revised: September 11, 2021

Accepted: December 29, 2021

Jerapat Jaiarree^{1*}

Assistant Professor of Human Resource Management

Faculty of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University

*Boonlada Kunavetchakij*²

Lecture of Human Resource Management

Faculty of Management Sciences, Pibulsongkram Rajabhat University

Abstract

The purposes of this study were to 1) study on problems and needs for self-improvement of undergraduate students, 2) compare the needs for self-development of undergraduate students based on personal factors, and 3) study on self-improvement guidelines for undergraduate students in Human Resource Management Department, Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University. The sample group in this quantitative research consisted of from 124 undergraduate students in Human Resource Management Department, Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University studying in the 2nd to the 4th year in semester 1/2020. The sample group in qualitative study consisted of 50 student representatives in 2nd -4th year with characteristics of a group leader. The tools used in this research were questionnaire, unstructured interview, group discussion. The statistical methods applied in this research were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and One-way ANOVA. The data obtained from qualitative approach were analyzed though typological analysis.

The finding showed that, as for self-improvement problem of undergraduate students, it was found that the problem was at a moderate level ($\bar{x} = 2.60$). Regarding need for self-improvement in relationship and career progress aspects, it was at a moderate level. The students attached importance to relationship ($\bar{x} = 3.36$), life progress ($\bar{x} = 3.32$), and academic aspect ($\bar{x} = 3.28$), respectively. Based on comparison of need for self-improvement of undergraduate students based on personal factors, i.e., gender, year of study through One-way

* Corresponding Author: k.boonlada@hotmail.co.th

ANOVA, it was found that the needs were not different. The comparison of need for self-improvement of undergraduate students in academic aspect based on year of study through One-way ANOVA showed that the needs were not different. However, considering each item, it was found that the opinion on profound knowledge in major field and self-improvement skill development was different at a significance level of 0.05. The needs for self-improvement in relationship and life progress aspect based on year of study through One-way ANOVA were not different. The analysis for self-improvement guideline suggested that the Faculty of Management Science/ Human Resource Management Department should encourage the undergraduate students to analyze themselves and find their weaknesses, provide opportunities for them to think, design and create self-improvement activities and trainings they needed. The lecturers should take a role as the consultant and engage the undergraduate students in self-improvement activities. In the initial phase, self-improvement activity should be organized. In academic aspect, the activities for acquiring profound knowledge in their major field should be organized. In relationship aspect, there should be activities for personality and social etiquette development. Regarding life progress aspect, there should be activities for communication skill development, particularly in foreign languages.

Keywords: Self-improvement, Undergraduate student, Need

บทนำ

การศึกษาในศตวรรษที่ 21 ไม่ใช่เพียงการถ่ายทอดองค์ความรู้เท่านั้น แต่ต้องเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในโลกและบ่มเพาะให้บัณฑิตมีทักษะที่จำเป็นต่อการทำงานในศตวรรษที่ 21 มีความรู้ขั้นลึกในสาขาวิชาเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่และพัฒนานวัตกรรมได้ การรู้รอบในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ความพร้อมในการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เข้างานใหม่หรือความรู้ใหม่ได้ในอนาคต มีความสนใจพัฒนาตนเองและรักความก้าวหน้า การพัฒนาทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการสร้างความรู้ใหม่และการปรับตัวในด้านต่างๆ เช่น พื้นฐานที่ดีทางคณิตศาสตร์ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ การสื่อสาร การเรียนรู้ด้วยตนเอง เป็นต้น การมีทักษะด้านการบริหารจัดการและการเป็นผู้นำ การมีทักษะด้านภาษาและการสื่อสาร ความสามารถในการรักษาเอกลักษณ์ แต่ขณะเดียวกันสามารถเข้าใจสังคมอื่น และอยู่ร่วมกันได้โดยปกติสุข สิ่งสำคัญที่สุดคือ การปลูกฝังให้นักศึกษาระหนักและให้ความสำคัญในการพัฒนาความคิดของตนเอง บนพื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงของโลกในอนาคต (Global Mindset) (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2561) ดังนั้น ทรัพยากรมนุษย์ที่มีทักษะคือปัจจัยสำคัญของความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในอนาคต ดังนั้น คุณภาพของระบบการศึกษา ตลอดจนสมรรถนะและทักษะของผู้สำเร็จการศึกษา จึงเป็นกุญแจสำคัญที่จะตอบโจทย์ดังกล่าว

ทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการพัฒนาองค์กรไปจนถึงการพัฒนาประเทศ การที่จะสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพขึ้นมาในสังคมได้นั้นหนึ่งในปัจจัยสำคัญก็คือ การศึกษา (Education) นั่นเอง การศึกษานอกจากจะทำให้มนุษย์เกิดความรู้และพัฒนาตนได้แล้ว สิ่งนี้ยังสามารถเป็นตัวกำหนดทิศทางของประเทศได้อีกด้วย เพราะหากประเทศไหนมีการส่งเสริมการศึกษาที่ถูกทิศทาง ตลอดจนวางแผนการผลิตทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ ย่อมทำให้ประเทศนั้นมีต้นทุนที่เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพในการร่วมกันสร้างประเทศให้ก้าวไกล นั้นรวมถึงหน่วยย่อยอย่างองค์กรด้วยที่หากคัดสรรทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพเข้ามาทำงานก็ย่อมส่งผลให้องค์กรพัฒนาได้อย่างก้าวไกลเช่นกัน ขณะเดียวกันองค์กรก็ควรไม่หยุดที่จะพัฒนาองค์ความรู้ให้กับบุคลากรด้วย เพราะการศึกษานั้นไม่มีวันจบ ทุกคนสามารถที่จะเรียนรู้ไปตลอดได้ และพัฒนาตนเองได้ตลอดเวลาด้วยเช่นกัน ดังนั้นการพัฒนาดตนเองเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่งที่คนเราจะขาดเสียมิได้ จะเห็นได้จากการศึกษาในโรงเรียนหรือในมหาวิทยาลัยซึ่งนับเป็นการพัฒนาดตนเองอย่างหนึ่งคนเราที่เกิดมาอยู่ในสังคมจำเป็นต้องเข้ารับการศึกษาตามสถานศึกษาต่างๆ เป็นเวลานานนับหลายๆ ปี จนกว่าจะถึงวันที่ต้องทำงานเลี้ยงชีพ การพัฒนาดตนเอง มิใช่มีแต่ในโรงเรียนหรือในมหาวิทยาลัยเท่านั้น การเข้าวัดไปโบสถ์ หรือการชำระจิต ตามคำสอนทางศาสนา ล้วนแต่เป็นการพัฒนาดตนเองทั้งสิ้น (สมิต อาชวนิจกุล, 2550)

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม เป็นมหาวิทยาลัยท้องถิ่นที่มุ่งผลิตบัณฑิตให้เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ทั้งในการดำเนินชีวิตและการทำงาน มีคณะต่างๆ มากมายที่มีพร้อมให้ความรู้ และเป็นทางเลือกให้กับผู้ที่สนใจเข้าศึกษา คณะวิทยาการจัดการหนึ่งในคณะที่จัดตั้งขึ้น เป็นคณะที่มีผู้ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก อันเนื่องมาจากเป็นศาสตร์ที่สามารถนำไปประกอบวิชาชีพได้ง่าย โดยภายในคณะประกอบด้วย สาขาวิชาการท่องเที่ยวและบริการ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ สาขาวิชาการธุรกิจการค้า

สมัยใหม่ สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาการจัดการ สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ สาขาวิชาการบัญชี และอาจกล่าวได้ว่าคณะวิทยาการจัดการมีจำนวนนักศึกษาให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ซึ่งมีจำนวนนักศึกษามากเป็นอันดับที่ 1 (กองบริการการศึกษา, 2563) โดยเฉพาะสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ เป็นอีกแขนงหนึ่งที่มีผู้ให้ความสนใจศึกษาต่อ โดยให้ความสำคัญของคนมองว่าคนเป็นสิ่งสำคัญ เป็นเรื่องที่น่าศึกษาและน่าเรียนรู้ และเป็นสาขาที่สามารถมองเห็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรได้มากที่สุด เนื่องจากการทำงานในฐานะนักทรัพยากรมนุษย์ในปัจจุบันถือได้ว่าเป็นหุ้นส่วนทางความคิดในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับเจ้าของกิจการ อีกทั้งเป็นการทำงานที่ได้พัฒนาตนเอง เนื่องจากในฐานะนักทรัพยากรมนุษย์เราเป็นผู้ควบคุมกฎ และเป็นดูแลให้ทุกคนปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของบริษัทอย่างเคร่งครัด ดังนั้นจึงเป็นสาขาที่ทำหาย และมีผู้ให้ความสนใจและเลือกที่จะเรียนในสาขาดังกล่าว ดังนั้นนักศึกษาสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จะต้องพัฒนาตนเองเพื่อเตรียมความพร้อมในการที่จะเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพตรงตามท้องถื่นการต่างๆ ต้องการและคาดหวัง

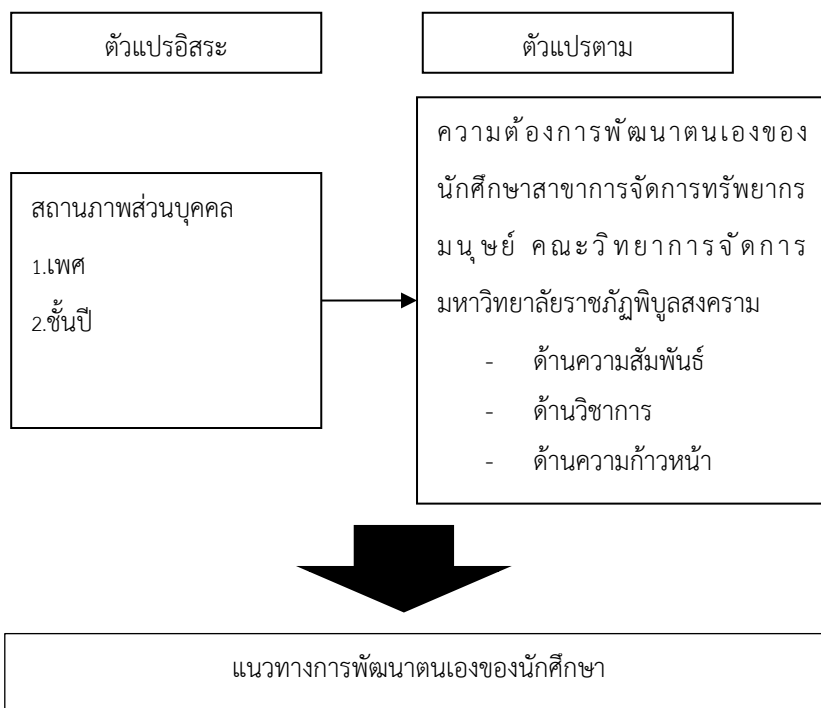
จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยต้องการศึกษาสภาพและปัญหา และความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษาในสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาตนเองของนักศึกษาและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานในอนาคตเพื่อให้ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานของตนสืบไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษาสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
2. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษาสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาตนเองของนักศึกษาสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ได้ประยุกต์ใช้แนวคิดจากทฤษฎีความต้องการของอัลเดอร์เฟอร์ หรือที่เรียกว่า ทฤษฎี ERG โดยแยกออกเป็น 3 องค์ประกอบ คือ ด้านความสัมพันธ์ ด้านวิชาการ และด้านความก้าวหน้า เพื่อดำเนินการศึกษาตัวแปรที่ได้กล่าวมาข้างต้นมาเปรียบเทียบโดยแยกตามลักษณะของสถานภาพส่วนบุคคล คือ เพศ และ ชั้นปีของนักศึกษา ซึ่งผลการศึกษาจะนำไปสู่การหาแนวทางในการพัฒนาตนเองของนักศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีปัจจัยส่วนบุคคล

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538 อ้างถึงใน พรพิตร ธรรมชาติ, 2560) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ การศึกษา ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ และอาชีพ เป็นต้นเนื่องจากแต่ละบุคคลมีพื้นฐานด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลให้มีลักษณะทางจิตวิทยาที่แตกต่างกันซึ่งหมายความว่า มุมมองและความรู้สึกนึกคิดของบุคคลแต่ละบุคคลไม่เหมือนกัน

ทฤษฎีความต้องการ ทฤษฎี ERG (Alderfer's existence relatedness growth theory)

รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2548) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer (Alderfer's ERG theory) (Alderfer, 1969) เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ แต่ไม่คำนึงถึงขั้นความต้องการว่าความต้องการใดเกิดขึ้นก่อนหรือหลัง และความต้องการหลาย ๆ อย่างอาจเกิดขึ้นพร้อมกันก็ได้ โดยแบ่งออกเป็น 3 ประการ ดังนี้

1. ความต้องการเพื่อความอยู่รอด [Existence needs (E)] เป็นความต้องการพื้นฐานของร่างกายเพื่อให้มนุษย์ดำรงชีวิตอยู่ได้ เช่น ความต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เป็นต้น เป็นความต้องการในระดับต่ำสุดและมีลักษณะเป็นรูปธรรมสูงสุด ประกอบด้วยความต้องการทางร่างกาย

บวกด้วยความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคงตามทฤษฎีของมาสโลว์ ผู้บริหารสามารถตอบสนองความต้องการในด้านนี้ได้ด้วยการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม มีสวัสดิการที่ดี มีเงินโบนัส รวมถึงทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชารู้สึกมั่นคงปลอดภัยจากการทำงาน ได้รับความยุติธรรม มีการทำสัญญาว่าจ้างการทำงาน เป็นต้น

2. ความต้องการมีสัมพันธภาพ [Relatedness needs (R)] เป็นความต้องการที่จะให้และได้รับ ไม่ตรีจิตจากบุคคลที่อยู่แวดล้อม เป็นความต้องการที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมน้อยลง ประกอบด้วยความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) ตามทฤษฎีของมาสโลว์ ผู้บริหารควรส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อบุคคลภายนอกด้วย เช่น การจัดกิจกรรมที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและผู้ตาม เป็นต้น

3. ความต้องการความเจริญก้าวหน้า [Growth needs (G)] เป็นความต้องการในระดับสูงสุดของบุคคลซึ่งมีความเป็นรูปธรรมต่ำสุด ประกอบด้วยความต้องการยกย่องบวกด้วยความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตตามทฤษฎีของมาสโลว์ ผู้บริหารควรสนับสนุนให้พนักงานพัฒนาตนเองให้ เจริญก้าวหน้าด้วยการพิจารณาเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง หรือมอบหมายให้รับผิดชอบต่องานกว้างขึ้น อันเป็นโอกาสที่พนักงานจะก้าวไปสู่ความสำเร็จ

สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (คณะวิทยาการจัดการ, 2561) เป็นหลักสูตรหนึ่งในคณะวิทยาการจัดการ มีเป้าหมายผลิตบัณฑิตด้านการจัดการและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรอบรู้ ทักษะ ความสามารถ มีคุณธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพ เพื่อสนองความต้องการด้านทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร ท้องถิ่นและสังคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีคุณลักษณะดังนี้

1) บัณฑิตมีความรู้ มีทักษะและความสามารถในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ในการนำไปประยุกต์ใช้ในหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับสภาพการแข่งขันในตลาดปัจจุบัน

2) บัณฑิตมีความตระหนักเชิงคิดวิเคราะห์ และวิจารณ์ฐานในคุณค่าและความซับซ้อนของศาสตร์ด้านทรัพยากรมนุษย์ และสามารถเข้าใจทฤษฎีและหลักการ จนนำไปสู่การปฏิบัติที่สัมพันธ์กับสถานการณ์จริงในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับงานบริหารบุคคลได้

3) บัณฑิตมีเจตคติที่ดี มีจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ มีความพร้อมในการเป็นส่วนหนึ่งของสถานประกอบการทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนหรือเป็นผู้ประกอบการที่มีการพัฒนาตนเองให้มีความเป็นผู้นำและความรับผิดชอบต่อสังคม

4) บัณฑิตมีความพร้อมในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาและพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่นที่สอดคล้องตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยเน้นภาวะแห่งดุลยภาพระหว่างหลักการ ทฤษฎีและการนำไปประยุกต์ใช้จริง

5) บัณฑิตสามารถนำความรู้ไปเป็นแนวทางการศึกษาในระดับสูงขึ้น และมีความรู้เท่าทันพัฒนาการใหม่ๆ ที่สำคัญในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ได้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากร คือ นักศึกษาสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ชั้นปีที่ 2 – 4 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 139 คน (กองบริการการศึกษา, 2563)

กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ นักศึกษาสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ชั้นปีที่ 2 – 4 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 105 คน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีของ Yamane (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

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

และสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) จำแนกตามชั้นปี และเพศ

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ตัวแทนนักศึกษาแต่ละชั้นปี ที่มีลักษณะเป็นผู้นำกลุ่ม หรือมีความสนใจในการพัฒนาตนเอง และมีความสมัครใจในการให้ข้อมูล ทั้งนี้เป็นนักศึกษาด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ชั้นปีที่ 2 – 4 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 โดยใช้วิธีการ ผู้วิจัยทำการเลือกโดยใช้วิธีแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งมีผู้เข้าร่วมจำนวน 50 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในครั้งนี้ ได้แก่

1) แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นคำถามปลายปิดและปลายเปิด ที่คณะผู้วิจัยใช้เก็บข้อมูลเชิงปริมาณที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ และผ่านการทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

(Alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1951) ซึ่งพบว่าแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.85

2) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับตัวแทนนักศึกษาแต่ละชั้นปีโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างเพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติทดสอบที (t - test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล และวิเคราะห์ศึกษาและเปรียบเทียบความต้องการพัฒนาตนเองนักศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์โดยจำแนกประเภทของข้อมูล (Typological Analysis) คือ จำแนกข้อมูลเป็นชนิดๆ ซึ่งหลังจากที่ได้ข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจะทำการแบ่งชนิดข้อมูลเป็นหัวข้อตามความเหมาะสมและพิจารณาความสัมพันธ์ของข้อมูลชนิดต่างๆ ที่แบ่งเป็นประเภทไว้เพื่อนำข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพวิเคราะห์หาแนวทางในการพัฒนาตนเองของนักศึกษาต่อไป

ผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เมื่อพิจารณาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยสรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษา ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงสภาพปัญหาการพัฒนาตนเอง และความต้องการพัฒนาตนเองด้านวิชาการ ด้านความสัมพันธ์ ด้านความก้าวหน้าของนักศึกษาสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
สภาพปัญหาการพัฒนาตนเอง	2.60	1.185	ปานกลาง
1. ปัญหาการเรียน	2.90	0.967	ปานกลาง
2. ปัญหาในการสอบรายวิชา	2.98	0.889	ปานกลาง
3. ปัญหาการยอมรับจากอาจารย์ผู้สอน	2.64	0.994	ปานกลาง
4. ปัญหาเวลา	2.88	2.439	ปานกลาง
5. ปัญหาการเงิน	2.90	1.063	ปานกลาง
6. ปัญหาครอบครัว	2.17	1.086	น้อย
7. ปัญหาการคบเพื่อน	2.30	1.093	น้อย
8. ปัญหาสุขภาพ	2.26	1.053	น้อย
9. ปัญหาทางอารมณ์	2.53	1.080	ปานกลาง

ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
10. ปัญหาความรัก	2.43	1.183	น้อย
ความต้องการพัฒนาตนเองด้านวิชาการ	3.28	0.808	ปานกลาง
1. ความรู้ที่ลึกซึ้งเฉพาะสาขา	3.37	0.786	ปานกลาง
2. การบริหารเวลาตนเอง บริหารเวลาทีมงาน	3.29	0.747	ปานกลาง
3. การพัฒนาทักษะภาษาต่างประเทศ	3.06	1.018	ปานกลาง
4. การพัฒนาทักษะการสืบค้นข้อมูลทางวิชาการ	3.24	0.839	ปานกลาง
5. การทบทวน (ตัว) ก่อนสอบ	3.25	0.847	ปานกลาง
6. การพัฒนาทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง	3.37	0.772	ปานกลาง
7. การพัฒนาทักษะในการคิด	3.39	0.648	ปานกลาง
ความต้องการพัฒนาตนเองด้านความสัมพันธ์	3.36	0.965	ปานกลาง
1. ความสามารถในการประสานงาน	3.35	0.708	ปานกลาง
2. การสื่อสารและศิลปะการพูด	3.30	0.679	ปานกลาง
3. การพัฒนาบุคลิกภาพและมารยาททางสังคม	3.55	2.275	มาก
4. การพัฒนาด้านคุณธรรม จริยธรรม และจิตสาธารณะ	3.35	0.776	ปานกลาง
5. การปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่	3.25	0.785	ปานกลาง
6. การปัจฉิมนิเทศนักศึกษาที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา	3.39	0.803	ปานกลาง
7. กิจกรรมกีฬาเพื่อสร้างความสัมพันธ์	3.34	0.864	ปานกลาง
8. การทำกิจกรรมเพื่อสังคม	3.34	0.831	ปานกลาง
ความต้องการพัฒนาตนเองด้านความก้าวหน้า	3.32	0.799	ปานกลาง
1. การเสริมสร้างเจตคติที่ดีในการปฏิบัติงาน	3.39	0.746	ปานกลาง
2. การเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง	3.26	0.774	ปานกลาง
3. การอบรมโปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางด้าน HR (Pay Roll)	3.24	0.891	ปานกลาง
4. การพัฒนาทักษะทางการสื่อสาร	3.36	0.792	ปานกลาง
5. การจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาประสบการณ์ทางวิชาการและวิชาชีพแก่นักศึกษา	3.35	0.804	ปานกลาง
6. การจัดบริการให้คำปรึกษาทางวิชาการและแนะแนวการใช้ชีวิตแก่นักศึกษา	3.32	0.784	ปานกลาง

จากตาราง พบว่า

1.1 สภาพปัญหาการพัฒนาตนเองของนักศึกษาโดยรวม พบว่า มีระดับปัญหามานกลาง ($\bar{X} = 2.60$) เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่า มีปัญหาระดับปานกลางในเรื่อง การสอบรายวิชา ($\bar{X} = 2.98$) การเรียน ($\bar{X} = 2.90$) การเงิน ($\bar{X} = 2.90$) เวลา ($\bar{X} = 2.88$) การยอมรับจากอาจารย์ผู้สอน ($\bar{X} = 2.64$) ทางอารมณ์ ($\bar{X} = 2.53$)

1.2 ความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษาด้านวิชาการ ด้านความสัมพันธ์ และด้านความก้าวหน้า พบว่ามีความต้องการพัฒนาตนเองในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในด้านความสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.36$) ด้านความก้าวหน้า ($\bar{X} = 3.32$) และด้านวิชาการ ($\bar{X} = 3.28$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายประเด็นพบว่า นักศึกษาต้องการพัฒนาตนเองด้านวิชาการมากที่สุดในเรื่อง การพัฒนาทักษะในการคิด ($\bar{X} = 3.39$) ความรู้ที่ลึกซึ้งเฉพาะสาขา ($\bar{X} = 3.37$) การพัฒนาทักษะการเรียนรู้ด้วย

ตนเอง ($\bar{X} = 3.37$) ความต้องการพัฒนาตนเองด้านความสัมพันธ์ พบว่าต้องการในเรื่อง การพัฒนาบุคลิกภาพ และมารยาททางสังคม ($\bar{X} = 3.55$) ความสามารถในการประสานงาน ($\bar{X} = 3.35$) การพัฒนาด้านคุณธรรม จริยธรรม และจิตสาธารณะ ($\bar{X} = 3.35$) และความต้องการพัฒนาตนเองด้านความก้าวหน้า พบว่ามีความต้องการพัฒนาตนเองมากที่สุดเรื่อง การเสริมสร้างเจตคติที่ดีในการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 3.39$) การพัฒนาทักษะทางการสื่อสาร ($\bar{X} = 3.36$) และการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาประสบการณ์ทางวิชาการและวิชาชีพแก่นักศึกษา ($\bar{X} = 3.35$)

2. ผลการศึกษาเปรียบเทียบความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษา จำแนกตามความต้องการพัฒนาตนเอง 3 ด้าน คือ ด้านวิชาการ ด้านความสัมพันธ์ ด้านความก้าวหน้า

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการพัฒนาตนเองด้านวิชาการ ด้านความสัมพันธ์ ด้านความก้าวหน้าของนักศึกษาสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จำแนกตาม เพศ

ความต้องการพัฒนาตนเอง	ชาย		หญิง		t	sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านวิชาการ	3.33	0.814	3.24	0.800	0.714	0.450
ด้านความสัมพันธ์	3.41	0.790	3.32	1.046	0.865	0.347
ด้านความก้าวหน้า	3.41	0.800	3.24	0.789	1.447	0.364
1. การพัฒนาทักษะทางการสื่อสาร	3.49	0.755	3.24	0.808	2.148	0.033*
2. การจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาประสบการณ์ทางวิชาการและวิชาชีพแก่นักศึกษา	3.52	0.802	3.20	0.780	2.679	0.008*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง พบว่า

2.1 ผลการเปรียบเทียบความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษาด้านวิชาการ และด้านความสัมพันธ์ จำแนกตาม เพศ ด้วยค่าสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

2.2 ผลการเปรียบเทียบความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษาด้านความก้าวหน้า จำแนกตาม เพศ ด้วยค่าสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การพัฒนาทักษะทางการสื่อสาร มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเพศหญิง และ การจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาประสบการณ์ทางวิชาการและวิชาชีพแก่นักศึกษา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเพศหญิง

2.3 ผลการเปรียบเทียบความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษาด้านวิชาการ จำแนกตามชั้นปีด้วยค่าสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความรู้ที่

ลึกซึ่งเฉพาะสาขา และการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.4 ผลการเปรียบเทียบความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษาด้านความสัมพันธ์ และด้านความก้าวหน้า จำแนกตามชั้นปีด้วยค่าสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

2.5 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับชั้นปีต่อความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษาในเรื่องความรู้ที่ลึกซึ่งเฉพาะสาขา ด้วยค่าสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่านักศึกษาชั้นปี 2 กับนักศึกษาชั้นปี 3 และนักศึกษาชั้นปี 2 กับนักศึกษาชั้นปี 4 มีความต้องการพัฒนาตนเองแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.6 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับชั้นปีต่อความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษาในเรื่องการทบทวน (ทิว) ก่อนสอบ ด้วยค่าสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่านักศึกษาชั้นปี 2 กับนักศึกษาชั้นปี 3 และนักศึกษาชั้นปี 3 กับนักศึกษาชั้นปี 4 มีความต้องการพัฒนาตนเองแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผลการศึกษาแนวทางในการพัฒนาตนเองของนักศึกษาด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ควรมีแนวทาง ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการพัฒนาตนเองด้านวิชาการ ด้านความสัมพันธ์ ด้านความก้าวหน้าของนักศึกษาด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จำแนกตาม ชั้นปี

ความต้องการพัฒนาตนเอง	ปี 2		ปี 3		ปี 4		F	sig
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
ด้านวิชาการ	3.35	0.865	3.29	0.749	3.20	0.806	1.977	0.380
1. ความรู้ที่ลึกซึ่งเฉพาะสาขา	3.62	0.765	3.28	0.759	3.22	0.793	4.294	0.015*
2. การทบทวน(ทิว)ก่อนสอบ	3.40	0.884	3.46	0.714	3.22	0.718	4.035	0.019*
ด้านความสัมพันธ์	3.49	1.206	3.30	0.707	3.30	0.834	0.813	0.527
ด้านความก้าวหน้า	3.41	0.801	3.31	0.734	3.23	0.867	1.052	0.433

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง พบว่า

3.1 ทางคณะวิทยาการจัดการ/ทางสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์จะต้องมีการกระตุ้นให้นักศึกษารู้จักวิเคราะห์ตนเองเพื่อได้รู้ข้อบกพร่องของตนเอง เพราะการพัฒนาตนเองเป็นเรื่องเฉพาะบุคคล เพื่อที่จะได้พัฒนาตนเองต่อไป

3.2 ทางคณะวิทยาการจัดการ/ทางสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ควรจะต้องเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้คิด ออกแบบ และดำเนินการจัดกิจกรรมพัฒนาตนเอง เพื่อเป็นการฝึกฝนพัฒนาตนเอง และมีสอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา ทางอาจารย์ควรมีบทบาทเป็นที่ปรึกษา และควรสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมให้กับนักศึกษาในเรื่องกิจกรรมพัฒนาตนเอง โดยในเบื้องต้นควรจัดกิจกรรมพัฒนาตนเอง ดังนี้

- 1) ด้านวิชาการ ควรจัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความเข้าใจลึกซึ้งเฉพาะสาขา เช่น การศึกษาดูงานที่เกี่ยวกับสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์หรือการจัดเข้าค่ายแลกเปลี่ยนความรู้
- 2) ด้านความสัมพันธ์ ควรจัดกิจกรรม การพัฒนาบุคลิกภาพและมารยาททางสังคม ซึ่งเป็นปัญหาที่นักศึกษาส่วนใหญ่มีปัญหา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการพูดในที่สาธารณะ ความมั่นใจในตนเอง การแสดงออก ควรจัดกิจกรรมที่พัฒนาสายสัมพันธ์รุ่นพี่รุ่นน้อง เช่น การรับน้อง
- 3) ด้านความก้าวหน้า ควรจัดกิจกรรมการพัฒนาทักษะทางการสื่อสาร โดยเฉพาะทางภาษาต่างประเทศ เช่นการจัดฝึกอบรมภาษาต่างประเทศ

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีประเด็นสำคัญที่ควรนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. สภาพปัญหาการพัฒนาตนเองของนักศึกษาโดยรวม พบว่า มีระดับปัญหปานกลาง ส่วนความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษาในด้านวิชาการ พบว่า มีความต้องการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยต้องการพัฒนาตนเองในเรื่อง การพัฒนาทักษะในการคิด ความรู้ที่ลึกซึ้งเฉพาะสาขา การพัฒนาทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง ความต้องการพัฒนาตนเองด้านความสัมพันธ์ พบว่าต้องการในเรื่อง การพัฒนาบุคลิกภาพ และมารยาททางสังคม ความสามารถในการประสานงาน การพัฒนาด้านคุณธรรม จริยธรรม และจิตสาธารณะ และความต้องการพัฒนาตนเองด้านความก้าวหน้า พบว่ามีความต้องการพัฒนาตนเองมากที่สุดเรื่อง การเสริมสร้างเจตคติที่ดีในการปฏิบัติงาน การพัฒนาทักษะทางการสื่อสาร และการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาประสบการณ์ทางวิชาการและวิชาชีพแก่นักศึกษา สอดคล้องกับ จิราธร โหมตสุวรรณ และ จันทนา แสนสุข (2560) ที่ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการพัฒนาตนเอง พบว่าอยู่ในระดับมาก เนื่องจากบุคลากรครู ศูนย์การศึกษาอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) กลุ่มลุ่มน้ำเจ้าพระยา มีความตระหนักและได้รับการปลูกฝังให้เห็นถึงประโยชน์ของการประชุมสัมมนา การศึกษาดูงานจากหน่วยงานภายนอก และการฝึกอบรม เพราะคิดว่าการประชุมสัมมนาและการฝึกอบรมเป็นวิธีการที่บุคลากรมีโอกาสที่จะพัฒนางานในหน้าที่ให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ ERG theory ของ Alderfer (1969) ที่มนุษย์แต่ละคนย่อมมีความต้องการเพื่อความอยู่รอด ความต้องการมีสัมพันธ์ภาพ ความต้องการความเจริญก้าวหน้า

2. ผลการเปรียบเทียบความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษาด้านวิชาการ ด้านความสัมพันธ์ ด้านความก้าวหน้า จำแนกตาม เพศ ด้วยค่าสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ 0.05 พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน สอดคล้องกับ สรัญญา พันธุ์แก้ว และ วรณารถ แสงมณี (2562) ที่ศึกษาความต้องการพัฒนาสมรรถนะของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในห้องปฏิบัติการสอบเทียบพบว่าเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในห้องปฏิบัติการสอบเทียบที่มีเพศแตกต่างกัน มีความต้องการพัฒนาสมรรถนะด้านความรู้ด้านทักษะ ด้านคุณลักษณะบุคคล และโดยรวมไม่แตกต่างกัน

3. ผลการเปรียบเทียบความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษาด้านวิชาการ ด้านความสัมพันธ์ด้านความก้าวหน้า จำแนกตามชั้นปีด้วยค่าสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างชั้นปีย่อมมีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ วิโรจน์ หมื่นเทพ และวรรณพิศ พฤษภมาศ (2556) ที่ศึกษาความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเองของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตจังหวัดปทุมธานีเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนพบว่า โดยภาพรวมความต้องการพัฒนาตนเองของนักศึกษาในแต่ละชั้นปีไม่แตกต่างกัน

4. ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาตนเองของนักศึกษา พบว่าทางคณะวิทยาการจัดการ/ทางสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์จะต้องมีการกระตุ้นให้นักศึกษารู้จักวิเคราะห์ตนเองเพื่อได้รู้ข้อบกพร่องของตนเอง เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้คิด ออกแบบ และดำเนินการจัดกิจกรรมพัฒนาตนเองให้สอดคล้องกับความต้องการ ควรจัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความเข้าใจลึกซึ้งเฉพาะสาขา พัฒนาบุคลิกภาพและมารยาททางสังคม และพัฒนาทักษะทางการสื่อสาร สอดคล้องกับ กานดา เข้มศรี และภูมิพัฒน์ รักพรมงคล (2559) ที่ระบุแนวทางการพัฒนาคุณภาพของผู้เรียนที่สถานศึกษาควรส่งเสริมให้ครูจัดกิจกรรมบูรณาการเข้ากับการจัดการเรียนรู้ของครู สร้างเครือข่ายระหว่างสถานศึกษากับผู้ประกอบการ จัดทำฐานข้อมูล วิเคราะห์ผู้เรียนเป็นรายบุคคล จัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน มีการบูรณาการกลุ่มสาระการเรียนรู้สู่ชีวิตจริงของผู้เรียน จัดกิจกรรมหรือโครงการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียน ผู้ปกครอง และชุมชน ส่งเสริมสนับสนุนให้มีกิจกรรมที่ดูแลน้อง ทุกภาคส่วนป้องกันและแก้ไขปัญหาพร้อมกัน เพื่อจะได้แก้ไขปัญหาได้ทันเหตุการณ์ จัดตั้งศูนย์ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้เรียนกลุ่มเสี่ยง รวมถึงจัดกิจกรรมรณรงค์เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. การพัฒนาแนวทางในการพัฒนาตนเองของนักศึกษาสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ควรมีกระบวนการมีส่วนร่วมของนักศึกษาในการออกแบบและกำหนดแนวทางในการพัฒนาตนเอง

2. ควรมีการจัดกิจกรรมเสริมทักษะทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ เพื่อให้นักศึกษาได้เกิดการเรียนรู้เพื่อนำไปปฏิบัติและประยุกต์ในชีวิตประจำวันได้จริง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยทดลองแนวทางในการพัฒนาตนเองของนักศึกษาสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

เอกสารอ้างอิง

- กองบริการการศึกษา. (2563). *สถิตินักศึกษาที่ลงทะเบียน*. สืบค้น 3 มิถุนายน 2563, จาก https://reg.psu.ac.th/PSRU_W1/Form_PS_S1_Register.html.
- กานดา เข้มศรี และภูมิพิพัฒน์ รักพรหมมงคล. (2559). แนวทางการพัฒนาคุณภาพผู้เรียนของโรงเรียนคลองขลุงราษฎร์รังสรรค์ ตำบลคลองขลุง อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร. รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ครั้งที่ 3 (น. 337-350). กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- คณะวิทยาการจัดการ. (2561). *หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2556*. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- จิราธร โหมตสุวรรณ และ จันทนา แสนสุข. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการพัฒนาด้านเองและความสามารถในการเผชิญฝ่าฟันอุปสรรคของบุคลากรครูศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) กลุ่มลุ่มน้ำเจ้าพระยา. *Veridian E-Journal Silpakorn University สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*. 10(3). 270-285.
- พรพิตรา ธรรมชาติ. (2560). *คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงานและความตั้งใจในการลาออกของผู้แทนขายระดับบังคับบัญชาของกลุ่มบริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รังสรรค์ ประเสริฐศรี. (2548). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- วิโรจน์ หมั่นเทพ และ วรรณพิศา พฤกษมาศ. (2556). *ความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเองของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขต จังหวัดปทุมธานี เพื่อเข้าสู่การแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- สมิต อาชนิจกุล. (2550). *การพัฒนาตนเอง*. (พิมพ์ครั้งที่ 19). กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.
- สร้อยญา พันธุ์แก้ว และ วรรณารถ แสงมณี. (2562). ความต้องการพัฒนาสมรรถนะของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในห้องปฏิบัติการสอบเทียบ. *วารสารบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง*, 9(2). 220-237.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2561). *ยุทธศาสตร์การพัฒนานิสิต นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพนักศึกษา.
- Alderfer, C. P. (1969). An empirical test of a new theory of human needs. *Organizational Behavior and Human Performance*, 4(2), 142-75. doi:10.1016/0030-5073(69)90004-X
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. New York: Harper and Row.

แบบจำลองการไหลเวียนการใช้งานในฐานะตัวแปรส่งผ่านการปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์สู่ความพึงพอใจของผู้ใช้

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 3 มกราคม 2565
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 25 มกราคม 2565
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 26 มกราคม 2565

กมลทิพย์ เดชะปรากรม^{1*}

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

รุ่งทิwa เดชะปรากรม²

สำนักพัฒนาธุรกิจและบริการ
มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาแบบจำลองความพึงพอใจของผู้ใช้ที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์และการไหลเวียนการใช้งาน และ 2) เพื่อศึกษาแบบจำลองการไหลเวียนการใช้งานในฐานะตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์สู่ความพึงพอใจของผู้ใช้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ 599 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม AMOS

ผลการวิจัยพบว่า 1) แบบจำลองความพึงพอใจของผู้ใช้ที่ประกอบด้วยปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์และการไหลเวียนการใช้งานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี ($\chi^2 = 32.932$, $df = 23$, $p\text{-value} = 0.082$, $\chi^2/df = 1.432$, $GFI = 0.988$, $RMSEA = 0.027$) 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้คือการไหลเวียนการควบคุมการใช้งานมีอิทธิพลรวม 0.668 รองลงมา การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์มีอิทธิพลรวม 0.320 ตามลำดับ โดยทั้ง 2 ปัจจัยร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้ใช้ได้ร้อยละ 42.30 ($R^2=0.432$) และ 3) การไหลเวียนการใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่านสมบูรณ์ (Full mediation) ระหว่างการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์สู่ความพึงพอใจของผู้ใช้

คำสำคัญ: การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์ การไหลเวียนการใช้งาน ความพึงพอใจของผู้ใช้

¹ ผู้ประสานงานหลัก: d.kasikamol@psru.ac.th

Structural equation model of user control of flow as a full mediating effect between machine interactivity and user satisfaction

Received: January 3, 2022
Revised: January 25, 2022
Accepted: January 26, 2022

Kamolthip Dechaprakrom^{1*}

Lecture of Manage

Faculty of Manage Science Pibulsongkram Rajabhat University

*Runghthiwa Dechaprakrom*²

Office of Business and Service Development

The Far Eastern University

Abstract

The objective of this research is to examine the model of user online satisfaction which derives from the following factors: machine interactivity and user control of flow who bought products from social network business. The researchers applied the quantitative method to 599 customers who bought products from social network business and analyzed in term of structural equation model (SEM) analysis by AMOS.

The result revealed that 1) the model was consistent to the empirical data, Goodness of fit measures were found to be: Chi-square 32.932 (df=23, p=0.082); Relative Chi-square (χ^2/df) 1.432; Goodness of Fit Index (GFI) 0.988; Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) 0.027; 2) In analyzing factors influencing user online satisfaction, it was found that two factored influence user online satisfaction in descending order of influence as following: user control pf flow (TE=0.668) and machine interactivity (TE=0.320) and all factors were predictive of user online satisfaction at 42.30 ($R^2=0.423$) and 3) The influence of user control of flow as full mediating effect relationship between machine interactivity and user online satisfaction.

Keywords: machine interactivity, user control of flow, user online satisfaction

¹ Corresponding Author : d.kasikamol@psru.ac.th

บทนำ

การตลาดในยุคดิจิทัล (Digital Marketing) ผู้ซื้อและผู้ขายไม่จำเป็นต้องเผชิญหน้ากันแต่สามารถโต้ตอบกันได้ผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ผู้ซื้อสามารถหาข้อมูลข่าวสารการโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ตที่มีปริมาณมากในแต่ละวัน เมื่อผู้ใช้ “กดคลิก (clicks)” บนระบบคอมพิวเตอร์ก็สามารถรับส่งข้อมูลระหว่างกันได้ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์ที่รวดเร็ว สามารถตอบกลับแบบทันที (immediate feedback) และรวดเร็วก็ยิ่งสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้งานมากขึ้น (Novak and Hoffman, 2000) นอกจากนั้นการบูรณาการ (integration) ระหว่างความรู้ทางเทคนิคและการเข้าใจพฤติกรรมทางสังคมของผู้ใช้จะสร้างดุลยภาพระหว่างความพึงพอใจของผู้ใช้และประสิทธิภาพของระบบคอมพิวเตอร์และเป็นแนวทางการสร้างนวัตกรรมทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้เหมาะสมกับผู้ใช้และองค์กร (Wu and Chang, 2005) เพื่อสร้างการสื่อสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งเรียกว่า การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์ (Machine interactivity) (Lee, 2005; Suntornpithug and Khamalakh, 2010) โดย Hoffman & Novak (1996) ได้เริ่มประยุกต์แนวคิดของ Csikszentmihalyi (1990) กับระบบการซื้อขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ต (internet) ซึ่งพบว่าประสบการณ์การไหลลื่น (Flow experience) ซึ่งเป็นสภาวะที่ผู้ใช้งานโต้ตอบกับระบบคอมพิวเตอร์อย่างต่อเนื่องไม่สะดุดขณะใช้งาน เกิดความเพลิดเพลินจนอาจลืมเวลา (Chen, Yen, and Huang, 2008; Wu and Chang, 2005) เป็นสภาพแวดล้อมที่สร้างความพึงพอใจให้ผู้ใช้งานสูงสุด

โดยประสิทธิ์ชัย นรากรณ์ (2558) พบว่าการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนไทย ช่วยสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้โดยเฉพาะการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบออนไลน์ (Electronic commerce) ถือว่ามีบทบาทสำคัญกับระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย แต่กลับพบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ไม่พึงพอใจกับระบบการซื้อขายสินค้าออนไลน์ใน 2 ประเด็น คือ 1) ปัญหาขั้นตอนการซื้อที่ยุ่งยากเกิดจากการใช้งานบนเว็บไซต์ที่มีขั้นตอนการใช้งานที่ซับซ้อน ยุ่งยาก ผู้ซื้อออนไลน์ใช้งานสะดุดติดขัดขณะการซื้อ ไม่เกิดการไหลลื่น และ 2) มีการโฆษณาแทรกจำนวนมากขณะใช้งาน จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยได้เห็นถึงประโยชน์และความสำคัญในการหาความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (Causal relationship) ระหว่างการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์ (Machine interactivity) การไหลลื่นการใช้งาน (User control of flow) และความพึงพอใจของผู้ใช้ (User satisfaction) ที่จะช่วยในการสร้างโมเดลความพึงพอใจของผู้ใช้กับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการผลักดันให้เกิดเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital economy) ต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาแบบจำลองความพึงพอใจของผู้ใช้ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์ และการไหลลื่นการใช้งาน
2. เพื่อศึกษาแบบจำลองการไหลลื่นการใช้งานในฐานะตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์สู่ความพึงพอใจของผู้ใช้

สมมติฐานในการศึกษา

1. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์ส่งผลต่อการไหลสื่อนการใช้งาน
2. การไหลสื่อนการใช้งานส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้
3. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้

การทบทวนวรรณกรรม

การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์ (Machine interactivity) หมายถึง ความสามารถในการจัดการหรือการแก้ไขคำสั่งต่าง ๆ ของผู้ใช้งานในการใช้เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ สามารถเลือกใช้งานได้ตามความต้องการ รับรู้ถึงความสะดวกในการใช้ ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลที่ตนสนใจ (Wu and Chang, 2005) การที่ผู้ใช้มีความคล่องตัวในการใช้งานเป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารและการปฏิสัมพันธ์กันจนสิ้นสุดการใช้ นอกจากนั้นความคล่องตัวในการใช้งานจะช่วยให้ผู้ใช้แต่ละคนสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันได้ง่ายและสมาชิกคนอื่นๆ ในกลุ่มออนไลน์ก็สามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้ง่ายเช่นกัน Dholakia, Zhao, Dholakia and Fortin (2001) พบว่าลักษณะของการควบคุมการใช้งานที่ดี คือ เพิ่มความสะดวกในการใช้งาน มีการตอบสนองระหว่างกันที่รวดเร็ว แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันได้ตลอดเวลา เป็นต้น Hung, Chou and Dong (2011) พบว่าความคล่องตัวในการใช้งานประกอบด้วย 3 ตัวแปรสังเกตได้ คือ 1) การใช้งานง่าย 2) ช่วยให้หาข้อมูลต่างๆ ได้ง่าย และ 3) มีความคล่องตัวในการใช้งานตลอด 24 ชั่วโมง

การไหลสื่อนการใช้งาน (User control of flow) เป็นแนวคิดของ Csikszentmihalyi (1990) ที่แสดงถึงสถานการณ์ที่ผู้ใช้ออนไลน์มีความรู้สึกรับรู้ถึงการมีส่วนร่วม สามารถกำกับและควบคุมกิจกรรมต่างๆ ด้วยตนเอง คร่ำเคร่งอยู่กับหน้าจอได้เป็นเวลานาน ประทับใจทุกครั้งจากการใช้งาน (Jamshidi, Keshavarz, Kazemi & Mohammadian, 2017) มีผลทางตรงต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ การกำกับกิจกรรมด้วยตนเองสามารถวัดผลได้ด้วยการอ้างอิงจาก Novak et al. (2000) ประกอบด้วย 3 ตัวแปรสังเกตได้คือ 1) สามารถกำกับแต่ละขั้นตอนการสั่งซื้อ 2) ควบคุมระยะเวลาตลอดการสั่งซื้อ และ 3) สามารถโต้ตอบกับเว็บไซต์สามารถสร้างเป็นสมมติฐานการวิจัย ได้ดังต่อไปนี้

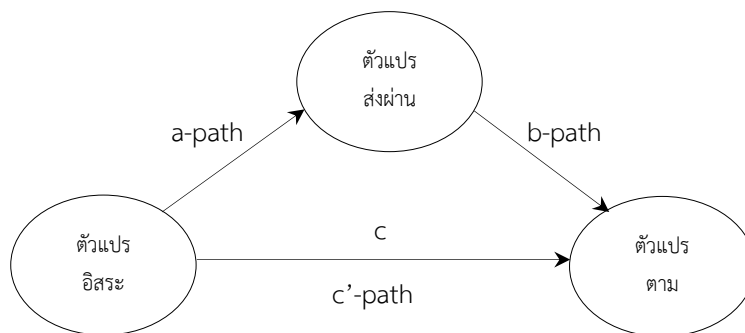
H1: การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์ส่งผลต่อการไหลสื่อนการใช้งาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้ (User online satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกพึงพอใจที่เกิดจากประสบการณ์จริงที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ที่คาดหวัง ตัวชี้วัดของตัวแปรนี้ดัดแปลงมาจากการวิจัยของ Paek, Mores, Kim, และ Jung (2020) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ 1) พึงพอใจในการใช้งาน 2) พึงพอใจกับสินค้าจากออนไลน์ และ 3) พึงพอใจกับการซื้อออนไลน์ ผู้วิจัยสามารถสร้างเป็นสมมติฐานการวิจัย ได้ดังต่อไปนี้

H2: การไหลเวียนการใช้งานส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้

H3: การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้

ตัวแปรส่งผ่าน (Mediating variable) เป็นตัวแปรตัวที่ 3 ที่เข้ามามีอิทธิพลแทรกระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยจะทำหน้าที่เข้ามาเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยพิจารณาจากค่าอิทธิพลรวม (Total Effect) ของโมเดลที่เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามจะต้องมีค่าลดลง ($c' \text{ path} < c \text{ path}$) ถ้าค่าลดลงจนเข้าสู่ระดับไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) แสดงว่าตัวแปรส่งผ่านนั้นเป็นตัวแปรส่งผ่านสมบูรณ์ (Full mediating effect) แต่ถ้าค่าลดลงแต่ไม่ถึง 0 แต่ค่าลดลงอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 แสดงว่าเป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วน (Partial mediating effect) (Baron & Kenny, 1986; ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์, 2561) แสดงความสัมพันธ์ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ของตัวแปรส่งผ่าน

การดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Sample Size) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ เพื่อให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคณะผู้วิจัยกำหนดตามแนวคิดของ Hair, Black, Babin, and Anderson (2010) แนะนำว่าการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ควรใช้กลุ่มตัวอย่าง 10-20 เท่าของจำนวนตัวชี้วัด (Observed variables) ซึ่งงานวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตได้ 9 ข้อ ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างควรอยู่ระหว่าง 90-180 ชุด โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) เริ่มจากการส่งแบบสอบถามทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์และจดหมายธรรมดาให้กับเพื่อน ๆ และน้อง ๆ ที่รู้จักในที่ทำงานซึ่งเคยซื้อสินค้าออนไลน์ และได้รับคำแนะนำให้ส่งต่อไปยังกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ นอกสถานที่ทำงานที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด คณะผู้วิจัยได้กลั่นกรองกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาจากข้อคำถามช่วงอายุและประสบการณ์การทำงานของผู้ตอบ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สอดคล้องตามค่านิยมที่กำหนดไว้ มีผู้ตอบแบบสอบถามกลับอย่างสมบูรณ์ 599 ชุด ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวัด ด้วยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยวิธีดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Corrected Item-Total Correlation) กับวัตถุประสงค์จากผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดดิจิทัลจำนวน 3 ท่าน และทำการตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง ($n = 30$) และเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้ออนไลน์ ($n = 599$) ทั้งนี้ตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) มากกว่า 0.7 (Nunnally, 1978) และค่า KMO (Kaiser-Olkin Measure of Sampling Adequacy) เท่ากับ 0.905 (ค่า KMO ควรมากกว่า 0.50 ถือว่าดี) แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถนำมาวิเคราะห์หองค์ประกอบได้ร้อยละ 90.50 ถือว่าอยู่ในระดับที่ดี (Fornell & Larcker, 1981) และการทดสอบความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างในโมเดลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 การตรวจสอบความเที่ยงและการตรวจสอบความตรงแบบศูนย์รวม

ตัวแปรแฝง/ตัวแปรสังเกตได้		Loading factor	AVE	CR
การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์ ($\alpha = 0.892$)			0.738	0.894
AC1	การใช้งานง่าย	0.826		
AC2	ช่วยให้หาข้อมูลต่าง ๆ ได้งาน	0.914		
AC3	มีความคล่องตัวในการใช้งานตลาด 24 ชั่วโมง	0.833		
การไหลสั่นการใช้งาน ($\alpha = 0.833$)			0.623	0.832
CT1	สามารถกำกับแต่ละขั้นตอนการสั่งซื้อ	0.799		
CT2	ควบคุมระยะเวลาตลอดการสั่งซื้อ	0.770		
CT3	สามารถโต้ตอบกับระบบเว็บไซต์	0.798		
ความพึงพอใจของผู้ใช้ ($\alpha = 0.885$)			0.719	0.885
OS1	พึงพอใจในการใช้งาน	0.862		
OS2	พึงพอใจกับสินค้าจากออนไลน์	0.852		
OS3	พึงพอใจกับการซื้อออนไลน์	0.829		

หมายเหตุ : เมื่อ $CR = \frac{(\sum \lambda)^2}{(\sum \lambda)^2 + \sum (\theta)}$; และ $AVE = \frac{(\sum \lambda^2)}{(\sum \lambda^2) + \sum (\theta)}$

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) เป็นการตรวจสอบความเที่ยงตรงของโมเดลวัด (Measurement Model) ของแต่ละตัวแปรแฝง (Latent Variable) ที่สามารถวัดได้เฉพาะเรื่อง ของตัวแปรไม่ปะปนกันกับตัวแปรแฝงอื่น โดยพิจารณาจากค่า $\sqrt{AVE}$ จะสูงกว่าค่า Correlation ระหว่างตัวแปรแฝงในแถวเดียวกัน แสดงว่ามาตรวัดมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (ตารางที่ 2)

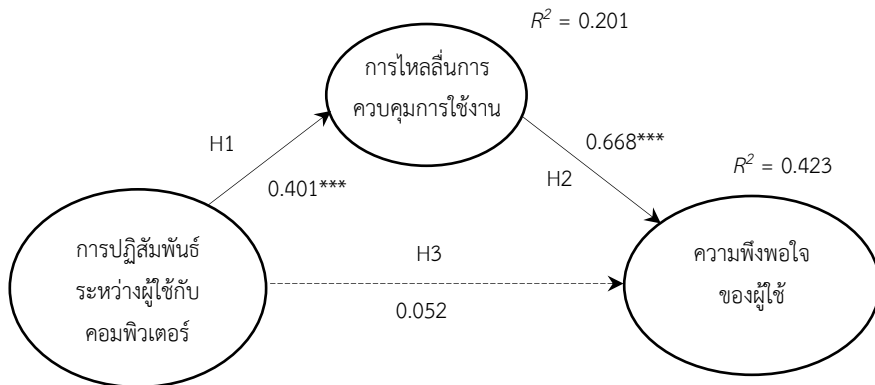
ตารางที่ 2 ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity)

	AVE	การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ กับระบบคอมพิวเตอร์	การไหลเวียนการ ควบคุมการใช้งาน	ความพึงพอใจ ของผู้ใช้
การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบ คอมพิวเตอร์	0.738	0.859		
การไหลเวียนการควบคุมการใช้งาน	0.623	0.448	0.791	
ความพึงพอใจของผู้ใช้	0.719	0.334	0.649	0.848

ผลการวิเคราะห์

1. กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 599 คน พบว่าเป็นเพศหญิงร้อยละ 70.50 และเพศชายร้อยละ 29.50 มีช่วงอายุ 20-24 ปีมากที่สุดร้อยละ 34.90 รองลงมาช่วงอายุ 25-29 ปี ร้อยละ 24.50 ช่วงอายุ 30-34 ปี ร้อยละ 17.90 ช่วงอายุ 35-39 ปี ร้อยละ 15.00 อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ ช่วงอายุ 40-44 ปี ร้อยละ 2.80 และ ช่วงอายุ 45 ปีขึ้นไป ร้อยละ 1.80 ตามลำดับ การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 59.30 รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 25.90 ปริญญาโท ร้อยละ 13.50 และสูงกว่าปริญญาโท ร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ เป็นการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS พบว่าโมเดลความพึงพอใจของผู้ใช้ (หลังปรับโมเดล) ที่ประกอบด้วยปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์และการไหลเวียนการใช้งาน มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี ($\chi^2 = 32.932$, $df = 23$, $p\text{-value} = 0.082$, $\chi^2/df = 1.432$, $GFI = 0.988$, $IFI = 0.997$, $CFI = 0.997$, $RMR = 0.011$, $RMSEA = 0.027$) (Bentler, 1988; Browne and Cudeck, 1993) สรุปว่าโมเดลความพึงพอใจของผู้ใช้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ระดับที่ยอมรับได้ (ภาพที่ 2)



$$\chi^2 = 32.932, df = 23, p\text{-value} = 0.082, \chi^2/df = 1.432, GFI = 0.988, IFI = 0.988, CFI = 0.997, RMR = 0.011, RMSEA = 0.027$$

ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

เส้นทาง	ค่าสัมประสิทธิ์ (β)	t-value	ผล
H1 การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์ → การไหลสื่อนการใช้งาน	0.401	9.531***	สนับสนุน
H2 การไหลสื่อนการใช้งาน → ความพึงพอใจของผู้ใช้	0.668	11.827***	สนับสนุน
H3 การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์ → ความพึงพอใจของผู้ใช้	0.052	1.209	ไม่สนับสนุน

หมายเหตุ: (1) * หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$) ($1.96 \leq t\text{-value} < 2.576$), (2) ** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < 0.01$) ($t\text{-value} \geq 2.576$), (3) *** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($p < 0.001$) ($t\text{-value} \geq 3.291$)

จากภาพที่ 2 และตารางที่ 3 พบว่าสมมติฐานที่ 1 การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์มีอิทธิพลต่อการไหลสื่อนการใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.401 ($\beta = 0.401, t = 9.531, p < 0.001$) สมมติฐานที่ 2 การไหลสื่อนการใช้งานมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.668 ($\beta = 0.668, t = 11.827, p < 0.001$) สมมติฐานที่ 3 การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.052 ($\beta = 0.052, t = 1.209, p > 0.05$)

จากตาราง 4 พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลรวม (Total Effect) ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้สูงสุดคือ การไหลลื่นการควบคุมการใช้งาน ($TE = 0.668$) และ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับคอมพิวเตอร์ ($TE = 0.320$) ตามลำดับ และปัจจัยทั้งหมดรวมกันพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้ใช้ได้ร้อยละ 42.30 ($R^2 = 0.432$)

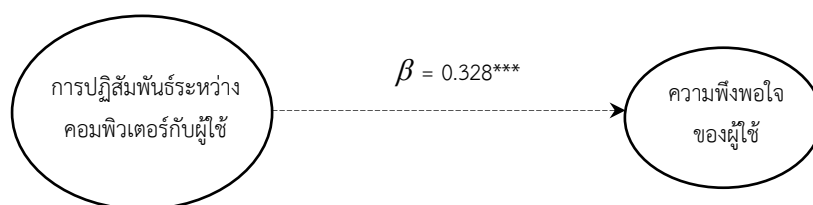
ตาราง 4 อิทธิพลของตัวแปรพัจจัย (Antecedents) ที่มีต่อตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ตัวแปรตาม (Latent Variable)	R^2	อิทธิพล (Effect)	ตัวแปรพัจจัย (Antecedents)		
			การปฏิสัมพันธ์ ระหว่างผู้ใช้กับ คอมพิวเตอร์	การไหลลื่นการ ควบคุมการใช้ งาน	ความพึงพอใจ ของผู้ใช้
การไหลลื่นการ ควบคุมการใช้งาน	0.201	DE	0.401	0.000	0.000
		IE	0.000	0.000	0.000
		TE	0.401	0.000	0.000
ความพึงพอใจของ ผู้ใช้	0.423	DE	0.052	0.668	0.000
		IE	0.268	0.000	0.000
		TE	0.320	0.668	0.000

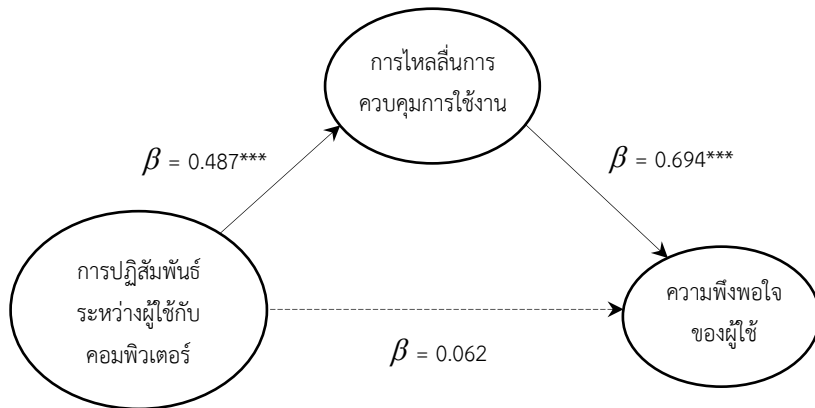
หมายเหตุ DE = อิทธิพลทางตรง (DE), อิทธิพลทางอ้อม (IE), อิทธิพลรวม (TE)

3. ผลการวิเคราะห์ตัวแปรส่งผ่าน (Mediating effect) จากตารางพบว่าค่าสัมประสิทธิ์ (β)

ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามที่ไม่มีตัวแปรส่งผ่าน (ภาพที่ 3 และภาพที่ 4)



ภาพที่ 3 อิทธิพลรวมระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามที่ไม่มีตัวแปรส่งผ่าน



ภาพที่ 4 โมเดลที่มีอิทธิพลตัวแปรส่งผ่าน

จากภาพที่ 3 และภาพที่ 4 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ (β) ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามที่ไม่มีตัวแปรส่งผ่านเท่ากับ 0.328 และภาพ 4 ค่าสัมประสิทธิ์ (β) ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามที่มีตัวแปรส่งผ่านการไหลสื่อนการควบคุมการใช้งานลดลงจาก 0.328 เป็น 0.062 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) แสดงว่าการไหลสื่อนการควบคุมการใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่านสมบูรณ์ (Full Mediation) ระหว่างการใช้งานง่ายกับความพึงพอใจของผู้ใช้

อภิปรายผลการวิจัย

คณะผู้วิจัยอธิบายผลการวิจัยเพื่อให้สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยทั้ง 4 ข้อ ดังนี้

1. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์มีความสัมพันธ์กับการไหลสื่อนการใช้งาน

การปฏิสัมพันธ์ตลอดการใช้เว็บไซต์จะสะท้อนความรู้สึกของผู้ใช้ที่สามารถควบคุมกิจกรรมต่าง ๆ บนเว็บไซต์จนเสร็จการใช้งาน โดยผลการวิจัยพบว่าการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์ส่งผลต่อการไหลสื่อนการใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lui & Shiue (2014) และ Chang (2013) ที่ว่าเมื่อผู้ใช้ปฏิสัมพันธ์กับเว็บไซต์ด้วยความง่ายในการช่วยหาข้อมูลยิ่งส่งผลให้การไหลสื่อนในการใช้เว็บไซต์ตลอดการใช้งาน นอกจากนี้ผลการวิจัยนี้ยังพบว่าความง่ายในการใช้งานเว็บไซต์จะส่งผลให้ผู้ใช้สามารถโต้ตอบกับเว็บไซต์ได้ตลอดเวลา (Papagiannidis, See-To, & Bourlakis, 2014)

2. การไหลสื่อนการใช้งานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้

สภาวะการไหลสื่อนในการควบคุมการใช้เว็บไซต์เป็นความรู้สึกส่วนบุคคลที่ส่งผลถึงความพึงพอใจของผู้ใช้ ซึ่งผลการวิจัยพบว่าการไหลสื่อนการใช้งานส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ

Finneran and Zhang (2005) ที่ว่าผู้ใช้ที่สามารถกำกับแต่ละขั้นตอนการสั่งซื้อจะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการใช้งาน และ Noort, Voorveld, & Reijmersdal (2012) กล่าวว่ายิ่งผู้ใช้สามารถควบคุมระยะเวลาตลอดการสั่งซื้อยิ่งสร้างความพึงพอใจในการซื้อออนไลน์มากขึ้น

3. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้

ผู้ใช้ที่ปฏิสัมพันธ์กับเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่ง่ายและสะดวกจะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้ โดยผลการวิจัยพบว่าการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์ส่งผลทางอ้อมเชิงบวก แต่ไม่ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ding, Hu, Verma, & Wardell (2009) ที่ว่าการใช้งานที่ง่ายยังไม่ส่งผลให้ผู้ซื้อพึงพอใจในการซื้อออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญ โดย Kim, Jin, Swinney (2009) ความคล่องตัวในการใช้งานตลอด 24 ชั่วโมง ยังไม่ส่งผลให้ผู้ซื้อพึงพอใจในการใช้งาน แต่ประสิทธิภาพ นรากรณ์ (2558) กล่าวว่า การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์ที่จะสร้างความพึงพอใจให้ผู้ซื้อออนไลน์ควรต้องมีสถานะการไหลลื่นการใช้งานด้วย เช่น การใช้งานเว็บไซต์ที่ง่ายอาจจะยังไม่สามารถสร้างความพึงพอใจในการซื้อออนไลน์มากพอ แต่ถ้ายังสามารถกำกับการใช้งานในแต่ละขั้นตอนการซื้อและควบคุมระยะเวลาตลอดการใช้งานได้ก็จะยิ่งสร้างความพึงพอใจในการซื้อออนไลน์ได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากปัญหาการวิจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้นการไหลลื่นการใช้งานเป็นตัวแปรเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับระบบคอมพิวเตอร์สู่ความพึงพอใจของผู้ใช้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่าผู้ประกอบการควรสร้างระบบออนไลน์ให้ไหลลื่นง่ายต่อการใช้งาน เพื่อช่วยให้ผู้ใช้สามารถกำกับแต่ละขั้นตอนการใช้งาน ควบคุมระยะเวลาการสั่งซื้อได้ ตลอดจนสามารถโต้ตอบกับระบบเว็บไซต์ได้ตลอดเวลา ก็จะช่วยสร้างความพึงพอใจให้ผู้ซื้อออนไลน์

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ควรสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐบาลและภาคเอกชน ซึ่งจากผลการวิจัยผู้วิจัยขอเสนอแนะเชิงนโยบายในระดับชาติ โดยจะเน้นไปที่การสร้างความร่วมมือภาครัฐบาลและเอกชน ในการส่งเสริมให้ผู้ค้าปลีกรายย่อยสามารถสร้างเนื้อหา (Content) ทางการตลาดใหม่ๆ เพื่อช่วยให้ธุรกิจ SME สื่อสารได้ตอบกับลูกค้าได้โดยตรง ควรสร้างโครงสร้างพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่งเสริมคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายปลีกรายย่อยกับลูกค้าและส่งเสริมให้เกิดการไหลลื่นในการใช้งานเพื่อสร้างความพึงพอใจในการใช้งาน

ความร่วมมือกับภาครัฐบาลมีดังนี้ 1) ควรพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานการสื่อสารของประเทศให้มากขึ้นเพื่อรองรับกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการค้าบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เกิดขึ้นในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้ทุกที่และทุกเวลา 2) ส่งเสริมและให้ความรู้กับผู้ขายปลีกรายย่อยให้ใช้เทคโนโลยีเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้ผู้ประกอบการ SME สามารถทำการตลาดบนออนไลน์และสร้างเนื้อหาได้เองเพื่อสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้โดยตรงด้วยต้นทุนทางการตลาดที่ต่ำและรวดเร็ว และในส่วนของความร่วมมือกับภาคเอกชนมีดังนี้ 1) ควรขยายช่องทางการตลาดบนออนไลน์มากขึ้น ในการประยุกต์ใช้การค้าบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อตอบสนองกับผู้บริโภคกลุ่มใหม่ๆ 2)

ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีการบูรณาการ การสร้างนวัตกรรม ความรู้และเทคโนโลยีสมัยใหม่ พร้อมกับการปรับเปลี่ยนองค์กรเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive advantage) ต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งต่อไปควรนำกรอบแนวคิดการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจออนไลน์จริง เพื่อเป็นการยืนยันความถูกต้องของงานวิจัย ควรศึกษาประเด็นอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ เช่น ความเพลิดเพลินในการใช้งาน การนำเสนอเสมือนจริง การใช้เทคโนโลยี Blockchain เป็นต้น นอกจากนั้นการเก็บตัวอย่างควรกระจายไปทุกกลุ่มอาชีพเพื่อความหลากหลาย และใช้ระเบียบวิธีวิจัยที่ยังไม่ได้ทำในงานวิจัยนี้ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์. (2558). อิทธิพลของการไหลสื่อน ความไว้วางใจในสมาชิก และการเผยแพร่ตัวตนในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในฐานะปัจจัยที่เชื่อมโยงการปฏิสัมพันธ์และความผูกพันของผู้ใช้สู่ผลการซื้อสินค้าออนไลน์ไลฟ์และความภักดีทางอิเล็กทรอนิกส์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์. (2561). คุณภาพความสัมพันธ์และแรงสนับสนุนทางสังคมในฐานะตัวแปรเชื่อมโยงระหว่างโซเชียลคอมเมิร์ซกับความตั้งใจซื้ออย่างต่อเนื่อง. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 13(1), 44-69.
- Baron, R. M. , & Kenny, D. A. (1986) . The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Bentler, P.M. (1988), *Theory and Implementation of EQS: A Structural Equations Program*, Sage, Newbury Park, CA.
- Browne, M.W. and Cudeck, R. (1993), *Alternative Ways of Assessing Model Fit*, Sage, Newbury Park, CA.
- Chang, C. C. (2013). Examining users' intention to continue using social network grams: A flow experience perspective. *Telematics and Informatics*, 30, 311-321.
- Chen, K., Yen, D. C., Hung, S-Y., & Huang, A. H. (2008). An exploratory study of the selection of communication media: The relationship between flow and communication outcomes. *Decision Support Systems*, 45, 822-832.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. Retrieved March 3, 2015, from <http://scholar.google.co.th/scholar? q=FLOW>

-
- Ding, D. X., Hu, P. J-H., Verma, R., & Wardell, D. G. (2009). The impact of service system design and flow experience on customer satisfaction in on line financial services. *Journal of Service Research Online first*, 16, 1-16.
- Dholakia, R. R., Zhao, M., Dholakia, R. R., & Fortin, D. (2001). Interactivity and revisit to websites: A theoretical framework. *American Marketing Association*, 12, 108-115.
- Finneran, C. M., & Zhang, P. (2005). Flow in computer-mediated environments: Promises and challenges. *Communication of the Association for Information Systems*, 15(4), 81-102.
- Fornell, C., & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*, 7th ed., Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ
- Hoffman, D. L. & Novak, T. P. (1996). Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments: Conceptual Foundations. *The Journal of Marketing*, 60(3), 1-36.
- Hung, C-L., Chou, J. C-L., & Dong, T-P. (2011). Innovations and communication through innovation users: An exploratory mechanism of social networking website. *International Journal of Information Management*, 31, 317-326.
- Jamshidi, D., Keshavarz, Y., & Mohammadian, M. (2017). Mobile banking behavior and flow experience : An integration of utilitarian features, hedonic features, and trust. *International Journal of social economics*, 45(1): 57-81.
- Kim, J., Jin, B., & Swinney, J. L. (2009). The role ofetail quality, e-satisfaction and e-trust in online loyalty development process. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16, 239-247.
- Lee, T. (2005). The impact of perception of interactivity on customer trust and transaction intentions in mobile commerce. *Journal of Electronic Commerce Research*, 6(3), 165-180.
- Liu, H. J., & Shiue, Y. C. (2014). Influence of Facebook game players' behavior on flow and purchase intention. *Social Behavior and Personality*, 42(1), 125-134.
- Noort, G. V., Voorveld, H. A. M, & Reijmersdal, E. A. V. (2012). Interactivity in brand web sites: Cognitive, Affective, and Behavioral Responses Explained by consumers' online flow experience. *Journal of Interactivity Marketing*, 26, 223-234.
-

- Novak, T. P., & Hoffman, D. L. (2000). *Modeling the structure of the flow experience among web users*, Retrieved October 6, 2021, from http://wiki.commres.org/pds/Project_7eNrf2010_2fPlan/Modeling%20the%20structure%20of%20the%20flow%20experience%20among%20Web%20users.pdf
- Novak, T. P., Hoffman, D. L., & Yung, Y-F. (2000). Measuring the customer experience in online environments: A structural modeling approach. *Marketing Science*, 19(1), 22-42.
- Nunnally, J. (1978). *Psychometric Theory*, New York: McGraw-Hill, NY.
- Paek, B., Mores, A., Kim, M., & Jung, H. (2020). Sport consumer flow and shopping well-being in online shopping. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 22(4), 721-736.
- Papagiannidis, S., See-To, E., & Bourlakis, M. (2014). Virtual test-driving: The impact of simulated products on purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21, 877-887.
- Suntornpithug, N., & Khamalah, J. (2010). Machine and person interactivity: the driving forces behind influences on consumers' willingness to purchase online. *Journal of Electronic Commerce Research*, 11(4), 299-325.
- Wu, J-J., & Chang, Y-S. (2005). Towards understanding members' interactivity, trust, and flow in online travel community. *Industrial management & Data system*, 105(7), 937-954.