วารสารวิทยาการจัดการ
JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE
มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
PIBULSONGKRAM RAJABHAT UNIVERSITY

ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม–สิงหาคม 2565 || ISSN: Print 2697-4010, Online:2697-4738

บทความวิจัย

- **A Binary Logistic Regression Model for Entrepreneurial Intention: A Case Study of Management Program at Pibulsongkram Rajabhat University**

  ศุภนารี พิรส, ธรรศนวัตร์ ไชยเยชน์

- **การพัฒนาระบบจองคิวงานถ่ายภาพผ่านไลน์บอท**

  สกล ดำมินเศก, รติวัฒน์ ปารีศรี

- **แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ ด้านอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัย**

  ปรีชา ตั้งสุขขีศิริ, ณภัทร สำราญราษฎร์, หงสกุล เมสนุกูล

- **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟ ในสถานการณ์โควิด-19**

  คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา, กฤติกา สายณะรัตร์ชัย, ศรัญญา ศรีทอง, อุษณีย์ วัชรไพศาลกุล

- **การประเมินผลและแนวทางส่งเสริมความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาพื้นที่ 10 จังหวัดของสำนักทางหลวงชนบทที่ 8 และ 10**

  ปรัชญา สังข์สมบูรณ์, จิระ บุรีคำ, จีรพงษ์ มหนิธิวงศ์

- **การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและคุณภาพ การบริการระหว่างโรงพยาบาลของรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชน ในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร**

  ปิยธิดา เปี่ยมงาม, หรรษา สันติวิไลลักษณ์ , นภาภรณ์ อุ่นปรีชาวณิชย์

- **สมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรม**

  ธัญพร อินเตชะ, ภาศิริ เขตปิยรัตน์, เฉวียง วงค์จินดา

- **การพัฒนาข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจในอุตสาหกรรมเซรามิก จังหวัดลำปาง**

  ไพฑูรย์ อินต๊ะขัน, อนุรักษ์ อาทิตย์กวิน, อารยา อริยา, กรรณิการ์ สายเทพ, จีราภรณ์ พงศ์พันพัฒนะ, จารุวรรณ ลิมป์โพบูลย์, ณัฏฐ์ดนัย ประเทืองบริบูรณ์

JMS JOURNAL
OF MANAGEMENT SCIENCE PIBULSONGKRAM RAJABHAT

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 เส็งพานิช มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิชัย นรากรณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จีรพงษ์ มหนิธิวงศ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

บรรณาธิการ
อาจารย์ ดร.พงษ์พันธุ์ พุทธิวิศิษฏ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

กองบรรณาธิการ
ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญฑวรรณ วิงวอน มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
รองศาสตราจารย์ ดร.ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.สุวารีย์ วงศ์วัฒนา ข้าราชการบำนาญ
รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ อินต๊ะขัน มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
รองศาสตราจารย์ ดร.เดชาพันธ์ รัฐศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.พิชาภพ พันธุ์แพ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จังหวัดเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล ริ้วธงชัย ข้าราชการบำนาญ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ อุ่นปรีชาวณิชย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทร์จิรา พยัคฆ์เพศ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิตรา จำลองราษฎร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์น้อย คันชั่งทอง มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อาจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ ขันยศ ข้าราชการบำนาญ

ฝ่ายประสานงาน : นายสราวุฒิ กันทะจันทร์
นางสาวสุรีย์พร แก้วหล่อ
นางสาวหนึ่งฤทัย ล้อมผล
ออกแบบ/ภาพ : นายนัทธพงศ์ ภู่คง

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม (JMS Journal) มีจุดมุ่งหมายเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย ผลงานวิชาการ และองค์ความรู้อันเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน โดยมุ่งเน้นผลงานด้านบริหารธุรกิจ โดยผ่านกระบวนการทบทวนคุณภาพที่เข้มข้นจากผู้ทรงคุณวุฒิของแต่ละสาขาวิชา วารสารวิทยาการจัดการผลิตผลงานโดยคำนึงถึงคุณภาพงานวิจัย กระบวนการวิจัยที่ถูกต้องและครบถ้วน ฉบับนี้ประกอบด้วยบทความวิจัย 8 เรื่อง ได้แก่ 1) A Binary Logistic Regression Model for Entrepreneurial Intention: A Case Study of Management Program at Pibulsongkram Rajabhat University 2) การพัฒนาระบบจองคิวงานถ่ายภาพผ่านไลน์บอท 3) แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ ด้านอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัย 4) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟ ในสถานการณ์โควิด-19 5) การประเมินผลและแนวทางส่งเสริมความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาพื้นที่ 10 จังหวัดของสำนักทางหลวงชนบทที่ 8 และ 10 6) การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและคุณภาพ การบริการระหว่างโรงพยาบาลของรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชน ในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร 7) สมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรม 8) การพัฒนาข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจในอุตสาหกรรมเซรามิก จังหวัดลำปาง กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความวารสารฉบับนี้จะมอบความรู้ที่เป็นประโยชน์แก่คณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการและผู้สนใจทุกท่าน และสามารถนำไปต่อยอด ประยุกต์ใช้ หรือพัฒนาในสายงานวิชาการ งานอาชีพได้ระดับหนึ่ง ด้วยความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามให้มีคุณภาพยิ่งๆ ขึ้นไป กองบรรณาธิการมีความยินดีที่จะน้อมรับคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาวารสารสู่มาตรฐานในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความวิจัย / บทความวิชาการ

1 ศุภนารี พิรส, ธรรศนวัตร์ ไชยเยชน์
A Binary Logistic Regression Model for Entrepreneurial Intention: A Case Study ofManagement Programat Pibulsongkram Rajabhat University

17 สกล ดำมินเศก, รติวัฒน์ ปารีศรี
การพัฒนาระบบจองคิวงานถ่ายภาพผ่านไลน์บอท

32 ปรีชา ตั้งสุขขีย์ศิริ, ณภัทร สำราญราษฎร์, หงสกุล เมสนุกูล
แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ ด้านอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัย

45 คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา, กฤติกา สายณะรัตร์ชัย, ศรัญญา ศรีทอง, อุษณีย์ วัชรไพศาลกุล
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟ ในสถานการณ์โควิด-19

61 ปรัชญา สังข์สมบูรณ์, จิระ บุรีคำ, จีรพงษ์ มหนิธิวงศ์
การประเมินผลและแนวทางส่งเสริมความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาพื้นที่ 10 จังหวัดของสำนักทางหลวงชนบทที่ 8 และ 10

77 ปิยธิดา เปี่ยมงาม, หรรษา สันติวิไลลักษณ์ , นภาภรณ์ อุ่นปรีชาวณิชย์
การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและคุณภาพ การบริการระหว่างโรงพยาบาลของรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชน ในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร

92 ธัญพร อินเตชะ, ภาศิริ เขตปิยรัตน์, เฉวียง วงค์จินดา
สมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรม

108 ไพฑูรย์ อินต๊ะขัน, อนุรักษ์ อาทิตย์กวิน, อารยา อริยา, กรรณิการ์ สายเทพ, จีราภรณ์ พงศ์พันพัฒนะ, จารุวรรณ ลิมป์ไพบูลย์, ณัฏฐ์ดนัย ประเทืองบริบูรณ์
การพัฒนาข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจในอุตสาหกรรมเซรามิก จังหวัดลำปาง

Research Article

A Binary Logistic Regression Model for Entrepreneurial Intention: A Case Study of Management Program at Pibulsongkram Rajabhat University

Received: June 7, 2022
Revised: July 12, 2022
Accepted: July 21, 2022

Supanaree Piros[1]
Lecturer of Business Administration

Tatnawat Chaiyesh[2]
Assistant Professor of Business Economics
Faculty of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University

Abstract

The objectives of this research were to test the entrepreneurial characteristics affecting the entrepreneurial intention of management students and predict their likelihood of entrepreneurial intention. The subjects were 264 students studying in the Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University. The data were collected online by using a questionnaire and analyzed by employing percentage, mean, standard deviation, and binary logistic regression analysis. The results revealed that risk taking significantly influenced the students' entrepreneurial intention at 0.05 level, and family background significantly affected their entrepreneurial intention at 0.01 level. However, innovativeness, internal locus of control and needs for achievement did not influence their entrepreneurial intention. The results of this research support the understanding of the phenomenon of entrepreneurial intention among management students and help policy creators to encourage and develop the future of young entrepreneurs of the program and the faculty. In addition, the logit model had an overall holdout accuracy rate of 78.40%.

Keyword : Innovativeness, Risk Taking, Internal Locus of Control, Needs for Achievement, Entrepreneurial Intention

Cite this article as:

Piros, S. & Chaiyesh, T. (2022). A Binary Logistic Regression Model for Entrepreneurial Intention:ACase Studyof Management Program at Pibulsongkram Rajabhat University. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, *4*(2), 1-16.

* Corresponding Author: supanareep@gmail.com

Introduction

Education is a tool for improving the quality of life of Thai people and increasing the social cost of the nation (Pimpa, 2018). One of the key roles of the Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation is laying the educational foundation of the country for the future of Thailand. The main focus is on developing the country's human capital to be capable and ready for life in the 21st century. Therefore, the government has a policy to bring science, research, and innovation to drive the country's economy. The Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation is a new ministry that merges Ministry of Science and Technology, Office of the Higher Education Commission, National Research Council of Thailand, and The Thailand Research Fund, and Pibulsongkram Rajabhat University is a higher education institution under Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation (Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2022).

Pibulsongkram Rajabhat University policy focuses on being a university that emphasizes innovation and technology. Also, the university aims at creating graduates who are practitioners and creating technology for society, which is the vision of the organization. The mission of the university focuses on producing graduates with potential for careers in both the labor market and self-employed in the digital era. Management program of the Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University, is the program which produces graduates to meet the needs of the society, local community and labor market. Graduates must have potential and competencies that can be applied to pursue careers in government agencies, private sectors, and state enterprises. Management program emphasizes the application of management knowledge and business administration. Likewise, the field of management aims at developing students for business entrepreneurs that consistent with the curriculum objectives and university policy. The importance of entrepreneurship education has grown ever since entrepreneurs became one of the key drivers of business growth worldwide (Yıldırım et al., 2019).

Entrepreneurship has become important for the growth of economies since last decade (Akhtar et al., 2020). Currently, many academics continue to study the needs for entrepreneurship among students studying business administration (Kong et al., 2020) because entrepreneurs are very important to drive the economy. Entrepreneurship is a factor that can

generate income and increase employment for the country (Astebro & Thompson, 2011). Entrepreneurial intentions are a comparatively new research area that has involved many entrepreneurship researchers and seen a quickly surge in several articles and studies (Jeger et al., 2014). Most researchers normally employed personality traits, risk taking propensity, needs for achievement and locus of control in entrepreneurial intention studies (Farrukh et al., 2018). The individuals who have more inclinations toward risk taking are more likely to manage uncertain condition such as forming a new entrepreneurial start-up (Zhao et al., 2005). In fact, Carland et al. (2007) argued that an entrepreneurial characteristic to predict intentions is risk taking propensity. Theory of McClelland (1961) indicated that need for achievement is a robust psychological driving force behind individual act. Also, it has been long proposed as a factor affecting entrepreneurial behavior. Internal locus of control plays a crucial role in decision to begin a new business enterprise (Entrialgo et al., 2000). Particularly, innovativeness is associated with entrepreneurship, so it is considered as one of the most vital key success factors for entrepreneurs and plays an important role in the entrepreneurial activity (Melati et al., 2018). Therefore, it is the origin of the study of entrepreneurial characteristics that influence entrepreneurial intention of management students in the Faculty of Management Science, Pibulsongkram University.

Research Objectives

1. To investigate entrepreneurial characteristics influencing entrepreneurial intention of management students of the Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

2. To predict the likelihood of entrepreneurial intention of management students of the Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

Research Framework

At this point, the associations among innovativeness, risk taking, internal locus of control, needs for achievement and entrepreneurial intention are verified. In this study, entrepreneurial characteristics are independent variables of the study, and entrepreneurial intention is a dependent variable of the research. Hence, the research relationships of these

variables are discussed and hypothesized. The conceptual framework shows the aforementioned relationships, as shown in Figure 1.

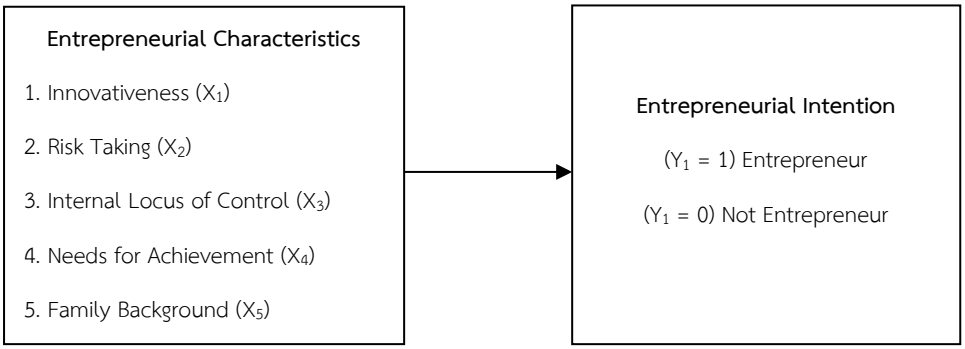


Figure 1. Conceptual Model by Binary Logistic Model

Literature Review

Entrepreneurial characteristics are the important behaviors of looking for opportunities to start a business and allocate resources efficiently and maximize benefits (Rashman et al., 2016). Therefore, in order for businesses to manage their organizations successfully, entrepreneurs should have these qualities as a driver for operating a business in a highly competitive environment to achieve business results. The characteristic approach is based on McClelland's (1961) psychological work on entrepreneurs. Thus, the psychological factors affected entrepreneurial intentions of people. Consistent with Frese (2009), innovativeness, risk taking, internal locus of control and needs for achievement are crucial personality traits. This research has divided the characteristics of entrepreneurship into four components: innovativeness, risk taking, internal locus of control and a need for achievement.

Innovativeness

Innovativeness, in this paper, can be defined as the ability of individual to create in operations, prefer work that use creativity and can apply technology with work. Innovativeness is associated with entrepreneurship, which is regarded as one of the most important success factors for entrepreneurs and plays an important role in entrepreneurial process (Melati et al., 2018). Zampetakis et al. (2011) stated that the more creative idea young people have, the

greater their entrepreneurial intentions are. Consequently, innovativeness is an antecedent of the social entrepreneurial intention involved in further research. From the aforementioned arguments on innovativeness, a first hypothesis can be proposed as:

H_1: Innovativeness has an influence on entrepreneurial intention.

Risk Taking

Risk taking, in this research, refers to the willingness of a person to engage in a business activity that cannot be predicted to be successful or not. Risk taking behavior is defined as one consciously or non-consciously controlled behavior with a perceived ambiguity about its result, and/or about its possible benefits or costs for the physical, economic, or psycho-social welfare of oneself or others (Trimpop, 1994). Koh (1996) proposed that the entrepreneurial function mainly requires risk assessment and risk taking. In addition, it demonstrates that person who has a tendency to take high risks has a stronger incentive to engage in entrepreneurship (Farrukh, 2018). Regarding to the previous review of empirical studies, it could be hypothesized that risk-taking behavior increases entrepreneurial intention. As a result, this research proposes the following hypothesis:

H_2: Risk taking has an influence on entrepreneurial intention.

Internal Locus of Control

Internal locus of control, in this paper, is defined as the belief that one can control things that occur in the business. Likewise, internal locus of control is concerned with entrepreneurs who have faith in their actions determined to achieve incentives (Karabulut, 2016). Locus of control is the level of control of an individual over their life. Furthermore, internal locus of control indicated that a person's belief controls their decisions in his/her life (Mueller & Thomas, 2001). Kristiansen & Indarti (2004) indicated that internal control is one of the most prevalent entrepreneurial characteristics. Also, when internal locus of control of a person is stronger, entrepreneurial intention is greater. It is assumed that the ones who have internal locus of control can establish their career paths, increase entrepreneurial intention, and begin their own businesses. Therefore, the aforementioned relationship can be hypothesized as below.

H_3: Internal locus of control has an influence on entrepreneurial intention.

A Need for Achievement

A need for achievement, in this research, can be defined as a person's desire to achieve entrepreneurial success with a determination to win. The need for achievement is believed to have the most common effect on entrepreneurial intentions because it increases the entrepreneurs to treat business activities effectively and successfully (Zeffane, 2013). Furthermore, Individuals who have superior needs for achievement are more motivated toward entrepreneurship than those who have fewer needs for achievement (Farrukh et al., 2018). At this point, in order to analyze the relationship of a need for achievement, the following hypothesis is proposed as:

H_4: A need for achievement has an influence on entrepreneurial intention.

In addition, several studies indicated that personality traits with demographic factors would influence a person’s intention towards entrepreneurship (Hoe et al., 2012; Drennan et al., 2005). Based on a review of research and relevant literature, family background will be more likely to enhance the intentions to be an entrepreneur.

Family Background

An important variable for would-be entrepreneurs is the background of the family they come from. Their family is an initial social group for the prospective entrepreneur to learn the social and cultural patterns of a business (Vardhan & Biju, 2012). The family is the first society from which they can absorb the style of business management. Moreover, family background, which is involved as a part of the social background, has an impact on the entrepreneurial intention (Wathanakom et al., 2020). To summarize, the hypothesis is proposed as follows:

H_5: Family background has an influence on entrepreneurial intention.

Entrepreneurial Intention

This research defined entrepreneurial intention as a determined individual who wants to own his own business. Entrepreneurial intention is defined as person wishes to start a new venture or build new core value in existing organization (Remeikiene & Startiene, 2013). The intention to begin a venture or decision to become an entrepreneur has become a gradually interested phenomenon among business graduates worldwide (Urban, 2012).

Research Methodology

1. Population and Sample

The research embraced a quantitative method to empirical support for the hypothesis. The population in this research was considered of 463 management students of the Faculty of Management Science of Pibulsongkram Rajabhat University derived from student's database in 2021. The appropriate sample size was 215 students under the 95% confidentiality (Yamane, 1973). The data were collected from 264 management students through an online questionnaire, and 100 percent responses were received. The acceptable criterion for the sample size should fall between five and ten times the number of independent variables for regression analysis (Hair et al., 2010). Thus, 264 students are an acceptable sample size for employing binary logistic regression analysis.

2. Questionnaire

The hard-copied questionnaire utilized in this research was divided into three parts 1. basic information of targeted participants 2. Innovativeness (5 items), risk taking (4 items), internal locus of control (5 items) and needs for achievement (5 items), and (3) other suggestions. The items of questionnaire were developed from Farrukh et al. (2018), Law & Breznik, (2017) and Karabulut (2016).

3. Validity and Reliability Testing

The method demonstrated the test of appropriateness of the data gathering instrument and the credibility of the developed constructs; therefore, the tests of validity and reliability was considered. The method also described the statistical techniques that were utilized in the analysis. Likewise, three professionals in academic research were requested to review and suggest necessary recommendations to review the instrument to confirm that all constructs were sufficient to cover the contents of the variables. After the three academic experts designed the questionnaires, they were able to provide comments, improvements, and choose the best possible scale of measure complying with the conceptual definitions. This research employed a pre-test as a preliminary technique to support the improvement of the data collection instrument. The first thirty subjects who received surveys were selected to test the validity and reliability of the instrument. The researchers gave a pre-test to the

business administration program students who were not the students in the sample group. As suggested by Nunnally and Berstein (1994) and Streiner (2003), Cronbach's alpha coefficient is recommended so that its value should be equal or greater than 0.70 as widely accepted criterion. From Table 1, the findings of Cronbach's alpha coefficients are between 0.781 – 0.850 which exceeds the acceptable cut-off score.

Table 1. Cronbach's Alpha Coefficient

Variables	Cronbach's Alpha Coefficient
Independent Variables: Entrepreneurial Characteristics	
Innovativeness	0.835
Risk Taking	0.848
Internal Locus of Control	0.781
Needs for Achievement	0.850

4. Hypothesis Testing

The researchers tested the hypothesis that entrepreneurial characteristics have influence on entrepreneurial intention of management students of the Faculty of Management Science of Pibulsongkram Rajabhat University by binary logistic regression analysis. Logistic regression is a desired methodology by academics of social sciences due to its practical utility, less restrictive assumptions, and the purpose of probabilities for predictions (Hair et al., 2010).

Results

Out of the demographic characteristics of 264 respondents, approximately seventy-eight (78.40 percent) of the key participants were female. Most of them (73 students) were the fourth-year students, accounting 27.70 percent. Their families were non-entrepreneurs, representing sixty four percent. Likewise, most of the participants (34.50 percent) had monthly salaries of lower than 10,000 baht. After graduation, 77.30 per cent of them planned to become entrepreneurs.

Table 2. Descriptive Statistics and Correlation Matrix of Variables

Variables	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	EI
Mean	4.10	4.01	4.13	4.23	n/a	n/a
S.D.	0.519	0.615	0.512	0.504	n/a	n/a
X_1	1					
X_2	0.624*	1				
X_3	0.551*	0.552*	1			
X_4	0.590*	0.497*	0.650*	1		
X_5	0.076	0.082	-0.020	0.010	1	
EI	0.100	0.209*	0.170*	0.156*	0.237*	1

Note: * $p < 0.05$

Table 2 demonstrates the descriptive statistics and correlation matrix of all variables. There is no potential problem relating to multicollinearity because all correlation coefficients as values of -0.020 - 0.650 do not exceed 0.80 (Hair et al., 2010).

Table 3. Results of the Effects of Entrepreneurial Characteristics on its Consequence

Entrepreneurial Characteristics (Independent Variables)	Entrepreneurial Intention (Dependent Variable)		Wald	Sig	Odds Ratio
	B	S.E.			
Constant	-3.677	1.596	5.306	**0.021***	0.025
Innovativeness (X_1)	-0.652	0.433	2.273	0.132	0.521
Risk Taking (X_2)	0.834	0.334	6.227	**0.013***	2.302
Internal Locus of Control (X_3)	0.500	0.441	1.282	0.258	1.648
Needs for Achievement (X_4)	0.444	0.428	1.077	0.299	1.559
Family Background (X_5)	1.436	0.402	12.771	**0.000****	4.206
-2LL: Based Model = 282.987, Proposed Model = 249.902 (X^2 =33.084, df = 5, p= 0.000)					
Cox & Snell R^2 = 0.118, Nagelkerke R^2 = 0.179, Percent Correct = 78.40%					

Note: * $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

Table 3 shows the results of the effects of entrepreneurial characteristics on entrepreneurial intention of management students in Management Science at Pibulsongkram Rajabhat University by binary logistic regression analysis. The results indicated that family background had a statistically significant effect on entrepreneurial intention at the 0.01 level.

Also, risk taking had a statistically significant effect on entrepreneurial intention at the 0.05 level. Family background showed the greatest impact for high entrepreneurial intention (the odds are 4.206 times greater with respect students whose families were not entrepreneur). A strong awareness of risk-taking increased the odds of a high entrepreneurial intention to 2.302. Innovativeness, internal locus of control and a need for achievement did not have a statistically significant effect on entrepreneurial intention.

After the goodness of fit in model was considered, the likelihood value (-2LL) and the Hosmer and Lemeshow Test statistics showed that the logistics regression equation was appropriate.

Table 4. Accuracy of the Prediction Equation

Observed	Predicted		
	Entrepreneurial Intention		Correct Percentage
	Entrepreneur	Not Entrepreneur	
Entrepreneur	7	53	11.70
Not Entrepreneur	4	200	98.00
Overall Percentage			78.40

Table 4 shows the efficiency of the logistics regression equation employed in this study. The equation was able to predict a group of graduated students to be entrepreneurs with 98% accuracy. Also, the equation was able to predict a group of graduate students who were not entrepreneurs with 11.70% accuracy. The model's accuracy was estimated based on the percentage of predicted accuracy of 78.40%.

Logistic regression equation analysis results: Logit (Y) = $-3.677 + 0.834X_2 + 1.436X_5$

Results and Discussion

The results of hypothesis testing in five items are discussed as follows:

1. Innovativeness

The research results showed that innovativeness did not influence the entrepreneurial intention. It is inconsistent with Wathanakom et al. (2020) who proposed that

innovativeness can effectively expect entrepreneurial intention with undergraduate students from public universities in Bangkok. Nevertheless, the critical characteristics of entrepreneurial intention were attitudes and self-efficacy, whilst innovativeness could be just a kind of skills, which is not the main factor for entrepreneurship (Law & Breznik, 2017). **Thus, Hypothesis 1 wasn't supported.**

2. Risk Taking

The research results indicated that risk taking influenced the entrepreneurial intention. This is in line with the finding of Douglas & Shepherd (2002) and Gurel et al. (2010) which proposed that the intention to be entrepreneurship is greater for those with more encouraging attitudes to risks and to autonomy. Also, Gurol & Atsan (2006) stated that entrepreneurship is previously related to risk taking. The student's risk tolerance has made it more likely to be an entrepreneurial intent. This is consistent with the study of Yurtkoru et al. (2014) which indicated that the higher the propensity to assess risk, the higher the entrepreneurial intention. Thus, risk taking had an effect on entrepreneurial intention. **Therefore, Hypothesis 2 was supported.**

3. Internal Locus of Control

The research results showed that internal locus of control did not influence entrepreneurial intention. The locus of control may be a critical factor in the degree of individuality employed in decision-making. Murthy et al. (2020) indicated that internal locus of control doesn't affect the decision making. Thus, the above could be assigned to social conditioning, education, and family background. **Hence, Hypothesis 3 wasn't supported.**

4. Needs for Achievement

The research results showed that a need for achievement did not influence entrepreneurial intention. This is in line with the finding of Koh (1996) which indicated that a needs for achievement and locus of control weren't significant at a 0.10 level of significance. Even though it may be entrepreneurial inclination, students can make better and more advised career choices. **Consequently, Hypothesis 4 wasn't supported.**

5. Family Background

The research results showed that family background influenced entrepreneurial intention. This is aligned with the findings of Chlosta (2012) which suggested that the decision to become an entrepreneur positively correlates with the parental role models. The primary

socialization is parents who can encourage children to absorb entrepreneurship from parental role models (Kim et al., 2006; White et al., 2007). **Therefore, Hypothesis 5 was supported.**

Implications

Practical Implication

The results of this study reflect an understanding of the entrepreneurial characteristics of management students in the Faculty of Management Science at Pibulsongkram Rajabhat University. In addition, educational institutes with business administration programs can apply the results of their studies as a guideline for curriculum preparation or develop courses as follows:

1. Business administration program should focus on a teaching process that encourages students to be enterprising, such as investment and effective financial management.

2. Business administration programs should focus on teaching and learning that focuses on student problem-solving skills under a variety of situations.

3. Additionally, the results can be employed as a career guidance tool for students or as a device for screening students into business administration program.

Theoretical Implication

This study examined the influence of entrepreneurial characteristics on entrepreneurial intention, and revealed that entrepreneurial characteristics are the abilities that drive a successful business. In addition, this research has additional recommendations for the future research as follows:

1. Further research in the future should be accomplished to compare students in business administration programs in various educational institutions in neighboring provinces in the lower northern region.

2. In the next study, qualitative research can help to provide more in-depth information and expand new knowledge to develop the potential of students in the business administration program to have the characteristics of good entrepreneurs through effective teaching and learning processes that meet the requirements of the course.

Conclusion

Nowadays, education competition is higher, so educational institutions should adjust themselves. The objectives of this research were to test entrepreneurial characteristics that affect to entrepreneurial intention of management students and predict the likelihood of entrepreneurial intention of management students. The participants were 264 management students in the Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University. The data were collected through an online questionnaire and analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation and binary logistic regression analysis. The results showed that risk taking had influence on entrepreneurial intention, and student's parents who are entrepreneurs had influence on entrepreneurial intention. Risk taking is an important characteristic of entrepreneurs since they encounter with risks more than other people. Individuals who endure risks will have more entrepreneurial intentions. Entrepreneurial course should teach to take calculated risks and manage risks before they graduate. However, innovativeness, Internal locus of control and a need for achievement did not influence entrepreneurial intention. The logit model had an overall holdout accuracy rate of 78.40%. Research on entrepreneurship education can develop quality Management programs by designing suitable education tactics.

References

Astebro, T., & Thompson, P. (2011). Entrepreneurs, Jacks of all Trades or Hobos? *Research Policy, 40*(5), 637-649.

Akhtar, S., Hongyuan, T., Iqbal, S., & Ankomah, F. Y. N. (2020). Impact of Need for Achievement on Entrepreneurial Intentions; Mediating Role of Self-Efficacy. *Journal of Asian Business Strategy*, *10*(1), 114-121.

Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R., & Carland, J. A. C. (2007). Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A Conceptualization. *The Academy of Management Review*, *9*(2), 354-359.

Chlosta, S., Patzelt, H., Klein, S. & Dormann, C. (2012). Parental Role Models and Decision to Become Self-employed: The Moderating Effect of Personality. *Small Business Economics, 38,* 121-138.

Douglas, E. J., & Shepherd, D. A. (2002). Self-employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial intentions, and Utility Maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *26*(3), 81-90.

Drennan, J., Kennedy, J. & Renfrow, P. (2005), Impact of Childhood Experiences on the Development of Entrepreneurial Intentions. *International Journal of Entrepreneurship & Innovation, 6*(4), 231-238.

Entrialgo, M., Fernández, E. & Vázquez, C.J. (2000). Psychological Characteristics and Process: the Role of Entrepreneurship in Spanish SMEs. *European Journal of Innovation Management, 3*(3), 137-149.

Farrukh, M., Alzubi, Y., Shahzad, I.A., Waheed, A., & Kanwal, N. (2018). Entrepreneurial intentions the Role of Personality Traits in Perspective of Theory of Planned Behaviour. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship, 12*(3), 399-414.

Frese, M. (2009). Toward a psychology of entrepreneurship - An action theory perspective. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, *5*(6), 435-494.

Gurel, E., Altinay, L., & Daniele, R. (2010). Tourism Students' Entrepreneurial Intention. Annals of Tourism Research, *37*(3), 646-669.

Gurol, Y., & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial Characteristics Amongst University Students: Some Insights for Entrepreneurship Education and Training in Turkey. *Education and Training, 48*(1), 25–38.

Hair, Jr., J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A global perspective* (7th ed). New Jersey: Pearson.

Hoe, C., Isa, F., Hin, C., Hashim, N., Yunus, J. & Abdullah, H. (2012). Development of Women Entrepreneurs: The Case of Malaysia. *World Journal of Social Sciences, 2*(6), 123-145.

Jeger, M., Sušanj,Z., & Mijoč, J. (2014). Entrepreneurial Intention Modeling Using Hierarchical Multiple Regression. *Croatian Operational Research Review*, 361-373.

Karabulut, A. T. (2016). Personality Traits on Entrepreneurial Intention. *Procedia-Social and Behavioral Sciences,* 229, 12-21.

Kim, P., Aldrich, H. E., & Keister, L. A. (2006). The Impact of Financial, Human, and Cultural Capital on Entrepreneurial Entry in the United States. *Small Business Economics, 27*(1), 5–22.

Koh, H. C. (1996). Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics: A study of Hong Kong MBA students. Journal of Managerial Psychology, *11*(3), 12-25.

Kong, F., Zhao, L., & Tsai, C.H. (2020). The Relationship between Entrepreneurial Intention and Action: The Effects of Fear of Failure and Role Model. *Frontiers in Psychology, 11*(229), 1-9.

Kristiansen, S., & Indarti, N. (2004). Entrepreneurial Intention among Indonesian and Norwegian Students. *Journal of Enterprising Culture, 12*(01), 55-78.

Law, K.M., & Breznik, K. (2017). Impacts of innovativeness and Attitude on Entrepreneurial intention: Among Engineering and Non-engineering Students. *International Journal of Technology and Design Education, 27*(4), 683-700.

McClelland, D.C. (1961). *The Achieving Society*, Van Nostrand, New York: NY.

Melati, I.S., Arief, S., & Baswara, S.Y. (2018). Does Financial Background Affect Entrepreneur Students; Creativity: An Investigation of How Rich and Poor Students Start Their Businesses. *Journal of Entrepreneurship Education, 21*(1), 1-11.

Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2022). *History*. Retrieved January, 9, from https://www.mhesi.go.th/index.php/aboutus/history.html

Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2001). Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness. *Journal of Business Venturing,* 16(1), 51-75.

Murthy, L., Nigam, R. & Tapas, P. (2020). Locus of Control – Impact on Planned Behaviour and Decision Making in Working Women. *Ilkogretim Online - Elementary Education Online*, *19*(4), 4393-4404.

Nunnally, J.C., & Bernstein, I.H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.

Pimpa, P. (2018). Current Thai Studies. *Academic Journal of Mahamakut Buddhist University Roi Et Campus, 7*(1), 242-249.

Rahman, A., Civelek, M. & Kozubikova, L. (2016). Proactiveness, Competitive Aggressiveness and Autonomy: A Comparative Study from the Czech Republic. *Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, *11*(3), 631-650.

Remeikiene R. D. & Startiene G. (2013). Explaining Entrepreneurial Intention of University Students: The Role of Entrepreneurial Education. In *International Proceedings of the Management, Knowledge and Learning International Conference 2013*. 299-307.

Streiner, D.L. (2003). Starting at the beginning: an introduction to coefficient alpha and internal consistency. *Journal of Personality Assessment*, *80*(1), 99–103.

Trimpop, Rüdiger M. (1994). The Psychology of Risk Taking Behavior. Advance in Psychology, 107, Elsevier.

Urban, B. (2012). Tracking the Venture Creation Phases in Terms of Entrepreneurial Self-efficacy: Links to Competitiveness of South African Ventures. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, *15*(4), 352-366.

Yıldırım, F., Trout, I. Y., & Hartzell, S. (2019). How Are Entrepreneurial Intentions Affected by Emotional Intelligence and Creativity? *Periodica Polytechnica: Social & Management Sciences*, *27*(1), 59–65.

Vardhan, J., & Biju, S. (2012). A Binary Logistic Model for Entrepreneurial Motivation Among University Students – A UAE Perspective. *Journal of Educational and Social Research, 2*(3), 75-86.

Wathanakom, N., Khlaisang, J., & Songkram, N. (2020). The Study of the Causal Relationship between Innovativeness and Entrepreneurial Intention among Undergraduate Students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship, 9*(15), 1-13.

White, R. E., Thornhill, S., & Hampson, E. (2007). A Biosocial Model of Entrepreneurship: The Combined Effect of Nurture and Nature. *Journal of Organizational Behavior*, *28*(4), 451–466.

Yamane, T. (1973). *Statistic: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.

Yurtkoru, E. S., Acar, P., & Teraman, B. S. (2014). Willingness to Take Risk and Entrepreneurial Intention of University Students: An Empirical Study Comparing Private and State Universities. *Procedia – Social and Behavioral Sciences, 150*, 834 – 840.

Zampetakis, L. A., Gotsi, M., Andriopoulos, C., and Moustakis, V. (2011). Creativity and Entrepreneurial Intention in Young People: Empirical Insights from Business School Students. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation, 12*(3), 189–199.

Zeffane, R. (2013). Need for Achievement, Personality and Entrepreneurial Potential: A Study of Young Adults in the United Arab Emirates. *Journal of Enterprising Culture*, *21*(1), 75-105.

Zhao, H., Seibert, S.E. & Hills, G.E. (2005). The Mediating Role of Self-efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, *90*(6), 1265-1272.

บทความวิจัย

การพัฒนาระบบจองคิวงานถ่ายภาพผ่านไลน์บอท

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 10 พฤษภาคม 2565
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 27 กรกฎาคม 2565
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 5 สิงหาคม 2565

สกล ดำมินเศก[1]*
นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

รติวัฒน์ ปารีศรี[2]
อาจารย์สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อออกแบบและพัฒนาการพัฒนาระบบจองคิวงานถ่ายภาพผ่านไลน์บอท 2) ศึกษาคุณภาพระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอทที่พัฒนาขึ้น 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานการพัฒนาระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท ตรวจสอบคุณภาพของระบบโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ผู้ใช้งานระบบจำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการใช้งานระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอทสามารถใช้งานได้ในระดับดี โดยสามารถโต้ตอบอัตโนมัติผ่าน ไลน์บอท ทำให้ประหยัดเวลา มีการทำงานที่หลากหลายและสะดวกมากยิ่งขึ้น โดยผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญและมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.84 ด้านความพึงพอใจจากผู้ใช้งานพบว่า มีความพึงพอใจภาพรวมระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.67 โดยมีความพึงพอใจด้านการใช้งานระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.62 และด้านการออกแบบระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.79

คำสำคัญ : ระบบจองคิวงาน การพัฒนาไลน์บอท จองคิวงานผ่านไลน์บอท

วิธีการอ้างอิง

สกล ดำมินเศก และรติวัฒน์ ปารีศรี. (2565). การพัฒนาระบบจองคิวงานถ่ายภาพผ่านไลน์บอท. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 4*(2), 17-31.

[1] ผู้ประสานงานหลัก: sakon.d@psru.ac.th

Research Article

Developing a Reservation System for Photography Jobs via Line Bot

Received: May 10, 2022
Revised: July 27, 2022
Accepted: August 5, 2022

Sakon Damminsek[1]*
Student of Information Technology
Faculty of Science and Technology, Pibulsongkram Rajabhat University

Ratiwat Paresri[2]
Lecture on Information Technology
Faculty of Science and Technology, Pibulsongkram Rajabhat University

Abstract

The objectives of this research were to design and develop a photography booking system through Line Bot, study the quality of the developed booking system for booking photos via Line Bot, and examine user satisfaction towards the system. The quality of the system was checked by 3 experts. The participants were 50 users of the system. The tool used for collecting the data on user satisfaction was a questionnaire. Statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation. The results showed that the developed system could be used at a good level through responding automatically via Line Bot; consequently, users could save time. Because the system had a variety of functions and more convenience, it was rated by experts at 0.84. In terms of user satisfaction, the average level of overall satisfaction was at 4.67. The highest level of satisfaction of use was at 4.62, and highest level of design satisfaction was at 4.79.

Keywords: job booking system, Line Bot development, book an appointment via Line Bot

Cite this article as:

Damminsek, S & Paresri, R. (2022). Developing a Reservation System for Photography Jobs via Line Bot. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University, 4*(2), 17-31.

[1] Corresponding Author: sakon.d@psru.ac.th

บทนำ

ปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีบทบาทในการดำรงชีวิตมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา ด้านการแพทย์ ด้านเศรษฐกิจและสังคม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินการทางธุรกิจที่หลากหลาย ทั้งนี้รวมถึงเทคโนโลยีทางธุรกิจด้านการถ่ายภาพด้วย มีเหตุผลอยู่มากมายในการตัดสินใจซื้อกล้อง แต่เหตุผลอย่างหนึ่งที่คิดว่าทุกคนคงจะมีเหมือน ๆ กันคือ เพื่อการเก็บภาพแห่งความประทับใจและบันทึกความทรงจำที่ได้มีโอกาสได้พบเห็นภาพที่สวยงามของสถานที่นั้น ๆ หลายคนมีกล้องแต่ถ่ายภาพที่สวยงามไม่ได้สวยอย่างที่ตาเห็น ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าเสียดาย เพราะบางครั้งเราไม่อาจย้อนกลับไปได้อีกหรือ อาจไม่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่งดงามอย่างเช่นที่เห็นในครั้งนั้น (Vista Immage, 2565) ซึ่งภาพถ่ายที่ได้รับความนิยมทุกยุคทุกสมัย ได้แก่ ภาพถ่ายบุคคล (Portrait) ภาพถ่ายระยะใกล้ (Macro/Close up) ภาพวิวทิวทัศน์ (Landscape) ภาพสะท้อนชีวิตจริง (Street photography or life) และ ภาพย้อนแสง(Silhouette) (Photoschool Thailand, 2565)

ปัจจุบันโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟนจะมีกล้องถ่ายภาพที่สามารถถ่ายภาพได้ทุกที่ ทุกเวลา และสามารถเผยแพร่ภาพได้ทันทีแบบ ณ เวลาที่ถ่ายเลย (Realtime) โดยผ่านสื่อสังคมออนไลน์บนแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและแบ่งปันเรื่องราวกับสาธารณชนผ่านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ Facebook, YouTube, Instagram, TikTok และ Twitter และมีการพัฒนาโดยการรวมหรือเชื่อมโยงความสามารถเด่น ๆ ของแอปพลิเคชันเข้าด้วยกัน ยกตัวอย่างเช่น การ AI ในการตอบคำถามลูกค้าที่มีคำถามเหมือน ๆ กัน หรือการให้ข้อมูลพื้นฐานแก่ลูกค้าโดยให้ลูกค้าเลือกเองผ่านปุ่มตอบโต้ที่สร้าง ๆ ไว้แล้ว เป็นต้น Line Official เป็นอีกแพลตฟอร์มหนึ่งที่ให้บริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้บริการจากไลน์ในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้ อีกทั้งยังมี เมสเซสจิ้ง เอพีไอ สำหรับการพัฒนาตัว ไลน์บอท เพื่อช่วยให้การทำงานของแอปพลิเคชันง่ายขึ้น เช่น การส่งข้อมูลแจ้งเตือน และการเชื่อมโยงข้อมูลจาก Google Application หรือ Google Sheets และ ไลน์บอท ยังสามารถทำงานโต้ตอบกลับผู้ใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ผู้วิจัยจึงนำแอปพลิเคชัน เฟสบุ๊ก ไลน์ และ Google Sheets มาพัฒนาในการเข้าถึงผู้ใช้บริการในธุรกิจการถ่ายภาพระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท เพื่อลดปัญหาการจองคิวงานถ่ายภาพ เพื่อความสะดวกสบายของลูกค้ามากยิ่งขึ้น และยังสามารถเก็บบันทึกข้อมูลรายละเอียดงานต่าง ๆ และโต้ตอบกลับลูกค้าได้แบบอัตโนมัติอีกด้วย

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อออกแบบและพัฒนาระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์
2. ศึกษาคุณภาพระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอทที่พัฒนาขึ้น
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความรู้เกี่ยวกับภาพถ่าย

ภาพถ่าย คือ ภาพที่ได้มาจากการใช้กล้องถ่ายภาพ วัสดุไวแสงสำหรับบันทึกภาพ และมีกระบวนการในการขยายภาพหรือการพิมพ์ภาพออกมา ภาพถ่ายจึงเกิดจากกระบวนการการถ่ายภาพ และภาพถ่ายที่ดีนั้น

จะต้องสะท้อนความจริงที่เกิดขึ้น สามารถสื่อเรื่องราวได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง ภาพที่ได้รับความนิยมทุกยุคทุกสมัย ได้แก่ (Photoschool Thailand, 2565)

1. ภาพถ่ายบุคคล (Portrait) ภาพถ่ายบุคคล เป็นหนึ่งในประเภทของภาพถ่ายที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของผู้คนหรือกลุ่มคนที่รวมตัวกัน โดยจะมีการจัดแสง ฉากหลัง และท่าโพสต์ จุดประสงค์ในการถ่ายภาพนั้น จะถ่ายในช่วงเวลาสำคัญในชีวิต เช่น งานแต่งงาน งานอีเว้นท์ต่างๆ หรือภาพโฆษณา ประเภทของภาพถ่ายมีทั้งหมด 8 ประเภท คือ 1) ภาพถ่ายบุคคลทั่วไป 2) ภาพที่บุคคลที่เพิ่มฉากหลังให้ดูน่าสนใจ 3) ภาพถ่ายตอนเผลอ 4) ภาพถ่ายที่เน้นสัดส่วนของแบบ 5) ภาพถ่ายในชีวิตประจำวัน 6) ภาพถ่ายที่มีการวางความหมายในเชิงลึก 7) ถ่ายภาพบุคคลที่จะสื่อความหมายในรูปแบบของนามธรรม 8) ภาพถ่ายบุคคลที่เหนือความจริง

2. ภาพถ่ายระยะใกล้ (Macro/close up) ภาพถ่ายระยะใกล้ เป็นการถ่ายให้เห็นรายละเอียดวัตถุที่มีขนาดเล็กได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่าต้องใช้เลนส์มาโครในการถ่ายภาพประเภทนี้

3. ภาพวิวทิวทัศน์ (Landscape) เป็นการถ่ายภาพแนววิวทิวทัศน์ สิ่งที่จะบ่งบอกได้คือในรูปถ่ายของเราจะต้องมีฉาก ฉากหลัง เพื่อทำให้ภาพดูกว้างมากขึ้น มีมิติมากขึ้น โดยใช้เทคนิคการถ่ายภาพเบื้องต้นเข้ามาช่วย เช่น กฎสามส่วน เส้นนำสายตา

4. ภาพสะท้อนชีวิตจริง (Street Photography or Life) การสะท้อนภาพของชีวิตจริง ที่ไม่มีการจัดฉากเป็นบรรยากาศที่เกิดขึ้นจริงในชีวิตประจำวัน ในบางเหตุการณ์เราอาจจะไม่ได้พบเห็นบ่อยนัก การถ่ายภาพแนวนี้จึงส่งผลต่ออารมณ์ ความรู้สึกได้ดีมาก เป็นประเภทการถ่ายภาพที่นำเสนอความจริงได้ดีเยี่ยม

5. ภาพย้อนแสง (Silhouette) การถ่ายภาพย้อนแสง คือการที่เรายืนอยู่ตรงข้ามกับแหล่งกำเนิดแสง เมื่อเราโฟกัสไปที่ตัวแบบจะเกิดเงาดำขึ้นมา ซึ่งจะเรียกว่าแนวซิลลูเอทนั้นเอง ซึ่งการถ่ายแบบซิลลูเอทก็เป็นศิลปะอย่างหนึ่ง เพียงแค่เราต้องจัดตัวแบบให้ยังคงเด่นชัดแม้ในเงามืด และยังมีวิธีการอื่น ๆ ที่จะช่วยให้ถ่ายภาพย้อนแสงให้สวยได้ด้วย เช่น การจัดองค์ประกอบให้ตัวแบบ องศาในการยืน การนำเสนอเรื่องราวในภาพที่จะสื่ออารมณ์ได้มากขึ้น การใช้ประโยชน์จากแสงหรือเพิ่มลูกเล่นให้กับภาพถ่าย เป็นต้น

ความรู้เกี่ยวกับ Facebook

Facebook คือ โซเชียลมีเดียที่ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงเพื่อนและครอบครัวได้ง่าย และสามารถทำให้เราเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร และความคิดเห็นของบุคคลหรือตัวตนอื่นๆได้ง่ายมากขึ้น เฟซบุ๊ก มีผู้ใช้งานทั่วโลกมากถึง 3 พันล้านคน สำหรับคนทั่วไป เฟซบุ๊ก คือเครื่องมือที่ใช้ในการพูดคุยกับเพื่อนและติดตามข่าวสาร แต่ในขณะเดียวกันสำหรับองค์กรหรือธุรกิจต่างๆ เฟซบุ๊ก ก็เป็นเครื่องมือในการสื่อสารและทำโฆษณาได้ด้วยเช่นกัน รูปแบบการทำธุรกิจแบบนี้ถูกเรียกว่า “ธุรกิจตัวกลาง” (Thaiwinner.com, 2565)

Facebook มีบริการดังนี้ เฟซบุ๊ก เป็นบริษัทที่ใหญ่มาก และยังมีการพัฒนาเว็บไซต์และผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องตลอด 10 ปีที่ผ่านมาเพราะฉะนั้น บริการและฟีเจอร์ต่าง ๆ ของ เฟซบุ๊ก จึงมีเยอะมาก แต่ฟีเจอร์ที่คนนิยมใช้กันก็มีดังนี้

1. ฟีดข่าว (News Feed) คือ หน้าแรกของ เฟซบุ๊ก ที่สามารถทำให้เราเข้าถึงข้อมูลของผู้คนหรือว่าบริษัทต่าง ๆ ที่เรากดติดตามอยู่ได้ โดยทาง เฟซบุ๊ก จะมีกระบวนการคัดเลือกข้อความหรือข่าวสารที่คิดว่าเราน่าจะตอบรับดีที่สุด เพราะฉะนั้น New Feed ของผู้ใช้งานแต่ละคนจะหน้าตาไม่เหมือนกันเลย

2. เพจ (Page) เป็นฟีเจอร์ที่ทำให้ผู้ใช้งานหรือบริษัทต่าง ๆ สามารถสร้างตัวตนในโลกออนไลน์ที่ทำให้คนอื่นสามารถกดติดตามได้ง่ายมากขึ้น เหมาะสำหรับการใช้ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ในขณะเดียวกันเจ้าของเพจก็สามารถพูดคุยสื่อสารกับคนที่ติดตามได้ด้วย

3. กรุ๊ป (Group) เป็นฟีเจอร์ที่ทำให้ผู้คนสามารถสร้างกลุ่มเพื่อให้เป็นชุมชนให้คนเข้ามาปรึกษาหรือพูดคุยกันได้ง่าย กรุ๊ป จะแตกต่างกับ เพจ ตรงที่ผู้คนในกลุ่มสามารถพูดคุยกันได้สะดวกมากกว่า เปรียบเทียบกับเพจที่เน้นด้านการให้ผู้คนพูดคุยกับเจ้าของเพจอย่างเดียว

4. ไลฟ์ (Live) เป็นฟีเจอร์ใหม่ที่ทำมาเพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้ใช้งานในโลกออนไลน์ที่เปลี่ยนไปด้วยกล้องที่ชัดมากขึ้นและอินเตอร์เน็ตที่เร็วมากขึ้น ทำให้ตัวตนในโลกออนไลน์สามารถถ่ายวีดีโอและพูดคุยกับผู้ติดตามได้อย่างทันที (เรียกว่าการไลฟ์) ส่วนมากที่เรามักจะเห็นกัน คือการที่ผู้ใช้งานทั่วไปไลฟ์สดเพื่อคุยกับเพื่อนหลายๆคน หรือการที่เพจไลฟ์สดเพื่อประชาสัมพันธ์พูดคุยกับผู้ติดตามในเพจ

5. โฆษณา (Facebook Ads) เป็นระบบโฆษณาหลังบ้านของ เฟซบุ๊กเฟซบุ๊ก ที่ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ สามารถสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าใหม่หรือลูกค้าเก่าได้มากขึ้น โดยค่าโฆษณาจะขึ้นอยู่กับว่าคนที่เห็นโฆษณานั้นตอบรับกับโฆษณาดีแค่ไหน ซึ่งปัจจัยสำคัญก็คือการเลือกกลุ่มเป้าหมายให้ถูกต้องและการสร้างโฆษณาที่เชิญชวนให้คนตอบรับได้ดี ระบบโฆษณายังสามารถเชื่อมกับบริษัทลูกของ เฟซบุ๊ก ที่ชื่อว่า Instagram ได้ด้วย

6. ข้อความ (Messenger) เป็นระบบที่ทำให้ผู้ใช้งานใน เฟซบุ๊ก สามารถพูดคุยกันได้อย่างเป็นส่วนตัว ทำให้เราสามารถพูดคุยกับเพื่อนได้ผ่านข้อความ หรือทำให้เราสามารถติดต่อกับเพจใหญ่ได้ ในสมัยนี้ฟีเจอร์ข้อความได้ถูกนำมาให้เป็นแอพพลิเคชั่น มือถือของตัวเอง แยกออกมาจากแอพพลิเคชั่น เฟซบุ๊ก โดยตรงอีกครั้ง

ความรู้เกี่ยวกับ Google sheets

Google Sheets เป็นแอปพลิเคชันในกลุ่มของ Google Drive ซึ่งเป็นนวัตกรรมของ Google มีลักษณะการทำงานคล้ายกันกับ Microsoft Excel (ไมโครซอฟท์เอ็กเซล) คือ สามารถสร้างคอลัมน์และแถว สามารถใส่ข้อมูลต่างๆ ลงไปใน เซลล์ (Cell) ได้ และคำนวณสูตรต่างๆได้

ข้อดีของการใช้ Google Sheets คือ 1) เป็นบริการให้ใช้ฟรีจาก Google 2) สามารถทำงานเป็นทีมได้ : สามารถทำงานร่วมกันในสเปรดชีท (Spreadsheet) ได้ในเวลาเดียวกัน และยังสามารถแชร์งาน แก้ไขแบบเรียลไทม์ หรือสามารถแชทและแสดงความคิดเห็นกับบุคคลได้ 3) ไม่ต้องกด “บันทึก” เมื่อมีการทำงานเกิดขึ้นในสเปรดชีท ทุกการพิมพ์จะถูกบันทึกไว้ทั้งหมดโดยอัตโนมัติ และยังสามารถใช้ประวัติการแก้ไขเพื่อดูเวอร์ชันเก่าๆ ของสเปรดชีทเดียวกัน โดยจัดเรียงตามวันที่และคนที่แก้ไข 4) สามารถทำงานได้กับ Microsoft Excel สามารถเปิด แก้ไข และบันทึกเป็นไฟล์ไมโครซอฟต์ (Irearn, 2565)

ข้อแตกต่างระหว่าง Google Sheets กับ Excel

Google Sheets	Excel
1. สามารถใช้งานได้ฟรี เพียงดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน	1. ต้องเสียเงินซื้อซอฟต์แวร์
2. สามารถทำงานเป็นทีมแบบเรียลไทม์ได้	2. ไม่สามารถทำงานเป็นทีมแบบเรียลไทม์ได้
3. สามารถบันทึกได้อัตโนมัติ	3. ต้องคอยกดบันทึก เมื่อใช้งานเสร็จ

ความรู้เกี่ยวกับ Chatbot

Chatbot ย่อมาจาก Chat Robot คือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ประเภทหนึ่งที่ทำงานสื่อสาร ตอบโต้กับมนุษย์ในลักษณะเหมือนการพูดคุย คล้ายกับเป็นคนคนหนึ่ง ตัวโปรแกรมมักจะรันอยู่บน Server แล้วสื่อสารพูดคุยกับเรา อาจจะด้วยข้อความหรือเสียง ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ แอพพลิเคชั่น หรือโปรแกรมแชทต่าง ๆ โปรแกรมประเภท แชทบอท มักถูกออกแบบให้คุยกับคนจริง ๆ แต่สามารถคุยกับ แชทบอท ด้วยกันได้

บางโปรแกรมตอบโต้และให้ข้อมูลได้แบบพื้นฐาน แต่บางโปรแกรมมีระบบ Machine Learning ที่ซับซ้อน สามารถเรียนรู้ พัฒนาตัวเองได้ จนพูดคุยได้ใกล้เคียงกับคนจริงๆในระดับหนึ่ง

ปัจจุบันนี้ด้วยความนิยมของแอพพลิเคชั่น ประเภทแชท หรือ Messaging ที่เราใช้กันอยู่ทุกคนเป็นประจำ จึงเป็นโอกาสที่นักพัฒนาและธุรกิจต่าง ๆ จะพัฒนา แชทบอท มาให้บริการผู้ใช้ ในรูปแบบต่าง ๆ ได้มากมายผ่านช่องทางนี้ ไม่ว่าจะเป็น แชทบอท สำหรับตอบคำถาม ให้ข้อมูลลูกค้า, บอกตารางเวลารถไฟ, ช่วยจองโต๊ะอาหาร, เป็นผู้ช่วยส่วนตัว (Virtual Assistance), ทำหน้าที่แทน คอลเซ็นเตอร์ ให้บริการลูกค้าเป็นสิบล้านคนแบบอัตโนมัติ ถูกต้องและรวดเร็ว, จนถึงเชื่อมโยงกับอุปกรณ์ IoT สื่อสารกับอุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในบ้าน ก๊อกน้ำที่บ้านอาจจะไลน์มาเตือนเราเมื่อลืมรดน้ำต้นไม้ (iT24Hrs, 2564)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วสุ บัวแก้ว และปณิธิ เนนันทน์ (2563) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาระบบ ไลน์บอท สำหรับบัณฑิตวิทยาลัยงานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบโต้ตอบอัตโนมัติของไลน์ (Line Bot) เพื่อสนับสนุนการโต้ตอบคำถามเกี่ยวกับข้อมูลต่างๆของหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา ซึ่งผู้ใช้งานสามารถสอบถามได้ตลอดเวลา

ศุภโชค จิรวัฒนาภิมงคล และเมธาวี ภู่ระหงษ์ (2562) ศึกษาเรื่อง ระบบแชทบอทและร้านค้าออนไลน์บนแอปพลิเคชันไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบแชทบอทและร้านค้าออนไลน์บนแอปพลิเคชันไลน์โดยระบบทำงานบนแอปพลิเคชันไลน์ด้วยเทคโนโลยี Messaging API Chat Bot ผ่านเว็บไซต์ เนื่องจากในปัจจุบัน ไลน์เป็นแอปพลิเคชันที่สามารถใช้งานได้ไม่เสียค่าใช้จ่ายทำให้สามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้จำนวนมากและมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงปริมาณการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ (2562) ศึกษาเรื่อง แอปพลิเคชันแชทบอทเพื่อแนะนำด้านเกษตรกรรมพืชไร่ ปัจจุบันการสื่อสารและการติดต่อต่างๆ ล้วนต้องใช้เทคโนโลยีช่วยเหลือเป็นส่วนใหญ่ การทำให้ข้อมูลสำคัญต่างๆ นั้นกระจายได้อย่างทั่วถึงกันทุกส่วนของชุมชน จะเป็นไปได้ยากมากๆ ถ้าหากไม่มีเทคโนโลยีเหล่านี้ แต่ทว่ามันก็ไม่สามารถเข้าถึงทุกคนได้ จึงทำให้เกิดโครงงานนี้ที่จะศึกษาเกี่ยวกับการทำแชทบอทและการเชื่อมโยงข้อมูลต่างๆ

สมภพ มุสิกร และพิมรินทร์ ศีรินทร์ (2562) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาระบบสนับสนุนการให้บริการ PSRU-LIB Line Bot ร่วมกับระบบห้องสมุด อัตโนมัติ WALAI AutoLib สำหรับห้องสมุด 4.0 การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ พัฒนาระบบสนับสนุนการให้บริการ PSRU-LIB LINE Bot ร่วมกับระบบ ห้องสมุดอัตโนมัติ WALAI AutoLib สำหรับห้องสมุด 4.0 และ ศึกษาผลการทดลองใช้ระบบสนับสนุน การให้บริการ PSRU-LIB LINE Bot ร่วมกับระบบห้องสมุดอัตโนมัติ WALAI Auto Lib สำหรับห้องสมุด 4.0 กลุ่มตัวอย่างจากสมาชิกของห้องสมุด

จากการศึกษาปัญหาและวิเคราะห์ปัญหาการจองงานของผู้ใช้งานและการติดต่อข้อมูลในปัจจุบัน พบว่า การติดต่อข้อมูลสอบถามรายละเอียดงานการจองงาน มีการทำงานที่ช้าและค่อนข้างเสียเวลาทั้งกับผู้ให้บริการและผู้ใช้งาน ทำให้ไม่สามารถตอบกลับผู้ใช้งานได้อย่างละเอียดและทันที และจากการสำรวจข้อมูลของผู้ใช้งานแล้วพบว่าควรมีการเพิ่มช่องทางในการให้ข้อมูลที่รวดเร็วแล้วสามารถตอบกลับผู้ใช้งานได้ 24 ชั่วโมง ดังนั้น ไลน์บอท จึงเป็นอีกช่องทางที่ควรนำมาพัฒนาในการเข้าถึงผู้ใช้บริการต่าง ๆ ทางธุรกิจ ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการพัฒนาระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท ให้มีประสิทธิภาพในการให้จองงานของลูกค้ามากยิ่งขึ้น และยังสามารถเก็บข้อมูล มัดจำงานรายละเอียดต่าง ๆ ตอบกลับสนทนาอัตโนมัติลูกค้าได้

วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ผู้ใช้งานระบบจำนวน 50 คน
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือสำหรับพัฒนาระบบจองคิวงานถ่ายภาพผ่านไลน์บอท

1) Google Sheets ทำหน้าที่รับข้อมูลลูกค้า และเป็นฐานข้อมูล เพื่อเชื่อมโยงไปยังไลน์

2) Line messaging API โดยผู้วิจัยเขียนคำสั่งเพื่อให้ ไลน์บอท ทำหน้าที่ตอบคำถามลูกค้า โดยใส่คำตอบที่เป็นคำถามของลูกค้าที่ถามบ่อย ๆ และรับข้อมูลลูกค้าในรูปแบบที่ ไลน์กำหนด

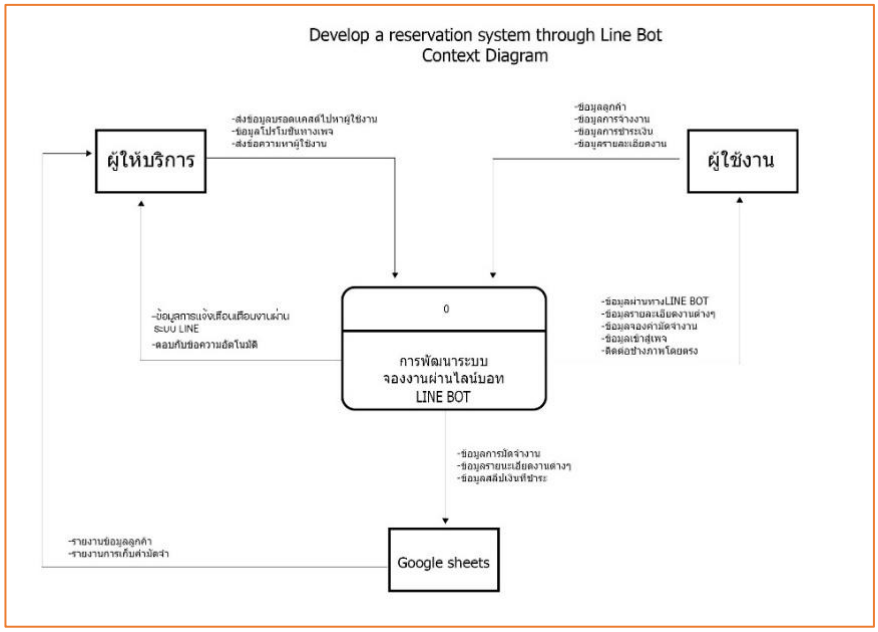
2.2 แบบประเมินคุณภาพระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท

2.3 แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท

ดำเนินการดังนี้

1) ระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท ผู้วิจัยศึกษาปัญหาและวิเคราะห์ปัญหาการจองงานของผู้ใช้งานและการติดต่อข้อมูลในปัจจุบัน พบว่า การติดต่อข้อมูลสอบถามรายละเอียดงานการจองงาน มีการทำงานที่ช้าและค่อนข้างเสียเวลาทั้งกับผู้ให้บริการและผู้ใช้งาน ทำให้ไม่สามารถตอบกลับผู้ใช้งานได้อย่างละเอียดและทันที

2) การวิเคราะห์ออกแบบระบบ จากเอกสาร งานวิจัย และการวิเคราะห์ระบบงาน ผู้วิจัยดำเนินการออกแบบ Dialog Flow แพลตฟอร์ม สำหรับสร้าง ไลน์บอท ที่เชื่อมโยงกับ Google Sheet ที่ใช้ Machine Learning ด้าน Natural Language Processing (NLP) ช่วยให้เข้าใจถึงความต้องการ ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้

1) แบบประเมินคุณภาพระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามเพื่อประเมินคุณภาพของระบบ ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน

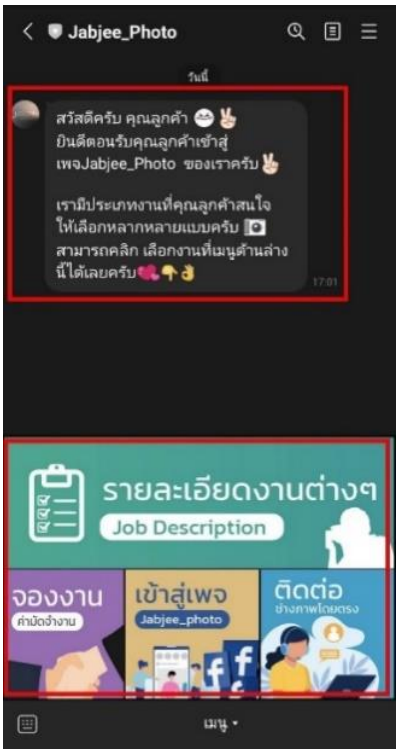
2) แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 2 ข้อ ตอนที่ 2 การประเมินความพึงพอใจในการใช้งานของระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท เป็นข้อคำถามที่มีคำตอบแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) รวม 16 ข้อ และตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

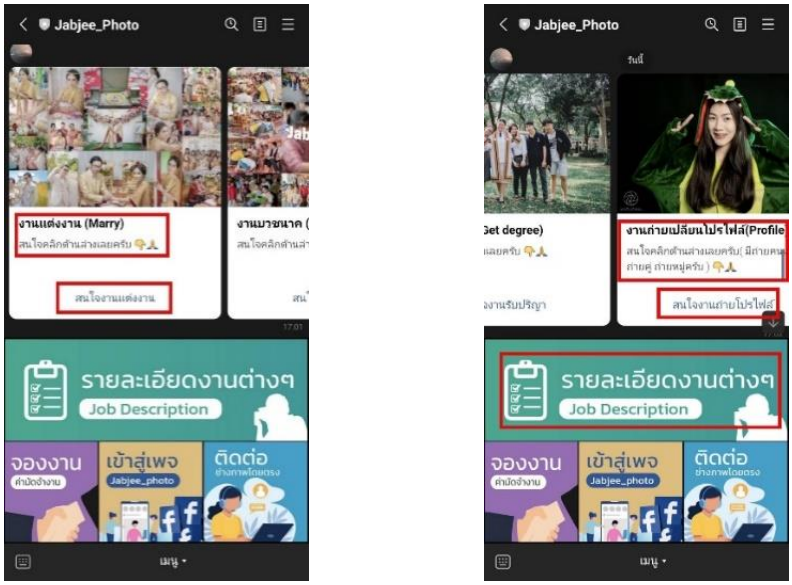
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1) ผลการออกแบบและพัฒนาระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์ สรุปได้ดังนี้

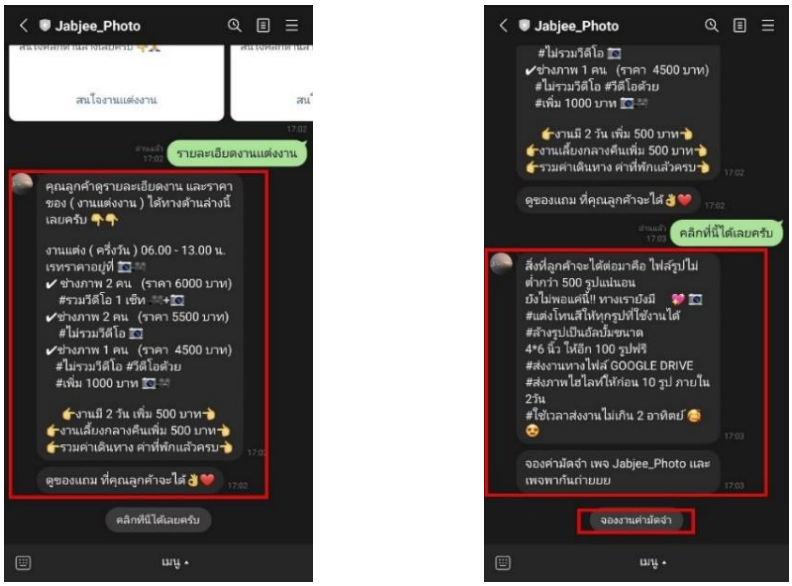
เมื่อผู้ใช้งานทำการเพิ่มเพื่อน ไลน์บอท “Jabjee_Photo” จะมีข้อความทักทายผู้ใช้งานอัตโนมัติพร้อมกับหน้าเมนูข้อมูลต่างๆ ได้แก่ 1) รายละเอียดงานต่างๆ 2) จองงานค่ามัดจำ 3) เข้าสู่เพจ เฟซบุ๊ก 4) ติดต่อช่างภาพโดยตรง เพื่อให้ผู้ใช้งานเลือกใช้งานได้ตามความต้องการดังภาพ





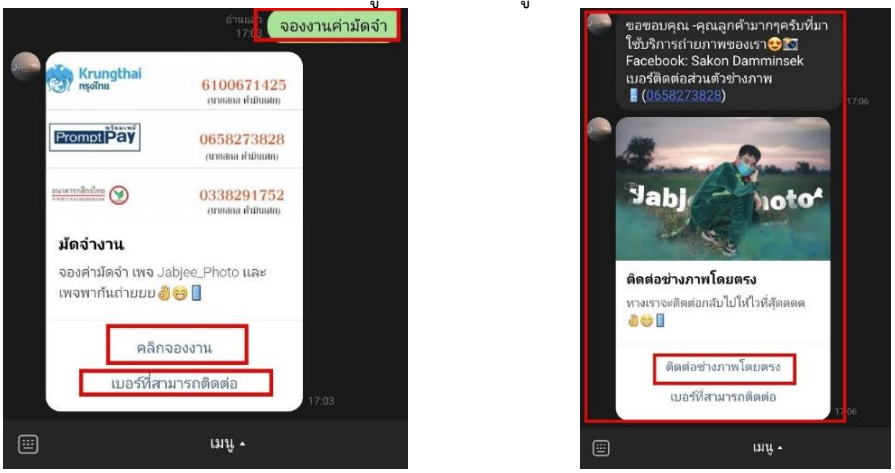
ภาพที่ 3 หน้าเมนูเลือกประเภทงาน ไลน์บอทของผู้ใช้งานระบบ

จากภาพที่ 3 เมื่อผู้ใช้งานคลิกไปที่รายละเอียดงานก็จะปรากฏแถบงานข้อความอัตโนมัติต่างๆให้ผู้ใช้งานได้เลือกงานและประเภทของงานที่สนใจ



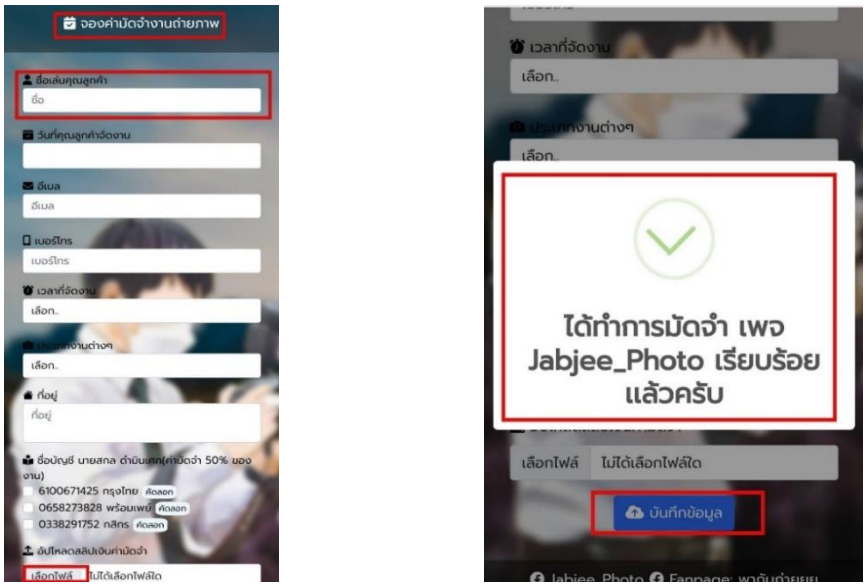
ภาพที่ 4 หน้าเนื้อหารายละเอียดงาน ไลน์บอท ของผู้ใช้งานระบบ

จากภาพที่ 4 เมื่อผู้ใช้งานเลือกประเภทงานได้แล้ว ทำการกดสนใจงานจะมีข้อความขึ้นมาบอกรายละเอียดงาน เรทราคา วันเวลา แพ็คเกจให้ผู้ใช้งานได้เลือกดูและตัดสินใจ



ภาพที่ 5 หน้ารายละเอียดการมัดจำ ไลน์บอท ของผู้ใช้งานระบบ

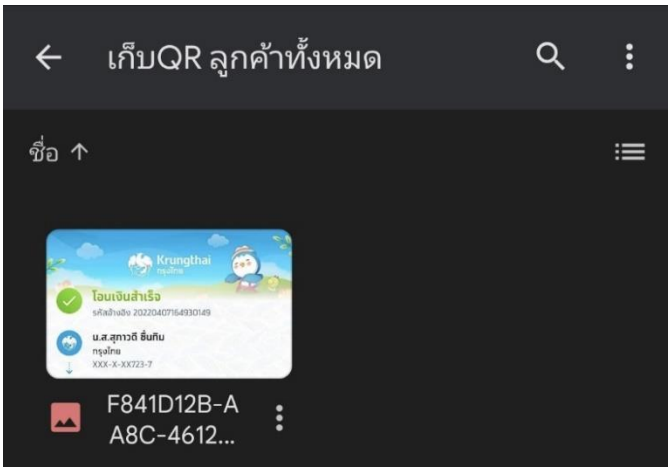
จากภาพที่ 5 เมื่อทำการดูรายละเอียดประเภทงานเสร็จแล้ว ตัดสินใจที่จะจ้างงานผู้ใช้งานก็กดไปตรงที่จองงานค่ามัดจำ คลิกจองงาน หรือ ถ้ายังตัดสินใจไม่ได้ สามารถทักมาคุยเพิ่มเติมได้ที่ เฟซบุ๊ก ของผู้ให้บริการได้โดยตรง



ภาพที่ 6 หน้าเว็บการกรอกข้อมูล มัดจำงานของผู้ใช้ระบบ

จากภาพที่ 6 ระบบก็จะให้ผู้ใช้งานกรอกข้อมูลชื่อ วันที่ อีเมล เบอร์ เวลาที่จัดงาน ประเภทงาน ที่อยู่ ชื่อบัญชี อัพโหลดสลิปค่ามัดจำ หากกรอกข้อมูลครบถ้วนแล้ว ทำการกดบันทึกข้อมูล เว็บก็จะทำการแจ้งว่าคุณได้ทำการมัดจำเรียบร้อยแล้ว

ภาพที่ 7 ภาพข้อมูลผู้ใช้งานที่ทำการจองงานมาใน Google Sheets (ผู้ให้บริการระบบ)



ภาพที่ 8 ภาพสลิปเงินที่ทำการจองงานมา Google Drive (ผู้ให้บริการระบบ)

จากภาพที่ 8 ข้อมูลของผู้ใช้งานทั้งหมดถูกนำไปเก็บที่ Google Sheets ส่วนสลิปค่ามัดจำจะถูกนำไปจัดเก็บใน Google Drive เพื่อเป็นหลักฐานการชำระค่ามัดจำและแจ้งข้อมูลให้กับผู้ให้บริการตรวจสอบ

2. ศึกษาคุณภาพระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอทที่พัฒนาขึ้น สรุปผลได้ดังนี้

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านแล้วนำมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item-Objective Congruence Index : IOC) หลังจากนั้นได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว มาทำการทดสอบความ

เชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Try Out) จากประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาค (Alpha Coefficient Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.84

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท สรุปได้ดังนี้

การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท หลังจากที่ผู้ใช้งานได้ทดลองใช้งานระบบแล้ว ทำการประเมินความพึงพอใจโดยมีการแยกเป็น 2 ตาราง ในการจำแนกเพศและระดับชั้น อีกส่วนเป็นรายงานการประเมินและค่าเฉลี่ยแสดงตารางที่ 1 ตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	38	76
หญิง	12	24
ระดับการศึกษา		
ปริญญาตรี	28	56
มากกว่าปริญญาตรี	22	44
รวม	**50**	**100**

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 76 เพศหญิงจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 56 มากกว่าปริญญาตรีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 44

ตารางที่ 2 การประเมินความพึงพอใจในการใช้งานของระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอทด้านการใช้งาน

ด้านการใช้งาน	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. การแจ้งรายละเอียดงาน	4.44	0.73	มาก
2. การตอบกลับของระบบ	4.86	0.35	มากที่สุด
3. ความสะดวกสบายในการทำงาน	4.76	0.43	มากที่สุด
4. ความเสถียรของระบบงาน	4.40	0.80	มาก
รวม	**4.62**	**0.57**	**มากที่สุด**

จากตารางพบว่า ผู้ใช้งานระบบมีความพึงพอใจด้านการใช้งานในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.62 (S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจด้านการตอบกลับของระบบในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.86 (S.D. = 0.35) รองลงมาด้านความสะดวกสบายในการทำงานในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.76 (S.D. = 0.43) และด้านการแจ้งรายละเอียดงานในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.44 (S.D. = 0.73) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 การประเมินความพึงพอใจในการใช้งานของระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอทด้านการออกแบบ

ด้านการออกแบบ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ความสวยงามของระบบ	4.90	0.30	มากที่สุด
2. ความสวยตัวอักษรของระบบ	4.68	0.58	มากที่สุด
3. ความเหมาะสมของระบบ	4.66	0.55	มากที่สุด
รวม	**4.79**	**0.48**	**มากที่สุด**

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอด้านการออกแบบในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.79 (S.D. = 0.48) พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจด้านความสวยงามของระบบระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.90 (S.D. = 0.30) รองลงมาด้าน ความสวยตัวอักษรของระบบระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.68 (S.D. = 0.68) และด้านความเหมาะสมของระบบระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.66 (S.D. = 0.55)

สรุปความพึงพอใจที่มีต่อการใช้งานระบบระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอทในภาพรวมระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.67 (S.D. = 0.53)

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอทและได้ทำการวิเคราะห์ผลการศึกษาประเมินความพึงพอใจ จากตารางที่ 1 โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท จำแนกเป็นเพศชายระดับชั้นปริญญาตรีจำนวน 18 คน ระดับชั้นมากกว่าปริญญาตรีจำนวน 20 คน และเพศหญิงระดับชั้นปริญญาตรีจำนวน 10 คน ระดับชั้นมากกว่าปริญญาตรีจำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 50 คน ได้ทำการทดลองใช้งานระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท มีผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้งานระบบ จากตารางที่ 2 ในส่วนของผู้ใช้งานระบบผู้ใช้ทดลองระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท ในด้านการใช้งานมีความชอบโดยรวม ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.62 (S.D = 0.57) อยู่ในเกณฑ์ระดับ มากที่สุด จากตารางที่ 3 ผู้ใช้ทดลองระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท ในด้านการออกแบบมีความชอบโดยรวม ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.79 (S.D = 0.48) อยู่ในเกณฑ์ระดับ มากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาจากข้อมูลที่รวบรวมมาวิเคราะห์ออกแบบและจัดทำระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท ที่มีแอปพลิเคชัน ไลน์ เป็นสื่อกลางในการติดต่อจองงาน โดยมี Google Sheet เป็นตัวเก็บข้อมูล เมื่อลูกค้าติดต่อสอบถามเข้ามายังตัวไลน์จะมีการตอบกลับแบบอัตโนมัติ ซึ่งตัว ไลน์บอท คือการเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ ดังนั้นการพัฒนาระบบจองงานที่เชื่อมโยงกับไลน์ ยังเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

จากผลการศึกษาในการพัฒนาระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท สามารถใช้งานและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ด้วยผลการประเมินประสิทธิภาพจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งาน ประสิทธิภาพของระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท ได้ผลการวิเคราะห์แบบประเมินความพึงพอใจที่ผู้ใช้งานได้ทดลองใช้งานระบบ มีผลการประเมินความพึงพอใจจากตารางที่ 1 เป็นการแยกเพศและจำนวนของผู้ประเมินความพึงพอใจ แบ่งเป็นชาย 38 คน หญิง 12 คน รวมเป็น 50 คน การประเมินความพึงพอใจด้านการใช้งานมีค่าเฉลี่ย 4.62 (S.D = 0.57) อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด ซึ่งผู้ใช้งานมีความพึงพอใจกับระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอทเพราะมีการตอบกลับของระบบและความสะดวกสบายในการทำงานอยู่ในระดับเกณฑ์มากที่สุด สอดคล้องกับ ยุพา เพ็งโอ, อมราวดี เนียมศรี, ชญาน์นันท์ รูปหุ่น และไพฑูรย์ จิ้วทั่ง (2565) พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อระบบเว็บไซต์เบเกอรี่ออนไลน์: กรณีศึกษาร้านน้ำฝนเบเกอรี่ ด้านมีความสะดวกในการใช้งาน อยู่ในระดับ ดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.72 และด้านการออกแบบ มีค่าเฉลี่ย 4.79 (S.D = 0.48) อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันท์สินี มุ่นเชย และคณะ (2563) พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งานในส่วนการออกแบบหน้าจอได้รับความพึงพอใจสูงสุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 4.73 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับบุษบา หินเธาว์, พรชิตา หวังสวาสดิ์, กัลยกร ชาญเชี่ยว และสนิธาน ส่งศรี (2564) พบว่า ความพึงพอใจสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตไข่เค็มสมุนไพรป้าจีที่มีต่อสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจฯ ที่พัฒนาขึ้น มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.75 ซึ่งผู้ใช้งานมีความพึงพอใจกับระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอทเพราะมีความสวยงามของระบบ ความสวยตัวอักษรของระบบและความเหมาะสมของระบบ อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากวิจัยการพัฒนาระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท : จากการที่ได้เปิดให้ผู้ใช้งานได้ใช้ระบบแล้ว พบว่ามีการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้ใช้งานได้รับการบริการอย่างรวดเร็วเข้าถึงง่ายและสะดวกมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การพัฒนาระบบจองคิวงานบันทึกภาพถ่ายผ่านไลน์บอท สามารถนำไปพัฒนาเพิ่มเติม ได้แก่ การออกแบบรูปแบบที่ทันสมัยกับยุคปัจจุบันมากขึ้น เก็บข้อมูลลูกค้าได้ละเอียดมากขึ้นและยังสามารถรองรับการทำงานในรูปแบบต่างๆเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

เทพสุนันท์ ลิมปพยอม และกฤษณะ ไวยมัย. (2562). *แอปพลิเคชั่นแชทบอทเพื่อแนะนำด้านเกษตรกรรมพืชไร่*. สืบค้น 25 มกราคม 2565, จาก https://www.youtube.com/watch?v=AgJZ39Pp_L0.

นันท์สินี มุ่นเชย, สุนันท์ ธาติ และศุภเชษฐ์ กันทะณีย์. (2563). การออกแบบและพัฒนาส่วนต่อประสานกับผู้ใช้งานสำหรับแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่แนะนำการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวภายใต้โครงการเรารักเชียงใหม่ (We love Chiang Mai). *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 2*(2), 1-12.

บุษบา หินเธาว์, พรชิตา หวังสวาสดิ์, กัลยกร ชาญเชี่ยว และสนิธาน ส่งศรี. (2564). การพัฒนาเนื้อหาของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจเพื่อสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพร ป้าจี ตำบลดอนทอง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 3*(3), 65-81.

ยุพา เพ็งโอ, อมราวดี เนียมศรี, ชญาน์นันท์ รูปหุ่น และไพฑูรย์ งิ้วทั่ง (2565). ระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ กรณีศึกษา: ร้านน้ำฝนเบเกอรี่. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 4*(1), 32-46.

วสุ บัวแก้ว และปณิธิ เนนันทน์. (2563). *การพัฒนาระบบไลน์บอท สำหรับบัณฑิตวิทยาลัย.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.

ศุภโชค จิรวัฒนาภิมงคล และเมธาวี ภู่ระหงษ์. (2562). *ระบบแชทบอทและร้านค้าออนไลน์บนแอปพลิเคชั่นไลน์*, คณะวิทยาศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (2565). *ไลน์บอทโรคข้าว.* สืบค้น 11 มกราคม 2565. จาก https://www.nectec.or.th/innovation/innovation-mobile-application/ricediseaselinebot.html

สมภพ มุสิกร และพิมรินทร์ คีรินทร์. (2562). *การพัฒนาระบบสนับสนุนการให้บริการ PSRU-LIB Line Bot ร่วมกับระบบห้องสมุดอัตโนมัติ WALAI AutoLib สำหรับห้องสมุด 4.0 สำนักนักวิทยาบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามและสำนักวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์*, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.

Irearn. (2565). *DHAS Google Sheets (กูเกิล ชีท) คืออะไร.* สืบค้น 5 พฤษภาคม 2565, จาก https://irearn.dhas.com/contact/

iT24Hrs. (2565). *Chatbot คืออะไร?.* สืบค้น 10 พฤษภาคม 2564, จาก https://www.it24hrs.com/2016/chatbot-line-chatbot-awards-2016/

Photoschool Thailand. (2565). *5 ประเภทของภาพถ่ายที่ได้รับความนิยมตลอดกาล*. สืบค้น 16 มิถุนายน 2565, จาก https://www.photoschoolthailand.com/5-most-popular-types-of-photography/

Thaiwinner.com. (2565). เฟซบุ๊ก *คืออะไร? ทำอะไรได้และมีประโยชน์อย่างไรบ้าง?*. สืบค้น 2 พฤษภาคม 2565, จาก https://thaiwinner.com/what-is-facebook/

Vista Immage. (2565). *บันทึกความทรงจำ...เก็บความประทับใจ ไว้ในภาพถ่าย.* สืบค้น 15 มิถุนายน 2565, จาก http://www.vistaimage.net/

บทความวิจัย

แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ ด้านอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัย

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 8 กรกฎาคม 2565
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 2 สิงหาคม 2565
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 10 สิงหาคม 2565

ปรีชา ตั้งสุขขีย์ศิริ[1*]
รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ
วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย สถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 3

ณภัทร สำราญราษฎร์[2]
อาจารย์ประจำภาควิชาธุรกิจโรงแรมและไมซ์ คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

หงสกุล เมสนุกูล[3]
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้ซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัย ของนักท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 2) ศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 3) เสนอแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ ด้านอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจาก Tourist Vlog จำนวน 30 Vlogs และแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย จำนวน 400 ชุด โดยวิเคราะห์ด้วยเทคนิค SWOT Analysis และ TOWS Matrix เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกเพื่อหาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัย

ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัย ของนักท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 5 ลำดับแรก ได้แก่ 1) ก๋วยเตี๋ยวสุโขทัย 2) ผัดไทยสุโขทัย 3) ข้าวเปิ๊บหรือก๋วยเตี๋ยวพระร่วง 4) ขนมเบื้องสุโขทัย 5) ราดหน้าใส่ซอสพริก มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นมากที่สุดคือ ด้านสื่อออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยผ่าน (Facebook, YouTube, TikTok) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และน้อยที่สุดคือ ด้านที่สามารถเข้าถึงกิจกรรมการประกอบอาหารพื้นถิ่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20

คำสำคัญ: ซอฟต์พาวเวอร์ อาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัย ประสบการณ์การท่องเที่ยว

วิธีการอ้างอิง

ปรีชา ตั้งสุขขีย์ศิริ, ณภัทร สำราญราษฎร์ และหงสกุล เมสนุกูล. (2565). แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัย. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 4*(2), 32-44.

[*] ผู้ประสานงานหลัก: kfish696927@gmail.com

Research Article

Tourism Promotion Guidelines Based on the Soft Power of Local Food in Sukhothai Province

Received: July 8, 2022
Revised: August 2, 2022
Accepted: August 10, 2022

Preecha Tangsukeesiri[1*]
Sukhothai Vocational Collage,
Institute Vocational Education, Northern Region 3

Napat Samrnrat[2]
Lecture of Department of Hotel and MICE Business, Faculty of Hospitality Industry, Kasetsart University

Hongsakul Mesnukul[3]
Lecture of Tourism and Hospitality Business, Faculty of Management Science, Thepsatri Rajabhat University

Abstract

The objectives of this study were to study the tourists' perception on soft power of local food in Sukhothai through online social media, examine their experiences on local food of Thai tourists in Sukhothai, and propose tourism promotion guidelines based on soft power of local food in Sukhothai province. This mixed method research combined both qualitative and quantitative methods. The data were collected from 30 online tourist vlogs and 400 tourists visiting Sukhothai using a questionnaire. SWOT Analysis and TOWS Matrix were applied for data analysis to find the internal and external environment factors to propose tourism promotion guidelines based on the soft power of local food in Sukhothai. The results showed that, through online social media, the tourists thought the top 5 dishes were Sukhothai noodles, Pad Thai Sukhothai, Khao Perp or Phra Ruang noodles, Khanom Bueng Sukhothai, and fried noodles topped with chili sauce. Also, the overall Thai tourists experience in Sukhothai was at a high level with the highest mean (4.20) on the decision to travel to Sukhothai through online media (Facebook, Youtube, Tiktok), and the lowest mean was on accessibility to local food cooking activities with mean of 3.20.

Keywords: Soft power, Local food of Sukhothai, Tourists Experiences

Cite this article as:

Tangsukeesiri, P., Samrnrat, N. & Mesnukul, H. (2022). Tourism Promotion Guidelines Based on The Soft Power of Local Food in Sukhothai Province. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University, 4*(2), 32-44.

[*] Corresponding Author: kfish696927@gmail.com

บทนำ

ในยุคศตวรรษที่ 21 โลกมีการใช้เทคโนโลยีและวิทยาการใหม่ๆ เป็นเครื่องมือในการสื่อสารและอำนวยความสะดวกมากยิ่งขึ้น ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมืองและสิ่งแวดล้อมรวมไปถึงในด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ทำให้ทุกๆ ประเทศมีความสัมพันธ์กันมากยิ่งขึ้น ทั้งในด้านเศรษฐกิจ การเมืองและการท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้จากการรวมกลุ่มทางการค้าทั้งในทวีปอเมริกา ยุโรป เอเชีย เป็นต้น แต่ในช่วงเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมาด้วยสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด 19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)) ได้แพร่อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ทำให้หลายประเทศทั่วโลกมีผู้ติดเชื้อและเสียชีวิตเป็นจำนวนมาก ประกอบกับองค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้การระบาดของโรคโควิด 19 เป็นการระบาดใหญ่ (WHO, 2020) ประเทศไทยจึงเป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีความเสี่ยงในการติดต่อของโรคโควิด 19 ที่มากับผู้เดินทางซึ่งมาจากกลุ่มประเทศที่มีพรมแดนติดกับประเทศไทยหรือประเทศที่มีพรมแดนติดกับกลุ่มประเทศดังกล่าว ที่มีสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด 19 อย่างต่อเนื่อง จึงทำให้มีประกาศกำหนดให้ท้องที่นอกราชอาณาจักรที่เกิดการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นเขตติดโรคติดต่ออันตราย ตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 เพิ่มเติมตามมา (กระทรวงสาธารณสุข, 2563) จากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกและของประเทศไทยทำให้เกิดการชะลอตัวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคการท่องเที่ยวและการส่งออกของไทยได้รับผลกระทบอย่างหนักโดยที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ รวมไปถึงยังไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดจะสิ้นสุดลงเมื่อไหร่ (ธนาคารกรุงไทย, 2563)

จากสถานการณ์ดังกล่าว ทำให้ธุรกิจในกลุ่มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมี การปรับเปลี่ยนไป ไม่ว่าจะเป็นในด้านสิ่งแวดล้อม ด้านความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศเพื่อสร้างความแตกต่างและหลากหลายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ฯลฯ ที่จะต้องร่วมกันกำหนดมาตรการรองรับ (โพสต์ทูเดย์, 2563) ในทางเดียวกันผู้ประกอบการควรปรับตัวและนำมาปรับใช้ คือต้องหาจุดเด่นของธุรกิจ ทำให้ธุรกิจมีความเป็นเอกลักษณ์ เช่น ธุรกิจท่องเที่ยวควรจับลูกค้าเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบประสบการณ์ใหม่ๆ การพบเจอกับคนท้องถิ่น ตลอดจนต้องปรับตัวและสร้างการเตรียมพร้อมในด้านคุณภาพการให้บริการเพื่อรองรับการกลับมาฟื้นตัวของการท่องเที่ยวอีกครั้ง (นครินทร์ วนกิจไพบูลย์, 2563) เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างการประชาสัมพันธ์อยู่ตลอดเวลาให้กับนักท่องเที่ยวทั้งในช่วงระหว่างและหลังเกิดวิกฤติ COVID-19

โดยข้อมูลข้างต้น ประกอบกับบทสัมภาษณ์พิเศษของคุณดอน ปรมัตถ์วินัย เรื่องการปรับวิกฤติให้เป็นโอกาสจากการกลับมาให้ความสำคัญกับลักษณะเด่นของประเทศไทยในด้านการใช้ “Soft Power Diplomacy” ผ่านการนำเสนอเรื่องที่เป็นจุดเด่นต่างๆ ของประเทศไทย เช่น เอกลักษณ์ วัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยว แหล่งที่ตั้งของประเทศ ตลอดจนอาหารไทย โดยสิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นการทำให้ไทยเป็นที่ยอมรับจากสังคมโลกเป็นอย่างมาก (โพสทูเดย์, 2563) ดังนั้น ภายใต้วิกฤติ COVID-19 ที่รุนแรงและไม่รู้ว่าจะสิ้นสุดลงเมื่อไหร่ ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควรยกระดับความสำคัญในลักษณะเด่นในการใช้ซอฟต์พาวเวอร์จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องนำมาใช้ในธุรกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้มีความสนใจศึกษาเรื่อง แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัย โดยการนำทรัพยากรซอฟต์พาวเวอร์ ด้านอาหารไทยที่ได้รับการจัดลำดับจาก US News เป็นอาหารยอดนิยมอันดับที่ 6 จาก 10 อันดับทั่วโลก (US News, 2016) มาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการใช้และพัฒนาทรัพยากรซอฟต์พาวเวอร์ ด้านอาหารพื้นถิ่นสุโขทัย เพราะเล็งเห็นว่าจังหวัดสุโขทัยเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวครบทุกด้าน อาทิ อุทยานประวัติศาสตร์ อุทยานแห่งชาติ ชุมชนทางการท่องเที่ยว ตลอดจนวัฒนธรรมต่างๆ ตลอดจนยังเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน แต่ในทางกลับกันยังให้ความสำคัญกับซอฟต์พาวเวอร์ในช่วงวิกฤติ COVID-19 ที่ยังน้อยอยู่ ซึ่งเมื่อนำศักยภาพในด้านนี้ของจังหวัดเข้ามาประยุกต์ใช้ ก็จะส่งผลดีต่อการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยในวิกฤตการณ์ต่างๆ ในลำดับต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1) เพื่อศึกษาการรับรู้ซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัย ของนักท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2) เพื่อศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

3) เพื่อเสนอแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัย

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัย ผู้วิจัยได้สังเคราะห์และประมวลผลข้อมูลที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ และอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัย ผ่านข้อมูลจากบันทึกการเดินทางท่องเที่ยวออนไลน์ (Tourist Vlog) จำนวน 30 Vlogs เพื่อนำมาศึกษาการรับรู้รายการอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัยของนักท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในส่วนของการศึกษาศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ใช้การศึกษาจากการสอบถามประเด็นการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย แล้วนำมาสังเคราะห์ร่วมกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเสนอแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องนี้ได้มีการทบทวนวรรณกรรมแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัย ตลอดจนเอกสารต่างๆ ประกอบดังนี้

แนวคิดด้านซอฟต์พาวเวอร์

ซอฟต์พาวเวอร์ (soft power) คือ การโน้มน้าวชาติเป้าหมายอย่างมียุทธวิธีแทนการบังคับโดยอาศัยทรัพยากร 3 ประการ ได้แก่ เสน่ห์ทางวัฒนธรรม ค่านิยมทางการเมือง และนโยบายต่างประเทศ ซึ่งไม่ขัดกับหลักความถูกต้อง (Nye, 2004) หากชาติหนึ่ง ๆ สามารถเผยแพร่วัฒนธรรมและค่านิยมการเมืองให้เป็นที่น่าสนใจแก่นานาชาติ ก็จะสร้างอำนาจโน้มน้าวให้ชาติต่าง ๆ ยินยอมตามต้องการได้ ด้วยเหตุนี้ ซอฟต์พาวเวอร์ จึงวิวัฒน์เป็นส่วนหนึ่งของโลกาภิวัตน์ซึ่งเน้นการค้าและพันธมิตรในเวทีระหว่างประเทศ (Hug, 2019)

แนวคิดด้านอาหารท้องถิ่น

อาหารท้องถิ่น หมายถึง อาหารที่คนในท้องถิ่นนั้นนิยมรับประทานสืบเนื่องกันมาเป็นเวลานาน ลักษณะอาหารประกอบด้วยวัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น ทั้งจำพวกพืชและสัตว์ นำมาประกอบอาหารด้วยกรรมวิธีต่างๆ ในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกันไปตามลักษณะทางภูมิศาสตร์และสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในธรรมชาติ โดยการลองผิดลองถูกและทำซ้ำๆ ในสิ่งที่พอใจถ่ายทอดสู่ลูกหลานสืบต่อกันมาจนกลายเป็นวัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์เฉพาะของคนในท้องถิ่นนั้น ด้วยสภาพสิ่งแวดล้อมและลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน จึงทำให้วัตถุดิบอาหารของแต่ละชุมชนมีความแตกต่างกันออกไป (International Culinary Tourism Association, 2006)

นอกจากนี้ อาหารท้องถิ่นสามารถเป็นเครื่องมือในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและยังสามารถเป็นสื่อในการบอกเล่าเรื่องราว การใช้ชีวิตในท้องถิ่น และการเนินชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์สืบต่อกันมา เช่น การเกษตร ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ซึ่งอาหารแต่ละท้องถิ่นสามารถแสดงถึงความจริงแท้ (Authenticity) ของตัวเอง ซึ่งถ้าหากมีการเชื่อมโยงระหว่างอาหารและการท่องเที่ยวแล้ว อาหารถือเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่มีความสำคัญในการนำเสนอความเป็นตัวตนเฉพาะที่เป็นอัตลักษณ์ (Identity) และบอกกล่าวความเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (Designated Areas for Sustainable Tourism, 2016)

แนวคิดด้านการรับรู้

การรับรู้ คือ กระบวนการในการเข้าใจความหมาย และสร้างความรู้สึกจากประสบการณ์การรับรู้เป็นกระบวนการที่คนเราจะเข้าใจในสิ่งเร้าใดสิ่งเร้าหนึ่งที่ปรากฏกับประสาทสัมผัสส่วนใดส่วนหนึ่งของเรา การรับรู้เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการแรงจูงใจ และทัศนคติของผู้บริโภค จากความหมายที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่าการรับรู้คือกระบวนการในการตีความหรือแปลความหมายของสิ่งที่ตนได้รับรู้โดยแสดงออกมาเป็นความรู้สึกความเข้าใจกับสิ่งเร้านั้น ซึ่งอาศัยความรู้เดิมหรือประสบการณ์ เดิมมาเป็นเครื่องช่วยในการตีความ (Heney, 1994)

แนวคิดด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว

ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ประสิทธิภาพของงานบริการ (Performance quality) หมายถึง การบริการโดยรวม ทั้งด้านความเหมาะของที่พัก การควบคุมดูแลและ

ให้บริการนำชมบรรยายของมัคคุเทศก์ด้านคุณภาพมาตรฐานของอาหาร ร้านอาหาร ด้านความปลอดภัยของยานพาหนะที่ใช้ 2) คุณภาพของประสบการณ์ที่ได้รับ (Experiential quality) หมายถึง คุณประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวได้รับเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว เช่น การได้มาชมหาดทรายดำ (Black beach) ที่เมืองวิค (Vik) ประเทศไอซ์แลนด์ที่เกิดจากลาวา ซึ่งมีไม่กี่แห่งบนโลก ได้เรียนรู้ในเรื่องของธรณีวิทยาของภูเขาไฟด้วย 3) ความพอใจในภาพรวม (Overall satisfaction) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจโดยมองภาพรวมไม่ได้พิจารณาประเด็นใดประเด็นหนึ่งเป็นสำคัญ เช่น ความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้เดินทางไปประเทศไอซ์แลนด์มีโอกาสได้ชมแสงเหนือ 4) การเดินทางกลับไปท่องเที่ยวที่เดิมซ้ำอีก (Revisit intention) หมายถึง ความมุ่งมั่นตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับไปสถานที่ท่องเที่ยวเดิมในอนาคต เช่น ประเทศญี่ปุ่นเป็นอีกหนึ่งเส้นทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยไปซ้ำ (Cole and Scott, 2004)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อที่จะได้ข้อมูลรายการที่ปรากฏในเรื่องราว อาทิ คำ กลุ่มคำ ประโยค ชื่อรายการอาหาร เป็นต้น (Blumberg, Cooper and Schindler, 2008) ซึ่งเป็นวิธีการศึกษาแบบอุปนัย (Inductive) จากข้อมูลของนักท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งจะช่วยเติมเต็มข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมด้านวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่น รวมถึงการได้เห็นถึงการรับรู้รายการอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัยที่ขึ้นชื่อที่นักท่องเที่ยวได้สื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน ซึ่งจะดำเนินการเก็บข้อมูลจากบันทึกการเดินทางท่องเที่ยวออนไลน์ (Tourist Vlog) โดยกำหนดคุณสมบัติคือต้องมีผู้เข้าชม Vlogs ไม่ต่ำกว่า 10,000 คน จำนวน 30 Vlogs และเพื่อให้สอดคล้องกับจริยธรรมการวิจัย (Research ethics) จะใช้รหัสแทนรายชื่อ Vlogs พร้อมทั้งใช้การเชิญผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ข้อมูลเดียวกัน จำนวน 3 ท่าน เพื่อเปรียบเทียบผลที่ได้ว่ามีความคิดเห็นเดียวกันหรือโต้แย้งกัน โดยมีการกระทำซ้ำจนได้ข้อสรุปเดียวกันเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูล ในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย จำนวน 400 คน โดยการส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือและได้นำไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 30 ชุดก่อนนำมาเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย ช่วงระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนเมษายน 2565

การสรุปและอภิปรายผล

เมื่อได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว นำผลที่ได้มาสังเคราะห์ร่วมกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเสนอแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัย

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 จากบันทึกการเดินทางท่องเที่ยวออนไลน์ (Tourist Vlog) จำนวน 30 Vlogs ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การกำหนดรหัสเพื่อจำแนกข้อมูล (Open Coding) เพื่อหาคำ กลุ่มคำ หรือข้อความที่อธิบายให้คำจำกัดความที่หมายถึงอาหารพื้นถิ่นของจังหวัดสุโขทัยที่นักท่องเที่ยวได้รับรู้

อย่างแพร่หลายเหมือนกันหรือซ้ำกัน จนนำมาสู่การแนวคิด (concept) และนำเสนอแบบพรรณนา (Descriptive) โดยมีผลดังนี้

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลและสาระสำคัญที่ได้จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์บันทึกการเดินทางท่องเที่ยวออนไลน์ (Tourist Vlog) ที่เกี่ยวข้องกับอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัย มาเป็นกรอบแนวทางในถอดแบบการวิเคราะห์เกี่ยวกับการรับรู้รายการอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัยของนักท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 30 Vlogs ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์บันทึกการเดินทางท่องเที่ยวออนไลน์ (Tourist Vlog)

รายการอาหารพื้นถิ่น	จำนวน (Vlogs)	ลำดับการรับรู้
ก๋วยเตี๋ยวสุโขทัย	30	1
ข้าวเปิ๊บหรือก๋วยเตี๋ยวพระร่วง	26	2
ผัดไทยสุโขทัย	25	3
ราดหน้าใส่ซอสพริก	21	4
ขนมเบื้องสุโขทัย	15	5
บะหมี่น้ำ	12	6
ก๋วยเตี๋ยวแบ	10	7
หมี่พัน	10	7
ผัดไทยเกี๊ยวกรอบ	10	7
ผัดซีอิ๊วใส่ซอสพริก	5	8

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์บันทึกการเดินทางท่องเที่ยวออนไลน์ (Tourist Vlog) จำนวน 30 Vlogs พบว่า การรับรู้รายการอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัยของนักท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ลำดับ 1 ได้แก่ก๋วยเตี๋ยวสุโขทัย รองมาคือ ข้าวเปิ๊บหรือก๋วยเตี๋ยวพระร่วง ผัดไทยสุโขทัย ราดหน้าใส่ซอสพริก ขนมเบื้องสุโขทัย บะหมี่น้ำ หมี่พัน ผัดไทยเกี๊ยวกรอบและผัดซีอิ๊วใส่ซอสพริก ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 เพื่อศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย จำนวน 400 ชุด โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 60 อายุระหว่าง 30 – 39 ปี ประกอบอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 54 มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.5 มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 75 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจังหวัดสุโขทัยมากกว่า 1 ครั้ง เป็นการเดินทางมาเพื่อพักผ่อนในช่วงเทศกาลมีการค้างคืนจำนวน 1 คืน อาหารพื้นถิ่นที่รับประทานเมื่อมาถึงจังหวัดสุโขทัย โดยเรียงจากมากไปหาน้อยจำนวน 5 ลำดับ ได้แก่ 1) ก๋วยเตี๋ยวสุโขทัย 2) ผัดไทยสุโขทัย 3) ข้าวเปิ๊บหรือก๋วยเตี๋ยวพระร่วง 4) ขนมเบื้องสุโขทัย 5) ราดหน้าใส่ซอสพริก

ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 สามารถแยกเป็น 10 ด้าน ได้แก่ ด้านสื่อออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจเดินทาง

มาท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยผ่าน (Facebook, Youtube, Tiktok) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ด้านสื่อออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารพื้นถิ่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวและอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ในด้านที่สามารถเข้าถึงกิจกรรมการประกอบอาหารพื้นถิ่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 ด้านการเข้าถึงวิถีชีวิตการกินอยู่ของคนในชุมชนจังหวัดสุโขทัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ด้านมีกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านอาการพื้นถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ส่วนในด้านมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานท่องเที่ยวอยู่เสมอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ด้านมีกิจกรรมพิเศษตามเทศกาลและโอกาส เช่น ถนนคนเดิน เทศกาลอาหาร การประกวดการแข่งขันทำอาหารพื้นถิ่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ด้านมีมาตรการและความสะอาดของอาหารพื้นถิ่นในจังหวัดสุโขทัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และด้านมีกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงและหลากหลาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง “แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัย” สามารถอภิปรายผลและเสนอแนวส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัย ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นมากที่สุดคือ สื่อออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวทำกิจกรรมตลอดจนมาใช้บริการต่างๆ ในจังหวัดสุโขทัย สอดคล้องกับ (Parasuraman, Zeithaml, and Berry, 1988) ที่กล่าวถึง ปัจจัยการคาดหวังด้านการบริการที่ดีต้องตอบสนองและสามารถรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการตามยุคสมัยได้เพื่อสร้างประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยว ในส่วนประเด็นที่รองลงมา คือ เรื่องความสามารถเข้าถึงวิถีชีวิตการกินอยู่ของคนในชุมชนจังหวัดสุโขทัยตลอดจนกิจกรรมการประกอบอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ (Du Rand, Heath, and Alberts, 2003) ที่กล่าวถึงอาหารว่าเป็นสิ่งสนับสนุนของแหล่งท่องเที่ยว (Supportive Attraction) ที่ควรดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตรงกับ (ฐิตาภา บำรุงศิลป์และคนอื่นๆ, 2564) ที่กล่าวถึงศักยภาพ ด้านภูมิปัญญาและวัฒนธรรมนั้น เป็นสิ่งดึงดูดใจและเพิ่มการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวตลอดจนมีการพัฒนาเส้นทางกิจกรรมและเทศกาลต่างๆ ให้เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนประเด็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานท่องเที่ยวประจำจังหวัดในเรื่องการมีกิจกรรมพิเศษตามเทศกาลและโอกาส เช่น ถนนคนเดิน เทศกาลอาหาร การประกวดการแข่งขันทำอาหารพื้นถิ่น ตลอดจนประชาสัมพันธ์เรื่องการมีมาตรการและความสะอาดของอาหารพื้นถิ่นในจังหวัดสุโขทัยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ (กฤษมาพร พึ่งโพธิ์ และสวัสดิ์ วรรณรัตน์, 2553) ที่กล่าวถึงว่านักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จะมีความคาดหวังในเรื่องของความเป็นรูปธรรมของการบริการหรือ

การแสดงออกมาของการให้บริการในภาพรวมที่ชัดเจนและสัมผัสได้ ซึ่งให้บริการโดยการจัดกิจกรรมทางการตลาด เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการอีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นกระแสในการจัดกิจกรรมได้เป็นอย่างดี

ในส่วนของแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัยนั้น ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิค SWOT Analysis และ TOWS Matrix เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกเพื่อหาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัย ได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลวิเคราะห์ SWOT ที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัย

ปัจจัยภายใน	
จุดแข็ง (Strength)	**จุดอ่อน (Weakness)**
S1. อาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัยมีรสชาติอร่อย ถูกปากคนต่างพื้นที่และมีชื่อเสียง	W1. ยังขาดกิจกรรมที่มาส่งเสริมอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัย และยังเลือกใช้การนำเสนออาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัยเพียงบางอย่าง
S2. อาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัยมีการทำและวิธีการรับประทานที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น	W2. การประชาสัมพันธ์และการสื่อสารด้านการทำและวิธีการรับประทานอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัยยังไม่ชัดเจนและต่อเนื่อง
S3. อาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัยมีประวัติและเรื่องราว	W3. ยังขาดการนำเสนอการเล่าเรื่อง (Story telling)
ปัจจัยภายนอก	
โอกาส (Opportunity)	**อุปสรรค (Threat)**
O1. ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอาหารกำลังได้รับความนิยม	T1. ในหลายจังหวัดได้นำอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัยไปประยุกต์ใช้
O2. จังหวัดสุโขทัยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย	T2. ร้านอาหารพื้นถิ่นที่ตั้งในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยยังไม่ได้มาตรฐานและยังไม่ถูกสุขอนามัย
O3. หน่วยงานราชการมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนในจังหวัดสุโขทัย	T3. เกิดโรคระบาด Covid-19 ทำให้เศรษฐกิจชะลอตัวลงรวมไปถึงนักท่องเที่ยวลดลง

ตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อกำหนดแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัย

สภาพแวดล้อม	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
โอกาส (Opportunity)	**SO (การใช้จุดแข็งช่วงชิงโอกาส)** - ในงานหรือเทศกาลที่จัดในจังหวัดสุโขทัย ควรสนับสนุนอาหารพื้นถิ่น รวมไปถึงการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวร่วมทำกิจกรรมประกอบอาหารกับร้านค้าหรือชุมชนที่มาออกร้านเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ ให้กับนักท่องเที่ยวภายใต้การมาตรการ Covid - 19	**WO (ปรับปรุงตัวเอง)** - หน่วยงานราชการ ร้านอาหารพื้นถิ่นควรสนับสนุนการนำวัตถุดิบท้องถิ่นมาประกอบอาหาร - ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยมีการจัดกิจกรรมประกวดการประกอบอาหารพื้นถิ่นสุโขทัย พร้อมทั้งให้ความรู้และบอกเล่าเรื่องราวของอาหารพื้นถิ่น (Story telling)
อุปสรรค (Threat)	**ST (กำจัดปัญหา)**	**WT (หลีกเลี่ยงความเสี่ยง)**
	- หน่วยงานราชการ ร้านอาหารพื้นถิ่นที่ตั้งในแหล่งท่องเที่ยวควรพัฒนาและปรับปรุงเรื่องรสชาติ ความสะอาดและการถูกสุขอนามัย อาทิ จัดทำป้ายหรือการประชาสัมพันธ์ให้กับร้านที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพอาหาร หรือผ่านการทดสอบผู้สัมผัสอาหาร เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในการบริโภคอาหารพื้นถิ่นสุโขทัย	- ส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวด้านอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัย พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นในมาตรการป้องกัน Covid-19 ในจังหวัดสุโขทัย เพื่อเป็นการเพิ่มแรงจูงใจและกระตุ้นการตัดสินใจในการมาท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวในช่วงสถานการณ์ Covid-19 - ส่งเสริมให้หน่วยงาน ร้านอาหารที่ประกอบอาหารพื้นถิ่นสุโขทัย ให้ยังคงรสชาติและเป็นอัตลักษณ์ในรูปแบบของอาหารถิ่นสุโขทัยที่เป็นความจริงแท้

จากตารางที่ 3 สามารถกำหนดแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัย ได้ดังนี้

- ในงานหรือเทศกาลที่จัดในจังหวัดสุโขทัย ควรสนับสนุนอาหารพื้นถิ่น รวมไปถึงการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวร่วมทำกิจกรรมประกอบอาหารกับร้านค้าหรือชุมชนที่มาออกร้านเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวภายใต้การมาตรการ Covid – 19

- หน่วยงานราชการ ร้านอาหารพื้นถิ่นควรสนับสนุนการนำวัตถุดิบท้องถิ่นมาประกอบอาหาร รวมถึงควรส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยมีการจัดกิจกรรมประกวดการประกอบอาหารพื้นถิ่นสุโขทัย พร้อมทั้งให้ความรู้และบอกเล่าเรื่องราวของอาหารพื้นถิ่น (Story telling)

- หน่วยงานราชการ ร้านอาหารพื้นถิ่นที่ตั้งในแหล่งท่องเที่ยวควรพัฒนาและปรับปรุงเรื่องรสชาติ ความสะอาดและการถูกสุขอนามัย อาทิ จัดทำป้ายหรือการประชาสัมพันธ์ให้กับร้านที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพอาหาร หรือผ่านการทดสอบผู้สัมผัสอาหาร เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในการบริโภคอาหารพื้นถิ่นสุโขทัย

- ควรส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวด้านอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัย พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นในมาตรการป้องกัน Covid-19 ในจังหวัดสุโขทัย เพื่อเป็นการเพิ่มแรงจูงใจและกระตุ้นการตัดสินใจในการมาท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวในช่วงสถานการณ์ Covid-19

- ควรส่งเสริมให้หน่วยงาน ร้านอาหารที่ประกอบอาหารพื้นถิ่นสุโขทัย ให้ยังคงรสชาติและเป็นอัตลักษณ์ในรูปแบบของอาหารถิ่นสุโขทัยที่เป็นความจริงแท้ (Authenticity)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุโขทัยและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุโขทัย ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์และโฆษณา รวมถึงจัดกิจกรรมด้านวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัยในทุกกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อเป็นการนำซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่นที่มีอัตลักษณ์และความหลากหลายของรายการอาหาร มาขับเคลื่อนในการท่องเที่ยวของจังหวัดในช่วงวิกฤตการณ์ต่างๆ

2. ควรส่งเสริม สนับสนุน ด้านรสชาติและวิธีการทำอาหารที่เป็นลักษณะเฉพาะของจังหวัดสุโขทัยให้ยังคงความ Authentic food รวมไปถึงการดูแลเรื่องความสะอาดและสุขอนามัยในการประกอบอาหารให้สอดคล้องกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย SHA (Amazing Thailand Safety and Health Administration) เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์ Covid-19

3. ควรส่งเสริม ให้ความรู้เกี่ยวกับซอฟต์พาวเวอร์ของอาหารพื้นถิ่นสุโขทัยโดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอผ่าน Story telling ของอาหารเพื่อการเข้าถึงความเป็น Soft power ของอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัยได้อย่างลึกซึ้ง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ที่มีความแตกต่างกัน เพื่อนำข้อมูลมาศึกษาเปรียบเทียบและหาแนวทางในส่งเสริมการรับรู้ของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่น จังหวัดสุโขทัย ให้ทันต่อยุคและสมัยในปัจจุบัน

2. ควรขยายการศึกษาไปถึงภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในธุรกิจอื่น ๆ ตลอดจนศึกษาในบริบทของการเกิดวิกฤตการณ์ Covid-19 และในขณะที่มีการเปิดประเทศเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว

กล่าวโดยสรุปได้ว่า แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัย ควรที่จะเพิ่มประชาสัมพันธ์และโฆษณา รวมถึงจัดกิจกรรมด้านวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัย ในทุกกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของจังหวัด รวมถึงส่งเสริม สนับสนุน ด้านรสชาติและวิธีการทำอาหารที่เป็นลักษณะเฉพาะของจังหวัดสุโขทัยให้ยังคงความ Authentic food และดูแลเรื่องความสะอาดและสุขอนามัยในการประกอบอาหารตามมาตรการ (SHA) ตลอดจนใช้ Story telling ของอาหารเพื่อการเข้าถึงความเป็นซอฟต์พาวเวอร์ของอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัยเพื่อเป็นการนำซอฟต์พาวเวอร์อาหารพื้นถิ่นที่มีอัตลักษณ์ และความหลากหลายของรายการอาหาร มาขับเคลื่อนในการท่องเที่ยวของจังหวัดในช่วงวิกฤตการณ์ต่างๆ ต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัยครั้งนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย ที่ได้ให้คำแนะนำตลอดจนให้การช่วยเหลือต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงสาธารณสุข. (2563). *ชื่อและอาการสำคัญของโรคติดต่ออันตราย (ฉบับที่ 3)*. สืบค้น 17 มีนาคม 2565, จาก https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/int_protection.php

กฤษมาพร พึ่งโพธิ์ และสวัสดิ์ วรรณรัตน์. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในคุณภาพบริการของอุตสาหกรรมบริการ. *Parichart Journal, Thaksin University, 23*(2), 121-131.

ธนาคารกรุงไทย. (2563). *Economic Outlook 2020*. สืบค้น 17 มีนาคม 2565, จาก https://krungthai.com/th/krungthai-update/news-detail/492

ฐิตาภา บำรุงศิลป์, รัตนะ ทิพย์สมบัติ, ขัติยาภรณ์ มณีชัย, ชญานี วีระมน, ทิวาทิพย์ บาศรี, อนงค์นาฏ โอมประพันธ์, กชนิภา จันทร์เทศ และรัชนีกร งีสันเทียะ. (2564). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังรี จังหวัดนครนายก. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม,* 3(3), 1-14. สืบค้น 30 มีนาคม 2565, จาก https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmspsru/article/view/254977.

นครินทร์ วนกิจไพบูลย์. (2563). *ท่องเที่ยวไทย 2562 ยังไหวไหม ธุรกิจไทยควรปรับตัวอย่างไร*. สืบค้น 17 มีนาคม 2565, จาก https://youtu.be/sTzVlA6ImMU

โพสทูเดย์. (2563). *คอลัมน์ ทันเศรษฐกิจ*. สืบค้น 17 มีนาคม 2565, จาก https://www.posttoday.com/world

สัมภาษณ์พิเศษ: "ดอน ปรมัตถ์วินัย" *เจ้ากระทรวงบัวแก้ว กับ "Soft Power Diplomacy" ที่พาไทยเป็นที่ยอมรับทั่วโลก*. (2560). สยามรัฐออนไลน์. สืบค้น 15 มีนาคม 2565, จาก http://www.siamrath.co.th/n/17238

Blumberg, B. C., Cooper, D. D. & Schindler, D. (2008). *Business research methods*. London: McGraw-Hill.

Cole,S., & scott. D. (2004). Examining the mediating role of expenence quality in a model of tourist experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 16*(1), 79-90.

Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization). (2016). *Gastronomy Tourism*. Bangkok: Office of the Prime Minister.

Du Rand, G.E., Heath, E. & Alberts, N. (2003). The Role of Local and Regional Food in Destination Marketing: A South African Situation Analysis. *Journal of Travel and Tourism Marketing, 14,* 37-112. Retrieved March 16, 2022, from https://doi.org/10.1300/J073v14n03_06

Heney, J. (1994). *Projects for the EFL classroom: Resource material for teachers*. Walton-on-Thames Surrey UK: Nelson.

Hug, S. (2019). *Soft-power, culturalism and developing economies: the case of Global Ibsen*. Palgrave Commun, 5(48), 1-9. Retrieved March 15, 2022, from https://doi.org/10.1057/s41599-019-0255-4.

International Culinary Tourism Association. (2006). *What is food tourism?*. Retrieved March 15, 2022, from http://www.worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism.

Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. PublicAffairs.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing, 16*(1), 12- 37.

U.S. News. (2016). U.S. News Best Countries. Retrieved March 15, 2022, from https://www.usnews.com/news/best-countries/Thailand.

World Health Organization. (2020). *Coronavirus disease Situation dashboard*. Retrieved March 16, 2022, from https://covid19.who.int/

บทความวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 18 กรกฎาคม 2565
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 1 สิงหาคม 2565
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 10 สิงหาคม 2565

คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา,[1*] *กฤติกา สายณะรัตร์ชัย*[2]
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว
คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ศรัญญา ศรีทอง[3] *และอุษณีย์ วัชรไพศาลกุล*[4]
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว
คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงานของการท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 ในด้านปัจจัยการขนส่งและปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้า และวิเคราะห์ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวและปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 385 คน โดยวิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของคอแครน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานของการท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 ด้านปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 3.80, S.D. = 0.522) และปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้า ($\overline{X}$ = 3.70, S.D. = 0.542) อยู่ในระดับดี ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวและปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยว (Beta = .314) และด้านความปลอดภัย (Beta = .283) มิติด้านระยะเวลา (Beta = .245) และมิติด้านอารมณ์ความรู้สึก (Beta = .201) และมิติด้านการลดความเคลือบแคลงระหว่างกัน (Beta = .132) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19

คำสำคัญ : ท่องเที่ยวรถไฟ การตัดสินใจท่องเที่ยว การขนส่งนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเนิบช้า โควิด-19

วิธีการอ้างอิง

คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา, กฤติกา สายณะรัตร์ชัย, ศรัญญา ศรีทองและอุษณีย์ วัชรไพศาลกุล. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 4*(2), 45 - 60.

[*] ผู้ประสานงานหลัก: komsit@g.swu.ac.th

Research Article

Factors Influencing Travel Decision-Making on Rail Tourism during the COVID-19 Pandemics

Received: July 18, 2022
Revised: August 1, 2022
Accepted: August 10, 2022

Komsit Kieanwatana[1]* *Krittika Saynaratchai*[2]
Assistant Professor of Tourism
Faculty of Environmental Culture and Ecotourism, Srinakharinwirot University

Saranya Srithong[3] *and Usanee Watcharaphaisankul*[4]
Lecturer of Tourism
Faculty of Environmental Culture and Ecotourism, Srinakharinwirot University

Abstract

The objectives of this research were to study rail tourism operation under COVID-19 circumstance in terms of transport and slow tourism factors and analyze the factors influencing decision-making on rail tourism during the COVID-19 pandemics. The sample consisted of 385 Thai tourists, which were calculated by Cochran sample size's formula, and a questionnaire was used to collect the data. The data were statistically analyzed by mean ($\overline{X}$), standard deviation (S.D.), and the multiple regression analysis with Enter method. Results showed that the operation of train tourism during the Covid-19 situation in terms of tourist transport factors ($\overline{X}$ = 3.80, S.D. = 0.522) and slow tourism factors ($\overline{X}$ = 3.70, S.D. = 0.542) was ranked at a good level. Tourist transport factors had a statistically significant influence on train travel decisions at .05. Tourist transport factors and slow tourism factors significantly and positively affected travel decision-making on rail tourism at the level of .05 in terms of customer care (Beta = .314), safety (Beta = .283), length (Beta = .245), emotion (Beta = .201), and contamination (Beta = .132).

Keywords: Rail tourism, Travel decision making, Tourist transportation, Slow tourism, Covid-19

Cite this article as:
Kieanwatana, K., Saynaratchai, K., Srithong, S. & Watcharaphaisankul, U. (2022). Factors Influencing Travel Decision-Making on Rail Tourism during the COVID-19 Pandemics. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 4(2), 45 - 60.

[1] Corresponding Author: komsit@g.swu.ac.th

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะนอกจากจะสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องอื่น ๆ อีกมากมาย ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปแบบเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร ธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจขนส่ง เป็นต้น

ธุรกิจขนส่งหรือการคมนาคมขนส่ง (Tourism Logistics) เป็นธุรกิจหนึ่งที่มีผลกระทบโดยตรงต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่ช่วยให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวไปได้อย่างกว้างขวาง และถือว่าเป็นธุรกิจหนึ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ซึ่งการมีระบบคมนาคมดีย่อมช่วยให้ผู้เยี่ยมเยือนเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกขึ้น ทั้งนี้ผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศย่อมเลือกที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีการคมนาคมสะดวกมากกว่าประเทศที่มีระบบการคมนาคมไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่สมบูรณ์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) จากความสำคัญของการคมนาคมขนส่งในฐานะที่เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ทำให้ทางภาครัฐบาลและภาคเอกชนหันมาให้ความสำคัญต่อการพัฒนา อีกทั้งยกระดับมาตรฐานต่าง ๆ หลากหลายด้านเพื่อรองรับต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งการขนส่งทางน้ำ ได้แก่ ท่าเรือ สะพานปลา การขนส่งทางอากาศ ได้แก่ สนามบิน และการขนส่งทางบก ได้แก่ สถานีขนส่งรถประจำทาง สถานีรถไฟ

การขนส่งทางรถไฟเป็นกิจการที่มีการลงทุนสูงมากในการสร้างสถานี เส้นทางวิ่ง หรือรางรถไฟ และยานพาหนะ คือ ขบวนรถไฟ โดยทั่วไปรัฐจะเป็นผู้ดำเนินการ ซึ่งจะดำเนินการให้บริการขนส่งผู้โดยสาร พร้อมให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ตู้นอน ตู้เสบียง (อาหารเครื่องดื่ม) และห้องสุขา เป็นต้น นอกจากนี้การขนส่งทางรถไฟยังมีบทบาทสำคัญในการขนส่งนักท่องเที่ยวมาตั้งแต่สมัยอดีต โดยองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.) ได้มีการจัดงานแสดงช้าง จังหวัดสุรินทร์ ปี พ.ศ. 2504 ได้จัดนำเที่ยวระยะทางไกลด้วยขบวนรถไฟพิเศษพานักท่องเที่ยวไปชมงานแสดงช้าง (สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม, 2565) ซึ่งได้รับความนิยมเป็นจำนวนมาก ต่อมาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีใหม่ไม่เร่งรีบ ภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวเนิบช้า (Slow Travel) เที่ยวรถไฟครึกครื้น เศรษฐกิจไทยคึกคัก ซึ่งเป็นการต่อยอดจากแคมเปญเที่ยวไทยครึกครื้น เศรษฐกิจไทยคึกคักและได้รับความร่วมมือของภาครัฐ ระหว่างการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เพื่อกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565) ปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวทางรถไฟยังคงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพราะความสะดวกปลอดภัย อัตราค่าโดยสารไม่สูงนัก ประกอบกับทัศนียภาพสองฟากทางรถไฟที่หลากหลายทั้งสถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้างกิจกรรมและธรรมชาติล้วนเป็นเสน่ห์ของการเดินทางโดยรถไฟ แต่จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอย่างมาก ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวหยุดชะงัก รวมถึงส่งผลกระทบต่อหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน การทางรถไฟแห่งประเทศไทยจึงได้เน้นย้ำให้สถานีรถไฟปฏิบัติตามมาตรการ COVID Free Setting คือ การทำความสะอาดในพื้นที่หรือจุดสัมผัสร่วมต่าง ๆ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการเดินทางจนเสร็จ

สิ้นการขนส่งผู้โดยสาร (ผู้จัดการออนไลน์, 2565) เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการ และส่งเสริมให้เดินทางท่องเที่ยวอย่างปลอดภัยจากโควิด

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานของการท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 เรื่อง ปัจจัยการขนส่งและปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้า เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวและปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปในสถานการณ์โควิด-19 กอรปกับเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

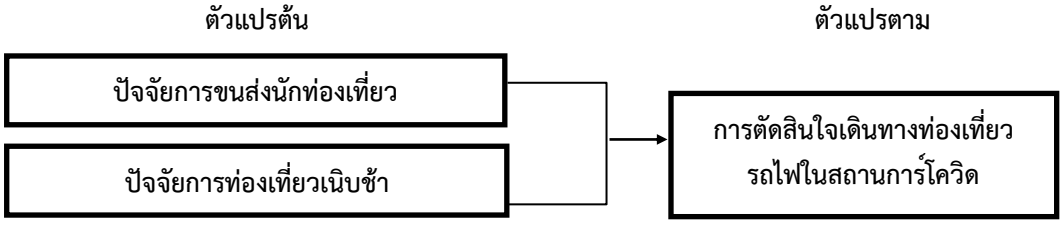
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของการท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 เรื่องปัจจัยการขนส่งและปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้า

2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวและปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ปัจจัยที่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 มีทั้งหมด 2 ปัจจัยที่ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยว (Lumsdon & Page, 2004) และปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้า (Dall'Aglio, Nazzaruolo & Zago, 2011) และตัวแปรตามคือ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 โดยสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังนี้



แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ปัจจัยการขนส่งสำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ว่าด้วยการเดินทางโดยสมัครใจของนักท่องเที่ยวจากที่อาศัยประจำไปยังแหล่งท่องเที่ยวเป็นการชั่วคราว โดยไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2560) โดยองค์ประกอบของการท่องเที่ยวจะประกอบด้วยทรัพยากรท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว การตลาดท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว การบริการท่องเที่ยว และการขนส่งสำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งกรอบแนวคิดของนักวิชาการที่ได้รับการยอมรับมากในยุโรป 2 ท่าน คือ Lumsdon & Page (2004) ได้กล่าวถึง โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวต้องมีการเริ่มต้นจากเรื่องของการขนส่งนักท่องเที่ยว ตลอดห่วงโซ่อุปทานที่เกื้อกูลต่อการขนส่งนักท่องเที่ยวเข้ามาไว้ด้วยอย่างบูรณาการ ซึ่งได้มีการเสนอกรอบแนวคิดใน

การวิเคราะห์การขนส่งนักท่องเที่ยวไว้ 8 ประการ ได้แก่ 1) สิ่งที่มีให้บริการ (Availability) คือ ประเภทของยานพาหนะที่มีให้บริการ เส้นทางที่เปิดให้บริการ ระดับชั้นของคุณภาพของบริการที่มีให้บริการ เช่น ชั้นหนึ่ง ชั้นสอง รวมทั้งบริการเสริม หรือลิฟท์สำหรับผู้พิการหรือผู้มีสัมภาระหนัก ตู้เก็บสัมภาระ (ล็อคเกอร์) และเครื่องมือสื่อสารในกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น 2) การเข้าถึง (Accessibility) ของผู้คนที่จะสามารถใช้บริการได้ การอำนวยความสะดวกให้ผู้คนมาใช้บริการได้ เช่น เวลาและสถานที่จำหน่ายตั๋ว ที่ตั้งของสถานีรถไฟ ที่ตั้งของป้ายรถเมล์ 3) การให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) ที่ถูกต้องแม่นยำและรวดเร็วเพื่อให้ผู้โดยสารไม่เกิดความสับสนในการเดินทางและสามารถวางแผนล่วงหน้าได้ รวมถึงการอำนวยความสะดวกให้ผู้โดยสารสามารถติดตามข่าวสารได้โดยง่าย ไม่ติดประกาศไว้ในที่ลึกลับเกินไป 4) เวลา (Time) ในการเดินรถหรือการให้บริการที่เหมาะสม ไม่ทิ้งช่วงนานเกินไปจนทำให้ผู้โดยสารรอนานมากเกินไปหรือบ่อยเกินไปจนไม่มีผู้โดยสาร ความรวดเร็วในการเดินทาง รวมทั้งความสามารถในการรักษาเวลา ตรงต่อเวลา 5) การเอาใจใส่นักท่องเที่ยว (Customer Care) โดยคำนึงถึงสวัสดิภาพของผู้โดยสาร เช่น ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของที่นั่ง ห้องน้ำ พื้น และที่เก็บสัมภาระ การบริการอาหารและเครื่องดื่มบนยานพาหนะ การมีสถานที่แยกสำหรับผู้สูบบุหรี่ การมีเจ้าหน้าที่ตรวจตราความสงบเรียบร้อยและรับเรื่องราวร้องทุกข์บนยานพาหนะ รวมทั้งการให้ส่วนลดสำหรับผู้ที่เดินทางเป็นประจำ 6) ความสะดวกสบาย (Comfort) ในการเอาใจใส่ในการจัดให้บริการอันสะดวกสบายแก่ผู้โดยสาร ทั้งด้านกายภาพ เช่น เบาะนั่ง ช่องว่างสำหรับการเหยียดเท้า การออกแบบห้องโดยสารให้เหมาะสำหรับสรีระของมนุษย์ การปรับอุณหภูมิและความชื้นในห้องโดยสารให้พอเหมาะ และความเงียบสงบในการเดินทาง เป็นต้น 7) ความปลอดภัย (Safety) ปราศจากอุบัติเหตุในการแล่นไปของยานพาหนะ รวมถึงไม่มีอุบัติเหตุในห้องโดยสาร ไม่มีการร่วงหล่นของสิ่งของสัมภาระมาโดนผู้โดยสาร การเตรียมอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัยในห้องโดยสาร และการมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลในกรณีฉุกเฉิน และ 8) ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmental Friendliness) คือ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น คาร์บอนไดออกไซด์ และคาร์บอนมอนน็อกไซด์ การไม่ใช้ก๊าซคลอรีนอันจะทำลายโอโซนในชั้นบรรยากาศ การไม่ปล่อยขยะและของเสียออกไปจากยานพาหนะโดยไม่ผ่านการบำบัด การใช้พลังงานทดแทน รวมทั้งการไม่ก่อให้เกิดเสียงดังรบกวนผู้คนที่อาศัยอยู่ระหว่างเส้นทางที่ยานพาหนะแล่นผ่านไป

ปัจจัยดังกล่าวข้างต้นเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มีให้บริการ รวมไปถึง การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ระยะเวลาที่ให้บริการ การเอาใจใส่นักท่องเที่ยว ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเป็นห่วงโซ่อุปทานที่เกื้อกูลต่อการขนส่งนักท่องเที่ยวที่ได้มีการรวมกันไว้อย่างบูรณาการ

2. ปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้า (Slow tourism) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าให้ความสำคัญกับเรื่องราวในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวโดยไม่คำนึงถึงเวลาที่ใช้ไปกับการท่องเที่ยวมากนัก แต่ใส่ใจในการเรียนรู้ การมีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมและสภาพสังคมหรือชุมชนของแหล่งท่องเที่ยวนั้น รายได้ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวจะกระจาย

ไปสู่ชุมชนผ่านกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้เข้าไปสัมผัสอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้ Dall'Aglio, Nazzaruolo & Zago (2011) ได้เสนอหลักการของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในมิติ C.A.S.T.L.E ประกอบด้วยหลากหลายมิติ ได้แก่ 1) มิติการลดความเคลือบแคลงระหว่างกัน (Contamination) จากการปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในขณะท่องเที่ยว ทั้งระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือน ผู้มาเยือนกับคนในท้องถิ่น แม้แต่ผู้มาเยือนกับผู้มาเยือนด้วยกันเอง 2) มิติการคงความเป็นของแท้ (Authenticity) ที่วัฒนธรรมท้องถิ่นต้องปราศจากการแต่งเติมจนเกินงาม ฉาบฉวย เพราะการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าเน้นการมีสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้มาเยือนที่ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างที่เป็นกับเจ้าบ้านที่เต็มใจต้อนรับคนแปลกหน้า 3) มิติความยั่งยืน (Sustainability) ด้วยการรักษาคุณค่าของป่าไม้ สิ่งแวดล้อม และสังคม การนำแนวคิดทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะการลงทุนและกำไรเข้าไปในท้องถิ่นจึงไม่อาจเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างผู้มาเยือน สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ และเจ้าของบ้านได้เลย 4) มิติด้านจังหวะเวลาที่เหมาะสม (Tempo) การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าต้องให้ความสำคัญต่อจังหวะเวลาในการพัฒนาที่ไม่เร่งรีบจนเกินไป ทั้งในด้านเจ้าของบ้านที่ต้องผ่านขั้นตอนการเรียนรู้ การวิเคราะห์ วางแผน การเตรียมความพร้อม การพัฒนาทรัพยากรบุคคล การจ้างงาน ฯลฯ ก่อนการจัดการท่องเที่ยว ขณะที่ต้องไม่ละเลยกระบวนการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยวในครั้งต่อไปให้ดียิ่งขึ้น 5) มิติด้านระยะเวลา (Length) เนื่องด้วยการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า ไม่ใช่เพียงการชิม ช้อป (Shop) แชท (Chat) และแชร์ (Share) ซึ่งเกิดขึ้นอย่างฉาบฉวย แต่ต้องอาศัยระยะเวลาเรียนรู้อย่างมีคุณค่าระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าของบ้าน และ 6) มิติด้านอารมณ์ความรู้สึก (Emotion) เนื่องจากการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าเน้นการสร้างความทรงจำ ประสบการณ์ ตลอดจนความรู้สึกดีที่มีต่อกัน ระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าของบ้าน ผู้มาเยือนกับคนในท้องถิ่น และระหว่างผู้มาเยือนด้วยกันเอง

ซึ่งทุกมิติล้วนมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow tourism) เพราะเป็นปัจจัยที่นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และเกิดการเรียนรู้ การมีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมและสภาพสังคมหรือชุมชนของแหล่งท่องเที่ยวนั้น

3. สถานการณ์การท่องเที่ยวไทยในวิกฤต COVID-19

โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เป็นโรคอุบัติใหม่ทางการแพทย์ที่มีการแพร่ระบาดใหญ่ไปทั่วประเทศทั่วภูมิภาคและทั่วโลก (Pandemic) ส่งผลให้จำนวนผู้ติดเชื้อทั่วโลกและภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว อีกทั้งไม่สามารถคาดการณ์การสิ้นสุดของเหตุการณ์ได้ โดยการระบาดเริ่มต้นขึ้นในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 ในนครอู่ฮั่น เมืองหลวงของมณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีน (World Health Organization, 2020) องค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้การระบาดนี้เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ ในวันที่ 30 มกราคม 2563 และประกาศให้เป็นโรคระบาดใหญ่ (Pandemic) ในวันที่ 11 มีนาคม 2563 ซึ่งการระบาดของโรคโควิด-19 นี้ ได้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพและชีวิตของประชาชนทั่วโลกจำนวนมาก และยังไม่นับรวมถึงมูลค่าความเสียหายทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทั่วโลก สำหรับประเทศไทยหลังจากการระบาดของโควิด-19 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในไตรมาส 1/2563 ลดลงร้อยละ 38.01 เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยคนไทย (โครงการไทยเที่ยวไทย) ที่หดตัวลงร้อยละ 30.77

(กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) อีกทั้ง การสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการท่องเที่ยวไตรมาส 1/2563 (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2565) พบว่า ภูมิภาคที่ได้รับผลกระทบจากไวรัสโครโรน่ามากที่สุดคือภาคตะวันออก รองลงมาคือ ภาคใต้และภาคเหนือตามลำดับ ธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 มากที่สุดคือสวนสนุกและธีมปาร์ค รองลงมาคือ บริษัททัวร์นำเที่ยวและธุรกิจขนส่งตามลำดับ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะแสดงให้เห็นถึงการแพร่ระบาดของโควิด-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทางด้านการขนส่งภายในประเทศ รวมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวและปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 เพื่อนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และผลกระทบที่เกิดขึ้นกับธุรกิจการขนส่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย บทบาทของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ต้องร่วมมือกันในการฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยให้เดินหน้าต่อไปได้ในฐานะกลไกหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวรถไฟด้วยขบวนรถไฟท่องเที่ยวในสถานการณ์โควิด-19 โดยมีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปเท่านั้น คณะผู้วิจัยได้กำหนดตัวอย่างโดยการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของคอแครน (Cochran, 1953) เนื่องจากว่าประชากรที่ศึกษานั้นไม่สามารถระบุจำนวนได้ จึงใช้สูตรนี้ในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดให้ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้อยู่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Z = 1.96 และระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่สามารถยอมรับได้ คือ ร้อยละ 5 พบว่า ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 คน คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ระหว่างวันที่ 15 มกราคม 2565 ถึงวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2565 โดยคณะผู้วิจัยทำการสุ่มเก็บแบบสอบถามโดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถาม โดยเฉลี่ยเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ทั้งนี้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำแบบสอบถามด้วยตนเอง และคณะผู้วิจัยจะเก็บแบบสอบถามหลังผู้ตอบแบบสอบถามได้ตอบเรียบร้อยแล้วหลังจากนั้นคณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม ลงรหัสข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ผล ทั้งนี้คณะผู้วิจัยแจกแบบสอบถามในการตอบทั้งสิ้น 385 ฉบับ ได้รับตอบกลับมา 385 ฉบับ คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 100

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีรายละเอียดการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ คณะผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามให้เหมาะสมกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์การวิจัย โดยพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา ด้วยวิธีการหาดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item

Objective Congruence: IOC) ซึ่งคณะผู้วิจัยได้กำหนดผู้เชี่ยวชาญพิจารณาการตรวจสอบทั้งหมด 5 ท่าน และกำหนดเกณฑ์ค่า IOC รายข้อตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2534 อ้างถึงใน ยุทธ ไกยวรรณ์, 2552) หลังจากนั้นคณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ใช้ทดลองมาตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการหาค่าความน่าเชื่อถือโดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบราค (Cronbach's Alpha Coefficient) คณะผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (Nunnally & Bernstein, 1994) เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ รายละเอียดดังตารางที่ 1 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ทดลองใช้ ผ่านกระบวนการปรับปรุงให้ถูกต้องและเหมาะสมจึงนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบราค (Cronbach's Alpha Coefficient)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบราค
ตัวแปรต้น	
1. ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยว	0.807
2. ปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้า	0.760
ตัวแปรตาม	
1. การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19	0.738

การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ด้านสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Science) คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และการหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) โดยการวิเคราะห์เพื่อทดสอบการส่งผลของตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวและปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้าที่มีต่อตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเดินทาง คณะผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19

ผลการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 63.12 อยู่ในช่วงอายุ 20-29 ปี จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 67.01 มี

สถานภาพโสด จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 82.60 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 73.77 เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 45.98 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 15,000 บาท จำนวน คน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 45.46

2. การศึกษาปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวและปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้าของการท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวและปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้าของการท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19

ตัวแปร	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยว	**3.80**	**0.522**	**ดี**
1. สิ่งที่มีให้บริการ	4.03	0.725	ดี
2. การเข้าถึง	4.11	0.784	ดี
3. ข้อมูลข่าวสาร	4.08	0.800	ดี
4. เวลา	3.85	0.857	ดี
5. การเอาใจใส่นักท่องเที่ยว	3.77	0.930	ดี
6. ความสะดวกสบาย	3.43	0.775	ดี
7. ความปลอดภัย	3.76	0.852	ดี
8. ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.38	1.032	พอใช้
ปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้า	**3.70**	**0.542**	**ดี**
1. มิติการลดความเคลือบแคลงระหว่างกัน	3.93	0.782	ดี
2. มิติการคงความเป็นของแท้	3.77	0.787	ดี
3. มิติความยั่งยืน	3.59	0.793	ดี
4. มิติด้านจังหวะเวลาที่เหมาะสม	3.78	0.893	ดี
5. มิติด้านระยะเวลา	3.56	0.939	ดี
6. มิติด้านอารมณ์ความรู้สึก	3.58	1.060	ดี

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของการท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 เรื่อง ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 3.80, S.D. = 0.522) และเมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่า มีข้อแตกต่างกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การเข้าถึงเป็นปัจจัยที่มีการดำเนินงานดีที่สุดอยู่ในระดับดี ($\overline{X}$= 4.11, S.D. = 0.784) และความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยที่มีการดำเนินงานด้อยที่สุดอยู่ในระดับพอใช้ ($\overline{X}$= 3.38, S.D. = 1.032) นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อการดำเนินงานของการท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19เรื่อง ปัจจัยการ

ท่องเที่ยวเนิบช้าโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\overline{X}$= 3.70, S.D. = 0.542) และเมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่า ทุกปัจจัยอยู่ในระดับดี โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า มิติการลดความเคลือบแคลงระหว่างกันเป็นปัจจัยที่มีการดำเนินงานดีที่สุด ($\overline{X}$= 3.93, S.D. = 0.542) และมิติด้านระยะเวลาเป็นปัจจัยที่มีการดำเนินงานด้อยที่สุด ($\overline{X}$= 3.56, S.D. = 0.939) ดังตารางที่ 1

3. การวิเคราะห์ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวและปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของตัวแปรปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19

ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยว	B	Std.Error	Beta	T	P	VIF
1. สิ่งที่มีให้บริการ	-.008	.063	-.007	-.135	.893	2.033
2. การเข้าถึง	.066	.061	.060	1.095	.274	2.692
3. ข้อมูลข่าวสาร	.096	.057	.089	1.674	.095	2.527
4. เวลา	-.003	.049	-.003	-.063	.950	2.163
5. การเอาใจใส่นักท่องเที่ยว	.293	.050	.314	5.866	.000*	3.505
6. ความสะดวกสบาย	.098	.056	.087	1.746	.082	2.153
7. ความปลอดภัย	.288	.054	.283	5.374	.000*	3.024
8. ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	-.038	.042	-.045	-.906	.365	-
คาคงท	.903	.286		3.155	.002*	22.310

Multiple R = 0.566[a] R Square = 0.320 Adjusted R square = 0.306 Std. Error = 0.723, *p < 0.05

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 เมื่อพิจารณาค่า Adjusted R Square พบว่า ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รวมร้อยละ 30.60 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 69.40 มาจากปัจจัยด้านอื่นๆ และเมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่า ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 เรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ ด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยว (Beta = .314) รองลงมาได้แก่ ด้านความปลอดภัย (Beta = .283) ดังตารางที่ 3

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 เมื่อพิจารณาค่า Adjusted R Square พบว่า ปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รวมร้อยละ 25.40 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 74.56 มาจากปัจจัยด้านอื่นๆ และเมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่า ปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 เรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ มิติด้านระยะเวลา (Beta = .245) รองลงมาได้แก่ มิติด้านอารมณ์ความรู้สึก (Beta = .201) และมิติการลดความเคลือบแคลงระหว่างกัน (Beta = .132) ตามลำดับ ดังตารางที่ 4

กล่าวโดยสรุป ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวและปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 1 และ 2

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของตัวแปรปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้าต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19

ปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้า	B	Std. Error	Beta	T	P	VIF
1. มิติการลดความเคลือบแคลงระหว่างกัน	.147	.051	.132	2.903	.004*	1.996
2. มิติการคงความเป็นของแท้	.004	.050	.003	.076	.939	2.197
3. มิติความยั่งยืน	.083	.056	.076	1.479	.140	2.424
4. มิติด้านจังหวะเวลาที่เหมาะสม	.071	.048	.074	1.504	.133	2.427
5. มิติด้านระยะเวลา	.227	.053	.245	4.255	.000*	4.178
6. มิติด้านอารมณ์ความรู้สึก	.164	.044	.201	3.690	.000*	-
ค่าคงที่	1.365	.297		4.594	.000*	14.259

Multiple R = 0.516[a] R Square = 0.266 Adjusted R square = 0.254 Std. Error = 0.749, *p < 0.05

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวและปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้าต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19

ตัวแปร	Sum of Squares	Mean Square	F	P
ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยว	92.654	11.582	22.141	.000*
ปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้า	77.005	12.834	22.848	.000*

อภิปรายผล

1. ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวและปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้าของการท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของการท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 ทั้งในเรื่องปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวและปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้าโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งคณะผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าทั้งสองปัจจัยนั้นมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของการท่องเที่ยวรถไฟ เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการท่องเที่ยวทางรถไฟสามารถนำไปใช้ในการวางแผนจัดการท่องเที่ยวภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยทั้งปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวทั้งในเรื่องการเข้าถึงที่สะดวกสบาย การให้ข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วน สิ่งที่มีให้บริการเพียงพอต่อความต้องการ เวลาในการรอรับบริการไม่นานเกินไป การดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยว ความปลอดภัยในการเดินทาง และความสะดวกสบายในการเข้าใช้บริการล้วนเป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้าทั้งในมิติการลดความเคลือบแคลงระหว่างกันระหว่างเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยว มิติจังหวะเวลาที่เหมาะสมใน

การเดินทางท่องเที่ยว มิติการคงความเป็นของแท้ดั้งเดิมของท้องถิ่น มิติความยั่งยืนของความสัมพันธ์และทรัพยากรการท่องเที่ยว มิติด้านอารมณ์ความรู้สึกที่ดี และประสบการณ์ที่ดีที่ได้รับจากการเดินทาง และมิติด้านระยะเวลาในการเรียนรู้ร่วมกันอย่างมีคุณค่า ก็ล้วนเป็นเรื่องที่สำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่เจน Y และเจน Z ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในโลกปัจจุบันได้รวดเร็ว สะดวกสบายผ่านทางช่องทางออนไลน์ ทั้งยังมีความทันสมัยต่อข้อมูลเทคโนโลยี มีความสามารถในการปรับตัวได้ดี มีเวลา เป็นกลุ่มที่พร้อมเปิดโลกทัศน์ใหม่ๆ และชอบค้นหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และมีคุณค่า พร้อมต่อการเรียนรู้ ซึ่งทำให้คนกลุ่มนี้เลือกค้นหารูปแบบการเดินทางใหม่ๆ และให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านต่างๆ รอบตัวมากขึ้น (กรุงเทพธุรกิจ, 2564) โดยยิ่งถ้าระบบการคมนาคมขนส่งสามารถจัดการได้ดี ให้ความสำคัญและให้การพัฒนากับทุกๆ ปัจจัยและมิติในการให้บริการก็ย่อมสามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวทางรถไฟได้มากยิ่งขึ้น และการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวจะต้องครอบคลุมตั้งแต่การขนส่งผู้โดยสารที่สะดวกสบาย การให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการเดินทาง เวลาการให้บริการที่รวดเร็ว ตรงต่อเวลา ความเอาใจใส่นักท่องเที่ยว ความปลอดภัยในการเดินทาง เพื่อให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจสูงสุด (Lumsdon and Page, 2004; จุไรรัตน์ วงศ์เดือน และชิตพงษ์ อัยสานนท์, 2562) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวัชระ ยี่สุ่นเทศ, ทศพร มะหะหมัด และเยาวลักษณ์ แซ่เลี่ยง (2562) ที่พบว่าปัจจัยการขนส่งทั้งในเรื่องสิ่งที่มีให้บริการ การเข้าถึง ข้อมูลข่าวสาร เวลา การเอาใจใส่การให้บริการ ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในทุกปัจจัย และทุกๆ ปัจจัยล้วนมีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว

2. การวิเคราะห์ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวและปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 พบว่า

2.1 ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 มากที่สุด คือ ด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยว และด้านความปลอดภัย ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการที่ระบบการคมนาคมขนส่งจะสามารถดึงดูดใจให้คนตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้นั้นก็ควรที่จะมีการให้บริการที่ดี มีการดูแลเอาใจใส่ผู้โดยสารและนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังควรมีความปลอดภัยเพื่อสร้างความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยว รวมไปถึงควรมีความสะดวกสบายทั้งในการใช้บริการและการเข้าถึงบริการ สิ่งที่มีให้บริการและข้อมูลข่าวสารมีความเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงช่วงเวลารอคอยในการใช้บริการไม่นานจนเกินไป และควรมีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งทุกปัจจัยก็ล้วนเป็นเรื่องที่สำคัญที่ดึงดูดใจและส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ควรมีการประสานงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ เช่น กรมการท่องเที่ยว การรถไฟแห่งประเทศไทยและตำรวจท่องเที่ยว เพื่อร่วมกันอบรมให้ความรู้ส่งเสริมทักษะด้านการบริการให้บุคคลากรทุกฝ่าย และกำหนดนโยบายในการกำกับดูแลป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 การรักษาความสะอาด การฆ่าเชื้อโรคของอุปกรณ์ต่าง ๆ บนรถไฟตลอดระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยว และปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวในระหว่างเดินทางอย่างเข็มงวดเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางท่องเที่ยวทางรถไฟ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวัชระ ยี่สุ่นเทศ, ทศพร มะหะหมัด และเยาวลักษณ์ แซ่เลี่ยง (2562) ที่พบว่า สิ่งที่มีให้บริการ การเข้าถึง ข้อมูล

ข่าวสาร เวลา การเอาใจใส่การให้บริการ ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทั้งหมดและมีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของศุศราภรณ์ แต่งตั้งลำ และอริยา พงษ์พานิช (2564) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแบบปรกติใหม่คือเรื่องความปลอดภัย โดยนักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยในการเดินทางมากที่สุด ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรียา แก้วชู (2564) ที่พบว่า ทั้งความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและเป็นปัจจัยผลักดันทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวหลังการแพร่ระบาดโควิด-19

2.2 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รวมร้อยละ 25.44 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 74.56 มาจากปัจจัยด้านอื่นๆ โดยปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้าที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 มากที่สุด คือ มิติด้านระยะเวลา มิติด้านอารมณ์ความรู้สึก และมิติการลดความเคลือบแคลงระหว่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้าทั้งในมิติด้านจังหวะระยะเวลาที่เหมาะสมในการพัฒนากิจกรรมและการท่องเที่ยว มิติด้านอารมณ์ความรู้สึกที่ช่วยสร้างความรู้สึกที่ดี ความผ่อนคลาย ความทรงจำที่ดี และประสบการณ์การเรียนรู้ที่ดีและแปลกใหม่ มิติด้านระยะเวลาเรียนรู้ร่วมกันอย่างมีคุณค่า มิติการลดความเคลือบแคลงระหว่างเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวด้วยกัน รวมถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน มิติการคงความเป็นของแท้ของท้องถิ่น รวมไปถึงมิติของความยั่งยืนของความสัมพันธ์ ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว (บุณยสฤษฎ์ อเนกสุข, 2560) ซึ่งล้วนเป็นมิติที่สำคัญที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ และชุมชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ควรร่วมมือกันสร้างสรรค์กิจกรรมที่เปิดโอกาสให้เจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวได้ใช้ระยะเวลาเรียนรู้ซึ่งกันและกันอย่างลึกซึ้ง ผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวการท่องเที่ยวที่เน้นสร้างประสบการณ์เฉพาะถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือนเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุบัญชา ศรีสง่า และสมยศ วัฒนากมลชัย (2564) ที่พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจการท่องเที่ยวแบบเนิบช้ามีความสัมพันธ์ทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าของนักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจากนักท่องเที่ยวอาจมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว คือ สภาวะทางอารมณ์ที่ต้องการผ่อนคลายทางกายและจิตใจ ปล่อยเวลาให้กลมกลืนไปกับสภาพแวดล้อมอันเรียบง่ายและเนิบช้า เพื่อสร้างประสบการณ์เรียนรู้และประสบการณ์ชีวิตที่แปลกใหม่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการวิจัย นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของการท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 ในเรื่องปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยว ด้านความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในระดับพอใช้ ดังนั้น รัฐบาล กระทรวงคมนาคม และการรถไฟแห่งประเทศไทย ควรมุ่งเน้นในการกำหนดนโยบายและส่งเสริมการลงทุนพัฒนาระบบการขนส่งและโครงข่ายการขนส่งโดยรถไฟด้วยพลังงานสะอาดและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีในสายตานักท่องเที่ยว เพิ่มพูนประโยชน์ส่วนรวมของ

ประชาชนและประเทศ และตอบสนองเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)

2. จากผลการวิจัย ปัจจัยการขนส่งนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 มากที่สุด คือ ด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยว และด้านความปลอดภัย ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ เช่น กรมการท่องเที่ยว การรถไฟแห่งประเทศไทยและตำรวจท่องเที่ยว ควรบูรณาการการทำงานร่วมกันเพื่ออบรมให้ความรู้ส่งเสริมทักษะด้านการบริการให้บุคคลากร เจ้าหน้าที่ภาครัฐหรือในกำกับของรัฐ เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการบนรถไฟ และผู้ประกอบการนำแนวคิดด้านจิตวิทยาการบริการ การเอาใจใส่และสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียม และมีนโยบายในการกำกับดูแล รักษาความสะอาด การฆ่าเชื้อโรคของอุปกรณ์ต่าง ๆ บนรถไฟ การให้บริการแอลกอฮอล์ล้างมือหน้าห้องน้ำ หรือ บริเวณประตูทางออกของรถไฟ รวมทั้งการขอความร่วมมือในการรักษาระยะห่างในระหว่างเดินทางของนักท่องเที่ยว เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรคโควิด-19 อีกทั้งมาตรการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวในระหว่างเดินทาง

3. จากผลการวิจัย ปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด-19 ได้แก่ มิติด้านระยะเวลา มิติด้านอารมณ์ความรู้สึก และมิติการลดความเคลือบแคลงระหว่างกัน ดังนั้น การรถไฟแห่งประเทศไทยและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรส่งเสริมการจัดเส้นทางท่องเที่ยวทางรถไฟที่ประกอบด้วยกิจกรรมท่องเที่ยว ที่มีการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ และชุมชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เพื่อร่วมกันสร้างสรรค์กิจกรรมที่เปิดโอกาสให้เจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวได้ใช้ระยะเวลาเรียนรู้ซึ่งกันและกันอย่างลึกซึ้ง ผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวของเส้นทางท่องเที่ยวที่เสริมสร้างคุณค่า ประสบการณ์เฉพาะถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์และแปลกใหม่แก่นักท่องเที่ยว สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน และสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวผ่านการร่วมรับผิดชอบและกระจายผลประโยชน์ของทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรม เพื่อลดความเคลือบแคลงระหว่างกัน

4. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน โดยเฉพาะการรถไฟแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงคมนาคมควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งของประเทศไทยทั้งระบบ เพื่อให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เลือกเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลาย และตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากงานวิจัยนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จึงขอเสนอแนะให้นักวิจัยที่สนใจศึกษาในประเด็นนี้ ทำการการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติซึ่งอาจมีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทย และต้องการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกัน

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟกับระบบคมนาคมขนส่งในรูปแบบอื่น ๆ ซึ่งอาจมีความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการตลาดมากกว่าการท่องเที่ยวทางรถไฟ เพื่อนำผลการศึกษามาปรับกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวทางรถไฟให้แปลกใหม่และน่าดึงดูดใจ

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *โครงการพัฒนาระบบและจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว.* สืบค้น 4 พฤษภาคม 2561, จาก https://secretary.mots.go.th

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว.* สืบค้น 10 กรกฎาคม 2565, จาก https://www.mots.go.th/news/category/609

กรุงเทพธุรกิจ. (2564). *ส่องเทรนด์ผู้บริโภค "Gen Y" และ "Gen Z" ที่แบรนด์ไทยต้องรู้. "*. สืบค้น 21 กรกฎาคม 2565, จาก https://www.bangkokbiznews.com/business/973746

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2565). *Amazing Thailand*. สืบค้น 27 มิถุนายน 2565, จาก https://www.tatnewsthai.org/index.php

จุไรรัตน์ วงศ์เดือน และชิตพงษ์ อัยสานนท์. (2562). การจัดการประสิทธิภาพการขนส่งทางราง: กรณีศึกษาเส้นทางกรุงเทพฯ – เชียงใหม่. *วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชื่น, 1*(2), 52 – 63.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2560). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บุณยสฤษฎ์ อเนกสุข. (2560). การท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow travel): นิยามและแนวคิด. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 8*(1), 26 – 47.

ผู้จัดการออนไลน์. (2565). *เปิดแนวทางท่องเที่ยวด้วย "รถไฟ" แบบปลอดภัยจาก "โควิด"*. สืบค้น 9 เมษายน 2565, จาก https://mgronline.com/qol/detail/9650000034484

พัชรียา แก้วชู. (2564). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19*. สืบค้น 10 กรกฎาคม 2565, จาก https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt15-1/6114993619.pdf

ยุทธ ไกยวรรณ์. (2552). *ออกแบบเครื่องมือวิจัย*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.

วัชระ ยี่สุ่นเทศ, ทศพร มะหะหมัด และเยาวลักษณ์ แซ่เลี่ยง. (2562). ปัจจัยการขนส่งสำหรับการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 2*(2), 1 – 11.

ศุศราภรณ์ แต่งตั้งลำ และอริยา พงษ์พานิช. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 4*(1), 12 – 24.

สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม. (2565). *การรถไฟแห่งประเทศไทย*. สืบค้น 10 กรกฎาคม 2565, จาก https://www.mot.go.th/about.html?id=13

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2565). *สถานการณ์การท่องเที่ยวในวิกฤต COVID-19*. สืบค้น 10 กรกฎาคม 2565, จาก https://www.cea.or.th/th/single-research/cultural-heritage-tourism-industry-covid-19

สุบัญชา ศรีสง่า และสมยศ วัฒนากมลชัย. (2564). โมเดลเชิงสาเหตุของความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวแบบเนิบช้าซ้ำโดยมีพฤติกรรมเป็นตัวแปรส่งผ่าน. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 16*(1), 56-66.

Cochran, W. G. (1953). *Sampling techniques.* New York: John Wiley & Sons.

Dall'Aglio, S., Nazzaruolo, A., & Zago, M. (2011). *Guide lines for the development of the Slow Tourism project*. Retrieved October 20, 2014, from http://www.slow-tourism.net/contentsite/images/WP_2-3_Slides_English.pdf.

Lumsdon, L. & Page, S. J. (2004). *Tourism and Transport: Issues and Agenda for the* New Millennium. London: Elsevier.

Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.

World Health Organization. (2020). *Coronavirus disease (COVID-2019) situation reports.* Geneva: World Health Organization.

บทความวิจัย

การประเมินผลและแนวทางส่งเสริมความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาพื้นที่ 10 จังหวัดของสำนักทางหลวงชนบทที่ 8 และ 10

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 1 มิถุนายน 2565
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 13 สิงหาคม 2565
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 19 สิงหาคม 2565

ปรัชญา สังข์สมบูรณ์[1*]
หัวหน้าโครงการและกรรมการผู้จัดการ บริษัท พลัส สตรอง จำกัด

จิระ บุรีคำ[2]
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำคณะบัญชีและธุรกิจดิจิทัล มหาวิทยาลัยพายัพ

จีรพงษ์ มหนิธิวงศ์[3]
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการประเมินการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภายใต้การสนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจและประเมินการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนน 2) รวบรวมอุปสรรคปัญหา และ วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมฯขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่ดูแลทางหลวงท้องถิ่น และ 3) นำเสนอแนวทางการแก้ไขปรับปรุงสำหรับผู้มีส่วนร่วม ในลักษณะข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยมุ่งเน้นในด้านมาตรฐานวิศวกรรมความปลอดภัย การตรวจสอบความปลอดภัยทางถนนและการแก้ไขจุดเสี่ยง ในพื้นที่ศึกษา 10 จังหวัดภาคเหนือ ภายใต้การดูแลของสำนักทางหลวงชนบทที่ 8 และ สำนักทางหลวงชนบทที่ 10 โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 267 แห่ง และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารและผู้อำนวยการกองช่าง 23 แห่ง ประเมิน และวิเคราะห์ประสิทธิภาพการดำเนินงานด้วยแบบจำลองเส้นห่อหุ้ม เพื่อกำหนดปัจจัย จำแนกกลุ่ม และจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย ขับเคลื่อนให้มีการส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมด้านความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อไป

คำสำคัญ: ความปลอดภัยทางถนน ทางหลวงท้องถิ่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรมทางหลวงชนบท แบบจำลองเส้นห่อหุ้ม

วิธีการอ้างอิง

ปรัชญา สังข์สมบูรณ์, จิระ บุรีคำ และจีรพงษ์ มหนิธิวงศ์. (2565). การประเมินผลและแนวทางส่งเสริมความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาพื้นที่ 10 จังหวัดของสำนักทางหลวงชนบทที่ 8 และ 10. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 4*(2), 61-76.

[*] ผู้ประสานงานหลัก: Jiraphong.m@psru.ac.th

Research Article

Evaluation and Guidelines of Local Road Safety Actions under the Local Administrative Organizations: A Case Study of the 10 Provinces under the Bureau of Rural Roads 8 and 10

Received: June 1, 2022
Revised: August 13, 2022
Accepted: August 19, 2022

Praj-ya Sungsomboon[1*]
Managing Director Plus Strong Co., Ltd.

Chira Bureecam[2]
Assistant Professor Dr. of Faculty of Accountancy, Economics and Finance, Payap University

Jiraphong Mahanithiwong[3]
Assistant Professor Dr. of Human Resource Management,
Faculty of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University

Abstract

This article is a part of the Local Road Safety Actions under the Local Administrative Organizations, granted by Thai Health Promotion Foundation, aiming at investigating and evaluating the road safety activities, examining problems and factors affecting the operations of the organizations to look after the local roads, and proposing the guidelines for improving the operations as policies focusing on the standards of road safety engineering and monitoring and repairing the roads with risk points for safety in 10 provinces under the Bureau of Rural Roads 8 and 10 in the north of Thailand. The data were collected by using a questionnaire from 267 local administrative organizations and an in-depth interview with 23 administrators and directors of divisions of public works. The data were analyzed and evaluated for performance using Data Envelopment Analysis (DEA) for determining factors, identifying groups, and developing a strategic proposal for improvement.

Keywords: Road Safety, Local Road, Local Government Administration, Department of Rural Road

Cite this article as:

Sungsomboon, P., Bureecam, C. & Mahanithiwong, J. (2022). Evaluation and Guidelines of Local Road Safety Actions under the Local Administrative Organizations: A Case Study of the 10 Provinces under the Bureau of Rural Roads 8 and 10. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University, 4*(2), 61-76.

[*] Corresponding Author: Jiraphong.m@psru.ac.th

บทนำ

ความสูญเสียจากอุบัติเหตุทางถนนนับเป็นความสูญเสียใหญ่หลวงของประเทศไทย ที่ต้องได้รับการแก้ไขจากทุกภาคส่วน เพื่อลดปัจจัยเสี่ยงทั้ง คน รถ และถนน มีรายงานจากการศึกษาโดยหน่วยงานต่างๆ ต่างเห็นพ้องกันว่า ปัจจัยด้านคน เป็นสาเหตุหลักที่ก่อให้เกิดอุบัติเหตุทางถนน แต่ปัจจัยด้านรถ และ ถนน เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยลดการสูญเสียจากอุบัติเหตุเหล่านั้นได้ นอกจากนี้ จากรายงานการเกิดอุบัติเหตุในช่วงเวลาที่ผ่านมาของหน่วยงานต่างๆ ระบุสอดคล้องกันถึงอัตราการเกิดอุบัติเหตุในถนนสายรองที่มีสูงกว่าอัตราการเกิดอุบัติเหตุบนถนนสายหลักอย่างมีนัยสำคัญ (กรมทางหลวงชนบท, 2554) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงเริ่มให้ความสำคัญในปัจจัยด้านถนนปลอดภัย โดยพยายามหาสาเหตุเพื่อการลดอุบัติเหตุและความสูญเสียบนถนนสายรอง หรือทางหลวงท้องถิ่น มากขึ้น

กระทรวงคมนาคมที่รับผิดชอบงานถนนของประเทศ ได้ยกระดับความปลอดภัยทางถนนเป็นยุทธศาสตร์หลักที่สำคัญ โดยมีหน่วยงานรองรับได้แก่กรมทางหลวง (ทล.) กรมทางหลวงชนบท (ทช.) กรมการขนส่งทางบก (ขบ.) และ สำนักงานนโยบายและแผนการจราจรและขนส่ง (สนข.) โดยเฉพาะในส่วนของกรมทางหลวงชนบทซึ่งได้การถ่ายโอนภารกิจด้านงานทางส่วนใหญ่ไปให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตามพระราชบัญญัติการกระจายอำนาจสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 แล้วนั้น ยังมีบทบาทหน้าที่ในการเป็นพี่เลี้ยงให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายที่จะให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สามารถปฏิบัติภารกิจด้านงานทางได้อย่างมีมาตรฐาน ถูกต้องและปลอดภัยตามหลักวิศวกรรม (ทวีป ชัยสมภพ, ทรงชัย ทองปาน, จิระ บุรีคำ, ปรัชญา สังข์สมบูรณ์ และองอาจ หุดากร, 2551) นอกจากนี้แล้วกรมทางหลวงชนบทยังได้พัฒนาและปรับปรุงระบบสนับสนุนต่างๆ อาทิ ระบบบริหารงานวิศวกรรมความปลอดภัยทางถนน (Safety Management System: SMS) เพื่อรองรับงานตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน (Road Safety Audit: RSA) ทั้งในส่วนของทางหลวงชนบท และทางหลวงท้องถิ่นที่ได้ถ่ายโอนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดูแลอีกด้วย อย่างไรก็ดียังพบว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลทางหลวงท้องถิ่นบางส่วน ยังมิได้ดำเนินกิจกรรมด้านความปลอดภัยทางถนนอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ ในขณะที่หน่วยงานพี่เลี้ยงต่างๆ ก็ยังไม่มีกลไกที่จะเข้าไปกำกับการทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เหล่านั้นได้ (กรมทางหลวงชนบท, 2554)

จากประเด็นข้างต้น คณะกรรมการศูนย์อำนวยการความปลอดภัยทางถนน ได้เล็งเห็นช่องว่างของกลไกที่จะขับเคลื่อนการลดอุบัติเหตุทางถนน จึงได้กำหนดให้ การยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยของทางหลวงท้องถิ่นให้เทียบเท่ากับมาตรฐานทางหลวงของประเทศ เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์หลัก ตามแผนแม่บทความปลอดภัยทางถนน พ.ศ.2556-2559 (ทวีศักดิ์ แตะกระโทก และคณะ, 2556) โดยจะต้องมีการศึกษาถึงสถานการณ์ด้านการจัดการความปลอดภัยของทางหลวงท้องถิ่น เพื่อระบุปัญหาอุปสรรค และปัจจัยสนับสนุนที่จำเป็นสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดกลไกขับเคลื่อนกิจกรรมด้านความปลอดภัยของทางหลวงท้องถิ่น อันเป็นที่มาของโครงการประเมินประสิทธิภาพการจัดการระบบบริหารงานวิศวกรรมความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในครั้งนี้

วัตถุประสงค์การศึกษา

1) สำรวจและประเมินการดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ดูแลทางหลวงท้องถิ่นโดยมุ่งเน้นในด้านมาตรฐานวิศวกรรมความปลอดภัย การตรวจสอบความปลอดภัยทางถนนและการแก้ไขจุดเสี่ยง

2) ศึกษาอุปสรรค ปัญหา และ ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่ดูแลทางหลวงท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นในด้านมาตรฐานวิศวกรรมความปลอดภัย การตรวจสอบความปลอดภัยทางถนนและการแก้ไขจุดเสี่ยง

3) นำเสนอแนวทางการแก้ไขปรับปรุงสำหรับผู้มีส่วนร่วม ในลักษณะข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อขับเคลื่อนให้มีการส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมด้านความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างจริงจัง

ขอบเขตการศึกษา ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษาตามเกณฑ์พื้นที่การบริหารงานของกรมทางหลวงชนบทโดยได้กำหนดประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิจัยดังนี้

1) พื้นที่สำนักทางหลวงชนบทที่ 8 (นครสวรรค์) ประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดพิจิตร จังหวัดตาก และ จังหวัดกำแพงเพชร มีจำนวนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ 463 แห่ง และ 2) พื้นที่สำนักทางหลวงชนบทที่ 10 (เชียงใหม่) ประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน จังหวัดแม่ฮ่องสอน และจังหวัดแพร่ มีจำนวนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ 502 แห่ง รวมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ทั้งหมด 965แห่ง

กลุ่มตัวอย่างในส่วนของการวิเคราะห์เชิงปริมาณใช้การสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น โดยใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่าง (n) ของทาโร ยามาเน (Yamane, 1973) จำนวนประชากรที่จะทำการวิจัยมีทั้งหมด 965 แห่ง กำหนดให้มีความผิดพลาดที่ 10% ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณได้คือ 91 ตัวอย่าง แต่เพื่อให้เกิดความแม่นยำและความเที่ยงตรง รวมทั้งลดความคลาดเคลื่อนที่อาจเกิดจากการรวบรวม ตัวอย่างทั้งสิ้นในการวิจัยครั้งนี้จึงกำหนดขนาดตัวอย่างของการวิจัยที่จำนวน 267 ตัวอย่าง

วิธีดำเนินการวิจัย

มีขั้นตอนการดำเนินการศึกษาดังต่อไปนี้

1) การศึกษาและรวบรวมข้อมูลสภาพทั่วไปขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยเฉพาะในพื้นที่สำนักทางหลวงชนบทที่ 8 และสำนักทางหลวงชนบทที่ 10 รวมถึงหน่วยงานอื่นๆ เช่น กรมทางหลวงชนบท (ทช.) สำนักกองทุนและสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เพื่อรวบรวมข้อมูลความปลอดภัยทางถนนและการถ่ายโอนภารกิจถนน รวมทั้งรายงานวิจัยเกี่ยวกับความปลอดภัยทางถนน

2) ออกแบบ และการทดสอบแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก การเก็บรวบรวมข้อมูลการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนและการถ่ายโอนภารกิจถนนของกรมทางหลวงชนบท และ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3) การเก็บรวบรวมข้อมูลและการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการส่งแบบสำรวจไปยังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในพื้นที่สำนักทางหลวงชนบทที่ 8 และสำนักทางหลวงชนบทที่ 10 จำนวน 267 แห่ง และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารและผู้อำนวยการกองช่าง จำนวน 23 แห่ง เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึก

4) การวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลจากแบบสำรวจ เพื่อประเมินผลระดับความมีประสิทธิภาพการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวกับความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นโดยใช้แบบจำลองเส้นห่อหุ้ม (Data Environment Analysis: DEA) เป็นหลักในการประเมินโดยพิจารณาระดับความมีประสิทธิภาพหรือผลผลิต (Output) จากปัจจัยนำเข้า (Input) และสอบทานความสอดคล้องต้องกันกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

5) การสัมมนากลุ่มย่อยเพื่อนำเสนอผลการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น และรับฟังความคิดเห็น โดยได้เชิญบุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้าร่วมสัมมนาเพื่อระดมความคิดเห็น และรับฟังปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนน โดยจัดเวทีสัมมนา 4 แห่ง คือ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำปาง จังหวัดตาก และจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อให้ครอบคลุมกับพื้นที่รับผิดชอบของสำนักทางหลวงชนบทที่ 8 และสำนักทางหลวงชนบทที่ 10

6) สังเคราะห์ข้อมูลและข้อคิดเห็นจากเวทีสัมมนากลุ่มย่อย เพื่อร่างกรอบแนวทางเพื่อพัฒนาการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

7) การสัมมนารวมอีกครั้งเพื่อนำเสนอแนวทางเพื่อพัฒนาการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรวมไปถึงข้อเสนอเชิงนโยบายที่ได้จากการศึกษา และรับฟังความคิดเห็น โดยแบ่งเป็น 2 ครั้ง ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดนครสวรรค์

8) จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

ผลการวิจัย

1. การประเมินการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนของอปท.

การดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนของ อปท. ยังมีความแตกต่างกันตามขนาดโดยท้องถิ่นขนาดใหญ่เช่นเทศบาลนครและเทศบาลเมืองมีการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าท้องถิ่นขนาดเล็กและเมื่อพิจารณาถึงการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนในปัจจุบันทั้งการดำเนินการยับยั้งจราจร การสอบสวนอุบัติเหตุและกิจกรรมในการสร้างความปลอดภัย อื่นๆ ก็พบว่าท้องถิ่นขนาดใหญ่เช่นเทศบาลนครและเทศบาลเมืองมีการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าท้องถิ่นขนาดเล็ก

ตารางที่ 1 การดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนจำแนกตามขนาดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

การดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนน	อปท.		
	ทน./ทม. (ร้อยละ)	ทต. (ร้อยละ)	อบต. (ร้อยละ)
1. การดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนที่ผ่านมาในอดีต	62	32	42
2. การตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน	37	55	42
3. การยับยั้งจราจรอาทิ การติดตั้งป้ายเตือน ไฟเตือน ลูกระนาด กระจกโค้ง	65	50	35
4. การสอบสวนอุบัติเหตุ	30	25	20
5. กิจกรรมในการสร้างความปลอดภัย อื่นๆ อาทิ การแก้ไขจุดเสี่ยง การจัดกิจกรรมให้ความรู้	55	35	30

การประเมินผลระดับความมีประสิทธิภาพการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวกับความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นโดยใช้แบบจำลองเส้นห่อหุ้ม (Data Environment Analysis: DEA) เป็นหลักในการประเมินโดยพิจารณาระดับความมีประสิทธิภาพหรือผลผลิต (Output) ที่ถูกกำหนดโดยทรัพยากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือปัจจัยนำเข้า (Input) ที่ก่อให้เกิดผลผลิตสูงสุด (Input Orientation) โดยกำหนดแบบจำลองปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กำหนดปัจจัยด้านผลผลิตกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนที่ดำเนินการ (รายการ) โดยพิจารณาจากกิจกรรมที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดำเนินการ 4 ด้าน คือ การตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน (Road Safety Audit) การยับยั้งจราจร (Traffic Calming) การสืบสวนอุบัติเหตุ (Accident Investigation) และกิจกรรมอื่นๆ (จิระ บุรีคำ, ชัยนันท์ ใจวังเย็น และทักษิณ บุญต่อ, 2553)

เกณฑ์การใช้แบบจำลอง DEA ประเมินความมีประสิทธิภาพ ในการศึกษาครั้งนี้ได้จำแนกระดับค่าประสิทธิภาพออกเป็น 5 ระดับ โดยอ้างอิงจากเกณฑ์การตัดเกรดการวัดสัมฤทธิ์ผลทางการศึกษาโดยทั่วไป คือ ระดับประสิทธิภาพสูงมาก ระดับประสิทธิภาพสูง ระดับประสิทธิภาพปานกลาง ระดับประสิทธิภาพต่ำ และระดับประสิทธิภาพต่ำมาก (จิระ บุรีคำ, ชัยนันท์ ใจวังเย็น และทักษิณ บุญต่อ, 2553)

การกำหนดแบบการวิเคราะห์เส้นห่อหุ้ม(DEA) ได้กำหนดเป็น 3 แบบจำลองย่อย ได้แก่

แบบจำลองที่ 1 เป็นการพิจารณาการใช้ปัจจัยนำเข้า คือ จำนวนบุคลากรส่วน/ฝ่ายโยธาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (คน) ต่อปัจจัยผลผลิต คือ กิจกรรมความปลอดภัยทางถนนที่ดำเนินการ (รายการ) พบว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพสูงมากในการตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน (ร้อยละ 0.43) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพสูงในการตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน (ร้อยละ 0.43) และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพต่ำในการตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน (ร้อยละ 0.43) ส่วนที่เหลือเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพต่ำมากในการตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน (ร้อยละ 98.71)

แบบจำลองที่สองเป็นการใช้ปัจจัยนำเข้า คือ จำนวนบุคลากรส่วน/ฝ่ายโยธาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (คน) และรายการเครื่องจักรอุปกรณ์ในการบำรุงรักษาปกติขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (รายการ)ต่อปัจจัยผลผลิต คือ กิจกรรมความปลอดภัยทางถนนที่ดำเนินการ (รายการ) พบว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพสูงมากในการตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน (ร้อยละ 0.44) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพสูงในการตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน (ร้อยละ 0.44) และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพต่ำในการตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน (ร้อยละ 0.44) ส่วนที่เหลือเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพต่ำมากในการตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน (ร้อยละ 98.68)

ตารางที่ 3 การประเมินประสิทธิภาพการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เส้นห่อหุ้ม (DEA)

ประสิทธิภาพ	แบบจำลองที่ 1		แบบจำลองที่ 2		แบบจำลองที่ 3	
	จำนวน (อปท.)	ร้อยละ	จำนวน (อปท.)	ร้อยละ	จำนวน (อปท.)	ร้อยละ
สูงมาก	1	0.43	1	0.44	6	3.40
สูง	1	0.43	1	0.44	1	0.57
ปานกลาง	0	0.00	0	0.00	2	1.14
ต่ำ	1	0.43	1	0.44	6	3.40
ต่ำมาก	230	98.71	227	98.68	166	91.49
รวม	**233**	**100.00**	**230**	**100.00**	**176**	**100.00**

แบบจำลองที่สามเป็นการใช้ปัจจัยนำเข้า คือ จำนวนบุคลากรส่วน/ฝ่ายโยธาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (คน) รายการเครื่องจักรอุปกรณ์ในการบำรุงรักษาปกติขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (รายการ) และงบประมาณรวมต่อปีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น(บาท) ต่อปัจจัยผลผลิต คือ กิจกรรมความปลอดภัยทางถนนที่ดำเนินการ (รายการ) พบว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพสูงมากในการตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน (ร้อยละ 3.40) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพสูงในการตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน (ร้อยละ 0.57) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพปานกลางในการตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน (ร้อยละ1.14) และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพต่ำในการตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน (ร้อยละ 3.40) ส่วนที่เหลือเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพต่ำมากในการตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน (ร้อยละ 91.49)

จากนั้นจึงกำหนดแบบจำลองสมการถดถอยโดยกำหนดตัวแปรด้านเศรษฐกิจสังคมในแบบจำลองเพื่ออธิบายความมีประสิทธิภาพในการจัดการระบบบริหารงานวิศวกรรมความปลอดภัยทางถนนของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผลการประมาณแบบจำลองพบว่าปัจจัยที่กำหนดในแบบจำลองสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของระดับความมีประสิทธิภาพการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ร้อยละ 9.5 (R2 = 0.095)

โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความมีประสิทธิภาพการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ งบประมาณเฉลี่ยต่อหัวประชากรของ (Pex) และตัวแปรความรู้ของบุคลากรฝ่ายช่าง/โยธาที่พิจารณาจากการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรการปฏิบัติงานอำนวยความปลอดภัยงานทาง ส่วนปัจจัยด้านขนาดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Size) และ จำนวนบุคลากรฝ่ายช่าง/โยธา (Staff) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติแต่อย่างใด สอดคล้องกับการศึกษาของ Chicoine, Deller and Walzer, (1989)

2. ข้อจำกัด ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนของ อปท.

ประเด็นข้อจำกัดในการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนของท้องถิ่นมีความแตกต่างกันตามขนาดขององค์กร ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐานและการซ่อมบำรุงทาง ความรู้ความเข้าใจในการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนน และการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนโดยในประเด็นข้อจำกัดดังกล่าวจะนำมาเป็นหัวข้อหลักในการระดมความคิดเห็นเพื่อเสนอแนะแนวทางแก้ไข ดังนี้

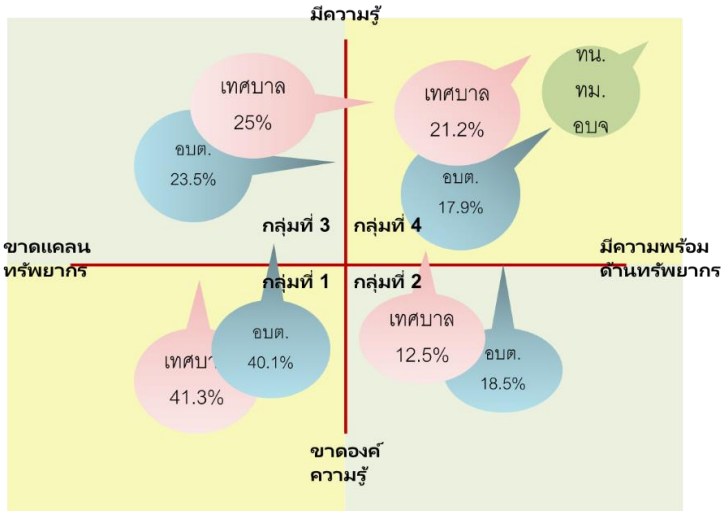
องค์ปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดใหญ่เช่นเทศบาลนครและเทศบาลเมืองจะมีความพร้อมด้านเครื่องมือและอุปกรณ์สูง ในขณะที่ท้องถิ่นขนาดเล็ก มีความพร้อมปานกลางและต่ำ ส่วนข้อจำกัดด้านกิจกรรมการซ่อมบำรุงทางพบว่าท้องถิ่นขนาดเล็ก มีข้อจำกัดในด้านการซ่อมบำรุงทางทั้ง การซ่อมบำรุงปกติ การซ่อมบำรุงตามระยะเวลา การซ่อมบำรุงพิเศษ อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาการดำเนินกิจกรรมการตรวจสอบและแก้ไขจุดเสี่ยงพบว่าองค์ปกครองท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็นขนาดใดก็ตามไม่ได้ดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมแต่อย่างใด ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่าบุคลากรขององค์กรเหล่านั้นยังขาดความรู้ทักษะและความชำนาญโดยพบว่าส่วนใหญ่ไม่เคยเข้ารับการอบรมการปฏิบัติงานอำนวยความปลอดภัยทางถนนและมีความต้องการฝึกอบรม (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 องค์ประกอบพื้นฐานและการซ่อมบำรุงทางจำแนกตามขนาดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

องค์ประกอบพื้นฐานและการซ่อมบำรุงทาง	อปท.		
	ทน./ทม.	ทต.	อบต.
1. เครื่องมือ/อุปกรณ์ดูแลรักษาและซ่อมบำรุงทาง	มีความพร้อมสูง	มีความพร้อมปานกลาง	มีความพร้อมต่ำ
2. การซ่อมบำรุงปกติ	ทำเอง 100%	ทำเอง 70%	ทำเอง 50%
3. การซ่อมบำรุงตามระยะเวลา	ทำเอง 37%	ทำเอง 22%	ทำเอง 11%
4. การซ่อมบำรุงพิเศษ	ทำเอง 75%	ทำเอง 44%	ทำเอง 33%
5. การดำเนินกิจกรรมการตรวจสอบและแก้ไขจุดเสี่ยง	ไม่ได้ทำ 25%	ไม่ได้ทำ 23%	ไม่ได้ทำ 25%
6. การอบรมการปฏิบัติงานอำนวยความปลอดภัยทางถนน	ไม่เคยและต้องการฝึกอบรม 75%	ไม่เคยและต้องการฝึกอบรม 55%	ไม่เคยและต้องการฝึกอบรม 48%

ผลการประเมิน อปท.ในพื้นที่ศึกษา สามารถจัดกลุ่มของ อปท. ได้เป็น 4 กลุ่มตามระดับความพร้อมในด้านองค์ความรู้และทรัพยากร ได้แก่

กลุ่มที่ 1 คือ อปท.ที่ขาดองค์ความรู้และขาดแคลนทรัพยากรในการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนน
กลุ่มที่ 2 คือ อปท.ที่ขาดองค์ความรู้แต่มีความพร้อมทางด้านทรัพยากรในการดำเนินกิจกรรม
กลุ่มที่ 3 คือ อปท.ที่มีความพร้อมด้านองค์ความรู้แต่ขาดแคลนทรัพยากรในการดำเนินกิจกรรม
กลุ่มที่ 4 คือ อปท.ที่มีความพร้อมด้านองค์ความรู้และมีความพร้อมทางด้านทรัพยากรในการดำเนินกิจกรรม



ภาพที่ 1 การจัดกลุ่มความพร้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในพื้นที่ศึกษาตามขนาดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3. แนวทางการพัฒนาการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนของอปท.

แนวทางการแก้ไขปัญหาจากผลการศึกษาร่วมกับข้อเสนอแนะจากเวทีสัมมนาระดมความคิดเห็นในการประชุมกลุ่มย่อย 4 ครั้ง สรุปเป็นแนวทางการแก้ปัญหาและพัฒนาการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้สอดคล้องกับระดับความพร้อมในด้านองค์ความรู้และทรัพยากรของแต่ละกลุ่ม

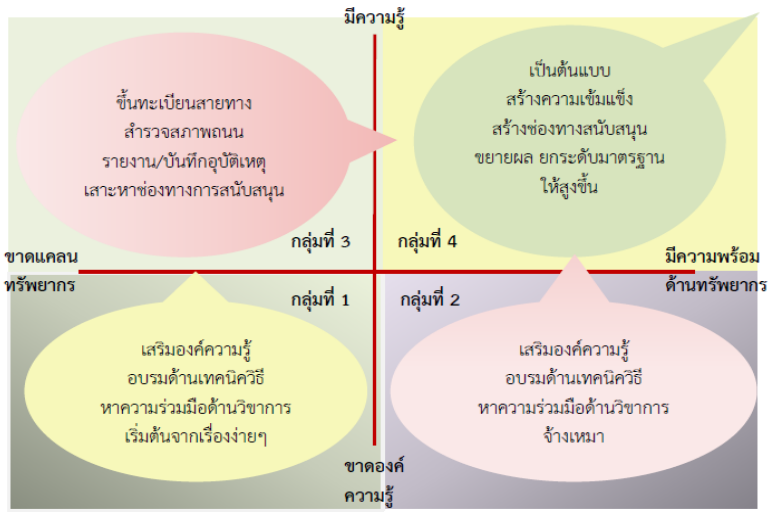
กลุ่มที่ 1 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ขาดองค์ความรู้และขาดแคลนทรัพยากรในการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนน จะมุ่งเน้นการเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านวิชาการ เพื่อผลักดันให้พัฒนาเป็นกลุ่มที่ 3

กลุ่มที่ 2 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ขาดองค์ความรู้แต่มีความพร้อมทางด้านทรัพยากรในการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนน จะมุ่งเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านวิชาการ เน้นการเรียนรู้จากต้นแบบที่ดี เพื่อผลักดันให้พัฒนาเป็นกลุ่มที่ 4

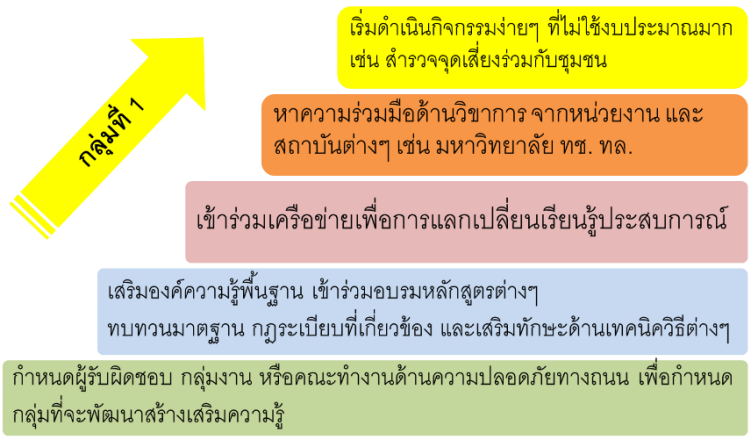
กลุ่มที่ 3 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความพร้อมด้านองค์ความรู้แต่ขาดแคลนทรัพยากรในการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนน จะมุ่งเสริมสร้างประสิทธิภาพการจัดการงบประมาณ เพื่อผลักดันให้พัฒนาเป็นกลุ่มที่ 4

กลุ่มที่ 4 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความพร้อมด้านองค์ความรู้และมีความพร้อมทางด้านทรัพยากรในการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนน จะต้องผลักดันให้มีการพัฒนาต่อเพื่อให้เป็นต้นแบบยกระดับมาตรฐานการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยของทางหลวงท้องถิ่น

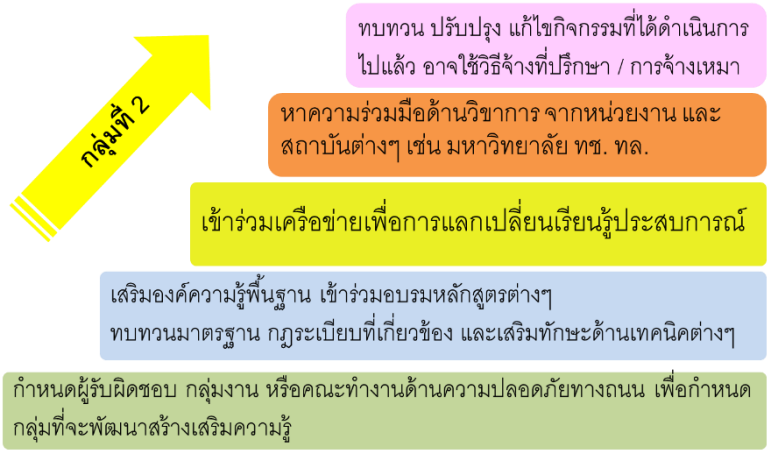
โดยแต่ละกลุ่มจะมีแนวทางในการพัฒนาโดยสามารถสร้างแผนเพื่อสร้างเสริมความพร้อมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น แต่ละกลุ่มได้ดังแผนภาพที่ 2 - 6



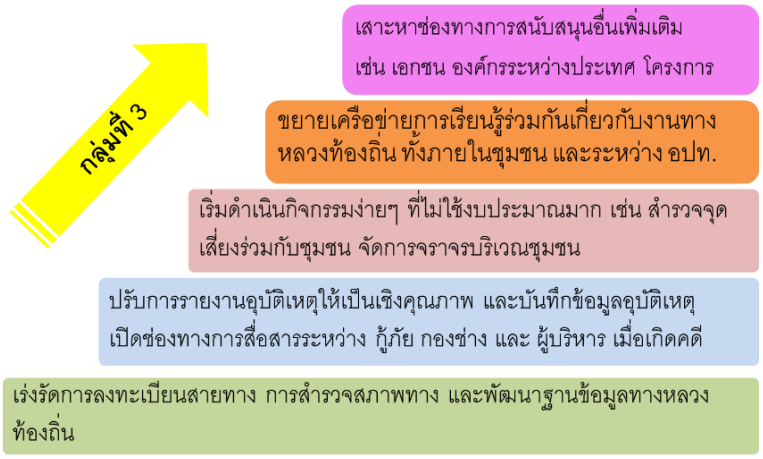
ภาพที่ 2 แนวทางการสร้างเสริมความพร้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น แต่ละกลุ่ม



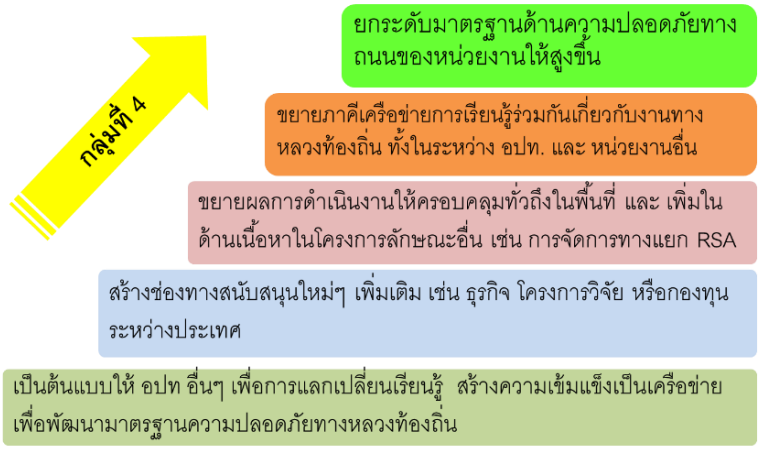
ภาพที่ 3 ขั้นตอนการสร้างเสริมความพร้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มที่ 1 ที่ขาดองค์ความรู้ และขาดทรัพยากร



ภาพที่ 4 ขั้นตอนการสร้างเสริมความพร้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มที่ 2 ที่ขาดองค์ความรู้ แต่มีความพร้อมด้านทรัพยากร

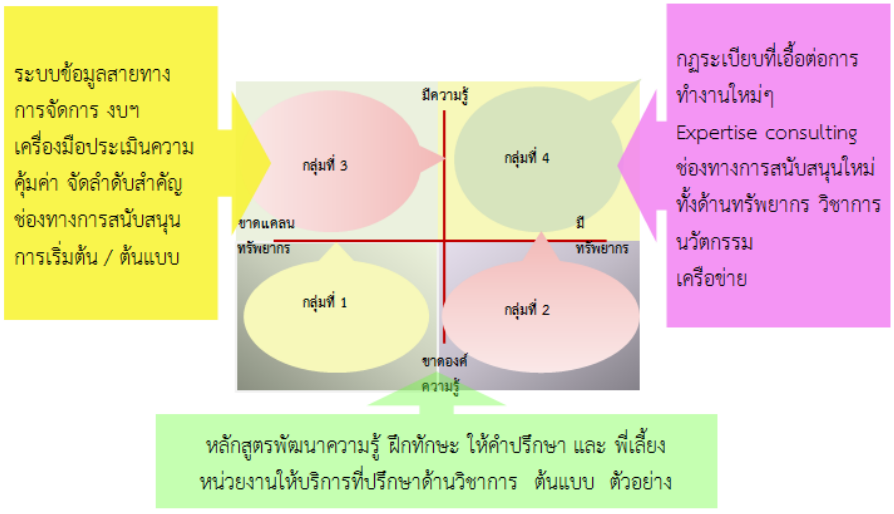


ภาพที่ 5 ขั้นตอนการสร้างเสริมความพร้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มที่ 3 ที่มีองค์ความรู้ แต่ ขาดแคลนทรัพยากร



ภาพที่ 6 ขั้นตอนการสร้างเสริมความพร้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มที่ 4 ที่มีความพร้อมทั้งด้านองค์ความรู้ และ ทรัพยากร

แนวทางการพัฒนาการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยข้างต้น จำเป็นจะต้องใช้ร่วมกับระบบประเมินอย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับความพร้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งควรจะเป็นการดำเนินงานด้วยความสมัครใจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเอง และเพื่อให้แต่ละกลุ่ม สามารถดำเนินการสร้างเสริมความพร้อมให้ได้ตามแผนข้างต้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องการการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ดังแผนภาพที่ 7



ภาพที่ 7 การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องการเพื่อสร้างเสริมความพร้อม

โดยสามารถสังเคราะห์การสนับสนุนดังกล่าวออกมาเป็นแผนงาน 3 แผนหลัก ได้แก่ ได้แก่ 1) แผนงานเสริมสร้างองค์ความรู้ และวิชาการให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2) แผนการส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และ 3) แผนการเสริมสร้างศักยภาพด้านการจัดการด้านงบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดังรายละเอียดในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แผนการดำเนินงานเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น(อปท.)

แผนงาน	โครงการย่อย	ขอบเขต/รายละเอียด	หน่วยงาน	เป้าหมาย
1. การเสริมสร้างองค์ความรู้ และวิชาการให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	1.1 จัดทำระบบประเมินความพร้อมของ อปท.	จัดทำระบบและเครื่องมือเพื่อประเมินจัดกลุ่ม อปท. จัดทำระบบฐานข้อมูลผลการประเมินความก้าวหน้าในพัฒนาการ	สนง.ส่งเสริมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรมทางหลวงชนบท	อปท.ทั้งหมด
	1.2 อบรมหลักสูตรผู้บริหารเพื่อภารกิจงานทางหลวงท้องถิ่นและเจ้าพนักงานทางหลวงท้องถิ่น	ปรับปรุงหลักสูตรเพื่อผู้อำนวยการทางหลวงท้องถิ่น โดยเพิ่มในส่วนของการแก้ปัญหาในกรณีของปัญหาที่พบบ่อย การใช้เครื่องมือและข้อมูลประกอบการตัดสินใจและการประเมินผลหลังการอบรมอย่างสม่ำเสมอ	สนง.ส่งเสริมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรมทางหลวงชนบท	อปท.กลุ่ม 1 และ 2
	1.3 อบรมหลักสูตรเพื่อการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางหลวงท้องถิ่นสำหรับฝ่ายช่างของ อปท.	ปรับปรุงหลักสูตรพื้นฐานที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนสำหรับบุคลากรด้านช่าง เช่น หลักสูตรการตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน (RSA) หลักสูตรการแก้ไขปัญหาจุดเสี่ยง (Black spot) หลักสูตรการจัดการจราจรและการยับยั้งจราจร (Traffic Calming) หลักสูตรการสอบสวนอุบัติเหตุและการรายงาน (Accidental Investigation) จัดการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องโดยมีการประเมินผลและระบบฐานข้อมูลการจัดการความรู้	สนง.ส่งเสริมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรมทางหลวงชนบท	อปท.กลุ่ม 1 และ 2
	1.4 พัฒนาระบบฐานข้อมูลการจัดการความรู้งานทางหลวงท้องถิ่น	พัฒนาระบบฐานข้อมูลทางหลวงท้องถิ่น โดยใช้ระบบฐานข้อมูลเดิมของกรมทางหลวงชนบทที่พัฒนาขึ้นมาขยายผล ส่งเสริม กระตุ้น อปท. ให้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน และลงทะเบียนสายทาง โดย	สนง.ส่งเสริมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรมทางหลวงชนบท ศูนย์ถนนฯ	อปท.ทั้งหมด

แผนงาน	โครงการย่อย	ขอบเขต/รายละเอียด	หน่วยงาน	เป้าหมาย
		ผ่านกลไกต่างๆ เช่น ศูนย์ถนนฯ จังหวัด ท้องถิ่นจังหวัด เพิ่มเติมฐานข้อมูลการพัฒนาและอบรมบุคลากรด้านงานของ อปท. ส่งเสริมให้มีการใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูลเพื่อจัดทำคำของบประมาณและวางแผนงาน		
2. ส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยของ อปท..	2.1 การจัดประกวดกิจกรรมความปลอดภัย	การส่งเสริมให้มีการประกวดการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยระหว่าง อปท. โดยกำหนดให้เป็นตัวชี้วัดในการคัดเลือก อปท. ดีเด่น จัดให้มีการรางวัลเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจ	สนง.ส่งเสริมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรมทางหลวงชนบท ศูนย์ถนนฯ	อปท.ทั้งหมด
	2.2 การสร้างเครือข่าย ภาคีหรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้	การจัดให้มีงานสัมมนาเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่าง อปท. ที่ดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยแต่ละประเภท คัดเลือก อปท. ที่ดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้เป็นต้นแบบเพื่อการดำเนินการตามอย่าง	สนง.ส่งเสริมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรมทางหลวงชนบท ศูนย์ถนนฯ	อปท.กลุ่ม 4 และกลุ่มอื่นๆ
3. การเสริมสร้างศักยภาพด้านการจัดการงบประมาณ	3.1 ต้นแบบสหการ อปท. เพื่อการดูแลรักษาทางหลวงท้องถิ่น	จัดให้มีการรวมตัวเป็นกลุ่มสหการของ อปท. ที่สมัครใจเข้าร่วมโดยสมาชิกจะร่วมกันลงขันงบประมาณแบบกองทุนรวมตามภารกิจ แล้วมอบหมายให้หน่วยงานที่เป็นกลางทำหน้าที่บริหารจัดสรรงบประมาณซ่อมบำรุงทางหลวงท้องถิ่นของสมาชิกตามลำดับความสำคัญและใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูล อาจให้ กรมทางหลวงชนบท เป็นหน่วยงานบริหารให้ในระยะแรก โดยให้ศูนย์ถนนฯ กำกับดูแล	สนง.ส่งเสริมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรมทางหลวงชนบท ศูนย์ถนนฯ	อปท.กลุ่ม 2 และ กลุ่ม 4
	3.2 บูรณการการทำงานระหว่างหน่วยงาน	กระตุ้นให้กลไกศูนย์ถนนระดับต่างๆ มีการดำเนินการบูรณาการทำงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ รวมไปถึงการเป็นหน่วยงานกำกับดูแล ส่งเสริมและขับเคลื่อนให้ อปท. ดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยในพื้นที่ เพื่อให้การทำงานเป็นเอกภาพยิ่งขึ้น	ศูนย์ถนนฯ ระดับต่างๆ	อปท. กลุ่ม 4 และทุกๆ กลุ่ม

การขับเคลื่อนแผนงาน 3 แผนงานหลักงานตามตารางข้างต้น ให้สอดรับกับแนวทางการพัฒนายกระดับการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้ง 4 กลุ่ม ในระยะเริ่มต้นมีวัตถุประสงค์หลักในการแก้ข้อจำกัด และสร้างเสริมศักยภาพให้ อปท. แต่ละกลุ่มสามารถพัฒนายกระดับการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนให้มีความพร้อม ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ กรมทางหลวงชนบท กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น คณะกรรมการกระจายอำนาจฯ และศูนย์อำนวยการความปลอดภัยทางถนนทุกระดับ เพื่อผลักดัน อปท สามารถดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางหลวงท้องถิ่นให้มีมาตรฐานเทียบเท่ากับทางหลวงระดับประเทศได้อย่างยั่งยืน

สรุปผลการศึกษา

1. การประเมินการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนของอปท.

โดยภาพรวมพบว่า การดำเนินการของทางหลวงท้องถิ่นยังมีช่องว่างที่ห่างไกลกับมาตรฐานของทางหลวงและทางหลวงชนบทอยู่มาก ดังนั้น ประเด็นความท้าทายที่สำคัญคือการเสริมสร้างความพร้อมให้ อปท. ส่วนใหญ่สามารถดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยตามหลักวิชาการภายใต้ข้อจำกัดให้ได้ก่อนที่จะพัฒนายกระดับขึ้นไปตามลำดับ

2. ข้อจำกัด ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนของ อปท.

สรุปข้อจำกัดในการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนของ อปท. ได้เป็น 4 ด้าน ได้แก่ ข้อจำกัดด้านทรัพยากร ข้อจำกัดด้านองค์ความรู้ ข้อจำกัดในด้านกฎระเบียบ และข้อจำกัดอื่นๆ และสามารถจัดกลุ่มขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็น 4 กลุ่มตามระดับความพร้อมในด้านองค์ความรู้และทรัพยากร ดังนี้

กลุ่มที่ 1 คือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ขาดองค์ความรู้และขาดแคลนทรัพยากร

กลุ่มที่ 2 คือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ขาดองค์ความรู้แต่มีความพร้อมทางด้านทรัพยากร

กลุ่มที่ 3 คือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความพร้อมด้านองค์ความรู้แต่ขาดแคลนทรัพยากร

กลุ่มที่ 4 คือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความพร้อมด้านองค์ความรู้และมีความพร้อมทางด้านทรัพยากรในการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนน

3. แนวทางการแก้ไขปัญหา และพัฒนาการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนขององค์กรส่วนท้องถิ่น

แนวทางการแก้ไขปัญหาจากผลการศึกษาร่วมกับข้อเสนอแนะจากเวทีสัมมนาระดมความคิดเห็นสามารถสรุปแนวทางการแก้ปัญหาและพัฒนาการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัย สำหรับ อปท. ให้สอดคล้องกับระดับความพร้อมในด้านองค์ความรู้และทรัพยากรของแต่ละกลุ่ม เป็นแผนงาน 3 แผนหลัก ได้แก่ ได้แก่ 1) แผนงานเสริมสร้างองค์ความรู้ และวิชาการให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2) แผนการส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และ 3) แผนการเสริมสร้างศักยภาพด้านการจัดการด้านงบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับ แนวทางการพัฒนาการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยของ อปท.ข้างต้น จำเป็นจะต้องใช้ร่วมกับระบบประเมินอย่างต่อเนื่องเพื่อระดับความพร้อมของอปท. ซึ่งควรจะเป็นการดำเนินงานด้วยความสมัครใจของ อปท. เอง

กิตติกรรมประกาศ

โครงการการประเมินการดำเนินกิจกรรมความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาพื้นที่10 จังหวัด ของสำนักทางหลวงชนบทที่ 8 และ 10 สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ของหลายหน่วยงานและบุคคลหลายท่าน คณะวิจัยใคร่ขอขอบคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่ได้มอบทุนสนับสนุนการวิจัย รวมถึงกรมทางหลวงชนบท ศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยทางถนน (ศวปถ.) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ของสำนักทางหลวงชนบทที่ 8 และสำนักทางหลวงชนบทที่ 10 ทุกแห่ง ที่ให้คำแนะนำและข้อมูลอันเป็นประโยชน์ยิ่ง ทำให้โครงการวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

กรมทางหลวงชนบท. (2554). *แผนแม่บทและแผนปฏิบัติการการพัฒนาวิศวกรรมความปลอดภัยทางถนน พ.ศ.2555-2560*. กรุงเทพฯ: กรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม.

จิระ บุรีคำ, ชัยนันท์ ใจวังเย็น และทักษิณ บุญต่อ. (2553). การศึกษาประสิทธิภาพทางเทคนิคการบำรุงรักษาทางหลวงท้องถิ่นที่ได้รับการถ่ายโอนภารกิจจากกรมทางหลวงชนบท : กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ในประเทศไทย. ใน *การประชุมวิชาการสถิติและสถิติประยุกต์ ครั้งที่ 11 ประจำปี 2553* โดย ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และเครือข่ายวิจัยสถิติศาสตร์ ร่วมกับสมาคมสถิติแห่งประเทศไทย, 27 - 28 พฤษภาคม 2553.

ทวีป ชัยสมภพ, ทรงชัย ทองปาน, จิระ บุรีคำ, ปรัชญา สังข์สมบูรณ์ และองอาจ หุดากร. (2551). *การศึกษาเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อรองรับการพัฒนาทางหลวงท้องถิ่น.* กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ทวีศักดิ์ แตะกระโทก และคณะ. (2556). *ร่างแผนแม่บทความปลอดภัยทางถนน พ.ศ. 2556-2559.* กรุงเทพฯ: กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย.

Chicoine, D., Deller S., and Walzer N. (1989). The Size Efficiency of Rural Governments: The Case of Low-Volume Rural Roads. *The Journal of Federalism*, *19*(19), 127-138.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row. Publications.

บทความวิจัย

การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและคุณภาพการบริการระหว่างโรงพยาบาลของรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 20 มิถุนายน 2565
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 19 กรกฎาคม 2565
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 24 สิงหาคม 2565

ปิยธิดา เปี่ยมงาม[1*], *หรรษา สันติวิไลลักษณ์*[2]
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

นภาภรณ์ อุ่นปรีชาวณิชย์[3]
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดระหว่างโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร และ 2) เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการระหว่างโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ที่เคยรับบริการในโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชน 385 ราย การวิเคราะห์ผลการวิจัยด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน (Paired-samples t-test) โดยผลการวิจัย พบว่า 1) ทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดระหว่างโรงพยาบาลของรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรมีความแตกต่างกันทุกปัจจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 2) ความพึงพอใจของผู้เข้ารับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการระหว่างโรงพยาบาลของรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรมีความแตกต่างกันทุกปัจจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทัศนคติ คุณภาพการบริการ โรงพยาบาลรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชน

วิธีการอ้างอิง

ปิยธิดา เปี่ยมงาม, หรรษา สันติวิไลลักษณ์ และนภาภรณ์ อุ่นปรีชาวณิชย์. (2565). การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและคุณภาพการบริการระหว่างโรงพยาบาลของรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 4(2), 77-91.*

[*] ผู้ประสานงานหลัก: piyatida.p@psru.ac.th

Research Article

Comparison of the Service Marketing Mix Factors and Service Quality between the Government Hospital and the Private Hospitals in Phichit Town Municipality.

Received: June 20, 2022
Revised: July 19, 2022
Accepted: August 24, 2022

Piyatida Paimngam[1*], *Hansa Santiwilailuk*[2]
Lecture of Marketing Program,
Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

Naphaphon Oonprechavanich[3]
Assistant Professor of Marketing Program,
Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

Abstract

The purpose of this study was to compare the client's attitude toward service marketing mix between government and private hospitals in Phichit Town Municipality and the clients' satisfaction of their service quality. The data were collected by using a questionnaire from 385 respondents. The data were analyzed by means of frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypothesis was tested by a paired-samples t-test at a statistical significant level of 0.05. The results showed that there was a significant difference in the client's attitude toward service marketing mix between government and private hospitals in Phichit Town Municipality at the level of 0.05 and also a significant difference in the clients' satisfaction of the service quality between the two types of hospitals.

Keywords: service marketing mix, attitude, quality service, government and private hospital

Cite this article as:

Paimngam, P., Santiwilailuk H., & Oonprechavanich, N. (2022). Comparison of the Service Marketing Mix Factors and Service Quality between the Government Hospital and the Private Hospitals in Phichit Town Municipality. *Journal of Management Science Pibulsongkram RajabhatUniversity, 4*(2), 77-91.

[*] Corresponding Author: piyatida.p@psru.ac.th

บทนำ

ตามที่รัฐบาลได้มีนโยบายผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในปี พ.ศ. 2557 โดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) และ (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ได้ให้ความสำคัญกับการยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาและการสนับสนุนการบริการสุขภาพ ดังนั้นกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุขจึงได้จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ.2560-2569) เพื่อการเตรียมความพร้อมสู่การพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ สามารถแข่งขันกับนานาประเทศ โดยใช้ศักยภาพความแข็งแกร่งด้านระบบบริการสุขภาพของประเทศดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเพื่อรับบริการจนสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข, 2559)

ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ.2560 -2569) มุ่งเน้นการพัฒนาระบบบริการสุขภาพ สร้างกลไกการจัดการสุขภาพในระดับเขตแทนการกระจุกตัวอยู่ที่ส่วนกลาง การกระจายบุคลากรและทรัพยากรสาธารณสุขให้เหมาะสมกับท้องถิ่นและให้ภาคเอกชนสามารถมีส่วนร่วมในการจ้างบุคลากรเพื่อจัดบริการสาธารณสุขโดยรัฐบาลเป็นผู้กำกับดูแล สนับสนุนความร่วมมือระหว่างรัฐบาลและเอกชนในการพัฒนาระบบบริการทางการแพทย์และสาธารณสุข โดยส่งเสริมการลงทุนและการใช้ทรัพยากรและบุคลากรร่วมกัน นอกจากนี้การพัฒนาระบบบริการทางการแพทย์และสาธารณสุข ยังเป็นการสร้างสิ่งจูงใจและเกื้อกูลต่อบรรยากาศการท่องเที่ยว สามารถพัฒนาเศรษฐกิจในภาพรวม พัฒนาเศรษฐกิจรายสาขา พัฒนาศักยภาพคนให้สนับสนุนการเจริญเติบโตของประเทศและมีคุณภาพชีวิตที่ดี สร้างความเสมอภาคเพื่อรองรับสังคมสูงวัยอย่างมีคุณภาพ พัฒนาพื้นที่ภาค และการเชื่อมโยงภูมิภาค (กระทรวงสาธารณสุข, 2559; กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข, 2559)

จากความนิยมดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ และกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนการระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ความต้องการรักษาพยาบาลเพิ่มขึ้นในอัตราที่ก้าวกระโดดทั้งในส่วนของโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชน ในขณะที่ขีดความสามารถของสถานพยาบาลและบุคลากรสุขภาพไม่ได้เพิ่มขึ้นตามไปด้วย การให้บริการภายใต้สถานการณ์เช่นนี้ย่อมมีผลต่อทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) ของสถานพยาบาล รวมถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) ด้วย (ธีรพร สถิรอังกูร, ศิริมา ลีละวงศ์, ศศมน ศรีสุทธิศักดิ์, สมใจ พุธาพิทักษ์ผล, ณิชาภา ยมจอหอ และกนกพร แจ่มสมบูรณ์, 2564) ดังนั้นเพื่อให้การบริการของโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนเป็นระบบบริการสุขภาพที่มีคุณภาพ เข้มแข็ง เพียงพอ และเข้าถึงได้สะดวก ตอบสนองต่อปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการ และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติแล้ว โรงพยาบาลของรัฐบาลและเอกชนจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการเพื่อให้เกิดความสอดคล้องและเหมาะสมต่อผู้รับบริการ รวมถึงคุณภาพการบริการ

ก็นับเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจการให้บริการสุขภาพให้ประสบผลสำเร็จ (ปัญจพล เหล่าทา, ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิไกร และเสาวภา มีถาวรกุล, 2562)

โรงพยาบาลของรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรย่อมต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่สอดคล้องและเหมาะสมต่อผู้รับบริการด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดทัศนคติที่ดี หรือความรู้สึกเชิงบวกในการเข้ารับบริการ รวมถึงคุณภาพการบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ก็นับเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจการให้บริการสุขภาพให้ประสบผลสำเร็จ ซึ่งการมีทัศนคติที่ดีหรือความรู้สึกเชิงบวก ตลอดจนความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความสัมพันธ์ที่ดี เกิดความประทับใจ เกิดความปลื้มปิติ เกิดสุขภาพจิตที่ดี และลดความเครียด ซึ่งนอกจากจะสอดคล้องกับสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติแล้วยังสอดคล้องกับเป้าหมายแผนย่อยที่ว่าด้วยการมีระบบสาธารณสุขที่ได้มาตรฐานที่ประชากรทุกระดับเข้าถึงได้ดีขึ้นด้วย (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, สำนักงานจังหวัดพิจิตร, 2565)

จากความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลที่มีความสำคัญยิ่งต่อการให้บริการกับผู้รับบริการ ทั้งในส่วนของโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจในคุณภาพการบริการระหว่างโรงพยาบาลของรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชนในเขตเทศบาลนครพิจิตร เพื่อแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานการบริการของโรงพยาบาลเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1) เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดระหว่างโรงพยาบาลของรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร

2) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการระหว่างโรงพยาบาลของรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร

สมมติฐานในการวิจัย

1) ทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดระหว่างโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรแตกต่างกัน

2) ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการระหว่างโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรแตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม และกรอบแนวคิด

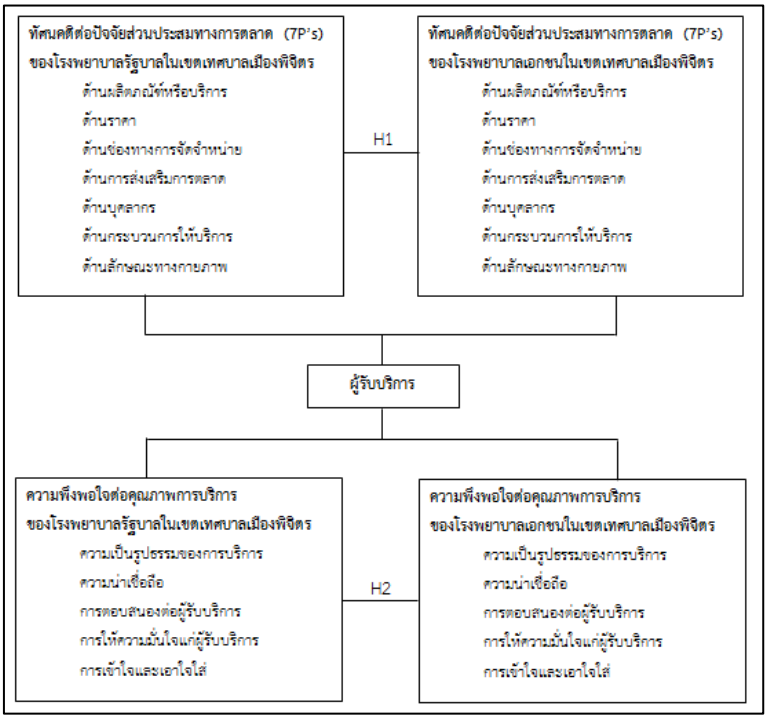
1. แนวคิดและทฤษฎีทัศนคติ (Attitude) ทัศนคติคือ ความรู้สึกของบุคคลที่เป็นทั้งบวกหรือลบ ชอบหรือไม่ชอบ หรือเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย (Loudon & Bitta, 1993) ในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง รวมถึงความคิดเห็น หรือเป็นความรู้สึกที่เกิดจากการเรียนรู้ ความโน้มเอียงที่จะตอบสนองในแนวทางเห็นชอบด้วยหรือไม่เห็นชอบในลักษณะที่มั่นคงสม่ำเสมอ (Onkvisit & Shaw, 1994) ซึ่งจะมีระดับที่แตกต่างกันไปจากเรียนรู้ จากประสบการณ์ จากความนึกคิด และจากความรู้สึกทางใจ (พงศ์สัณห์ ศรีสมทรัพย์และปิยะนุช เงินคล้าย, 2550)

2. แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) ในการดำเนินงานด้านการบริการนั้นผู้ให้บริการต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) เพราะเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญ ในตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือตลาดเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) (Kotler & Keller, 2016) และจากงานของ Abedi, Rahmani, Abedini & Rostami (2015); Mardiah & Wahyu (2019) และ Ravangard, Khodadad & Bastani (2020) พบว่า ผู้รับบริการจะพิจารณาและให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ในการเลือกเข้ารับบริการจากโรงพยาบาล

3. แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ (Satisfaction) ความพึงพอใจคือ กระบวนการที่เกิดขึ้นระหว่างได้รับประสบการณ์การบริโภคสินค้าหรือการบริการ ในการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของคนทั้งทางร่างกายและจิตใจ รวมถึงการตอบสนองตามความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ (สุภาวดี จิระชีวะนันท์, 2545) เป็นการเปรียบเทียบกันระหว่างประสบการณ์ที่ได้รับ และมาตรฐานภายในใจของผู้บริโภค (Pascoe, 1983) หรือการรับรู้ความแตกต่างที่เกิดขึ้นระหว่างประสบการณ์กับมาตรฐานภายในใจ (Tse & Wilton, 1988)

4. แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพบริการ (Service Quality) คุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับจากการให้บริการ และจะถูกประเมินจากลูกค้า/ตลาดเป้าหมายเช่นกัน โดยสามารถอธิบายได้จาก "แบบจำลองคุณภาพการบริการ (SERVQUAL Model)" ซึ่งวัดคุณภาพการบริการจาก 5 ด้าน คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองลูกค้า (Responsive) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) และการเข้าใจและเอาใจใส่ (Empathy) (Ziethaml, Parasuraman & Berry, 2013) ทั้งนี้คุณภาพของการบริการทั้ง 5 จะถูกเปรียบเทียบกับคุณภาพตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ โดยหากลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพของการบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจ แต่หากการรับรู้ถึงคุณภาพของการบริการสูงกว่าความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก (Kotler, 2003) โดยจากงานวิจัยของ Al-Borie & Sheikh Damanhouri (2013); Asnawi, Awang, Afthanorhan, Mohamad & Karim (2019) และ Umoke, Umoke, Nwimo, Nwalieji, Onwe Emmanuel Ifeanyi & Samson Olaoluwa, (2020) พบว่า คุณภาพการบริการมีความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยสามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ตามภาพ 1 ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรคือ ผู้ที่เคยรับบริการทั้งโรงพยาบาลของรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร ได้แก่ โรงพยาบาลพิจิตร โรงพยาบาลสหเวชพิจิตร โรงพยาบาลชัยอรุณเวชการ สถานพยาบาลศรีสุโข และสถานพยาบาลเวชกรรมทัศเวช เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง จำนวนกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้จึงทำการคำนวณจากสูตรของ Cochran (1977) สมมติค่าสัดส่วนเท่ากับ 0.5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ราย โดยการกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจงกับผู้ที่เคยรับบริการทั้งโรงพยาบาลของรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามปลายปิด แบ่งเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 คือ ทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชน และส่วนที่ 3 คือ ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการจากโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชน โดยแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของรายข้อคำถามอยู่

ระหว่าง 0.67–1.00 (ประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการบริการ 2 ท่าน และด้านการตลาด 1 ท่าน) ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 แสดงว่า แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Rovinelli & Hambleton, 1977) จากนั้นนำไปทดสอบกับผู้ที่เคยรับบริการทั้งโรงพยาบาลของรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรจำนวน 30 ราย ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เท่ากับ 0.954 และ 0.943 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นสูง (Cronbach, 1970)

3. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยใช้สถิติพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ โดยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) โรงพยาบาลของรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร และความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) ระหว่างโรงพยาบาลของรัฐบาลและเอกชนวิเคราะห์ด้วย ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายคือ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต 1.00 – 1.50 หมายถึง น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ยเลขคณิต 1.51 – 2.50 หมายถึง น้อย ค่าเฉลี่ยเลขคณิต 2.51 – 3.50 หมายถึง ปานกลาง ค่าเฉลี่ยเลขคณิต 3.51 – 4.50 หมายถึง มาก และค่าเฉลี่ยเลขคณิต 4.51 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้สถิติอ้างอิงในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ด้วยการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน (Paired-samples t-test) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษานี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดเป็นเพศหญิงจำนวน 211 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.81 ช่วงอายุระหว่าง 41-54 ปีจำนวน 134 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.81 การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 213 ราย คิดเป็นร้อยล 55.32 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวจำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยล 23.90 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-30,000 บาทจำนวน 150 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.90

ผลการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโรงพยาบาลของรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P’s) ของโรงพยาบาลของรัฐบาลและเอกชนประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ: ตัวบ่งชี้คือ การบริการที่ดีจากบุคลากรทางการแพทย์ ความสามารถเชิงวิชาชีพ คำแนะนำในการวินิจฉัยโรค คำแนะนำเกี่ยวกับยาและการใช้ยา และการติดตามการรักษาที่ต่อเนื่อง 2) ด้านราคา: ตัวบ่งชี้คือ ค่ารักษาพยาบาลมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับการบริการที่ได้รับ สามารถเข้ารักษาได้ถูกลงเมื่อใช้โปรโมชั่น/แพ็กเกจการรักษา ส่วนลดค่ารักษาพยาบาลราคาพิเศษ 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย: ตัวบ่งชี้คือ ความสะดวกในการเดินทาง ความสะดวกเรื่องที่จอดรถ ตั้งอยู่ใกล้บริเวณที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก

ต่าง ๆ ความพร้อมในการให้บริการที่มั่นใจตลอด 24 ชั่วโมง 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด: ตัวบ่งชี้คือ โปรแกรม/แพ็กเกจการรักษาพิเศษ ค่ารักษาพยาบาลสามารถผ่อนชำระได้ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ 5) ด้านบุคลากร: ตัวบ่งชี้คือ การแต่งกายที่สะอาด เรียบร้อย น่าเชื่อถือ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ กริยามารยาทที่ดี มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ ให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้องครบถ้วน 6) ด้านกระบวนการบริการ: ตัวบ่งชี้คือ การบริการที่รวดเร็ว การประสานงานในฝ่ายต่าง ๆ มีประสิทธิภาพ การรอรับบริการใช้เวลาไม่นาน ระยะเวลาในการเข้ารับรักษาเหมาะสม การชำระเงินที่รวดเร็ว และ 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ: ตัวบ่งชี้คือ ความสะอาดของเครื่องมือและอุปกรณ์ ความเป็นระเบียบเรียบร้อย การตกแต่งสถานที่ภายนอกและภายในความสะดวกสบายในบริเวณที่รอรับบริการ อาหารเครื่องดื่มสะอาด รสชาติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อทดสอบความแตกต่างด้านทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการระหว่างโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร แสดงได้ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการระหว่างโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อ รพ.รัฐบาล		ทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อ รพ.เอกชน		t	Sig.
	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน		
ผลิตภัณฑ์หรือบริการ	3.649	0.748	4.330	0.466	-22.001	.000
ราคา	3.544	0.781	4.143	0.561	-16.471	.000
ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.564	0.791	4.231	0.547	-17.102	.000
การส่งเสริมการตลาด	3.390	0.798	4.224	0.587	-21.366	.000
บุคลากร	3.581	0.824	4.245	0.557	-19.291	.000
กระบวนการบริการ	3.549	0.833	4.293	0.533	-19.480	.000
ลักษณะทางกายภาพ	3.548	0.832	4.246	0.542	-17.092	.000

* นัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 1 พบว่า ทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรอยู่ในระดับมาก (ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.649 ปัจจัยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.581 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.564 ปัจจัยด้านกระบวนการบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.549 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.548 ปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.544) ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.390) สำหรับทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย (ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.330 ปัจจัยด้านกระบวนการบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.293 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.246 ปัจจัยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.245 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.231 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.224 และปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.143)

ในการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน (Paired-samples t-test) พบว่า ทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการระหว่างโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรมีความแตกต่างกันทุกปัจจัย (Sig = .000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้รับบริการกับโรงพยาบาลเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรมีทัศนคติต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ดีกว่าโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรทุกปัจจัย

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการระหว่างโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร

คุณภาพการบริการระหว่างโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนประกอบด้วย 1) ความเป็นรูปธรรม: ตัวบ่งชี้คือ การบริการที่ฉับไว การบริการที่สุภาพ การบริการด้วยความห่วงใย และการบริการภายใต้กรอบเวลาที่กำหนด 2) ความน่าเชื่อถือ: ตัวบ่งชี้คือ การบริการที่มีคุณภาพ การบริการที่ยึดถือความต้องการของผู้รับบริการ และการบริการที่ครบถ้วนไม่มีข้อผิดพลาด 3) การตอบสนอง: ตัวบ่งชี้คือ การอธิบายอาการที่เป็นได้อย่างเข้าใจ การให้คำแนะนำที่มีความชัดเจนและน่าเชื่อถือ และการตอบข้อสงสัยของของผู้รับบริ การ 4) การให้ความมั่นใจ: ตัวบ่งชี้คือ ความพร้อมในการแก้ปัญหาให้กับผู้รับบริการ การบริการที่ถูกต้องครบถ้วนตามสัญญา และการให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มใจ และ 5) การเข้าใจและเอาใจใส่: ตัวบ่งชี้คือ การบริการด้วยความเต็มใจ การมีมนุษยสัมพันธ์ การบริการอย่างเหมาะสม และการบริการการที่เข้าใจความคาดหวังของผู้รับบริการ

ผลการทดสอบความแตกต่างด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) ระหว่างโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร แสดงได้ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการระหว่างโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร

คุณภาพการบริการ	ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อ รพ.รัฐบาล		ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อ รพ.เอกชน		t	Sig.
	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน		
ความเป็นรูปธรรม	3.529	0.833	4.275	0.533	-19.017	.000
ความน่าเชื่อถือ	3.596	0.862	4.273	0.545	-18.519	.000
การตอบสนอง	3.533	0.926	4.284	0.562	-18.691	.000
การให้ความมั่นใจ	3.621	0.871	4.277	0.603	-16.008	.000
การเข้าใจและเอาใจใส่	3.718	0.899	4.330	0.557	-16.444	.000

* นัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 2 พบว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการทั้งโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรอยู่ในระดับมาก (โรงพยาบาลของรัฐบาล: ปัจจัยด้านการเข้าใจและเอาใจใส่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.718 ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.621 ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.596 ปัจจัยด้านการตอบสนองมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.533 และปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.529; สำหรับโรงพยาบาลเอกชน: ปัจจัยด้านการเข้าใจและเอาใจใส่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.330 ปัจจัยด้านการตอบสนองมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.284 ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.277 ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.275 และปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.273)

ในการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน (Paired-samples t-test) พบว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการระหว่างโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรมีความแตกต่างกันทุกปัจจัย (Sig = 0.00) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยจะเห็นได้ว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรมากกว่าโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรทุกด้าน

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า โรงพยาบาลรัฐบาลในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านให้เท่าเทียมกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงพยาบาลของเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดนั้นต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษสำหรับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการนั้น โรงพยาบาลรัฐบาลในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรก็จำเป็นต้องปรับปรุงคุณภาพการบริการในทุกด้านให้เทียบเท่ากับคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรด้วยเช่นกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโรงพยาบาลของรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร พบประเด็นสำคัญว่า ผู้เข้ารับบริการมีทัศนคติต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงพยาบาลเอกชนดีกว่าโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรทุกปัจจัย เพราะ โรงพยาบาลเอกชนให้ความความสำคัญต่อการดำเนินกลยุทธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของนิยม กริ่มใจ (2560) ที่พบว่า ผู้เลือกใช้บริการโรงพยาบาลของเอกชนให้ความสำคัญในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมากกว่าผู้เลือกรับบริการโรงพยาบาลของรัฐบาล นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรที่แตกต่างกันนั้นสามารถตามลำดับทัศนคติของผู้รับบริการได้ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของจันทนา รักษ์นาค (2556) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานครคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ และยังสอดคล้องกับสุธีราพร อ่วมคร้าม และบุญใจ ศรีสถิตนรากูล (2558) ที่พบว่า คุณภาพการรักษาของแพทย์ พฤติกรรมการบริการของพยาบาล การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นตัวแปรสำหรับการเลือกใช้บริการของโรงพยาบาลเอกชน รวมถึงงานวิจัยของ Sookchom (2014) และ Ravangard, Khodadad & Bastani (2020) ที่ศึกษาพบว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ผู้เข้ามาใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด รวมถึงงานวิจัยของ กันต์กนิษฐ์ ชูวงศ์อภิชาต และเสาวลักษณ์ ลักษมีจรัลกุล (2553) ที่ศึกษาพบว่า ปัจจัยในการเลือกรับบริการทางการแพทย์จากสถานพยาบาลเรื่องสถานที่ตั้ง (ช่องทางการจัดจำหน่าย) ของโรงพยาบาลสำคัญมากที่สุด คือ ต้องใกล้บ้านหรือที่ทำงาน

จากผลการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการระหว่างโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร พบประเด็นสำคัญว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลเอกชนมากกว่าโรงพยาบาลรัฐบาลในทุกด้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของนิภาพร นาคะประเสริฐกุล (2555) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ป่วยนอกมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลรัฐบาลโดยรวมในระดับปานกลาง แต่มีความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลเอกชนโดยรวมในระดับมาก นอกจากนี้ยังพบว่า ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรที่แตกต่างกันนั้น สามารถจัดลำดับความพึงพอใจของผู้รับบริการทั้ง 5 ด้านตามลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kamolpiyapat (2013) ที่พบว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการในโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร และการศึกษาของ Thamsurat (2011) ที่พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงการศึกษาของ นฤบดี วรรธนสคม (2565) ที่พบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลเอกชนโดยรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านคือ ความเข้าใจและเอาใจใส่ ด้านความมั่นใจ และด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. โรงพยาบาลรัฐบาลต้องเร่งพัฒนา/ปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ด้านลักษณะทางกายภาพที่ให้ความสำคัญกับความสะอาด ความเป็นระเบียบ ความสะดวกสบาย ตลอดจนด้านกระบวนการบริการควรจัดหาเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพมาใช้ในทุก

ขั้นตอน เพื่อการบริการที่รวดเร็ว สำหรับโรงพยาบาลเอกชนต้องเร่งพัฒนา/ปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคา โดยให้มีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ ด้านการส่งเสริมการตลาดในลักษณะโปรแกรม/แพ็กเกจรักษาพิเศษ หรือการผ่อนชำระค่าบริการ และด้านบุคลากรที่มีความพร้อมในการให้บริการ เข้าใจในการบริการและให้คำแนะนำอย่างถูต้องครบถ้วน

2. โรงพยาบาลรัฐบาลต้องคำนึงถึงคุณภาพการบริการในด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ซึ่งได้แก่ การอธิบาย การให้คำแนะนำ รวมถึงการตอบข้อสงสัยที่ชัดเจนและน่าเชื่อถือ และสำหรับโรงพยาบาลเอกชนต้องคำนึงถึงคุณภาพการบริการในด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ซึ่งได้แก่ การแก้ปัญหา การบริการที่ถูกต้องครบถ้วน และการให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มใจ

นอกจากนี้ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาที่การระบาดของโรคติดต่อไวรัสโคโรน่า 2019 ยังไม่สิ้นสุดนับเป็นอีกข้อจำกัดหนึ่งของการวิจัยในครั้งนี้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเฉพาะการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการระหว่างโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรนั้น ทำให้ยังไม่เห็นถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรว่ามีปัจจัยที่สำคัญใดบ้าง ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตเทศบาลเมืองพิจิตรหรือปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการของโรงพยาบาลเอกชนในเขตเทศบาลเมืองพิจิตร ซึ่งผลการวิจัยที่ได้สามารถนำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดบริการให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับบริการอันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจและความภักดีต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2559). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (MEDICAL HUB) (พ.ศ.2560 - 2569).* สืบค้น 10 พฤศจิกายน 2564, จาก https://hss.moph.go.th/fileupload/2560-102.pdf.

กระทรวงสาธารณสุข. (2559). *แผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564.* สืบค้น 5 พฤศจิกายน 2564, จาก http://doh.hpc.go.th/data/HL/nationalHealthDevelopment12.pdf.

กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, สำนักงานจังหวัดพิจิตร. (2565). *แผนพัฒนาจังหวัด พ.ศ. 2566–2570.* สืบค้น 5 พฤศจิกายน 2564, จาก http://www.phichit.go.th/phichit/doc/2565/650217-1.pdf

กันต์กนิษฐ์ ชูวงศ์อภิชาต และเสาวลักษณ์ ลักษมีจรัลกุล. (2553). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการไม่ไปใช้บริการทางการแพทย์ที่สถานพยาบาลเครือข่ายของผู้ประกันตน. *วารสาร มฉก.วิชาการ, 14*(27), 37-54.

จันทนา รักษ์นาค. (2556). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมวิชาการหาดใหญ่วิชาการ ครั้งที่ 4* (หน้า 99-104). สงขลา: สถาบันปัญญาภิวัตน์.

ธีรพร สถิรอังกูร, ศิริมา ลีละวงศ์, ศศมน ศรีสุทธิศักดิ์, สมใจ พุธาพิทักษ์ผล, ณิชาภา ยมจอหอ และกนกพร แจ่มสมบูรณ์. (2564). การพัฒนารูปแบบการบริหารการพยาบาล ในสถานการณ์การระบาดของโควิด–19 ในโรงพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข. *วารสารวิชาการสาธารณสุข, 30*(2), 320-333.

นฤบดี วรรธนสคม. (2565). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการวัคซีนทางเลือกโควิด-19 ของโรงพยาบาลเอกชนกับการตัดสินใจจองซื้อของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารรัชต์ภาค, 16*(46), 374-388.

นิภาพร นาคะประเสริฐกุล. (2555). *ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลของรัฐและเอกชนในจังหวัดสุพรรณบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

นิยม กริ่มใจ. (2560). การเปรียบเทียบปัจจัยการเลือกรับบริการโรงพยาบาลของรัฐและโรงพยาบาลเอกชนของผู้ป่วยในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 23*(2), 34-45.

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ปัญจพล เหล่าทา, ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิไกร และเสาวภา มีถาวรกุล. (2562). ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของผู้ป่วยในในจังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม, 9*(1), 9-17.

พงศ์สัณห์ ศรีสมทรัพย์ และปิยะนุช เงินคล้าย. (2550). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุธีราพร อ่วมคร้าม และบุญใจ ศรีสถิตนรากูร. (2558). ปัจจัยจำแนกการเลือกใช้บริการของผู้รับบริการโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชน กรุงเทพมหานคร. *วารสารพยาบาลศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 27*(1), 83-94.

สุภาวดี จิระชีวะนันท์. (2545). *ความพึงพอใจของผู้ป่วยในแผนกคัลยกรรม ต่อการบริการของโรงพยาบาลเจริญกรุงประชารักษ์* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาเวชศาสตร์ชุมชน). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Abedi, G., Rahmani, Z., Abedini, E., & Rostami, F. (2015). Surveying the impact of services marketing mix components (7Ps) on patients' disposition towards the public & private hospitals of Sari City. *Journal of Hospital, 13*(4), 63-71.

Al-Borie, H. M., & Sheikh Damanhouri, A. M. (2013). Patients' satisfaction of service quality in Saudi hospitals: a SERVQUAL analysis. *International journal of health care quality assurance, 26*(1), 20-30.

Asnawi, A., Awang, Z., Afthanorhan, A., Mohamad, M., & Karim, F. J. M. S. L. (2019). The influence of hospital image and service quality on patients' satisfaction and loyalty. *Management Science Letters, 9*(6), 911-920.

Cochran, W.G. (1977). *Sampling techni-ques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.

Cronbach, L. J. (1970*). Essentials of Psychological Testing.* New York*:* Harper & Row.

Kamolpiyapat, S. (2013). *Decision to use Service of Private Hospital in Bangkok.* Independent Study for Master Degree, Bangkok University.

Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice- hall.

Loudon, D. & Bitta, A.J. (1993). *Consumer behavior* (4th ed.). New York: McGraw-Hill.

Mardiah, M., & Wahyu, S. (2019). The Role Of Hospital Marketing Mix To The Selection Of The Hospital Consumer. In *Proceedings of the International Conference on Applied Science and Health* No. 4 (pp. 1065-1071).

Onkvisit, S., & Shaw, J. J. (1994). *International Marketing: Analysis and Strategy* (3rd ed). New Jersey: Prentice-Hall.

Pascoe, G.C. (1983). Patient satisfaction in primary health care: a literature review and analysis. *Evaluation and Program Planning, 6*(3-4), 185-210.

Ravangard, R., Khodadad, A., & Bastani, P. (2020). How marketing mix (7Ps) affect the patients' selection of a hospital: experience of a low-income country. *Journal of the Egyptian Public Health Association, 95*(1), 1-8.

Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research, 2,* 49-60.

Sookchom, M. (2014). Relationship between Service Marketing Mix and Service Usage Behavior of Thai Massage Consumers in Bangkok Metropolitan Hospitals. *Siam Academic Review, 14*(2), 15-27.

Thamsurat, S., (2011). *Service Quality Affecting the Decision to Choose the Private Hospital and Loyalty towards Private Hospital Branding in Bangkok* (Independent Study for Master Degree) Bangkok: Bangkok University.

Tse, D.K. & Wilton, P.C. (1988). Models of Consumer Satisfaction Formation An Extension. *Journal of Marketing Research, 25,* 204-212.

Umoke, M., Umoke, P. C. I., Nwimo, I. O., Nwalieji, C. A., Onwe, R. N., Emmanuel Ifeanyi, N., & Samson Olaoluwa, A. (2020). Patients' satisfaction with quality of care in general hospitals in Ebonyi State, Nigeria, using SERVQUAL theory. *SAGE open medicine, 8,* 2050312120945129.

Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. & Berry, L.L. (2013). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research. *Journal of Marketing, 49,* 41-50.

บทความวิจัย

สมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรม

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 4 สิงหาคม 2565
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 20 สิงหาคม 2565
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 31 สิงหาคม 2565

ธัญพร อินเตชะ[1*]
นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
ภาศิริ เขตปิยรัตน์[2]
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
เฉวียง วงค์จินดา[3]
อาจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรมและระดับประสิทธิภาพ และ 2) เพื่อศึกษาสมรรถนะการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือนักบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรม จำนวน 293 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะด้านการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.44, S.D. = 0.625) และด้านประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.32, S.D. = 0.613) 2) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 2 ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คือ ด้านทักษะความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีและด้านทัศนคติที่มีต่อการทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรม ส่วนด้านความรู้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อธิบายค่าความผันแปรของสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชี ได้ร้อยละ 38.00 (R2 = 0.380)

คำสำคัญ : สมรรถนะ แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชี ประสิทธิภาพ

วิธีการอ้างอิง

ธัญพร อินเตชะ, ภาศิริ เขตปิยรัตน์และเฉวียง วงค์จินดา. (2565). สมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรม. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 4*(2), 92-106

[*] ผู้ประสานงานหลัก: tunyaporn.inte@gmail.com

Research Article

The Competency of Using Package Software Accounting affecting the Performance of Person Working in Financial and Accounting of the Court of Justice

Received: August 4, 2022
Revised: August 20, 2022
Accepted: August 31, 2022

Tunyaporn Intecha[1*]
Master of Business Administration Program
Faculty of Management Science, Uttaradit Rajabhat University

Pasiri Khetpiyarat[2]
Assistant Professor of Master of Business Administration Program
Faculty of Management Science, Uttaradit Rajabhat University

Chawiang Wongjinda[3]
Lecturer of Master of Accountancy Program
Faculty of Management Science, Uttaradit Rajabhat University

Abstract

The objectives of this research are 1) to investigate the level of competence in using the accounting software package of the Office of the Court of Justice and the level of efficiency, and 2) to investigate the performance of the accounting software package that's influencing the performance of people working in finance and accounting at the Court of Justice. By employing the process of choosing the sample group, 293 accountants from the Office of the Judiciary were chosen as the sample. A questionnaire was utilized as the study's tool. Frequency, percentage, mean, and deviation statistics, as well as multiple regression analysis, were utilized.

The results revealed 1) The level of competency using accounting software package was at a high level ($\overline{X}$ = 4.44, S.D. = 0.625) and the performance of accountant at the Court of Justice was at a high level ($\overline{X}$ = 4.32, S.D. = 0.613) 2) The hypothesis testing results revealed that 2 variables were statistically significance at the 0.01 level were skills and understanding of technology use and attitudes towards work affecting the performance of personnel working in the financial and accounting Office of the Court of Justice. the knowledge aspect had a statistical significance at the 0.05 level, explaining the variability in the use of accounting software packages affecting the performance of personnel, finance and accounting practitioners at 38.00 percent (R2 = 0.380).

* Corresponding Author: tunyaporn.inte@gmail.com

Keywords: competency, Packge Software Accounting, Performance

Cite this article as:

Intecha, T., Khetpiyarat, P. & Wongjinda, C. (2022). The Competency of Using Package Software Accounting affecting the Performance of Person Working in Financial and Accounting of the Court of Justice. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University, 4*(2), 92-106.

บทนำ

พระราชบัญญัติวินัยการเงินการคลังของรัฐ พ.ศ. 2561 มาตรา 70 และประกาศกระทรวงการคลัง เรื่องมาตรฐานการบัญชีภาครัฐและนโยบายการบัญชีภาครัฐ พ.ศ. 2561 ได้กำหนดหลักเกณฑ์และนโยบายการบัญชีของรัฐให้หน่วยงานของรัฐประกอบด้วยส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานของรัฐสภา ศาลยุติธรรม ศาลปกครอง ศาลรัฐธรรมนูญ องค์กรอิสระตามรัฐธรรมนูญ องค์กรอัยการ องค์การมหาชน ทุนหมุนเวียนที่มีฐานะเป็นนิติบุคคล องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานอื่นของรัฐตามที่กฎหมายกำหนด จัดทำรายงานการเงินประจำปีงบประมาณ ซึ่งอย่างน้อยต้องประกอบด้วย งบแสดงฐานะการเงิน และงบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงินทั้งเงินงบประมาณ เงินนอกงบประมาณ และเงินอื่นใด รวมถึงการก่อหนี้ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กระทรวงการคลังกำหนด ในกรณีที่มีความจำเป็นหน่วยงานของรัฐจะขอทำความตกลงกับกระทรวงการคลังจัดทำรายงานการเงินประจำปีซึ่งมิใช่ปีงบประมาณก็ได้ และกระทรวงการคลังจะกำหนดเงื่อนไขให้หน่วยงานของรัฐนั้นปฏิบัติด้วยก็ได้ กระทรวงการคลังให้หน่วยงานของรัฐนำส่งรายงานทางการเงินภายในเก้าสิบวันนับแต่วันสิ้นปีงบประมาณหรือตามที่ได้ตกลง ให้สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินเพื่อตรวจสอบและนำส่งกระทรวงการคลังด้วย กระทรวงการคลังจึงมีนโยบายให้มีการรายงานทางการเงินผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น เพื่อให้เกิดความถูกต้อง ครบถ้วน และทันตามกำหนดระยะเวลาโดยการรายงานทางการเงินที่ได้เป็นการรายงานผลการดำเนินงานและฐานะการเงินซึ่งเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อผู้ใช้ข้อมูลทุกฝ่ายให้สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ ตัดสินใจ และวางแผนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ใช้ข้อมูลที่เป็นฝ่ายบริหารสามารถที่จะนำข้อมูลจากรายงานทางการเงินไปใช้ในการวางแผน กำหนดเป้าหมาย รวมถึงการกำหนดนโยบายต่าง ๆ และแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมให้กับองค์กรได้ (กรมบัญชีกลาง, 2561)

สำนักงานศาลยุติธรรมเป็นหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ในการรายงานทางการเงินตามที่กระทรวงการคลังกำหนดและได้มีการเปลี่ยนแปลงจากการบันทึกบัญชีด้วยมือเป็นการบันทึกรายการบัญชีโดยใช้โปรแกรมบัญชี ซึ่งสำนักงานศาลยุติธรรมเป็นหน่วยงานที่ได้พัฒนาเทคโนโลยีด้านระบบโปรแกรมบัญชีเพื่อนำมาประยุกต์ใช้สนับสนุนการทำงานด้านการเงินและบัญชี โดยให้หน่วยงานในสังกัดสำนักงานศาลยุติธรรมบันทึกบัญชีโดยใช้โปรแกรมบัญชี เวอร์ชั่น 2.7 เริ่มแรกในปี พ.ศ. 2551 ซึ่งโปรแกรมดังกล่าวติดตั้งใช้งานเป็นแบบไคลเอนต์/เซิร์ฟเวอร์ มีการติดตั้งโปรแกรมและฐานข้อมูลที่เครื่องคอมพิวเตอร์ลูกข่ายของแต่ละหน่วยงาน ซึ่งมีข้อยุ่งยากในการปรับปรุงผังบัญชีหรือปรับปรุงโปรแกรมบัญชี ผู้ใช้งานสามารถบันทึกบัญชีย้อนหลังได้ ทำให้การบันทึกบัญชีไม่เป็นปัจจุบัน เกิดข้อผิดพลาดได้ง่าย ผู้บริหารไม่ทราบผลการใช้จ่ายเงินงบประมาณ การบริหารงบประมาณยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ซึ่งการออกแบบโปรแกรมบัญชีในยุคแรกยังไม่ตอบโจทย์การนำไปใช้งานของผู้ปฏิบัติงาน สำนักงานศาลยุติธรรมจึงได้พัฒนาโปรแกรมบัญชี จากเวอร์ชั่น 2.7 เป็นเวอร์ชั่น 3.0 ในรูปแบบเว็บแอพพลิเคชัน (Web Application) โปรแกรมทำงานผ่านเครือข่ายอินทราเน็ต จุดเด่นของโปรแกรม คือไม่ต้องติดตั้งโปรแกรมที่เครื่องคอมพิวเตอร์ผู้ใช้ มีเพียงโปรแกรมสำหรับเชื่อมต่อกับระบบเครือข่าย ไม่ว่าจะเป็น Internet Explorer, FireFox หรือ Google Chrome เป็นต้น โดยจัดเก็บฐานข้อมูลและติดตั้งโปรแกรมไว้ที่เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Server) ส่วนกลาง ผู้ใช้สามารถเรียกใช้งานโปรแกรมผ่านเว็บบราวเซอร์ สะดวกต่อการบริหารจัดการข้อมูลทางบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม (กรวิชญ์ พูนชัยภูมิ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 พฤศจิกายน 2564)

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าสำนักงานศาลยุติธรรมได้มีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ซึ่งในการเปลี่ยนแปลงนั้นผู้ปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีต้องมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ทันต่อเทคโนโลยีที่มีการปรับเปลี่ยน แม้ว่าปัจจุบันสำนักงานศาลยุติธรรมจะมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการปฏิบัติงานต่าง ๆ แล้ว แต่สิ่งที่สำนักงานศาลยุติธรรมยังคงต้องคำนึงถึงและให้ความสำคัญนอกจากเรื่องของกฎหมาย ระเบียบ หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติต่าง ๆ อีกทั้ง ยังพบประเด็นเกี่ยวกับการจัดการด้านสมรรถนะของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชี ซึ่งถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ เนื่องจากหากผู้ปฏิบัติงานขาดสมรรถนะในเรื่องของความรู้ในการปฏิบัติงานจะทำให้การปฏิบัติงานผิดพลาด ไม่เป็นไปตามระเบียบ หลักเกณฑ์ ข้อบังคับ หรือแนวปฏิบัติต่าง ๆ หากผู้ปฏิบัติงานขาดทักษะความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยี จะทำให้การนำเข้าข้อมูลเพื่อออกรายงานทางการเงินไม่ถูกต้อง เพราะเดิมจากที่เคยบันทึกบัญชีผ่านมือ เมื่อเปลี่ยนระบบเทคโนโลยีจะเกิดความกังวลและพบกับความยุ่งยากในการกรอกข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ กรอกช้า หรือ กรอกผิด ส่งผลให้ประสิทธิภาพของงานล่าช้า หรือ บางครั้งเกิดความผิดพลาดทำให้การแก้ไขปัญหาต้องใช้เวลาพอสมควร ซึ่งหากผู้ปฏิบัติงานมีการเรียนรู้เข้าใจเทคโนโลยีอย่างถ่องแท้โดยสามารถใช้เทคโนโลยีได้อย่างเต็มประสิทธิภาพจะทำให้ข้อมูลออกมาถูกต้อง ครบถ้วน ในเรื่องของทัศนคติที่มีต่อการทำงานและองค์กรถือว่าเป็นส่วนสำคัญเพราะหากผู้ปฏิบัติงานมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานและองค์กรจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีการพัฒนาตนเองและพร้อมที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลาเพื่อทำให้องค์กรบรรลุตามเป้าหมาย แต่หากพบว่าบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีมีสมรรถนะด้านความรู้ ด้านทักษะความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยี และด้านทัศนคติที่มีต่อการทำงานและองค์กรไม่เพียงพอ จะทำให้ข้อมูลทางการเงินไม่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา ทำให้ผู้ใช้รายงานทางการเงินไม่ว่าจะเป็นระดับปฏิบัติงานระดับหัวหน้างาน ทำการตัดสินใจและวางแผนการดำเนินงานไม่ถูกต้อง รวมถึงผู้บริหารที่ใช้ข้อมูลทางการเงินในการการวางแผน กำหนดเป้าหมาย กำหนดนโยบายต่าง ๆ ผิดพลาด (พิชญ์มาศ พันธุ์ทอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 พฤศจิกายน 2564)

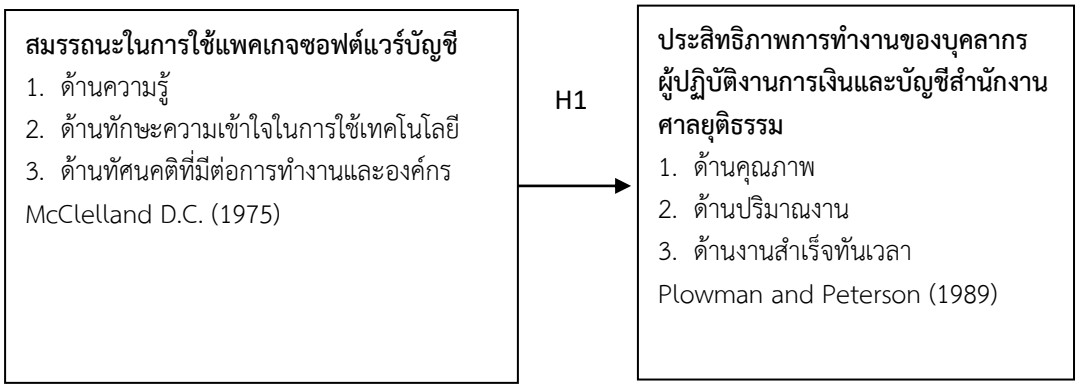
จากสถานการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของปัญหาจึงทำการศึกษาเรื่องสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรม เพื่อทราบถึงสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีและประสิทธิภาพของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรมอยู่ในระดับใด สมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีใดบ้างที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรมและเพื่อสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อเป็นข้อมูลบริหารจัดการการพัฒนาสมรรถนะเพื่อสร้างประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรมและระดับประสิทธิภาพของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรม
2. เพื่อศึกษาสมรรถนะการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรม

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่องสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรม ผู้วิจัยได้ทำการทบทวน แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับสมรรถนะ โดยการใช้แนวคิดของ McClelland D.C. (1975) สำหรับตัวแปรด้านประสิทธิภาพการทำงานใช้แนวคิดของ Plowman and Peterson (1989) โดยสามารถสรุปกรอบแนวคิดดังนี้



ภาพที่ **1** กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะเริ่มจากการนำเสนอบทความทางวิชาการของเดวิด แมคเคิลแลนด์ (David C. McClelland) นักจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยฮาววาร์ด เมื่อปี ค.ศ.1960 ซึ่งกล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ดีของบุคคล (Excellent Performer) ในองค์การกับระดับทักษะ ความรู้ความสามารถ โดยกล่าวว่าการวัด IQ และการทดสอบบุคลิกภาพยังไม่เหมาะสมในการทำนายความสามารถหรือสมรรถนะของบุคคลได้ เพราะไม่ได้สะท้อนความสามารถที่แท้จริงออกมาได้ ในปี ค.ศ.1970 US State Department ได้ติดต่อบริษัท McBer ซึ่งแมคเคิลแลนด์เป็นผู้บริหารอยู่ เพื่อให้หาเครื่องมือชนิดใหม่ที่สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ได้อย่างแม่นยำแทนแบบทดสอบเก่าซึ่งไม่สัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน เนื่องจากคนได้คะแนนดีแต่ปฏิบัติงานไม่ประสบผลสำเร็จ จึงต้องเปลี่ยนแปลงวิธีการใหม่ แมคเคิลแลนด์ได้เขียนบทความ “Testing for competence rather than for intelligence” ในวารสาร American Psychologist เพื่อเผยแพร่แนวคิดและสร้างแบบประเมินแบบใหม่ที่เรียกว่า Behavioral Event Interview (BEI) เป็นเครื่องมือประเมินที่ค้นหาผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานดีซึ่งแมคเคิลแลนด์เรียกว่า สมรรถนะ (Competency) (ชลมาศ เทียบคุณ, 2562)

ดูบัวส์ และ ร็อธเวลล์. (Dubois & Rothwell, 2004) กล่าวว่า สมรรถนะ หมายถึง คุณลักษณะที่ทุกคนมีและใช้ได้อย่างเหมาะสมเพื่อผลักดันให้ผลการปฏิบัติงานบรรลุตามเป้าหมาย ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้ได้แก่ ความรู้ ทักษะ บุคลิกภาพ แรงจูงใจทางสังคม ลักษณะนิสัยส่วนบุคคล ตลอดจนรูปแบบความคิดและวิธีการคิด ความรู้สึกและการกระทำ

อาร์โนลด์ เดอ นาดาอิลแลค (Arnauld de Nadaillac, 2003) กล่าวว่า สมรรถนะเป็นสิ่งที่ต้องลงมือปฏิบัติและทำให้เกิดขึ้น กล่าวคือความสามารถที่ใช้เพื่อให้เกิดการบรรลุผลและวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนที่ทำให้เกิดความรู้ (Knowledge) การเรียนรู้ทักษะ (Know-how) และเจตคติ/ลักษณะนิสัยหรือบุคลิกภาพต่าง ๆ (Attitude) ที่ช่วยให้สามารถเผชิญและแก้ไขสถานการณ์หรือปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้จริง

2. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพ

แนวคิดของ Plowman and Peterson (1989) ได้กล่าวถึงความหมายของคำว่าการวัดประสิทธิภาพในการบริหารงานด้านธุรกิจในความหมายอย่างแคบว่า หมายถึง การลดต้นทุนในการผลิตและในความหมายอย่างกว้างขวางรวมถึงคุณภาพของการมีประสิทธิภาพสูงสุดนั้น เพื่อสามารถผลิตสินค้าหรือบริการในปริมาณและคุณภาพที่ต้องการในเวลาที่เหมาะสมและต้นทุนน้อยที่สุดเมื่อคำนึงถึงสถานการณ์และข้อผูกพันด้านการเงินที่มีอยู่

ณัฐวัตร เป็งวันปลูก (2560) กล่าวว่า ประสิทธิภาพในการทำงาน หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกิดจากการทุ่มเทความสามารถปฏิบัติงานได้ถูกต้อง รวดเร็ว มีคุณภาพและมีความรับผิดชอบในงานต่อองค์กรและงานประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

มิลเลท (Millet J. D., 1954) กล่าวว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง ผลการปฏิบัติงานที่ทำให้เกิดความพึงพอใจและได้รับผลกำไรจากการปฏิบัติงาน

สมมติฐานการวิจัย

สมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรม

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักบัญชีของศาลในสังกัดสำนักศาลยุติธรรมประจำภาค 1-9 และนักบัญชีของสำนักศาลยุติธรรมประจำภาค 1-9 จำนวนทั้งสิ้น 1,092 คน

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณของ (Yamane,1973 อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2552, น.114) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 293 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ โดยทำการจำแนกบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีตามประเภทของศาล และกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน

2. เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งถูกสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยพัฒนาข้อคำถามจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการ และโครงสร้างของตัวแปรที่ต้องการศึกษาโดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ประสบการณ์ในการทำงานและหน่วยงานที่สังกัด

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชี แบ่งออกเป็น 3 สมรรถนะ ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านทักษะความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีและด้านทัศนคติที่มีต่อการทำงานและองค์กร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงาน แบ่งได้ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านปริมาณงานและด้านงานสำเร็จทันเวลา

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามข้อเสนอแนะ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแนบพร้อมกับแบบสอบถามส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรมเพื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

3.2 ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทาง google Form ไปให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 293 ฉบับ

3.3 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่สมบูรณ์เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล

3.4 ดำเนินการเขียนรายงานวิจัย

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	28	9.56
หญิง	265	90.44
อายุ	**จำนวน**	**ร้อยละ**
21 – 30 ปี	15	5.10
31 – 40 ปี	129	44.00
41 – 50 ปี	130	44.40
51 ปี ขึ้นไป	19	6.50
ระดับการศึกษา	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4	1.36
ปริญญาตรี	229	78.16
สูงกว่าปริญญาตรี	60	20.48

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
นักวิชาการเงินและบัญชีชำนาญการพิเศษ	51	17.41
นักวิชาการเงินและบัญชีชำนาญการ	28	9.56
นักวิชาการพัสดุชำนาญการพิเศษ	1	0.34
นักวิชาการพัสดุชำนาญการ	8	2.73
นักวิชาการเงินและบัญชีปฏิบัติการ	92	31.40
นักวิชาการพัสดุปฏิบัติการ	37	12.63
เจ้าพนักงานการเงินและบัญชีชำนาญงาน	19	6.48
เจ้าพนักงานการเงินและบัญชีปฏิบัติงาน	18	6.14
อื่น ๆ	39	13.31
ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	8	2.73
1 – 5 ปี	138	47.10
6 – 10 ปี	42	14.33
11 – 20 ปี	83	28.33
มากกว่า 20 ปี	22	7.51
หน่วยงาน	จำนวน	ร้อยละ
ศาลจังหวัด	150	51.19
ศาลแขวง	62	21.16
ศาลเยาวชนและครอบครัว	52	17.75
สำนักงานศาลยุติธรรมประจำภาค 1 – 9	29	9.90

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงจำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 90.44 อายุ 41-50 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 44.40 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 78.16 เป็นนักวิชาการเงินและบัญชีปฏิบัติการ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 31.40 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 1-5 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 47.10 และประเภทของหน่วยงานที่สังกัดส่วนใหญ่อยู่ในศาลจังหวัด จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 51.19

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชี

สมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชี	($\overline{X}$)	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความรู้	4.36	0.681	มาก
ด้านทักษะความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยี	4.48	0.586	มาก
ด้านทัศนคติที่มีต่อการทำงานและองค์กร	4.47	0.609	มาก
รวม	4.44	0.625	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ภาพรวมของสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชี อยู่ในระดับมากทุกรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.625) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสรรถนะด้านทักษะความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.586) รองลงมาคือด้านทัศนคติที่มีต่อการทำงานและองค์กร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.586) และน้อยที่สุดด้านความรู้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.681) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประสิทธิภาพของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชี สำนักงานศาลยุติธรรม

ประสิทธิภาพ	($\overline{X}$)	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านคุณภาพงาน	4.36	0.595	มาก
ด้านปริมาณงาน	4.31	0.608	มาก
ด้านงานสำเร็จทันเวลา	4.30	0.636	มาก
รวม	4.32	0.613	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรมภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.613) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ด้านคุณภาพงานมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.595) รองลงมาด้านปริมาณงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.608) และด้านงานสำเร็จทันเวลามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.636) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ด้วยวิธี Enter

ตัวแปร อิสระ	สมรรถนะที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน					
	B	SE	Beta	t	p-value	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	1.116	0.247		4.520	.000	
ด้านความรู้ (X_1)	.136	.062	.132	2.201	.029*	1.684
ด้านทักษะความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยี (X_2)	.319	.073	.313	4.349	.000**	2.407
ด้านทัศนคติที่มีต่อการทำงานและองค์กร (X_3)	.264	.064	.262	4.137	.000**	1.865
SE = 0.381 , F = 59.067, Adj R^2 = 0.374, R^2 = 0.380						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 สมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรม พบว่า ด้านความรู้ (β = 0.132, t - value = 2.201, p<0.05) ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านทักษะความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยี (β = 0.313, t - value = 4.349, p<0.000) และด้านทัศนคติที่มีต่อการทำงานและองค์กร (β = 0.262, t - value = 4.137, p<0.000) ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้คือ สมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีด้านความรู้ ด้านทักษะความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยี และด้านทัศนคติที่มีต่อการทำงานและองค์กร ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักศาลยุติธรรม และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยจากคะแนนดิบ (β) สามารถนำมาเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้คือ

$$Y = 1.116 + .136\ X_1 + .319\ X_2 + .264\ X_3$$

ซึ่งอธิบายได้ว่าปัจจัยสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชี ด้านความรู้ (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรมเพิ่มขึ้น .136 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยด้านอื่นๆ คงที่ ปัจจัยสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีด้านทักษะความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยี (X_2) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรมเพิ่มขึ้น .319 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยด้านอื่นๆ คงที่ และปัจจัยสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีด้านทัศนคติที่มีต่อการทำงานและองค์กร (X_3) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลต่อความประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรมเพิ่มขึ้น .264 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยด้านอื่นๆ คงที่

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ 41-50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นนักวิชาการเงินและบัญชีปฏิบัติการ มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 1-5 ปี และประเภทของหน่วยงานที่สังกัดส่วนใหญ่อยู่ในศาลจังหวัด

2. ผลการศึกษาระดับสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์

ในภาพรวมสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านทักษะความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีมากที่สุด รองลงมาด้านทัศนคติที่มีต่อการทำงานและองค์กร และน้อยที่สุดคือด้านความรู้ ตามลำดับ

3. ผลการศึกษาประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชี

ในภาพรวมประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรมในอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านคุณภาพงานมากที่สุด รองลงมาคือด้านปริมาณงาน และน้อยที่สุดคือด้านงานสำเร็จทันเวลา ตามลำดับ

4. ผลการศึกษาการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักศาลยุติธรรม

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณสรุปได้ว่าสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชี ด้านความรู้ ด้านทักษะความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยี และด้านทัศนคติที่มีต่อการทำงานและองค์กร มีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักศาลยุติธรรม

อภิปรายผลการศึกษา

วัตถุประสงค์ข้อ 1 ศึกษาระดับสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีและระดับประสิทธิภาพของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรม

ผลการวิจัยพบว่า 1. ระดับความสำคัญของสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.625) โดยด้านทักษะความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีอยู่ระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านทัศนคติที่มีต่อการทำงานและองค์กร และน้อยที่สุดคือด้านความรู้ ระดับความสำคัญของประสิทธิภาพการทำงานอยู่ในระดับมากทุกรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.613) โดยด้านคุณภาพงานมากที่สุด รองลงมาคือด้านปริมาณงาน และน้อยที่สุดคือด้านความงานสำเร็จทันเวลา 2. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าสมรรถนะด้านความรู้ ด้านทักษะความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยี และด้านทัศนคติที่มีต่อการทำงานและองค์กร ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรมอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยกัลป์ยกร สัญญะ (2563) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักคณะกรรมการตุลาการศาลยุติธรรม ผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นของบุคลากรสำนักคณะกรรมการตุลาการศาลยุติธรรมเกี่ยวกับสมรรถนะของบุคลากรสำนักคณะกรรมการตุลาการศาลยุติธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดคือด้านความรู้ และสอดคล้องกับงานวิจัยจารุวรรณ ชาวกล้า (2564) ได้ศึกษาโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความสำเร็จในงานจัดทำเงินเดือนของนักบัญชีสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาในเขตภาคตะวันออก ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อ

ความสำเร็จในงานจัดทำเงินเดือนของนักบัญชีสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาในเขตภาคตะวันออก คือ ทักษะเชิงเทคนิคซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ คือสมรรถนะของผู้ปฏิบัติงานในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีด้านความรู้ ถ้าผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบแพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีจะทำให้สามารถปฏิบัติงานที่ได้รับผิดชอบบนระบบโปรแกรมบัญชีได้โดยไม่ผิดพลาดหรือมีข้อผิดพลาดน้อย ด้านทักษะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีคือผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีต้องมีทักษะด้านคอมพิวเตอร์เพิ่ม เพื่อให้เกิดความง่ายและรวดเร็วในการปฏิบัติงาน อีกทั้งยังสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อช่วยในการบริหารจัดการข้อมูล งานด้านเอกสาร และระบบสารสนเทศที่มีการจัดรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ไว้อย่างเป็นระบบ ส่วนด้านทัศนคติที่มีต่อการทำงานและองค์กร คือความสามารถในการทำงานที่ใช้ความทุ่มเท ความมุ่งมั่น ขยันทำงานและมีความพร้อมในการปฏิบัติงานให้กับองค์กรอยู่เสมอ หากผู้ปฏิบัติงานมีสมรรถนะที่ดีต่อการปฏิบัติงานจะทำให้การทำงานบรรลุตามเป้าหมายที่องค์กรคาดหวังไว้ได้ อีกทั้งทำให้เกิดความพึงพอใจต่องานที่ได้รับมอบหมายนอกจากนี้ยังทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความกระตือรือร้นในการแสวงหาเทคโนโลยีต่าง ๆ มาช่วยในงานให้สำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรมากขึ้น 3. ประสิทธิภาพการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของวริษฐา อัตโถปกร (2561) ได้ศึกษาสมรรถนะประจำสายงานต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการศึกษาโรงเรียนห้วยยอด ผลการศึกษาพบว่า ระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการศึกษาโรงเรียนห้วยยอดในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนี้ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความทันเวลา ด้านการวางแผนและการจัดระบบงาน ด้านปริมาณผลงานและสุดท้ายคือด้านคุณภาพของผลงานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้ คือ ระดับประสิทธิภาพของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความคุณภาพงานผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีเกิดจากความสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ของงานนั้น ๆ ด้านปริมาณงาน คือ ผู้ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติงานได้ตามปริมาณงานที่ได้รับมอบหมายส่งผลให้งานมีความถูกต้องและงานสำเร็จทันเวลาตามที่ได้วางแผนและสามารถปฏิบัติงานตามขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อให้งานสำเร็จทันตามเวลาที่กำหนด

ตามวัตถุประสงค์ ข้อ 2 เพื่อศึกษาสมรรถนะการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรม พบว่า สมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชี ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้ ด้านทักษะความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีและด้านทัศนคติที่มีต่อการทำงานและองค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน สอดคล้องกับแนวคิดของเดวิด แมคเคิลแลนด์ (David C. McClelland) ที่กล่าวว่า สมรรถนะคือ บุคลิกลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายในปัจเจกบุคคล ซึ่งสามารถผลักดันให้ปัจเจกบุคคลนั้นสร้างผลการปฏิบัติงานที่ดี หรือตามเกณฑ์ที่กำหนด และแนวคิดของโบยาทิส (Boyatzis) ที่กล่าวว่า สมรรถนะ หมายถึง สิ่งที่มีอยู่ในตัวบุคคลซึ่งถือเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลเพื่อให้บรรลุถึงความต้องการของงานภายใต้ปัจจัยสภาพแวดล้อมขององค์การ และทำให้บุคคลมุ่งมั่นสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ จากการศึกษาสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรม ซึ่งพบว่าสมรรถนะทั้ง 3 ด้าน ด้านความรู้ ด้านทักษะความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยี และด้านทัศนคติที่มีต่อการทำงานและองค์กร ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรมอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยกัลป์ยกร สัญญะ (2563) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะและประสิทธิภาพใน

การปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักคณะกรรมการตุลาการศาลยุติธรรม ผลการวิจัย พบว่าความคิดเห็นของบุคลากรสำนักคณะกรรมการตุลาการศาลยุติธรรมเกี่ยวกับสมรรถนะของบุคลากรสำนักคณะกรรมการตุลาการศาลยุติธรรม สมรรถนะด้านความรู้ ด้านทักษะด้านความสามารถ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของของบุคลากรสำนักคณะกรรมการตุลาการศาลยุติธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยศตวรรษ กล่ำดิษฐ์ (2560) ได้ศึกษาสมรรถนะที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน ฝ่ายผลิตในอุตสาหกรรมการผลิตสายไฟฟ้า กรณีศึกษาบริษัทสายไฟฟ้าไทย-ยาซากิ จำกัด ผลการศึกษาพบว่าภาพรวมในทุกด้านของสมรรถนะที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตของบริษัทสายไฟฟ้าไทย - ยาซากิ จำกัด อยู่ในระดับที่ส่งผลมาก เมื่อทำการพิจารณาในสมรรถนะแต่ละด้านพบว่าสมรรถนะที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานมากที่สุดคือด้านทักษะ รองลงมาคือด้านความรู้ และในด้านคุณลักษณะพึงประสงค์นั้นมีระดับสมรรถนะที่ส่งผลมากเท่ากัน สุดท้ายคือด้านทัศนคติมีระดับสมรรถนะที่ส่งผลปานกลาง และยังสอดคล้องกับงานวิจัย (Gilgeous, Vic; Kaussar Parveen, 2001) ได้ทำการศึกษาเรื่องสมรรถนะหลักที่ต้องการสำหรับกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพื่อรับรู้ถึงความต้องการสมรรถนะหลักของผู้บริหารกระบวนการผลิตในภาคอุตสาหกรรม ผลการวิจัยพบว่าสมรรถนะหลักที่ผู้บริหารกระบวนการผลิตต้องการ คือ ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับสมรรถนะหลักของตัวผู้บริหารให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้บริหารกระบวนการผลิตสามารถแข่งขันได้ และเพื่อสามารถช่วยในเรื่องการบริหารจัดการเกี่ยวสมรรถนะหลักรวมถึงการเข้าไปดำเนินการผลักดันให้เกิดรูปแบบของการบำรุงรักษาสมรรถนะหลักขององค์กร ถ้าผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีมีสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้เกี่ยวกับระบบโปรแกรมบัญชี ความสามารถในการปฏิบัติงานตามขั้นตอนการปฏิบัติงานในโปรแกรมบัญชี ความรู้เกี่ยวกับระบบบัญชีและงบประมาณ ทักษะในการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ทำให้สามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว รวมถึงการมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานและองค์กรจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความขยัน หมั่นเพียร กระตือรือร้นในการปฏิบัติงานเพื่อให้งานบรรลุตามวัตถุประสงค์นั้น ๆ ดังนั้น ถ้าผู้ปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีมีความรู้ที่ดีก็จะส่งผลให้ผลงานที่ออกมามีประสิทธิภาพ ข้อมูลรายงานทางการเงินที่นำเสนอผู้บริหารมีคุณภาพ มีความน่าเชื่อถือ มีความถูกต้อง มีข้อผิดพลาดเล็กน้อยหรือไม่มีข้อผิดพลาด อีกทั้งช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายทั้งด้านปริมาณและเวลาตามที่ได้กำหนดไว้รวมถึงคุณภาพของงานที่มีประสิทธิภาพ และยังทำให้ผลงานที่ออกมาสำเร็จทันเวลาอีกด้วย ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชีมีความสำคัญและส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีสำนักงานศาลยุติธรรม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชี ด้านความรู้ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน ดังนั้น หน่วยงานควรให้ความตระหนักในด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี เกี่ยวกับบัญชีและงบประมาณ ด้วยการพัฒนาและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี โดยประโยชน์จากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีจะช่วยในการบริหารจัดการด้านข้อมูล ด้านเอกสาร และด้านระบบสารสนเทศให้สามารถจัดเก็บและรวบรวมไว้อย่างเป็นระบบ ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันการทำบัญชีต้องใช้เทคโนโลยีช่วยในการจดบันทึกและช่วยจัดทำข้อมูล ดังนั้นนักบัญชีจำเป็นต้องพัฒนาและใฝ่หาความรู้อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เป็นผู้มีความรู้ และทักษะที่ดีเพื่อให้สามารถ

ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการทำงาน ให้เกิดทักษะ รวมถึงความเชี่ยวชาญในการทำงานให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลรวมถึงการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ใช้ข้อมูลทางการเงิน

2. ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชี ด้านทักษะความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน ดังนั้น หน่วยงานควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถปรับตัวในการทำงานให้มีคุณภาพมากขึ้น และควรมีการออกแบบและวางระบบการควบคุมภายในเพื่อดำเนินการตรวจสอบภายในเพื่อให้เกิดความถูกต้อง โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ด้วยเทคโนโลยีให้มากขึ้น

3. ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชี ด้านทัศนคติที่มีต่อการทำงานและองค์กรส่งผลต่อความประสิทธิภาพการทำงาน ดังนั้น หน่วยงานควรให้ความสำคัญในประเด็นการสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร โดยการส่งเสริมให้บุคลากรทุกคนทุกระดับ มีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานและองค์กร ทั้งนี้หากผู้ปฏิบัติงานมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานและองค์กรจะทำให้การทำงานนั้นมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น และเป็นผลดีต่อหน่วยงานศาลยุติธรรมในระยะยาวต่อไป เพราะเมื่อผู้ปฏิบัติงานมีทัศนคติที่ดีจะส่งผลให้การทำปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษา 2 ตัวแปร คือ สมรรถนะในการใช้แพคเกจซอฟต์แวร์บัญชี และประสิทธิภาพในการทำงาน ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นด้านอื่น ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงาน ไม่ว่าจะเป็น ด้านความซื่อสัตย์ ด้านแรงจูงใจในการทำงาน หรือด้านความโปร่งใสตรวจสอบได้

เอกสารอ้างอิง

กรมบัญชีกลาง. (2561). *พระราชบัญญัติวินัยการเงินการคลังของรัฐ พ.ศ. 2561*, สืบค้น 14 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://www.mof.go.th/th/view/attachment/file/3134393632

กัลป์ยกร สัญญะ. (2563). *ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักคณะกรรมการตุลาการศาลยุติธรรม* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

จารุวรรณ ชาวกล้า (2564). โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความสำเร็จในงานจัดทำเงินเดือนของนักบัญชีสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาในเขตภาคตะวันออก. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 3(3), 15-32

ชลมาศ เทียบคุณ. (2562). *สมรรถนะเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของนักบัญชีในเขตภาคใต้* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ณัฐวัตร เป็งวันปลูก. (2560). *ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ของข้าราชการทหารประจำสังกัดกองพันทหารราบที่ 1 กรมทหารราบที่ 7* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

บุญชม ศรีสะอาด. (2552). *การวิจัยเกี่ยวกับการบริหารการศึกษา*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

วริษฐา อัตโถปกร. (2561). *สมรรถนะประจำสายงานต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการศึกษาโรงเรียนห้วยยอด* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.

ศตวรรษ กล่ำดิษฐ. (2560). *สมรรถนะที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตในอุตสาหกรรมการผลิตสายไฟฟ้า กรณีศึกษาบริษัท สายไฟฟ้าไทย-ยาซากิ จำกัด* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

Boyatizis, R. E. (1991). *The Competent Manager*. New York : McGraw-Hill.

David C. McClelland. (1975). Test for Competence, Rather than Intelligence. American Psychologists. v. 17(7) (p. 57-58).

David, D. Dubois and William, J. Rothwell. (2004.). Competency-Based Human Resource Management. California: Davies-Black Publishing.

de Nadaillac, Arnauld. (2003). Competency System. London: McGraw-Hill.

Millet, J. D. (1954). *Management in the Public Service*. New York : McGraw-Hill.

Peterson, E & Plowman, E.G. (1989). Business Organization and Management. Homewood, Illinois: Richard D. Irwin.

Gilgeous, V., & Parveen, K. (2001). Core competency requirements for manufacturing effectiveness. Integrated Manufacturing Systems.

บทความวิจัย

การพัฒนาข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจในอุตสาหกรรมเซรามิก จังหวัดลำปาง

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 16 กรกฎาคม 2565
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 9 สิงหาคม 2565
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 31 สิงหาคม 2565

ไพฑูรย์ อินต๊ะขัน[1*]
รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการบัญชีมหาบัณฑิต
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

อนุรักษ์ อาทิตย์กวิน[2]
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และธุรกิจระหว่างประเทศ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

อารยา อริยา[3], *กรรณิการ์ สายเทพ*[4]
อาจารย์ ดร. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

จีราภรณ์ พงศ์พันพัฒนะ[5]
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

จารุวรรณ ลิมป์ไพบูลย์[6]
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการธุรกิจดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

ณัฏฐ์ดนัย ประเทืองบริบูรณ์[7]
รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจในอุตสาหกรรมเซรามิกจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อพัฒนาข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจ สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิกในจังหวัดลำปาง เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก นักวิชาการ และผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับการประเมินธุรกิจ ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย และแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณา

ผลการวิจัยพบว่าข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิก 3 หมวดหลัก ดังต่อไปนี้ หมวดที่ 1 หมวดคุณภาพด้านการตลาด หมวดที่ 2 หมวดคุณภาพด้านบริหารจัดการธุรกิจ และหมวดที่ 3 หมวดคุณภาพด้านผลประกอบการ โดยมีเกณฑ์ในการประเมินจำนวน 41 ข้อ ผลการประชุมกลุ่มย่อยพบว่าผู้ประกอบการที่มีความประสงค์จะได้รับรองมาตรฐานลำปางแสตนดาร์ต้องได้รับคะแนนในการ

[*] ผู้ประสานงานหลัก: Intakhan.p@gmail.com

ประเมินตั้งแต่ 651 คะแนนขึ้นไป และเมื่อนำข้อกำหนดเฉพาะไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่าง พบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านประโยชน์จากการใช้ข้อกำหนดเฉพาะ ด้านความเข้าใจในข้อกำหนดเฉพาะ และด้านความตั้งใจในการใช้ข้อกำหนดเพื่อให้ได้รับรองลำปางแสตนดาร์ด ตามลำดับ

คำสำคัญ: ข้อกำหนดเฉพาะ การจัดการธุรกิจ อุตสาหกรรมเซรามิก

วิธีการอ้างอิง

ไพฑูรย์ อินต๊ะขัน, อนุรักษ์ อาทิตย์กวิน, อารยา อริยา, กรรณิการ์ สายเทพ, จีราภรณ์ พงศ์พันพัฒนะ, จารุวรรณ ลิมป์ไพบูลย์ และณัฏฐ์ดนัย ประเทืองบริบูรณ์. (2565). การพัฒนาข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจในอุตสาหกรรมเซรามิกจังหวัดลำปาง. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 4*(2), 107-122.

Research Article

The Development of Specific Business Management Requirements of the Ceramic Industry in Lampang Province

Received: July 16, 2022
Revised: August 9, 2022
Accepted: August 31, 2022

Phaithun Intakhan[1*]
Associate Professor, Dr, of Master of Accountancy Program
Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

Anurak Artikawin[2]
Assistant Professor, Dr, of Logistic and International Business Management Program
Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

Araya Ariya[3], *Kannika Saithep*[4]
Lecture Dr. Business Administration
Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

Jeeraporn Pongpanpattana[5]
Assistant Professor, Dr, Master of Accountancy Program
Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

Charuwan Limphaiboon[6]
Assistant Professor, Dr, Digital Business Management
Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

Nathdanai Pratuangboriboon[7]
Associate Professor, Dr, of Public Administration Program
Faculty of Humanities and Social Sciences, Lampang Rajabhat University

Abstract

The main purpose of this mixed method research was to develop specific business management requirements for entrepreneurs in the ceramic business in Lampang Province. The main participants include ceramic factory entrepreneurs, scholars, and people who have experience in business assessment selected by purposive sampling. The data were collected by using a questionnaire, interview schedule, and focus group discussion. Content analysis was

* Corresponding Author: Intakhan.p@gmail.com

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

utilized to analyze the data. The results showed that the requirements consisted of three main categories: marketing quality, business management quality, and performance quality with 41 criteria for evaluation. The results of the focus group discussion indicated that entrepreneurs who wish to obtain Lampang Standard certification must receive a score of at least 651. When the specific requirements were applied to the sample entrepreneurs, it was found that the entrepreneurs were most satisfied with benefits from using specific terms, understanding of specific requirements, and the intention to use the requirements to be certified by Lampang Standards, respectively.

Keywords: Business Management Specification, Business Management, Ceramic Industry

Cite this article as:

Intakhan, P., Artikawin, A., Ariya, A., Saithe, k., Pongpanpattana, J., Limphaiboon, C. & Pratuangboriboon, N. (2022). The Development of Specific Business Management Requirements of the Ceramic Industry in Lampang Province. *JournalofManagement Science Pibulsongkram Rajabh at University, 4*(2), 107-122.

บทนำ

สถานการณ์และกระแสการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมทั้งภายในและภายนอกประเทศที่ปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วคาดการณ์ได้ยากและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของภาคครัวเรือน ชุมชน สังคม และท้องถิ่นเป็นวงกว้าง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 จึงได้กำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เหมาะสมตั้งแต่ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ในข้อ 1.2 ที่ต้องการยกระดับศักยภาพคนให้มีทักษะความรู้ และความสามารถในการดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่า ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ข้อ 2.3 ที่เน้นการส่งเสริมศักยภาพชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการสร้างความเข้มแข็งการเงินฐานรากตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ มีสิทธิ์ในการจัดการทุน ที่ดินและทรัพยากรภายในชุมชน และยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ในข้อ 3.2 เรื่องการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ซึ่งแต่ละยุทธศาสตร์ที่กล่าวมา ต่างก็มุ่งเน้นให้ภาคธุรกิจภาคเอกชนชุมชนได้รับโอกาสทางการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น เพื่อลดปัญหาความเหลื่อมล้ำจากธุรกิจขนาดใหญ่และการเข้ามาของธุรกิจข้ามชาติ รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน

นอกจากนี้นโยบายการเร่งรัดการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าเสรีที่มีผลบังคับใช้แล้วเป็นการสร้างองค์ความรู้ให้กับภาคธุรกิจโดยเฉพาะผู้ได้รับผลกระทบทั้งเชิงบวกและลบให้สามารถพัฒนาศักยภาพและโอกาสของตนเองในการใช้ประโยชน์จากการเปิดการค้าเสรีโดยเฉพาะภาคธุรกิจขนาดย่อม ธุรกิจชุมชน ที่ควรได้รับการสนับสนุนเยียวยาและดูแลจากรัฐในกรณีที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทัน เนื่องจากสภาวะการแข่งขันของธุรกิจในปัจจุบันที่มีความรุนแรงมากอันเนื่องมาจากการเปิดเสรีทางการค้าและความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคมขนส่ง รวมถึงการเข้ามาของกลุ่มคู่แข่งขันรายใหม่ที่มีจำนวนมากและมีผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกันสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความต้องการสินค้าใหม่ ๆ รูปแบบใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลายน่าสนใจ ธุรกิจที่ลูกค้ามาซื้อหรือมาใช้บริการจนเป็นลูกค้าประจำเนื่องจากมีความภักดีของตราสินค้า โดยที่ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่น การนึกคิดหรือตรงใจผู้บริโภคมาโดยตลอด ซึ่งในปัจจุบันหลายองค์กรทางธุรกิจจะมีความหลากหลายในการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคเปลี่ยนหรือหันไปใช้สินค้าใหม่เสมอ และผลจากแรงผลักของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และตลาดต่างประเทศที่จะเกิดขึ้น รวมถึงนโยบายต่างๆ ของภาครัฐที่สนับสนุนให้ภาคธุรกิจและภาคอุตสาหกรรมของไทย ได้เกิดการพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ และสามารถที่จะอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

ทั้งนี้การนำแนวคิดทางการตลาด การกำหนดมาตรฐานการจัดการธุรกิจ และการศึกษาความเป็นไปได้ของแต่ละธุรกิจเพื่อมาปรับใช้การดำเนินธุรกิจจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการสร้างโอกาสทางการแข่งขันโดยเฉพาะกับผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมเซรามิกที่มีความจำเป็นต้องทำการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์รูปร่าง ความจำเป็นในการนำเซรามิกไปใช้งานแล้ว การกำหนดมาตรฐานสินค้าเซรามิก การจัดการในส่วนของการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้และศึกษาความได้เปรียบเชิงการค้าของการส่งออกเซรามิกไทยมีความจำเป็นอย่างมาก เนื่องจากจะเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ทำให้อุตสาหกรรมเซรามิกของไทยเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน อีกทั้งยังเป็นเพิ่มมูลค่าและการสร้างโอกาสทางการแข่งขันของประเทศได้มากขึ้นอีกช่องทางหนึ่งด้วย

อย่างไรก็ตามแม้ว่าไทยจะสามารถส่งออก ผลิตภัณฑ์เซรามิกไปยังประเทศต่างๆ ซึ่งสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการผลิต และแรงงานในประเทศตลอดมา แต่ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

เซรามิก ประสบกับปัญหาหลายประการ เช่น ปัญหาต้นทุนเชื้อเพลิง การขึ้นค่าแรงขั้นต่ำตามนโยบายของรัฐบาล ปัญหาการชะลอตัวของ ภาวะเศรษฐกิจในประเทศและเศรษฐกิจโลกที่ส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง อีกทั้งยังได้รับผลกระทบจากการแข่งขันกับสินค้าจากประเทศคู่แข่ง โดยเฉพาะคู่แข่งจากประเทศจีน ซึ่งมีข้อได้เปรียบทั้งในด้าน วัตถุดิบ ราคา และ มีกำลังการผลิตเซรามิกที่ใหญ่ที่สุดในโลก สามารถผลิตสินค้าได้หลายมาตรฐาน หลายรูปแบบ หลายระดับราคา และการแข่งขันกับประเทศในสหภาพยุโรป เช่น สเปน อิตาลี และเยอรมนี ในตลาดระดับบน ซึ่งมีความได้เปรียบในด้านเทคโนโลยีการผลิตระดับสูงและการออกแบบผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับแนวหน้าของโลก ปัญหาต่างๆ ที่รุมเร้าอุตสาหกรรมเซรามิกแบบดั้งเดิมเป็นผลให้ขีดความสามารถในการแข่งขันลดน้อยถอยลง และ ยังทำให้เกิดการแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดของผู้ผลิตของไทย ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ ซึ่งจะเห็นได้ว่าปริมาณการผลิตการจำหน่ายภายในประเทศในบางผลิตภัณฑ์เริ่มลดลง ตั้งแต่ ปี 2555 โดยปริมาณการจำหน่ายกระเบื้องปูพื้นบุผนังในปี 2555 มีปริมาณ 195 ล้านตารางเมตร ลดลงเป็น 165 ล้านตารางเมตร ในปี 2559 หรือลดลงร้อยละ 16.37 ในขณะที่ปริมาณการจำหน่ายเครื่องสุขภัณฑ์ ค่อนข้างทรงตัวโน้มลดลง โดยในปี 2556 มีปริมาณ 4.8 ล้านชิ้น ลดลงเหลือ 4.5 ล้านชิ้นในปี 2559 ด้านการส่งออก พบว่า มูลค่าการส่งออกค่อนข้างชะลอ ตัวตั้งแต่ปี 2557 ตามการชะลอตัวของเศรษฐกิจและการค้าโลก โดยตลาดส่งออกหลักอย่างญี่ปุ่น ไทยมีการ ส่งออกลดลงจากเดิมมีมูลค่า 203 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2557 เป็น 175 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2559 หรือลดลงร้อยละ 13.78 (พชรวรรณ สนธิมุล, 2560)

นอกจากนี้ยังพบว่ากฎหมาย กฎระเบียบต่าง ๆ ยังเป็นหนึ่งในอุปสรรคต่อการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรม ทั้งทางด้านการผลิต และการตลาด การบัญชี รวมถึงโลจิสติกส์สำหรับผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมเซรามิกที่ต้องการส่งออก เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ โดยเฉพาะรายย่อยขาดองค์ความรู้ความเข้าใจในข้อกำหนดเฉพาะการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก ขาดคู่มือ หรือข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจขั้นต้น ประกอบกับมาตรฐานที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น มาตรฐาน ISO จะเหมาะสำหรับธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ไม่สามารถนำมาปรับใช้ได้อย่างเหมาะสม ทั้งจากกระแสการพัฒนาอุตสาหกรรมของโลกและจากนโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมซึ่งจะส่งผลให้อัตราการเติบโตของการใช้เซรามิกสมัยใหม่เป็นชิ้นส่วนเชื่อมโยงกับการผลิต ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอนาคต มีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มมากขึ้นด้วย ดังนั้นการวิจัยนี้จึงเป็นส่วนหนึ่งของแผนงานวิจัย ที่ต้องการเน้นบทบาทการบริหารจัดการภาคธุรกิจของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเซรามิก ทั้งในเรื่องจัดวางนโยบายเพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน วิธีการจัดสรรเงินทุนและสิทธิประโยชน์ ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านข้อกำหนดเฉพาะการผลิตเพื่อการส่งออกให้กับผู้ประกอบการและแรงงาน รวมถึงการศึกษาความเป็นไปได้ของการส่งออก ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งของการช่วยแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อให้อุตสาหกรรมเซรามิกไทยก้าวผ่านความท้าทายได้อย่างแข็งแกร่ง และยั่งยืน ซึ่งเป็นการยกระดับศักยภาพมาตรฐานของอุตสาหกรรมเซรามิกให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อพัฒนาข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจ สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิกจังหวัดลำปาง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดในการกำหนดมาตรฐาน

พจนานุกรม ราชบัณฑิตยสถาน (พ.ศ. 2554) ให้ความหมายของคำว่า มาตรฐาน หมายถึง สิ่งที่ถือเอาเป็นเกณฑ์ที่รับรองกันทั่วไป เช่นเวลามาตรฐาน มาตรฐานอุตสาหกรรม มาตรฐาน ISO 9000 หรือ สิ่งที่ถือเอาเป็นเกณฑ์สำหรับเทียบกำหนดทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ ในปัจจุบันมาตรฐานมีความสำคัญมากต่อระบบการค้า การลงทุน เป็นปัจจัยที่เอื้อให้เกิดการลงทุนเพิ่มขึ้น หรือมองอีกด้านเป็นการกีดกันทางการค้าก็ได้ ในองค์กรที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน จะเกิดประโยชน์ดังนี้

ประโยชน์ต่อตัวพนักงาน

1. ทำให้พนักงานเกิดการมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ
2. พนักงานเกความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน และมีจิตสำนึกรักองค์กรมากขึ้น
3. ลดปัญหาและความยุ่งยากในการทำงาน เนื่องจาก ทุกคนยึดถือมาตรฐานและร่วมใจกันปฏิบัติพร้อมกัน
4. พนักงานใหม่เรียนรู้งานได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีมาตรฐานกำหนดไว้

ประโยชน์ตอผู้ซื้อหรือผู้บริโภค

1. ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน
2. ผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือการบริการ

ประโยชน์ต่อองค์กรหรือบริษัท

1. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีคุณภาพคงที่ ตามมาตรฐานและลดการสูญเสียให้น้อยลง
2. เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการ ประหยัดค่าใช้จ่าย เวลา มีการควบคุมกระบวนการทำงานตั้งแต่ต้นจนสิ้นสุดกระบวนการ

ระดับของมาตรฐาน

วัตถุประสงค์ในการกำหนดมาตรฐานควรยึดหลักการออกแบบเพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดประสิทธิภาพผลิตในอนาคตมากกว่าการดำเนินงานให้เท่ากับข้อมูลในอดีตที่ผ่าน และค่าเป้าหมายควรเป็นตัวเลขที่วัดและเปรียบเทียบได้ เช่น ร้อยละ สามารถแบ่งประเภทของการกำหนดมาตรฐาน ได้ 2 ประเภทหลัก ได้แก่ มาตรฐานตามอุดมคติ (Ideal Standards) และมาตรฐานที่พอปฏิบัติได้ (Practical Standards) (Hansen & Mowan, 2006)

มาตรฐานตามอุดมคติ (Ideal Standards) เป็นระดับการปฏิบัติงาน ที่องค์ประกอบทุกอย่างที่เกี่ยวข้องเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด เช่น การจ้างแรงงาน ด้วยค่าแรงที่ต่ำที่สุด ในขณะเดียวกันก็ต้องการให้คนงานทำงานให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด ถือเป็นอุดมคติ เนื่องจากปกติแล้วแรงงานที่ค่าแรงงานต่ำประสิทธิภาพในการทำงานอาจจะไม่ดี เป็นต้น

มาตรฐานที่พอปฏิบัติได้ (Practical Standards) เป็นการกำหนดมาตรฐานของการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ โดยเผื่อเวลาให้สำหรับกิจกรรมอื่น เช่น เวลาให้พนักงานพักผ่อนในระหว่างการทำงาน เป็นต้น ดังนั้น ผลต่างที่เกิดขึ้นในวิธีนี้ฝ่ายบริหาร ควรให้ความสำคัญ เนื่องจากเป็นการแสดงถึงการปฏิบัติงานที่ผิดปกติในทางปฏิบัติ วิธีนี้ใช้กำหนดต้นทุนมาตรฐาน เนื่องจากเป็นการกระตุ้นให้พนักงานทำงานเต็มประสิทธิภาพ เพราะว่าเป้าหมายสามารถบรรลุถึงได้ไม่ได้เป็นสิ่งที่ปฏิบัติไม่ได้

จะเห็นได้ว่า เมื่อกิจการได้รับมาตรฐานจะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมาก อย่างไรก็ตาม ในจังหวัดลำปางซึ่ง เป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไปว่าสินค้าเซรามิกเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดลำปาง มีผู้ประกอบการเซรามิ

กมากที่สุดในประเทศไทย แต่ยังขาดการกำหนดมาตรฐานในการจัดการธุรกิจ โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยที่ต้องการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ การร่วมกันกำหนดมาตรฐานสินค้าเซรามิกจะเป็นช่องทางหนึ่งที่ช่วยให้สินค้าและการดำเนินงานของธุรกิจมีความมั่นคง เข้มแข็ง และยั่งยืน

แนวคิดหลักการบริหารจัดการ และการวัดผลการดำเนินงาน

กรไชย ภรลภัสรชกร (2565) กล่าวถึง การจัดการองค์กร ต้องอาศัยความยืดหยุ่นในการบริหารงานเป็นอย่างมาก เนื่องจากข้อจำกัดในด้านทรัพยากร หลักการจัดการองค์กรขนาดเล็ก มีแนวทางโดยสรุปดังนี้

1. การวางแผนที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของกิจการ โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหาภาค ระดับอุตสาหกรรม และรดับคู่แข่งขันและตลาดเพื่อให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดี

2. การสั่งการและจูงใจให้มีการใช้ทรัพยากรเพื่อให้ได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่

3. การควบคุมและการประเมินผลการใช้ทรัพยากรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด อาจจำแนกเป็นการควบคุมทางการบริหารที่เน้นตัวเงิน เช่น ระบบงบประมาณ หรือ การควบคุมการบริหารที่เน้นทางการดำเนินงาน เช่น จำนวนลูกค้าร้องเรียน หรือ อัตราการลาออกของพนักงาน

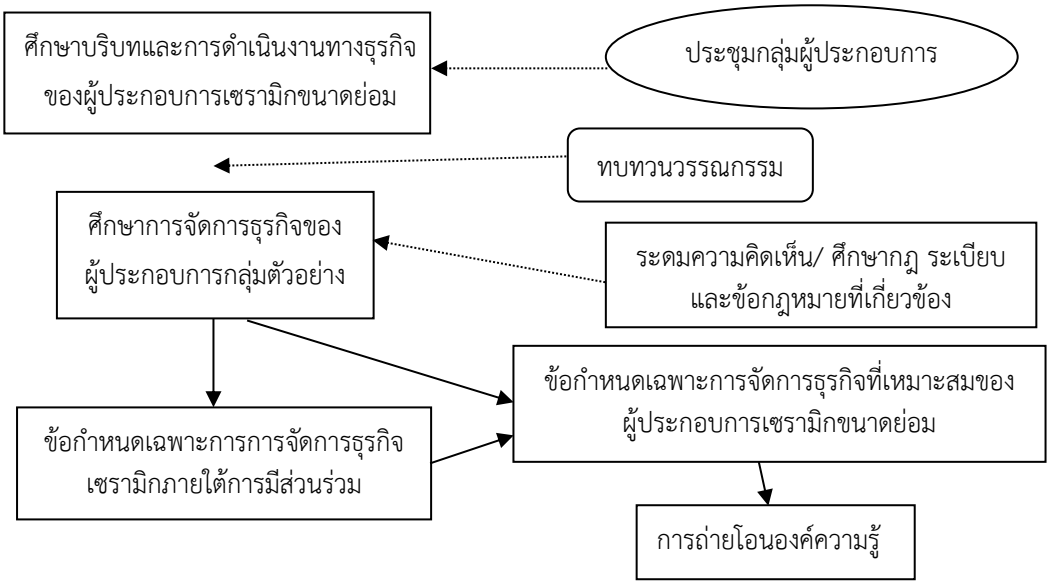
4. การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด โดยบูรณาการข้อมูลเชิงลึกในทุกมิติเพื่อกำหนดเป็นทางเลือกและมีกระบวนการตัดสินใจที่ยึดโยงกับเป้าหมายขององค์กร

นอกจากนั้นแล้ว การวัดผลการดำเนินงานที่เหมาะสมจะเป็นตัวผลักดันให้องค์กรบริหารและจัดการทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยอาจจะประยุกต์ใช้การวัดผลการดำเนินงานเชิงบูรณการ การวัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ หรือ การเทียบเคียงการดำเนินงาน หลักการวัดผลการดำเนินงานสมัยใหม่นิยมวัดผลการดำเนินงานในหลากหลายมิติ ทั้งมิติที่เป็นตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงิน

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทางการตลาด

การจัดการการตลาด หมายถึง กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติการและควบคุมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ ที่จะประกอบไปด้วยปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือ การวางแผน การปฏิบัติ และการประเมินผล โดยที่การวางแผน จะนำข้อมูลองค์กรมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ทางการตลาด เมื่อได้ข้อมูลจากการวางแผน จึงนำมาสร้างเป็น พันธกิจ (Mission) วัตถุประสงค์ (Objective) และเป้าหมาย (Goal) เพื่อไปกำหนดเป็น กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) ด้วยการแบ่งส่วนตลาด (STP) ประกอบด้วย การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย และตำแหน่งของสินค้า และ ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) ได้ แก่ สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย ซึ่งทั้งหมดข้างต้น รวมกันเรียกว่า แผนงานทางการตลาด (Marketing Planning) ขั้นตอนต่อไป คือ การนำแผนไปปฏิบัติ ต้องมีการออกแบบขององค์กรและระบบ (Design Organization and System) เพื่อให้สอดคล้องและรองรับกับแผนงานด้านการตลาด เช่น กรณีที่กิจการต้องการขายสินค้าแฟชั่น ระบบการขายอาจเป็นการขายออนไลน์ อีกทั้งจะต้องกำหนดวิธีการปฏิบัติหรือยุทธวิธี ให้มีความชัดเจน และจะต้องกำหนดข้อประเมินผลงานที่สามารถเปรียบเทียบได้ จากนั้นจึงนำมากำหนดเป็น กลยุทธ์ในการปฏิบัติงาน และการปฏิบัติสุดท้ายคือการประเมินผลที่มาจากการกำหนดเป้าหมายและนำผลการปฏิบัติงานที่ได้มาเปรียบเทียบเพื่อหาข้อบกพร่อง ข้อข้อจำกัดเพื่อนำผลการประเมินผลมาใช้ในการวางแผนในปีถัดๆ ไป (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2563)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการศึกษา / การวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร : การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยมีประชากรการวิจัยคือ โรงงานเซรามิกที่ประกอบกิจการขนาดย่อมอยู่ทั้งสิ้นมากกว่า 232 โรงงาน (ศูนย์วิจัยและพัฒนาวัสดุอุตสาหกรรมสร้างสรรค์, 2562) ที่ทำการผลิต เพื่อการบริโภคภายในประเทศและเพื่อการส่งออก

กลุ่มตัวอย่าง : เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ต้องการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของผู้ประกอบการเซรามิกขนาดย่อมที่ยินดีให้ข้อมูลอย่างเปิดเผย ตรงไปตรงมา ทีมวิจัยจึงเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง การสุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 โรงงาน โดยผู้ประกอบการหรือผู้บริหารเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) โดยมีหลักเกณฑ์ที่สำคัญคือ เป็นโรงงานที่มีระยะเวลาดำเนินงานมาแล้วอย่างน้อย 5 ปี มีสถานที่ตั้งในจังหวัดลำปาง และเป็นธุรกิจ SMEs

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ได้แก่

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ เช่น ด้านการดำเนินงาน การผลิต การตลาด การเงินการบัญชี

การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เป็นการรวบรวมข้อมูลในทุกมิติที่เกี่ยวข้อง ด้วยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ หรือได้จากการระดมความคิดเห็น มาวิเคราะห์เพิ่มเติม เพื่อให้ข้อมูลที่มีเป็นสารสนเทศที่มีคุณภาพสามารถนำไปใช้ในการสร้างข้อกำหนดเฉพาะ โดยการประชุมกลุ่มย่อยจะมีตัวแทนจากทีมวิจัย จำนวน 3 คน ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารธุรกิจ จำนวน 2 คน ตัวแทนจากผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก จำนวน 10 คน รวมทั้งสิ้น 15 คน

แบบสอบถาม ใช้ในการรวบรวมระดับความพึงพอใจในการประยุกต์ใช้ และประเมินการใช้ประโยชน์จากการนำข้อกำหนดเฉพาะไปใช้ ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน โดยใช้เทคนิค IOC และข้อคำถามแต่ละข้อมีค่าระหว่าง 0.67 – 1.00 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาที่ยอมรับได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ใช้เทคนิค การวิเคราะห์เนื้อหา ให้ทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบัน และเป้าหมายที่ผู้ประกอบการต้องการใช้การเรียงลำดับความต้องการและเป้าหมายเพื่อให้ได้ข้อสรุปร่วมกัน ส่วนข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา

จากการดำเนินโครงการวิจัยโดยมีผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง ทีมวิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นผู้มีส่วนร่วมในการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ โดยจากผลการศึกษาพบว่าข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิก มีลักษณะเป็นการประเมินตามข้อกำหนดเฉพาะ 3 หมวดหลักดังต่อไปนี้

หมวดที่ 1 หมวดคุณภาพด้านการตลาด

หมวดที่ 2 หมวดคุณภาพด้านบริหารจัดการธุรกิจ

หมวดที่ 3 หมวดคุณภาพด้านผลประกอบการ

ในแต่ละหมวดจะกำหนดเป็นประเด็นย่อย ๆ ในแต่ละประเด็น เมื่อกิจการนำข้อกำหนเฉพาะไปปรับใช้จะมีการประเมินและให้ค่าคะแนน เพื่อให้เห็นรูปแบบและข้อกำหนดในการประเมินจะขอยกตัวอย่างการประเมินตามข้อกำหนดเฉพาะ 1 ด้าน คือคุณภาพด้านผลประกอบการ หมายถึง “การที่ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจที่ตอบสนองดัชนีชี้วัดต่างๆ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนแก่องค์กร” โดยแบ่ง ออกเป็น 3 หมวดย่อย ได้แก่ การกำหนดเป้าหมายผลประกอบการและดัชนีชี้วัดในมุมต่างๆ การวัดผลประกอบการ และการวิเคราะห์และปรับปรุงผลประกอบการ โดยจะขอนำเสนอหมวดย่อยที่สอง การวัดผลประกอบการ ดังนี้

หมวดคุณภาพด้านผลประกอบการ - การวัดผลประกอบการ

มีการติดตามผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริง โดยการเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้		ระดับคะแนน
0	ไม่มีการดำเนินการ	
1	มีการติดตามผลและเปรียบเทียบเฉพาะผลการดำเนินงานใน บางด้าน หรือการติดตามและเปรียบเทียบผลไม่เป็นไปตาม ช่วงเวลาที่กำหนด	
2	มีการติดตามผลและเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดขึ้นใน ทุกด้าน ตามช่วงเวลาที่กำหนด	
4	มีการติดตามผลและเปรียบเทียบกับดัชนีชี้วัด (KPI) ที่กำหนดขึ้นในแต่ละช่วงเวลา รวมทั้งมีการหาสาเหตุของค่าความ แตกต่างดังกล่าว และจัดทำแนวทางการแก้ไข	
บันทึกเพิ่มเติม		
มีการตรวจสอบสถานะทางการเงิน และสภาพคล่องของบริษัท อย่างสม่ำเสมอ		ระดับคะแนน

0	ไม่มีการดำเนินการ	
1	มีการติดตามผลและตรวจสอบเป็นระยะ แต่ไม่มีกำหนดเวลา ที่แน่นอน	
2	มีการติดตามผลและเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดขึ้นใน ทุกด้านตามช่วง เวลาที่กำหนด	
4	มีการติดตามผลและเปรียบเทียบกับดัชนีชี้วัด (KPI) ที่กำหนดขึ้นใน แต่ละช่วงเวลา รวมทั้งมีการหาสาเหตุของค่าความแตกต่างดังกล่าว และจัดทำแนวทางการแก้ไข	
บันทึกเพิ่มเติม		

มีการนำผลที่ได้จากการวัดมาจัดทำเป็นรายงานเพื่อนำเสนอ		ระดับคะแนน
0	ไม่มีการดำเนินการ	
1	มีการรายงานผลที่ได้อย่างคร่าว ๆ ด้วยวาจา	
2	มีการรายงานผลที่ได้รับให้กับผู้บริหารรับทราบในรูปแบบเอกสาร	
4	จัดการประชุมกับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เพื่อรายงานผลจากการวัด ปัญหา สาเหตุ และแนวทางการแก้ไขโดยการนำเสนอ รูปแบบต่างๆ ซึ่งมีการบันทึกการประชุมและจัดเก็บเป็นเอกสาร	
บันทึกเพิ่มเติม		

โดยรายละเอียดในแต่ละหมวดมีดังนี้

หมวดที่ 1 หมวดคุณภาพด้านการตลาด

แบ่งออกเป็น 4 หมวดย่อย ได้แก่ ความเข้าใจตลาดและกลุ่มลูกค้า การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาดเชิงรุก การบริหารความพึงพอใจและความสัมพันธ์ลูกค้า โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ความเข้าใจตลาดและกลุ่มลูกค้า ผู้ประกอบการควรจะมีการทำความเข้าใจและเรียนรู้ลักษณะของตลาดสินค้าเซรามิกที่ดำเนินกิจการอยู่ รวมถึงการศึกษาและวิเคราะห์ธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมเซรามิก เช่น อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น รวมถึงแนวโน้มเทคโนโลยีที่ใช้ในอุตสาหกรรมเซรามิก นอกจากนั้นผู้ประกอบการควรจะติดตามปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจเซรามิกในภาพรวม เช่น การเติบโตของเศรษฐกิจ อัตราดอกเบี้ย เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการจะต้องสามารถวิเคราะห์และระบุส่วนของตลาด (Segments) ที่เหมาะสม เพื่อที่จะสามารถกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งและสร้างภาพลักษณ์ทางการตลาด และระบุถึงคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม

1.2 การกำหนดราคา การกำหนดราคา ซึ่งการแสดงรายละเอียดของราคาสินค้าเพื่อสร้างความชัดเจนและความเข้าใจที่ตรงกันกับลูกค้า

1.3 การส่งเสริมการตลาดเชิงรุก ผู้ประกอบการควรสร้างตราสินค้าบริษัทของตน ให้เป็นที่รู้จัก โดยเฉพาะผู้ประกอบการในธุรกิจเซรามิก เนื่องจากมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการอาจต้องจัดจำหน่ายทั้งขายปลีกและขายส่ง โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ การใช้สื่อโซเชียลเน็ทเวิร์ค และเข้าร่วมงานนิทรรศการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น งานแสดงสินค้า งานเซรามิกแฟร์ เป็นต้น การจัด

กิจกรรมอีเว้นต์ต่างๆ ร่วมกับสมาคมเครื่องปั้นดินเผา เพื่อเป็นการกระตุ้นความต้องการและสื่อสารให้ลูกค้ารับทราบ

1.4 การบริหารความพึงพอใจและความสัมพันธ์ลูกค้า การวัดความพึงพอใจของลูกค้านั้น สามารถจัดทำโดยการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อหาความเชื่อมั่นถึงคำตอบที่ได้รับจากลูกค้าส่วนใหญ่ที่เป็นไปตามหลักสถิติ และการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อหาจุดแข็งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และสาเหตุของปัญหาอันเป็นจุดอ่อนที่ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ

หมวดที่ 2 หมวดคุณภาพด้านบริหารจัดการธุรกิจ

แบ่งออกเป็น 5 หมวดย่อย ได้แก่ การวางแผนการจัดการธุรกิจ การจัดการระบบการทำงาน การบริหารประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจให้ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การบริหารความเสี่ยง การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจเซรามิกโดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 การวางแผนการจัดการธุรกิจ การวางแผนจัดการธุรกิจ จะครอบคลุมรายละเอียดตั้งแต่การวางแผนองค์กร การวางแผนประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจเซรามิก อาทิเช่น ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (ดิน) ผู้ขนส่ง และหน่วยงานราชการต่างๆที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น การวางแผนด้านวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ การวางแผนด้านบริหารการเงินและบัญชี รวมทั้งการวางแผนด้านความปลอดภัยในงานเซรามิก

2.2 การจัดการระบบการทำงาน ผู้ประกอบการควรนำเทคนิคด้านบริหารจัดการธุรกิจ และเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการ และใช้ในการวางแผน ด้านการควบคุมระยะเวลา โดยผู้ประกอบการควรจะส่งทีมงานหรือเข้ามาตรวจสอบตามแผนที่กำหนด และมีการจัดระบบในการตรวจสอบคุณภาพตลอดช่วงการผลิต ผู้ประกอบการควรทำรายการหัวข้อการตรวจสอบ (Checklist) ให้กับผู้ตรวจสอบเพื่อทำการตรวจสอบซ้ำ

2.3 การบริหารประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจให้ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจเซรามิก หมายถึง การเปรียบเทียบผลอันเกิดจากการผลิต อาทิเช่น จำนวนของเสียที่เกิดขึ้นในงานและความพึงพอใจของลูกค้า เป็นต้น กับปริมาณทรัพยากรที่ใช้ไป อาทิเช่น ระยะเวลา ต้นทุนที่เกิดขึ้น และปริมาณบุคลากรที่ใช้ เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการควรที่จะวางแผนระบบการบริหารจัดการ และนำเทคนิคหรือเทคโนโลยีต่างๆ มาใช้เพื่อลดข้อผิดพลาด

2.4 การบริหารความเสี่ยง ผู้ประกอบการควรดำเนินการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยง (Business Continuous Plan, BCP) และมีการประเมินสถานการณ์และทบทวนแผนดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งครอบคลุมหัวข้อหลักๆ ความเสี่ยง จากการเกิดอัคคีภัยและอุบัติเหตุ ความเสี่ยงด้านการเงินจากดอกเบี้ยและต้นทุนวัสดุที่สูงขึ้น เป็นต้น

2.5 การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจเซรามิก ผู้ประกอบการควรนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจเซรามิก ไม่ว่าจะเป็นการผลิตด้วยวัตถุดิบที่มีคุณภาพ เครื่องจักรที่ทันสมัย เพื่อให้เกิดการส่งมอบงานอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นการประหยัดต้นทุนการผลิต ทั้งค่าแรงและดอกเบี้ยเงินกู้ลงทุนต่าง ๆ

หมวดที่ 3 : หมวดคุณภาพด้านผลประกอบการ

แบ่งออกเป็น 3 หมวดย่อย ได้แก่ การกำหนดเป้าหมายผลประกอบการและ ดัชนีชี้วัดในมุมต่าง ๆ การวัดผลประกอบการ และการวิเคราะห์และปรับปรุงผลประกอบการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 การกำหนดเป้าหมายผลประกอบการและดัชนีชี้วัดในมุมต่าง ๆ เป็นการกำหนด เป้าหมายผลประกอบการที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และแผนการดำเนินธุรกิจที่กำหนดไว้ในรูปแบบของดัชนีชี้วัดต่างๆ ไม่ว่า

จะเป็นผลประกอบการด้านการเงิน ผลประกอบการด้านจำนวนลูกค้า ผลประกอบการด้านคุณภาพการให้บริการ ผลประกอบการด้านการบริหารจัดการ และผลประกอบการด้านบุคลากร

3.2 การวัดผลประกอบการ การติดตามและประเมินผลประกอบการควรมีการดำเนินการเปรียบเทียบกับเป้าหมายหรือดัชนีชี้วัดที่กำหนดขึ้น โดยการวัดผลประกอบการ เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า ผู้ประกอบการอาจจะดำเนินการจัดจ้างหน่วยงานกลางจากภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเข้ามาดำเนินการเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่เกิดความเอนเอียง

3.3 การวิเคราะห์และปรับปรุงผลประกอบการ ผู้ประกอบการควรนำผลประกอบ การที่ได้จากการวัดผลประกอบการ มาวิเคราะห์ด้วยหลักการทางสถิติที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ ในการหาสาเหตุของปัญหาอุปสรรคหรือโอกาสที่เกิดขึ้น เพื่อให้เกิดการปรับปรุงมาตรฐานขององค์กร ยกระดับการดำเนินงานให้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การคำนวณคะแนนและการให้น้ำหนักคะแนนในการประเมินเกณฑ์คุณภาพธุรกิจเซรามิกนั้น มีที่มาจากการศึกษาวิจัยระดับการให้ความสำคัญของเกณฑ์ทั้ง 3 หมวด จากกลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเซรามิก ด้วยวิธีการระดมสมองกับ ผู้ประกอบการ และการสัมภาษณ์เชิงลึก ทั้งนี้การคิดคะแนนข้อกำหนดเฉพาะการจัดการ ธุรกิจเซรามิก จะมีคะแนนเต็ม 1,000 คะแนน ซึ่งได้มา จากการรวมคะแนนจากเกณฑ์คุณภาพทั้ง 3 หมวด ซึ่งเกิดจากการสรุปร่วมกันในเวทีประชุมกลุ่มย่อยระหว่างนักวิจัย ผู้ประกอบการ นักวิชาการ โดยผู้ประกอบการที่มีความประสงค์จะได้รับรองมาตรฐาน ลำปางแสตนดาร์ดต้องได้รับคะแนนในการประเมินตั้งแต่ 651 คะแนน ขึ้นไป โดยในการประเมินผลในช่วงแรกเป็นการทดลองใช้ซึ่งผลการประเมินยังไม่สามารถสรุปได้ว่าโรงงานเซรามิกที่เป็นกลุ่มนำร่องมีผลประเมินเป็นอย่างไร เนื่องจากบางเรื่องหรือบางหมวดต้องรอผลการดำเนินงานเมื่อครบรอบระยะเวลาดำเนินงาน เป็นต้น

อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้ได้มีการทดสอบผลการทดลองใช้ข้อกำหนดเฉพาะกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 โรงงาน พบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านประโยชน์จากการใช้ข้อกำหนดเฉพาะ ด้านความเข้าใจในข้อกำหนดเฉพาะ และด้านความตั้งใจในการใช้ข้อกำหนดเพื่อให้ได้รับรอง ลำปางแสตนดาร์ด ตามลำดับ ลำปางแสตนดาร์ดเป็นแนวคิดของผู้ประกอบการในจังหวัดลำปางโดยหอการค้าจังหวัดลำปาง และสมาคมเครื่องปั้นดินเผามีความต้องการที่จะให้มีลำปางแบรนด์โดยการสร้างสินค้าที่มีมาตรฐานโดยเริ่มต้นจากสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของลำปางคือ เซรามิกเป็นสินค้านำร่อง มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจในการใช้ข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจในอุตสาหกรรมเซรามิก

(N=10)

หัวข้อ	เกณฑ์การประเมิน	$\overline{X}$	S.D.	ประสิทธิภาพของระบบ
ด้านความเข้าใจในข้อกำหนดเฉพาะ				
1	ข้อกำหนดอ่านเข้าใจง่าย	4.28	0.65	ระดับดี
2	อ่านแล้วไม่มีข้อสงสัย เข้าใจได้ถูกต้อง	4.35	0.60	ระดับดี
3	ศัพท์เฉพาะ และการเรียบประโยคเหมาะสม	4.32	0.61	ระดับดี
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม	**4.32**	**0.62**	**ระดับดี**

หัวข้อ	เกณฑ์การประเมิน	$\overline{X}$	S.D.	ประสิทธิภาพของระบบ
ด้านประโยชน์จากการใช้ข้อกำหนดเฉพาะ				
1	ได้แนวทางในการจัดการธุรกิจ	4.42	0.56	ระดับดี
2	เชื่อว่าเมื่อทำตามข้อกำหนดแล้ว ผลการดำเนินงานจะดีขึ้น	4.34	0.57	ระดับดี
3	เมื่อทำตามข้อกำหนดแล้ว ประสิทธิภาพในการดำเนินงานดีขึ้น	4.45	0.53	ระดับดี
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม	**4.40**	**0.55**	**ระดับดี**
ด้านความตั้งใจในการใช้ข้อกำหนดเพื่อให้ได้รับรอง ลำปางแสตนดาร์ด				
1	มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาธุรกิจตามข้อกำหนด	4.21	0.50	ระดับดี
2	ปฏิบัติตามมาตรฐานมีความสะดวก คุ้มค่ากับค่าใช้จ่าย	4.28	0.57	ระดับดี
3	มีความตั้งใจใช้ข้อกำหนดเพื่อให้ได้รับรอง ลำปาง แสตนดาร์ด	4.22	0.54	ระดับดี
4	มีความพึงพอใจในการใช้ข้อกำหนดในภาพรวม	4.26	0.55	ระดับดี
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม	**4.24**	**0.54**	**ระดับดี**

ตารางที่ 2 ผลการประเมินประโยชน์จากการประยุกต์ใช้ข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจ

(N=10)

หัวข้อ	ประโยชน์ที่ได้รับ	ความถี่	ร้อยละ
1	เมื่อประยุกต์ใช้ข้อกำหนดเฉพาะในการบริหารงานแล้ว งานเป็นระบบมากขึ้น	7	70
2	เมื่อประยุกต์ใช้ข้อกำหนดเฉพาะแล้วลูกค้ามีข้อร้องเรียนในสินค้าและบริการลดลง	8	80
3	เมื่อประยุกต์ใช้ข้อกำหนดเฉพาะแล้วทรัพยากรใช้ได้อย่างคุ้มค่า	8	60
4	เมื่อประยุกต์ใช้ข้อกำหนดเฉพาะแล้วได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจได้อย่างทันเวลา	6	60
5	เมื่อประยุกต์ใช้ข้อกำหนดเฉพาะแล้วค่าใช้จ่ายโดยรวมมีแนวโน้มลดลง	8	80
6	เมื่อประยุกต์ใช้ข้อกำหนดเฉพาะแล้วรายได้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น	7	70
7	เมื่อประยุกต์ใช้ข้อกำหนดเฉพาะแล้วข้อผิดพลาดในการทำงานลดลง	7	70

ตารางที่ 2 เป็นผลการประเมินประโยชน์จากการประยุกต์ใช้ข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจ โดยเมื่อโรงงานเซรามิกกลุ่มตัวอย่างนำข้อกำหนดเฉพาะไปปรับใช้ในกระบวนการทำงานแล้ว พบว่า ลูกค้ามีข้อร้องเรียนในสินค้าและบริการลดลง ทรัพยากรใช้ได้อย่างคุ้มค่า และค่าใช้จ่ายโดยรวมมีแนวโน้มลดลง จำนวน 8 แห่ง รองลงมาได้แก่ งานเป็นระบบมากขึ้น รายได้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และข้อผิดพลาดในการทำงานลดลง จำนวน 7 แห่ง และ ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจได้อย่างทันเวลา จำนวน 6 แห่ง

สรุปผลการศึกษา

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อสร้างตัวแบบข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจ สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิก ผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย ผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก นักวิชาการ และผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับการประเมินธุรกิจ ผลการวิจัยพบว่า ข้อกำหนดเฉพาะมีทั้งหมด 41 ตัวชี้วัด ค่าคะแนนรวม 1,000 คะแนน ผู้ประกอบการที่ทดลองใช้ข้อกำหนดเฉพาะส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนผลที่เกิดขึ้นกับตัวกิจการยังไม่สามารถสรุปได้เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านระยะเวลาที่ต้องรอข้อมูลซึ่งต้องครบรอบระยะเวลาการดำเนินงาน อย่างไรก็ตามการจะใช้ข้อกำหนดเฉพาะ ฝ่ายบริหารต้องให้ความสำคัญมีการถ่ายโอนวัตถุประสงค์และเป้าหมายให้กับบุคลากรในองค์กร เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และเชื่อมโยงเข้ากับการวัดผลการปฏิบัติงานเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรซึ่งประเด็นความร่วมมือจากบุคลากรเป็นส่วนสำคัญที่จะผลักดันให้องค์กรบรรลุข้อกำหนดเฉพาะและได้รับรองมาตรฐานลำปางสแตนดาร์ดต่อไป ในการนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สถาบันการศึกษาควรเป็นพี่เลี้ยงให้กับผู้ประกอบการ และสมาคมเครื่องปั้นดินเผา หรือจังหวัดลำปางควรเป็นผู้กำหนดนโยบายและผลักดัน “ลำปางสแตนดาร์ด” ให้เป็นรูปธรรมต่อไป

อภิปรายผลการศึกษา

การสร้างตัวแบบข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจ สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิกในจังหวัดลำปาง มีความประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการเซรามิกในจังหวัดลำปาง มีแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้เป็นมาตรฐาน โดยประยุกต์ใช้แนวคิด ทฤษฎีและมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้อง เช่น เกณฑ์มาตรฐานธุรกิจ เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ ISO 9001 เป็นต้น โดยผลการความพึงพอใจต่อการนำข้อกำหนดเฉพาะไปใช้ พบว่าผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับมาก เนื่องจากมีความเชื่อว่าเมื่อนำข้อกำหนดมาปรับใช้แล้วจะทำให้ผลการประกอบการดีขึ้น ประสิทธิภาพดีขึ้น การใช้ทรัพยากรได้คุ้มค่า ทำให้ค่าใช้จ่ายโดยรวมมีแนวโน้มลดลง และทำให้ลดข้อร้องเรียนจากลูกค้าลงได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pambreni, Khatibi, Azam, & Tham (2019) พบว่าเมื่อองค์กรนำระบบมาตรฐานมาใช้ในองค์กรแล้วมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อผลประกอบการทางด้าน การให้ความสำคัญกับลูกค้า ภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วมของบุคลากร และกระบวนการดำเนินงาน

อย่างไรก็ตามในการสัมภาษณ์พนักงานหรือผู้ที่ปฏิบัติงานภายใต้ข้อกำหนดเฉพาะของกลุ่มตัวอย่าง พบประเด็นที่น่าสนใจคือ บุคลากรบางส่วนมีความเห็นว่า การปฏิบัติตามข้อกำหนดเฉพาะเป็นการเพิ่มภาระงานให้กับตนเอง ความสำคัญของการปฏิบัติตามข้อกำหนดเฉพาะ ขาดแรงจูงใจ ในประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัย มาสิน จำแม่น วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์ และ ณัฐวุฒิ โรจน์นิรุตติกุล (2558) กล่าวว่าการสื่อสารของฝ่ายบริหาร การสร้างแรงจูงใจ การฝึกอบรม ภาวะผู้นำ และการจัดโครงสร้างการปฏิบัติงานให้เหมาะสมมีความสำคัญต่อการประยุกต์ใช้ระบบมาตรฐานในโรงงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการวิจัยพบว่าเมื่อนำข้อกำหนดเฉพาะไปปรับใช้ในองค์กรทำให้มีผลการประกอบการที่ดีขึ้นในภาพรวม โดยเฉพาะในด้านการลดข้อร้องเรียนจากลูกค้า ค่าใช้จ่ายโดยรวมที่ลดลง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมเครื่องปั้นดินเผา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ควรมีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ

ประยุกต์ใช้ระบบมาตรฐานดังกล่าว โดยเชื่อมโยงเข้ากับการให้รางวัล การมีสิทธิประโยชน์เพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการเข้าร่วม

2. มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางควรเป็นพี่เลี้ยงในการปรับใช้ข้อกำหนดดังกล่าว โดยมีการจัดทำโครงการพัฒนาสถานประกอบการโดยเชื่อมโยงกับสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการจัดทำร่างข้อกำหนดฉบับชุมชน คือ อุตสาหกรรมเซรามิกในครัวเรือน หรือ จัดทำร่างข้อกำหนดเฉพาะในระดับที่มีความแตกต่างกัน

2. ควรมีการทดสอบผลการใช้ร่างข้อกำหนดอย่างแท้จริง เพื่อให้ได้ผลการใช้ที่สามารถนำมาปรับปรุงในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

เอกสารอ้างอิง

กรไชย ภรลภัสรชกร. (2565). *นวัตกรรมการบัญชีเพื่อการจัดการเชิงกลยุทธ์.* มหาสารคาม: ตักสิลาการพิมพ์.

พชรวรรณ สนธิมุล. (2560). แนวทางการยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมเซรามิกสมัยใหม่ให้ก้าวทันอุตสาหกรรมในอนาคต. *OIE SHARE*, *6* (68): 5 – 7

มาสิน จำแม่น, วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์ และณัฐวุฒิ โรจน์นิรุตติกุล. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 14000 : 2001 ของโรงงานในพื้นที่ไอพี 5. *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม*, *14*(2), 519 – 526.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 255*4. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.

วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2563). *หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 10)*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศูนย์วิจัยและพัฒนาวัสดุอุตสาหกรรมสร้างสรรค์. (2562). *รายชื่อโรงงานเซรามิก.* สืบค้น 25 มกราคม 2562, จาก https://cim.dip.go.th/th/category/2017-03-03-02-37-41/2017-03-03-02-47-12

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12* (2560 – 2564). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

Hansen, D. R., & Mowan, M. M. (2006). *Managerial Accounting*. U.S.A: SouthWestern.

Pambreni, Y., Khatibi, A., Azam, S., & Tham, J. (2019). The influence of total quality management toward organization performance. *Management Science Letters, 9*(9), 1397–1406.

พิมพ์ที่ ร้านเอกก๊อปปี้ เลขที่ 301/7-8 หมู่ 5 ต.พลายชุมพล อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000
หมายเลขโทรศัพท์ 089-4363458, 089-7045488

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม เปิดสอนระดับปริญญาตรี โท เอก ดังนี้

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.)

สาขาวิชาการตลาด
สาขาวิชาการจัดการ
สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์
สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ
สาขาวิชาธุรกิจการค้าสมัยใหม่

หลักสูตรบัญชีบัณฑิต (บช.บ.)

สาขาวิชาการบัญชี

หลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ.)

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ.)

สาขาวิชานิเทศศาสตร์

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการท่องเที่ยวและบริการ
สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ระดับปริญญาโท

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ระดับปริญญาเอก

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะวิทยาการจัดการ เลขที่ 156 หมู่ 5 ตำบลพลายชุมพล อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก **65000**
โทรศัพท์ 0-5526-7102-3 และโทรสาร 0-5526-7103
http://ms.psru.ac.th / e-mail : mis.psru@gmail.com

156 หมู่ 5 ตำบลพลายชุมพล อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก **65000**
โทรศัพท์และโทรสาร 055-267103
http://ms.psru.ac.th
e-mail : jms.psru@gmail.com