



# วารสาร วิชาการเทคโนโลยีการจัดการ Academic Journal of Management Technology

ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม) 2564 ISSN 2730-2989 (Online)

## บทความวิชาการ

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดผ้าไหมทอมือพื้นถิ่นจังหวัดสุรินทร์.....1  
อลิศรา ธรรมบุตร พัชราวรรณ อัจหาญ และทัศนียา นิลฤทธิ

## บทความวิจัย

การวิเคราะห์ตลาดสกุลเงินดิจิทัลโดยใช้โครงข่ายประสาทเทียม.....14  
วีระชัย จรบูรมย์ และสุदारัตน์ สุวรรณชัยรบ

ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นและประสิทธิภาพของการนำเสนองานวิจัย.....28  
ของนักศึกษาสาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
ธนาภิญญา อัดตฤทธิ

ปัจจัยขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์.....40  
และประสิทธิภาพการดำเนินงาน ของธุรกิจนำเที่ยวของไทย  
สุภาวิตา อินทรพาณิชย์ และธัญญา พากเพียร

วิเคราะห์และเปรียบเทียบผลตอบแทนและความเสี่ยงของกองทุนรวมในประเทศไทย.....54  
ประเทศจีน และประเทศสหรัฐอเมริกา  
ทศพล ผ่องญาติ และณัฐวุฒิ คุ้มฉนวนเชียรชัย

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนสร้างอาคารสำนักงานให้เช่าในรูปแบบ.....70  
การทำงานที่ยืดหยุ่นย่านธุรกิจกลางกรุงเทพมหานคร  
ชัยทัศน์ พุทธเดช และภัทรกิติดี เนตินิยม

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว.....86  
สุรชาติ บัวชุม ภัทรมน กล้าอาษา และชยุตม์ วัฒนา

แนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจใต้ตะันในจังหวัดนครปฐม.....100  
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม  
ถิรนนท์ ประทุม



## บทบรรณาธิการ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ส่งผลกระทบไปถึงการชะงักงันของเศรษฐกิจการค้า การท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร รวมไปถึงการผลิตในภาคอุตสาหกรรม เกิดการปรับตัวในทุกมิติ โดยเฉพาะภาคธุรกิจที่ปรับตัวไปสู่เศรษฐกิจดิจิทัลกันมากขึ้น วารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการ (Academic Journal of Management Technology) ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 จึงให้ความสนใจกับผลงานด้านบริหารธุรกิจ การจัดการ การเงิน การบัญชี การตลาด การท่องเที่ยวและการโรงแรม ที่เกี่ยวเนื่องกับการเปลี่ยนแปลงสู่รูปแบบดิจิทัล เพื่อเป็นแหล่งความรู้ให้กับผู้ที่สนใจได้ศึกษา ค้นคว้าวิจัย สำหรับเตรียมพร้อมหรือปรับเปลี่ยนธุรกิจไปสู่รูปแบบดิจิทัล

วารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการยังคงเปิดโอกาสให้นักศึกษา อาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และผู้ที่สนใจ ส่งผลงานทั้งบทความวิจัย และบทความวิชาการ ได้อย่างต่อเนื่อง จึงขอเชิญชวนทุกท่าน ส่งผลงานเพื่อพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการในฉบับต่อไป

ดร.ภรณี หลาวทอง

บรรณาธิการ

วารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการ  
**Academic Journal of Management Technology**

ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2564

ISSN : 2730 - 2989 (Online)

เจ้าของ คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์  
ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.สำเนาวิ เสาวกุล รองอธิการบดีประจำวิทยาเขตสุรินทร์

**บรรณาธิการ**

ดร.ภรณ์ี หลาวทอง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

**รองบรรณาธิการ**

นายณัฐพงษ์ วงศ์วรรณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

**ผู้ช่วยบรรณาธิการ**

ดร.กมลทิพย์ ปรีชาตินนท์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

**กองบรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิ**

ศาสตราจารย์ ดร.รัตนะ บัวสนธ์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
รองศาสตราจารย์ ดร.เชษฐ รัชดาพรธรรณิกุล	มหาวิทยาลัยมหิดล
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนัญญา ทรรพนันทน์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต อยู่อัน	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ สิทธิจิรพัฒน์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จงรักษ์ หงษ์งาม	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันยารัตน์ เคเวียเช่น	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุพงศ์ วงศ์ไชย	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระบิล พันภัย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรทิพย์ รอดพัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา

**รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ประเมินบทความ ปีที่ 2 ฉบับที่ 2**

รองศาสตราจารย์ ดร.กัลยานี ภาคอัติ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงดี	มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐภรณ์ หลาวทอง	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉลอง สุขทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนม์ณัฐชา กังวานศุภพันธ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยมงคล ผลแก้ว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรนุช ภูมิวิริยะ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์วาสุกรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทร์เพ็ญ วรรณรักษ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรี

**รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ประเมินบทความ ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 (ต่อ)**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ	มณีไฉย	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงไกร	นามนัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ดร.สายทิพย์	จะโนภาษ	มหาวิทยาลัยนครพนม
ดร.กัณฑภ	บัวทอง	มหาวิทยาลัยนครพนม
ดร.สุภัทรา	สงครามศรี	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

**ทีมสนับสนุนงานวารสาร**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานิตย์	โตกค้อ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์
ดร.ศุภรัตน์	วัลกานนท์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์
ดร.สุรเกียรติ	ปรีชาตินนท์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์
อาจารย์วารภรณ์	ศรสุรินทร์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์
นางศรอนงค์	นามเวช	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์
นายกฤษฎา	นวลนาง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

**กำหนดเผยแพร่**

พิมพ์เผยแพร่ 2 ฉบับต่อปี

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม

**สถานที่ติดต่อ**

คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

เลขที่ 145 ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 32000

โทรศัพท์ 044-513236 ต่อ 3020 Email : FMTJournal@rmuti.ac.th



วารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการ

Academic Journal of Management Technology

<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jomt/issue/view/16983>

## สารบัญ

บทความวิชาการ	หน้า
กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดผ้าไหมทอมือพื้นถิ่นจังหวัดสุรินทร์ Marketing Strategy for Local Hand-woven Silk of Surin Province อลิศรา ธรรมบุตร พัทธวรารณ อาจหาญ และทัศนียา นิลฤทธิ์	1
<b>บทความวิจัย</b>	
การวิเคราะห์ตลาดสกุลเงินดิจิทัลโดยใช้โครงข่ายประสาทเทียม Analyzing Cryptocurrency Markets Using Artificial Neural Network วีระชัย จรบูรมย์ และสุตารัตน์ สุวรรณชัยรบ	14
ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นและประสิทธิภาพของการนำเสนองานวิจัย ของนักศึกษา สาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน Collaboration Skills and Efficiency in Giving Research Presentations of Students in Finance Program, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Isan ธนาภิญญา อัดตฤทธิ	28
ปัจจัยขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ และประสิทธิภาพ การดำเนินงาน ของธุรกิจนำเที่ยวของไทย Organizational Factors Effecting Strategic Service Productivity and Performance Efficiency of Tourism Business in Thailand สุภาวิตา อินทรพานิชย์ และธัญญา พากเพียร	40
วิเคราะห์และเปรียบเทียบผลตอบแทนและความเสี่ยงของกองทุนรวมในประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศสหรัฐอเมริกา An Analysis and Comparison of Returns and Risks of Mutual Funds in Thailand, China, and USA ทศพล ผ่องญาติ และณัฐวุฒิ คุ้มฉนวนชัยชัย	54
การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนสร้างอาคารสำนักงานให้เช่า ในรูปแบบการทำงาน ที่ยืดหยุ่นย่านธุรกิจกลางกรุงเทพมหานคร Financial Feasibility Study of Investment Project on the Construction of Flexible Working Space for Rent in Bangkok's Central Business District ชัยทัศน์ พุทธเดช และภัทรกิตติ์ เนตินิยม	70
ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว Factors Related to Behavioral Intentions towards Use of Digital Payment Platforms for Tourism Businesses สุรชาติ บัวชุม ภัทรมน กล้าอาษา และชยุตม์ วัฒนา	86
แนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม A Guideline for Chinese Banquet Business Competencies Improvement in Nakhon Pathom Province to Promote Cultural Tourism ถิรนนท์ ประทุม	100

## กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดผ้าไหมทอมือพื้นถิ่นจังหวัดสุรินทร์

### Marketing Strategy for Local Hand - woven Silk of Surin Province

อลิศรา ธรรมบุตร<sup>1\*</sup>, พัชรารวรรณ อัจหาญ<sup>2</sup> และ ทศนียา นิลฤทธิ์<sup>3</sup>

Alissara Thammabutr<sup>1\*</sup>, Patcharawan Ardharn<sup>2</sup> and Thatsaneeya Nillit<sup>3</sup>

Received: April 22, 2021; Revised: July 13, 2021; Accepted: July 27, 2021

#### บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับผ้าไหมทอมือของจังหวัดสุรินทร์ และนำแนวทางส่วนประสมทางการตลาด 8P's มากำหนดกลยุทธ์การตลาดของผ้าไหมทอมือพื้นถิ่นภายในจังหวัดสุรินทร์ที่กำลังประสบปัญหาหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด - 19 ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ในพื้นที่ชุมชนทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวมีปริมาณลดลง ชุมชนขาดรายได้จากการท่องเที่ยวและขาดรายได้จากการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โดยหากสามารถส่งเสริมหรือพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีการกระจายตัวและทำให้เกิดเครือข่ายแล้วก็จะเป็นการดึงดูดไปสู่เศรษฐกิจของภูมิภาคและเศรษฐกิจของชาติในลำดับต่อไป เนื่องจากผ้าไหมทอมือเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมของคนในชุมชน เป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านที่อนุรักษ์สืบต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ดังนั้นเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการตลาดให้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็นแกนหลักทางเศรษฐกิจในท้องถิ่นที่ผลิตและจำหน่ายสินค้า จึงจำเป็นต้องอาศัยแนวทางส่วนประสมทางการตลาด 8P's มากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน พัฒนาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่สามารถติดต่อได้ทั้งช่องทางออนไลน์ (Online marketing) และช่องทางออฟไลน์ (Offline marketing) ส่งเสริมการตลาดโดยเน้นการสร้างการแข่งขันของตลาดภายในชุมชน ผูกอบรวมบุคลากรให้มีทักษะในการขายและการบริการ สร้างคุณค่าและภาพลักษณ์ของผ้าไหมให้โดดเด่นมีระบบด้านการบริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการภายในชุมชนพยายามปรับปรุงประสิทธิภาพและคุณภาพธุรกิจของตนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถแข่งขันและอยู่รอดได้อย่างยั่งยืนต่อไป

**คำสำคัญ:** กลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด ผ้าไหมทอมือพื้นถิ่นจังหวัดสุรินทร์

<sup>1\*</sup> สาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ Department of Tourism and Hotel, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus

<sup>2</sup> สาขาการบัญชี คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ Department of Accounting, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus

<sup>3</sup> สาขาพืชศาสตร์สิ่งทอและการออกแบบ คณะเกษตรศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ Department of Plant Science, Textile and Design, Faculty of Agriculture and Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus

\*Corresponding author e-mail: alissara.th@rumti.ac.th

## Abstract

This article aims to disseminate knowledge on folk wisdom of local hand-woven silk fabrics of Surin Province and to apply the 8P's of marketing mix guidelines to formulate marketing strategy for these local products that are experiencing sales difficulties after the coronavirus pandemic. The outbreak has had significant impacts on tourism in the community, causing the number of tourists to slump, and has consequentially caused the community to lack income from tourism and sales of their magnificent handmade silk fabrics. Hand-woven silk is a signature product that illustrates art and cultural identity and heritages that has been handed down from generation to generation of the locals. This artefact, therefore, can be an important steppingstone for regional and national economic growth, if it gains sufficient promotion or is developed to have a strong distribution base or business network. Therefore, to increase the market potential of silk products as a core of the local economy, it is highly recommended that the 8 P's marketing mix approach be employed to formulate a marketing strategy to promote silk products as the identity of the community. Moreover, it is expected that the proposed marketing approach can develop distribution channels for online and offline markets, promote marketing by enhancing community market strength, provide personnel training in sales and services, create value and outstanding image of the products, improve the service system. This will encourage entrepreneurs in the community to continually improve the efficiency and quality of their businesses to be competitive and to survive in a sustainable manner.

**Keywords:** Strategy, Marketing Promotion, Local Hand - Woven Silk in Surin

## บทนำ

ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด - 19 เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและกว้างขวางส่งผลกระทบต่อประเทศไทย อยู่ในสภาวะวิกฤตซึ่งมีผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของประชาชนทั่วประเทศ (ศูนย์บริหารสถานการณ์ โควิด-19, 2564) โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อประชาชนผู้มีรายได้น้อยและผู้ประกอบการรายย่อยซึ่งถือว่าเป็นผู้ผลิต ผู้จำหน่ายที่เป็นรากฐาน เศรษฐกิจของประเทศนั้น เพื่อเป็นการบรรเทาและกระตุ้นให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างรวดเร็วและทั่วถึง และก่อให้เกิดค่านิยมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าทอซึ่งเป็นภูมิปัญญาของคนไทย อันจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิต ของกลุ่มอาชีพสตรีในชุมชนทั่วประเทศ อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาการว่างงาน ปัญหาการย้ายถิ่นฐานและลดความเหลื่อมล้ำ ในสังคมได้ เนื่องจาก “ผ้า” เป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ของการดำรงชีวิตของมนุษย์ ซึ่งในสังคมการเกษตรจะมีการทอผ้าเพื่อใช้ ภายในครัวเรือน นับว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีมาแต่โบราณ และเป็นภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน การทอผ้ามีวิวัฒนาการทั้งรูปแบบ เทคนิคการย้อมสี การออกแบบลวดลาย ซึ่งพบว่าการทอผ้าตามกลุ่มชนต่างๆ ของ ประเทศไทย เช่น ส่วย กระเส้า ข่า กระเลิง เป็นต้น (สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2553) สำหรับประเทศไทย เป็นแหล่งผลิตผ้าไหมที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับแห่งหนึ่งของโลก เนื่องจากผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของ ประเทศไทย มีเอกลักษณ์ที่ได้รับการกล่าวถึงในด้านฝีมือการทอผ้าที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษมาจนถึงปัจจุบัน มีความงดงาม สีสัน ลวดลาย รวมถึงแหล่งผลิตผ้าไหมที่สำคัญอยู่ที่จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสาน และขยายไปทุกภาคของประเทศไทย เพราะผ้าไหมไทยมีความโดดเด่น มีอัตลักษณ์ของตัวเองที่ไม่เหมือนกับผ้าไหม จากประเทศอื่น ๆ มีเนื้อผ้าเป็นมันวาวเป็นประกาย สำหรับผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ผลิตขึ้น ได้แก่ เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ เข็มกลัด เนคไท ปลอกหมอน พรม เป็นต้น (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2549)

อาชีพของคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานส่วนใหญ่คือเกษตรกรรม เมื่อหมดจากฤดูกาลทำไร่ไถนา ก็จะทำกรรซ่อมแซมเครื่องมือที่ใช้ประกอบอาชีพหรือหาอาชีพเสริม เช่น การเลี้ยงสัตว์ และสำหรับการทอผ้า

ถือเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ชาวบ้านทำขึ้นใช้ในครัวเรือนเพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่ม หรือเพื่อถวายพระในงานบุญ รวมทั้งขายเป็นรายได้เสริมให้ครอบครัว โดยทักษะการทอผ้าได้รับการถ่ายทอดสืบต่อกัน ส่วนลายผ้าที่เกิดขึ้นนั้นได้มาจากเรื่องราวที่เกี่ยวกับความเชื่อของคนในท้องถิ่นอีสาน (ศิลปวัฒนธรรม, 2564) การแต่งกายของชาวอีสานมีเอกลักษณ์เฉพาะตน คือผู้หญิงจะนุ่งผ้าซิ่นทอด้วยฝ้ายมีเชิงคลุมยาวคลุมเข่าเล็กน้อย สวมใส่เสื้อแขนสั้น ผู้ชายไม่มีรูปแบบการแต่งกายที่แน่นอน ส่วนใหญ่มักนุ่งกางเกงมีขาครึ่งน่องหรือนุ่งโสร่งผ้าไหม ซึ่งการทอผ้าสำหรับใช้ทำเครื่องนุ่งห่ม (ประทับใจ ลึกษา, 2554) จากความสำคัญและประวัติอันยาวนานของการทอผ้าในประเทศไทย จังหวัดสุรินทร์เป็นจังหวัดหนึ่งที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีความเจริญรุ่งเรืองทางอารยธรรมเป็นระยะเวลาอันสืบเนื่องยาวนาน มีหลักฐานที่ปรากฏในรูปแบบของศิลปหัตถกรรม วัฒนธรรม หรือประเพณีพื้นบ้าน ที่แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการทางประวัติศาสตร์และสังคมที่มีมาอย่างต่อเนื่องและยังคงสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน เอกลักษณ์และภูมิปัญญาของชาวสุรินทร์ที่ควรค่าแก่ความภาคภูมิใจคือ “ผ้าไหมสุรินทร์” ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ปรากฏเด่นชัดที่สุด (ธมนพันธ์ ศรีชะพลภูมิสิทธิ, วิทยาธร ท่อแก้ว, กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2564) สำหรับผ้าทอมือพื้นบ้านในจังหวัดสุรินทร์ได้รับการยอมรับว่าเป็นภูมิปัญญาที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ ทั้งลวดลาย สี สัน และกระบวนการผลิตที่มีความโดดเด่น มีอัตลักษณ์ จนทำให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงที่สุดของจังหวัดสุรินทร์ตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน (เมธวีดี พยัมประโคน, พงษ์ศักดิ์ ศุภเศรษฐศิริ, นพดล อินทร์จันทร์, กิตติกรณ์ นพอุดมพันธ์, 2559) นอกจากนี้ในด้านความเชี่ยวชาญการทอผ้าไหมก็มีมาช้านาน ได้สืบทอดมาเป็นมรดกทางวัฒนธรรม และมีความเป็นเอกลักษณ์ ลักษณะเด่นของผ้าไหมสุรินทร์ คือ มีลวดลายที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมของเขมร และมีความหมายที่เป็นมงคล ซึ่งนิยมนำเส้นไหมชิ้นหนึ่งหรือไหมน้อยมาทอผ้า (ไหมน้อย ในภาษาเขมร เรียก “โซคไซ” คือ ไหมที่สาวมาจากเส้นใยในรังไหมมีลักษณะเส้นเล็ก นุ่ม เรียบ และเงางาม เวลาสวมใส่จะรู้สึกเย็นสบาย) โดยใช้ธรรมชาติและนำเอามาย้อมตามขบวนการมัดย้อมเพื่อให้เกิดลวดลายสวยงาม การทอผ้าไหมลายมัดหมี่ที่เกิดขึ้นในจังหวัดสุรินทร์ คือ ผ้าไหมมัดหมี่ลายอัมปรม ซึ่งผ้าไหมมัดหมี่ในประเทศไทย มีประมาณ 800 กว่าลวดลาย และในส่วนที่มีอยู่ในท้องถิ่นจังหวัดสุรินทร์มีมากกว่า 500 ลวดลาย โดยเฉพาะตำบลสวย อำเภอมืองสุรินทร์ เป็นหนึ่งในแหล่งอารยธรรมที่เก่าแก่ที่เป็นแหล่งผลิตผ้าไหมมัดหมี่ มีศิลปวัฒนธรรมมาแต่โบราณ และได้รับการถ่ายทอดความรู้ที่ได้รับสืบทอดกันมาในการประกอบอาชีพจากรุ่นสู่รุ่นจนมาถึงปัจจุบัน

แต่ถึงแม้ว่าศิลปะการทอผ้าไหมในประเทศไทยจะมีประวัติอันยาวนาน แต่ก็ยังมีปัญหาในการส่งเสริมและพัฒนา ศิลปะการทอผ้าไหมไทยอยู่ ได้แก่ 1) ลายผ้าไหมยังขาดความหลากหลายและความทันสมัย 2) ราคาผ้าไหมไทยยังไม่เหมาะสมกับคุณภาพ 3) ขาดช่องทางด้านกิจกรรมการกระจายตัวสินค้าซึ่งประกอบไปด้วย การขนส่ง คลังสินค้า การเก็บรักษาสินค้า และการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด 4) ขาดการจัดกิจกรรมแสดงสินค้า เช่น การออกร้านแสดงผลิตภัณฑ์ตามงานต่าง ๆ 5) ช่างฝีมือที่มีคุณภาพมักทำงานได้ช้าขายยาก เพราะต้องขายราคาแพงให้คุ้มกับเวลาหมดกำลังใจ ขาดการส่งเสริม และช่างทอฝีมือดีบางรายยังไม่เป็นที่รู้จัก 6) ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้ายังคงมีบริการแค่ที่ OTOP ที่เดียวเท่านั้น และ 7) ไม่มีการอัปเดตข้อมูลผ้าไหมไทยให้เป็นปัจจุบัน (สุจิตา ราศรี, ตระกูล จิตวัฒนากร, ประภาศรี เขิกขุนทด และกนกกร เกิดเงิน, 2563) ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด - 19 ที่กำลังแพร่ระบาดในปัจจุบัน ซึ่งมีข้อห้ามในการเข้าพื้นที่เสี่ยง ห้ามคนต่างดาวเดินทางเข้าราชอาณาจักร งดการเดินทางข้ามจังหวัด เพื่อเป็นการปกป้องสุขภาพของประชาชนจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจผ้าทอมือล้วนได้รับผลกระทบ การดำเนินธุรกิจหยุดชะงักชั่วคราว ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของผู้ซื้อ ยอดการซื้อสินค้าลดลง ซึ่งอาจเกิดจากการเข้าถึงแหล่งผลิตสินค้าได้ไม่สะดวกเนื่องจากผู้บริโภคใส่ใจเรื่องความปลอดภัยของสุขภาพมากขึ้น โดยผู้ประกอบการ

จำเป็นต้องปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลง มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อพัฒนาและดึงดูดผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้ เช่น ช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ การบริการจัดส่งสินค้า หรือรายการส่งเสริมการขาย เป็นต้น

ดังนั้น เพื่อที่จะเสนอแนวทางให้กับผู้ประกอบการที่ผลิตผ้าไหมในชุมชนจังหวัดสุรินทร์ที่กำลังประสบปัญหาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด - 19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในชุมชนทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวมีปริมาณลดลง ชุมชนขาดรายได้จากการท่องเที่ยวและขาดรายได้การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาการส่งเสริมการตลาดซึ่งถือว่าเป็นเรื่องสำคัญ เพราะการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการจากข้อมูลข่าวสารในยุคประเทศไทย 4.0 มีการส่งต่อกันอย่างรวดเร็ว ได้สื่อสารคอมพิวเตอร์มีบทบาทต่อการตัดสินใจเป็นอย่างมาก (ฤดี เสริมชยุด, 2563) โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้ผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็นที่ยอมรับเพิ่มมากยิ่งขึ้นในตลาดแฟชั่นและเพื่อดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าของประเทศไทย ได้จัดทำ “โครงการยกระดับการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสู่แหล่งท่องเที่ยว” โดยการส่งเสริมและสร้างความเข้มแข็งแก่ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ “ผ้าไหม” ที่รัฐบาลให้ความสำคัญเป็นลำดับต้น ๆ อีกทั้งยังเป็นส่วนสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากของประเทศให้มีความเข้มแข็ง โดยการผลักดัน ให้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยประสบความสำเร็จด้านการค้าและการตลาด มีการเชื่อมโยงกับแนวคิดด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในการจัดเส้นทางท่องเที่ยว คือ “เส้นทางสายไหม” เพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านการประกอบธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งนำนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ อาทิ การออกแบบสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ (ไทยรัฐ, 2562) จากนโยบายข้างต้นทำให้การส่งเสริมการตลาดผ้าไหมทอมือพื้นถิ่น จำเป็นต้องประกอบด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือให้มีความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์ ราคาที่เหมาะสมเป็นมาตรฐานเดียวกัน มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่หลากหลาย มีการนำเสนอวิถีชีวิต ภูมิปัญญา ความเป็นรากเหง้าของชุมชน มีกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือให้มีความยั่งยืนในอนาคต

นอกจากการสนับสนุนจากภาครัฐแล้วกลุ่มผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาหาเครื่องมือ หรือกลยุทธ์ในการทำตลาดเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไป ซึ่งในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ผู้บริโภคได้เรียนรู้การใช้เทคโนโลยีมากขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ในอดีตการซื้อสินค้าสามารถเดินทางไปที่ร้านค้าหรือแหล่งผลิตสินค้าได้โดยตรง แต่ปัจจุบันสามารถซื้อสินค้าได้เพียงอาศัยเทคโนโลยีทางโซเชียลมีเดียและแอปพลิเคชันเน็ตเป็นช่องทางหลักเพื่อรับข่าวสารมากขึ้น เช่น ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น ผู้บริโภคจองสินค้า (Confirm หรือ CF) ผ่านการซื้อขายออนไลน์ (Live commerce) มากขึ้น ผู้บริโภคต้องการความพิเศษเฉพาะตัว ซึ่งแนวคิด 4Ps แบบเดิมอาจไม่เพียงพอ และเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นและดำเนินธุรกิจต่อไปได้ จึงจำเป็นต้องเผยแพร่องค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับผ้าไหมทอมือของจังหวัดสุรินทร์ และนำแนวทางส่วนประสมทางการตลาด 8P's มาส่งเสริมด้านการตลาดของผ้าไหมทอมือพื้นถิ่นภายในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อช่วยสื่อสารและสร้างการรับรู้คุณค่าของผ้าไหมให้กับผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน อาทิ การพิจารณาช่องทางการสื่อสารทางตลาดเพื่อปรับให้ร้านขายสินค้ามีคุณค่าสอดคล้องกับการรับรู้สินค้าและความต้องการของผู้บริโภค การสร้างพลังบวกให้กับสินค้าเพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อสินค้าจากแหล่งผลิตสินค้าโดยตรง สร้างจุดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมโดยการสนับสนุนการใช้ชีวิตแบบ New normal คือ การเผยแพร่เรื่องราวความเป็นมาของผ้าไหม การผลิตผ้าไหมที่ถ่ายทอดวิถีชีวิตและที่มาจากธรรมชาติ การผสมผสานเทคโนโลยี 2 ช่องทาง ทั้งช่องทางออนไลน์และช่องทางออฟไลน์ ดังนั้น ผู้ประกอบการผ้าไหมทอมือพื้นเมืองจำเป็นต้องแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การบริการการตลาดที่เหมาะสมเพื่อตอบสนองต่อตลาดด้วยวิธีการนำเสนอผลิตภัณฑ์

อย่างมีคุณค่าด้วยการบริการช่องทาง การจองจัดจำหน่าย วิธีในการสื่อสารเพื่อนำเสนอข่าวสารกระตุ้นการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ก่อให้เกิดพฤติกรรมซื้ออย่างต่อเนื่องสร้างรายได้ได้อย่างยั่งยืน

## ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับผ้าไหม

### การทอผ้าไหม

ชาวจังหวัดสุรินทร์เป็นกลุ่มคนไทยเชื้อสายเขมรและไทยอีสานซึ่งมีหมู่บ้านทอผ้าตามประเพณีสืบทอดต่อมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยทั่วไปชาวบ้านจะทอในสิ่งที่ตนเองถนัดและสนใจ บางคนทอเฉพาะส่วนเชิงหรือตีนชั้น โดยชาวสุรินทร์เชื้อสายเขมรเชื่อว่าผ้าไหมเป็นสิ่งที่มีความราคาแลกเปลี่ยนเป็นเงินได้ ดังนั้น ชาวสุรินทร์เชื้อสายเขมรจึงทอผ้าเพื่อไว้ใช้สอยเองและเก็บสะสมในหีบหีบ หรือบางครั้งผ้าไหมยังถูกใช้เป็นหลักทรัพย์ในการจำนำและเอาเงินไว้ใช้สอยได้อีกด้วย ในปัจจุบันปริมาณการผลิตผ้าไหมของจังหวัดสุรินทร์มีจำนวนมากและหลากหลาย โดยการผลิตผ้าไหมสุรินทร์ถือเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน ซึ่งหมู่บ้านหัตถกรรมผ้าไหมมีจำนวนมากถึง 800 หมู่บ้าน กระบวนการผลิตผ้าไหมตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำ เริ่มตั้งแต่การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม การสาวไหม กระบวนการกลางน้ำ เริ่มโดยการมัดหมี่ การย้อมสีไหม ซึ่งมีทั้งวิธีการย้อมด้วยสีธรรมชาติและสีเคมี การทอผ้าไหมด้วยมือ สุดท้ายกระบวนการปลายน้ำ คือการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าไหม การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม การพัฒนารูปแบบลวดลายใหม่ ๆ แต่คงไว้ด้วยความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น ลายมัดหมี่ ลายรูปช้าง ลายดอกมะเขือ ลายลูกแก้ว และลายต่าง ๆ ที่สื่อแสดงถึงวิถีชีวิตของคนพื้นเมือง แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปบ้างตามความต้องการของตลาด ในการทอลายผ้าไหมของสุรินทร์แบ่งตามลักษณะการทอได้หลายประเภท ได้แก่

1. มัดหมี่โฮล (จองโฮล) คำว่า “โฮล” เป็นคำในภาษาเขมรเป็นชื่อเรียกวิธีการผลิตผ้าไหม ที่สร้างลวดลายจากกระบวนการมัดย้อมเส้นไหมให้เกิดสีสันและลวดลายต่าง ๆ แล้วจึงนำมาทอเป็นผืนผ้า โดยผ้าโฮลมี 5 สี ได้แก่ สีดำ แดง เหลือง น้ำเงิน และ เขียว ซึ่งจะเป็นการย้อมด้วยสีธรรมชาติ โดยเนื้อผ้าจะมี 2 สี ด้านหนึ่งจะเป็นสีอ่อน ส่วนอีกด้านจะเป็นสีเข้ม มัดหมี่แม่ลายโฮล ถือเป็นแม่ลายหลักของผ้ามัดหมี่สุรินทร์ที่มีกรรมวิธีการมัดย้อมด้วยวิธีเฉพาะ ไม่เหมือนที่ใด ๆ ความโดดเด่นของการมัดย้อมแบบจองโฮล คือในการมัดย้อมแบบเดียวนี้ สามารถทอได้ 2 ลาย คือ โฮลผู้หญิง (โฮลแสร้อย) หรือผ้าโฮลธรรมดา และสามารถทอเป็นผ้าโฮลผู้ชาย (โฮลประาธ) ว่างุ่นในงานพิธีต่าง ๆ

2. มัดหมี่อัมปรม (จองกรา) เป็นการมัดหมี่ทั้งเส้นพุ่งและเส้นยืนซึ่งมีการทำเฉพาะในจังหวัดสุรินทร์เอกลักษณ์ของผ้าอัมปรม คือ ลวดลายที่ปรากฏเป็นลายตารางสี่เหลี่ยมจัตุรัสเล็ก ๆ ที่เกิดจากการมัดย้อมเส้นไหมทั้งเส้นพุ่งและเส้นยืน เมื่อนำมาทอเป็นผืน ผ้าแล้ว ลายซิดสีขาวนี้จะลอยเด่นขึ้นมาจากสีพื้น ซึ่งเส้นยืนและเส้นพุ่งที่ ตัดกันเป็นเครื่องหมายบวกหรือกากบาท นั้นจะเรียกว่า “ลายกรประาธ”

3. มัดหมี่จองซิน เป็นมัดหมี่ลายต่าง ๆ ที่เหมือนกันกับจังหวัดอื่น ๆ ทั่ว ๆ ไป แบ่งได้ดังนี้

- 3.1 มัดหมี่ลายกนก ได้แก่ ลายพุ่มข้าวบิณฑ์ ลายสับประรด ลายพระตะบอง ลายก้านแย่ง ลายพนมเปญ ลายดอกมะเขือ

- 3.2 มัดหมี่ลายรูปสัตว์ ต้นไม้ และลายผสมอื่น ๆ ได้แก่ รูปนก ไก่ ผีเสื้อ ช้าง ม้า นกยูง ปลาหมึกพญานาค สามารถนำมาผสมกับลายต้นไม้ดอกไม้หรือทอลายสัตว์เดี่ยว ๆ ตลอดผืนก็ได้

- 3.3 มัดหมี่ลายธรรมดา ได้แก่ หมี่คั่น หมี่โคม ลายหมี่ข้อ

4. ผ้ายกดอกลายดอกพิกุล หรือ ปกาปุกุน ผ้ายกดอกลายนี้จะย้อมเส้นด้ายยืนสีเดียว และอาจใช้สีอื่นคั่นระหว่างดอก การทอลายนี้จะทอทีละตะกอ (การทอที่เย็บแห่งประเทศไทย สำนักงานสุรินทร์, 2560)

สีหลักการย้อมสี ประกอบด้วย

- สีแดง ได้จากครั่ง
- สีเหลือง ได้จากเข
- สีฟ้า สีน้ำเงิน ได้จากคราม
- สีเขียวหัวเป็ด ได้จากการย้อมให้ได้สีเหลืองแล้วย้อมทับด้วยคราม
- สีดำ ได้จากมะเกลือ แล้วย้อมทับด้วยคราม
- สีขาว ได้จากการนำเส้นไหมไปฟอกสี
- สีม่วง ได้จากมะเกลือ แล้วย้อมทับด้วยคราม
- สีเขียว ได้จากประโหด แล้วย้อมทับด้วยคราม

### การแต่งกาย

**การแต่งกายผู้ชาย** ตามแบบเดิมและแต่งกายเวลาประกอบพิธีกรรม คือ จะนุ่งผ้าโจงกระเบนใหม่ควบ เกิดจากการนำเส้นไหม 3 เส้น มาตีเกลียวควบกันเพื่อให้เกิดสีเหลือง เรียกว่า “ผ้าควบ” หรือ “ผ้าไหมหางกระรอก” ชาวบ้านนิยมเรียกว่า “อันลูนกะนิว” นอกจากนี้ยังมีผ้าลายบำเพ็ญ เป็นผ้าโฮลเปาะ คล้ายผ้าปุมที่มีลายท้องผ้าเป็นลายใหญ่และมีเชิงในตัวเป็นลายแจกแหลม ซึ่งผ้าแบบนี้จะใช้ในเวลาทำบุญโดยจะนำมาคลุมบายศรี ตรงบริเวณลายโจง หรือเรียกว่า ยอดบายศรี และยังมีผ้าอื่น ๆ คือ ผ้าโสร่ง จะนุ่งอยู่บ้านและมีผ้าขาวม้า และผ้าไหมโฮล สำหรับการแต่งกายของผู้ชายที่เข้าพิธีบวช ขณะอยู่ในสภาวะเป็นนาค จะนุ่งผ้าโฮลแบบนุ่งขึ้นไม่นุ่งโจงกระเบน และถ้านุ่ง ผ้าโสร่งจะไม่มีการทำเชิงที่ขอบผ้า จะใช้ผ้าขาวม้าคาดเอวหรือพาดไหล่

**การแต่งกายผู้หญิง** ผู้หญิงจะนุ่งผ้าขึ้นทอด้วยไหมที่มีลวดลายต่าง ๆ เช่น ผ้าขึ้นโฮลหรือหมี่คั่นใช้เฉพาะผู้หญิงเท่านั้น เป็นผ้ามัดหมี่ที่เป็นลายทางยาวเล็ก ๆ เป็นการเลียนแบบลายน้ำไหล (โฮล แปลว่า น้ำไหล) โดยผ้าขึ้นจะมีการต่อเชิงหรือตีนขึ้นเพื่อให้ได้ความยาวที่พอเหมาะ นอกจากขึ้นแล้วผู้หญิงจะห่มผ้าสไบทอยกดอกลายลูกแก้วมีทั้งสีขาวและสีดำ

### ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม

จังหวัดสุรินทร์มีประเพณีและวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา ได้แก่ ประเพณีบวชนาคช้าง ประเพณีแซนโฎนตา กันตรึม งานประเพณีขึ้นเขาสวาย การกวนข้าวทิพย์ เคาะระฆังพันใบ การแต่งงาน หรือ แซนการ์กะโน้ปดิงตอง เรือมอันเร (การรำสาก) หรือ ลูตอันเรเรือมตรด เรือมอ้ายยโงง สะบ้า ลีเกชมร มโหรี เจริญ เจริญเบริน งานช้างและกาชาดสุรินทร์ โดยมีวัฒนธรรมการเลี้ยงช้างเสมือนเป็นสัตว์เลี้ยงภายในครอบครัว เป็นวัฒนธรรมการอยู่ร่วมกันของคนกับช้างซึ่งเป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่นไม่เหมือนที่ใดในโลก (สำนักงานจังหวัดสุรินทร์, 2561) กระบวนการผลิตผ้าไหมภายในชุมชนถูกเชื่อมโยงกับประเพณีความเชื่อและฤดูกาลเก็บเกี่ยว ดังนี้

**ตารางที่ 1** ความสอดคล้องการใช้ผ้าใหม่กับประเพณีในจังหวัดสุรินทร์

เดือน	ประเพณี	การใช้ผ้า	การทอผ้า
มกราคม (ยี่)	บุญข้าวเปลือก	ผ้าสำหรับแต่งกาย	หม่อนผลัดใบ (ลดการเลี้ยงไหม)
กุมภาพันธ์ (สาม)	เช่นปูตาเปิด ป่าดง	ผ้าสำหรับแต่งกาย	หม่อนผลัดใบ (ลดการเลี้ยงไหม)
มีนาคม (สี่)	- งานบุญพะเวส - พิธีแกมอ แกออ	- ผ้าสำหรับทำบุญพิธี - ผ้าสำหรับพิธีกรรม	หม่อนผลัดใบ (ลดการเลี้ยงไหม)
เมษายน (ห้า)	สงกรานต์/ผ้าป่า	ผ้าสำหรับทำบุญพิธี	หม่อนผลัดใบ (ลดการเลี้ยงไหม)
พฤษภาคม (หก)	พิธีแกมอ แกออ	ผ้าสำหรับพิธีกรรม	หม่อนผลัดใบ (เลี้ยงไหมมากขึ้น)
มิถุนายน (เจ็ด)	เช่นปูตาเปิด ไร่นา	ผ้าสำหรับแต่งกาย	เลี้ยงไหม/ทอผ้า
กรกฎาคม (แปด)	เข้าพรรษา	ช่วงเทขายผ้า	เลี้ยงไหม/ทอผ้า
กันยายน (สิบ)	แซนโฎนตา	ผ้าสำหรับพิธีกรรม	เลี้ยงไหม/ทอผ้า
ตุลาคม (สิบเอ็ด)	ออกพรรษา	ผ้าพิธีงานแต่ง	เลี้ยงไหม/ทอผ้า
พฤศจิกายน (สิบสอง)	บุญกฐิน	ผ้าพิธีงานแต่ง	เลี้ยงไหม/ทอผ้า
ธันวาคม (อ้าย)		ฤดูกาลเก็บเกี่ยวข้าวนาปี	

ที่มา : เมธวดี พยัคประโคน และคณะ (2559)

### เอกลักษณ์ของผ้าไหมสุรินทร์

ผ้าไหมของจังหวัดสุรินทร์เป็นผ้าไหมที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นผ้าไหมที่มีคุณภาพดี มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ซึ่งผ้าไหมของจังหวัดสุรินทร์ที่ได้รับการกล่าวขานมากที่สุด คือ ผ้าไหมยกทองโบราณที่ผลิตจากบ้านท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผ้าไหมที่ใช้สำหรับตัดเสื้อให้ผู้นำเขตเศรษฐกิจเอเปค (APEC economic leaders) ซึ่งนับได้ว่าได้สร้างความภาคภูมิใจให้กับชาวจังหวัดสุรินทร์ ทำให้เป็นที่รู้จักถึงความงดงามของผ้าไหม และในปีมหามงคลงานเฉลิมฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี พุทธศักราช 2549 ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในรัชกาลที่ 9 อาจารย์วีรธรรม ตระกูลเงินไทย จากบ้านท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้ออกแบบ และทอผ้าคลุมพระอังสา (ไหล่) ไหมยกทอง เพื่อเป็นที่ระลึกแก่พระราชอาคันตุกะ ที่เสด็จมาร่วมในงานพระราชพิธีฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี (สำนักงานจังหวัดสุรินทร์, 2561)

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าผ้าไหมสุรินทร์เป็นผ้าไหมที่มีคุณภาพและชื่อเสียง ซึ่งนอกจากนี้แล้วผ้าไหมสุรินทร์ยังมีความหลากหลายในด้านลวดลายเนื่องจากประกอบด้วยคนหลากหลายชาติพันธุ์ ซึ่งแต่ละชาติพันธุ์ได้สืบสานประเพณีวัฒนธรรมการทอผ้าไหมของตนวิธีการทอผ้าไหมและลวดลายบนผืนผ้าไหมของกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสุรินทร์ ดังนี้

กลุ่มเชื้อสายลาว คนกลุ่มนี้นิยมทอผ้าด้วยวิธีการมัดหมี่และการขีด

กลุ่มเชื้อสายญไท คนกลุ่มนี้นิยมทอผ้าด้วยวิธีการขีด

กลุ่มเชื้อสายเขมร คนกลุ่มนี้เป็นคนกลุ่มใหญ่ของจังหวัดและยังคงผลิตผ้าไหมอยู่ในปัจจุบัน คนกลุ่มนี้นิยมทอผ้าไหมมัดหมี่ หรือ “ผ้าโฮล”

### ลักษณะเด่นของผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์

ด้วยความมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและเส้นไหมที่งดงามของผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์ที่ได้บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่และวัฒนธรรมประเพณีประจำท้องถิ่นที่ผูกถ่ายทอดลงบนผืนผ้า ทำให้ผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์มีลักษณะโดดเด่น คือ

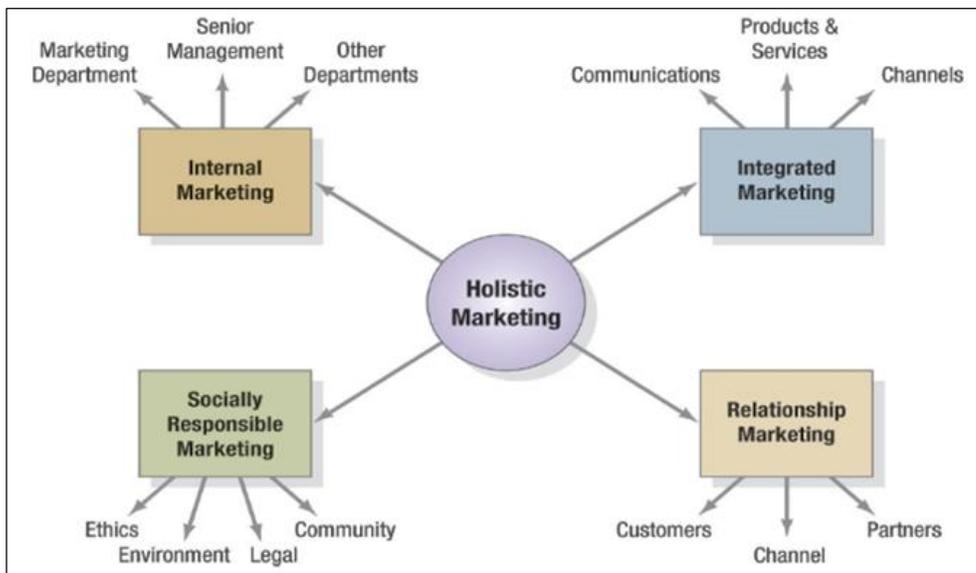
1. มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ที่ได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมจากเขมร และมีความหมายที่สื่อถึงความเป็นสิริมงคล
2. นิยมใช้ไหมน้อยในการทอเนื่องจากเป็นไหมที่มีคุณภาพดี เป็นไหมที่สาวมาจากเส้นใยภายในรังไหม เส้นใยสม่ำเสมอ เรียบ นุ่ม และเงางาม
3. นิยมใช้สีจากธรรมชาติทำให้มีสีไม่ฉูดฉาด มีสีสันลักษณะเฉพาะตัว คือ สีจ้ออกโทนสีเข้ม เช่น ดำ น้ำตาล แดง เขียว เหลือง และเนื้อผ้ายังมีกลิ่นหอมจากเปลือกไม้
4. การทอผ้าไหมจะทอแน่นมีความละเอียดอ่อนในการทอและประณีต มีการผสมผสานลวดลายต่าง ๆ เข้าด้วยกัน แสดงถึงศิลปะที่สวยงาม
5. การทอผ้าไหมส่วนใหญ่ของชาวบ้านทำเพื่อไว้เพื่อใช้ในครัวเรือน และสวมใส่ในงานพิธีทำบุญและงานพิธีต่าง ๆ

จากที่กล่าวมาผ้าไหมสุรินทร์เป็นหนึ่งในจังหวัดที่ผลิตผ้าไหมแห่งวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความหลากหลายด้านวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี โดยเฉพาะการแต่งกายและการทอผ้าไหมของชาวบ้านจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งได้แสดงออกมานวลดลายนวลผ้าไหมสร้างวัฒนธรรมการแต่งกายให้กับจังหวัดสุรินทร์ ได้อย่างน่าภาคภูมิใจ

### กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

#### การตลาด (Marketing)

การตลาดเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ สามารถพัฒนาปรับปรุงธุรกิจให้เหมาะสมตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและยังทำให้สามารถทำการตลาดได้เหมาะสมกับผู้ประกอบการ โดยนักวิชาการได้ให้ความหมายของการตลาดที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจไว้ คอตเลอร์ (Kotler, 2000) ได้กล่าวว่าการตลาดคือ “กิจกรรมที่มนุษย์ดำเนินการจัดขึ้นเพื่อให้มีการตอบสนองความพอใจและความต้องการต่างๆ โดยอาศัยกระบวนการแลกเปลี่ยน” นอกจากนี้ คณะกรรมการสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (AMA, 2008) ได้กล่าวว่าการตลาดว่าเป็น “การปฏิบัติการด้านธุรกิจที่เกี่ยวกับกิจกรรมในการให้สินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค” สรุปได้ว่า กิจกรรมที่มีการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ ที่มีความต้องการซื้อสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนเอง สำหรับแนวความคิดทางการตลาดในปัจจุบันเน้นที่ผู้บริโภคเป็นเกณฑ์ เนื่องจากมีการผลิตสินค้ามากมายแต่ผู้บริโภคมีเงินจำกัดจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิดที่กระจายวงกว้างและยืดเยื้อยาวนาน จึงต้องมีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างเหมาะสม เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค แนวคิดการตลาดแบบองค์รวม (Holistic Marketing Concept) (Kotler & Keller, 2006, p. 18) ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 : แนวคิดการตลาดแบบองค์รวม

เป็นแนวคิดที่พัฒนาต่อยอดที่เชื่อมโยงระบบอิเล็กทรอนิกส์และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นการตลาดเพื่อสังคม ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ 1) การตลาดภายในกลุ่มผู้ผลิต (Internal marketing) คือ การทำงานที่เป็นระบบและเชื่อมโยงกันซึ่งจะก่อให้เกิดความเข้มแข็งภายในองค์กร 2) การตลาดแบบบูรณาการ (Integrated marketing) คือ การนำส่วนประสมทางการตลาด 8P's มาส่งเสริมกิจกรรมต่าง ๆ ทางการตลาดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ 3) การตลาดสร้างความสัมพันธ์ (Relationship Marketing) คือ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้บริโภคในระยะยาว สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงเป้าหมายและตรงกับความต้องการของแต่ละบุคคล และ 4) การตลาดที่มุ่งรับผิดชอบต่อสังคม (Social responsibility marketing) คือ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การแต่งกายที่อนุรักษ์ความเป็นไทย ความเป็นคนพื้นถิ่น และทำให้คนในชุมชนมีรายได้ ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนดีขึ้น โดยมุ่งประโยชน์ของสังคมเป็นหลัก โดยวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิตไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Environment) ผู้ผลิตมีคุณธรรมจริยธรรม (Ethics)

### ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix)

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นจำเป็นต้องอาศัยกลไกทางการตลาดมาเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนให้แหล่งท่องเที่ยวได้นำเสนอและสามารถตอบสนองความต้องการทั้งของชุมชนและนักท่องเที่ยว ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยส่วนประสมทางการตลาดมาเป็นเครื่องมือในการช่วยส่งเสริมกิจกรรมที่สามารถสร้างช่องทางการส่งผ่านข้อมูล โดยการชักชวนเพื่อให้สามารถขายสินค้าหรือบริการ เป็นกิจกรรมต่าง ๆ ทางการตลาดที่นอกเหนือจากการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการขายโดยพนักงานขาย เป็นการให้ข้อมูล ชักชวน จูงใจให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยจากข้อมูลข้างต้นจึงได้เสนอแนวทางในการกำหนดส่วนผสมทางการตลาดบริการเพื่อสามารถเข้าใจถึงความต้องการและลดช่องว่างในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนได้ โดยได้นำส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) หรือ 8P's (Lovelock & Wright, 2002, p. 13-15) มาเป็นเครื่องมือที่ใช้ร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของตัวผ้าไหม ที่นำเอาไหมน้อยมาใช้ในการทอผ้า มีเอกลักษณ์ของการออกแบบที่โดดเด่นสวยงาม ทันสมัย และมีความหลากหลายของลายผ้าไหม
2. ด้านราคา (Price) ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณค่าความประณีตและคุณภาพของผ้าไหม มีเกณฑ์ราคาในการจัดส่งสินค้าที่มีความเหมาะสม
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พัฒนาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า ซึ่งสามารถติดต่อได้ทั้งช่องทางออนไลน์ (Online marketing) และช่องทางออฟไลน์ (Offline marketing) เพื่อให้เข้าถึง กลุ่มลูกค้าเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยอาจจะทำการตลาดแบบเฉพาะเจาะจงในพื้นที่นั้นๆ เน้นกลุ่มลูกค้าที่มักจะชอบเลือกดูสินค้าหรือเลือกจับสินค้าจริงจากหน้าร้านก่อนที่จะตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังสามารถซื้อ/ขายสินค้า หรือการประมูลสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ ส่วนตัวของร้านค้า เป็นต้น ดังตารางที่ 2 ช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางออนไลน์ (Online marketing) กับช่องทางออฟไลน์ (Offline marketing)

**ตารางที่ 2** ช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางออนไลน์ (Online marketing) กับช่องทางออฟไลน์ (Offline marketing)

Online marketing	Offline marketing
- เว็บไซต์	- โทรศัพท์, วิทยู
- การตลาดผ่านช่องทางอีเมล	- สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์, นิตยสาร เป็นต้น
- Social Media เช่น Facebook, Line, Twitter, Instagram เป็นต้น	- ป้ายโฆษณา, ป้ายประกาศ

ผู้ประกอบการสามารถปรับใช้ช่องทางออฟไลน์กับออนไลน์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งถ้าเน้นออฟไลน์มากเกินไปก็จะทำให้กลุ่มลูกค้ารู้จักในวงแคบเท่านั้น และถ้าเน้นออนไลน์มากเกินไปผลิตภัณฑ์หน้าร้านก็จะลดความน่าเชื่อถือลง ดังนั้นผู้ประกอบการควรปรับให้ทั้งสองช่องทางไปด้วยกันอย่างเหมาะสม

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เน้นการสร้างการแข่งขันแกร่งของตลาดภายในชุมชน ก่อนมุ่งไปตลาดภายนอก โดยคนในชุมชนสามารถจัดการทรัพยากรให้เกิดผลคุ้มค่าทางเศรษฐกิจและสังคมเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจและสังคมโดยรวม นอกจากนี้สามารถชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น เป็นต้น

5. ด้านบุคคล (People) มีระบบการคัดเลือกบุคคลเข้ารับการฝึกอบรม ที่มีความสามารถจะพัฒนาทักษะการจูงใจเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มลูกค้า มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีวิธีการสร้างความสนใจหรือดึงดูดความสนใจที่แตกต่างจากผู้ประกอบการในลักษณะเดียวกัน มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา และมีทัศนคติที่ดี มีการให้ข้อมูลและให้คำแนะนำลูกค้าอย่างเหมาะสม มีการติดตามหลังการขายอย่างสม่ำเสมอ มีมนุษยสัมพันธ์ และมีมารยาทดี

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) เป็นการสร้างคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์และรูปแบบการให้บริการที่ได้มาตรฐาน เช่น การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพ อ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว มีการใช้รูปสินค้าจริงในการนำเสนอทุกครั้ง มีการแสดงราคาสินค้าต่อหน่วยอย่างชัดเจน มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดสินค้าและราคาอย่างครบถ้วน

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับด้านการบริการ เพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เช่น มีระบบการตอบกลับข้อมูลที่รวดเร็ว ช่องทางการชำระสินค้าหลากหลาย อาทิ การชำระเงินผ่านการโอนจากแอปพลิเคชันมือถือ ผ่านบัตรเครดิต เป็นต้น

8. ด้านคุณภาพและผลผลิต (Productivity and quality) เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตผ้าไหมตามภูมิปัญญาบรรพบุรุษ เป็นการสืบทอดความรู้ รูปแบบของศิลปะพื้นบ้านตามประเพณีความเชื่อในท้องถิ่น มีรูปแบบของความเรียบง่ายตรงตามประโยชน์ใช้สอย มีการปรับปรุง ดัดแปลงตามการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตของคนในสังคมชุมชน เพื่อสร้างความแตกต่างและสร้างความภักดีต่อสินค้าได้

กล่าวได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดนั้นเป็นกลยุทธ์ด้านการตลาด ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ ที่เป็นตัวแปรทางการตลาดของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในชุมชนโดยการนำกลยุทธ์มาใช้เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องมีการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวและบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงความจริงแท้ หรืออัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างสร้างสรรค์ เป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมและสร้างความแตกต่างที่แข่งขันได้ อย่างไรก็ตามการแข่งขันก็จำเป็นต้องอาศัยการประสานงานบูรณาการทำงานร่วมกันเพื่อขยายขอบเขตของแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักและเป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับผ้าไหมในพื้นที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น

## สรุป

จากการนำเสนอข้อมูลเรื่อง กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดผ้าไหมทอมือพื้นถิ่นจังหวัดสุรินทร์ สามารถอธิบายสรุปได้ดังนี้

การทอผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์มีจุดเด่นในด้านวัตถุดิบ คือ ผ้าไหม ประกอบกับการผลิตที่มีคุณภาพสูงปราศจากสารเคมี เนื่องจากผ้าไหมสุรินทร์ใช้ไหมน้อย หรือใจไหมชั้นหนึ่ง (ภาษาเขมรเรียกว่า “โซคไซ”) เป็นวัตถุดิบในการผลิตผ้าไหม การได้มาซึ่งเส้นไหมน้อยนี้ต้องพึ่งพิงกระบวนการเลี้ยงหนอนไหม โดยผู้เลี้ยงหนอนไหมต้องใช้วิธีการตามธรรมชาติและปราศจากสารเคมี มิฉะนั้นตัวหนอนไหมจะไม่อาจผลิตเส้นไหมที่มีคุณภาพได้ และเมื่อนำเส้นไหมน้อยมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตผ้าไหมจึงเป็นเส้นไหมที่ปราศจากสารพิษ ทำให้เส้นไหมน้อยมีความปลอดภัยต่อผู้สวมใส่และไม่สร้างความระคายเคืองต่อผิวหนังผู้ใช้

ลวดลายผ้าไหมของจังหวัดสุรินทร์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยลวดลายเหล่านี้เป็นลวดลายที่มาจากวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชาวกูยและชาวเขมร นอกจากนี้ยังมีสีสันที่ผสมผสานกันอย่างหลากหลายในผ้าไหมผืนเดียวกัน ภายใต้กระบวนการมัดย้อมสี โดยมีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวอยู่ 5 จำพวกด้วยกัน ได้แก่ ผ้าโฮล ผ้าสาकु ผ้าสระมอ ผ้าอันลูนเสียม (ผ้าลายไทย) ผ้าอัมปรอม ซึ่งลวดลายเหล่านี้มีความละเอียด ซับซ้อนยากเกินกว่าเครื่องจักรจะลอกเลียนแบบได้

ด้านวัฒนธรรมของจังหวัดสุรินทร์ประกอบด้วยชนชาติต่าง ๆ ที่มีความหลากหลาย ซึ่งประกอบด้วยเชื้อชาติ 4 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ ชาวกูย ชาวเขมร ชาวลาว ชาวไทยโคราช ส่งผลให้จังหวัดสุรินทร์มีความหลากหลายด้านวัฒนธรรมประเพณีอย่างมาก โดยชนชาติต่าง ๆ ที่เข้ามาอยู่ในจังหวัดสุรินทร์นี้ยังคงอนุรักษ์วัฒนธรรมของชนชาติตนไว้ ดังข้อมูลที่ปรากฏในรูปมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดสุรินทร์ที่โดดเด่นและเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป คือ งานศิลปหัตถกรรม ได้แก่ การทำเครื่องประดับเงินและการทอผ้าไหม ศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ได้แก่ การแสดงเรือมอันเร (การรำสากุ) การละเล่นเจียง รวมถึงดนตรีพื้นบ้าน เช่น วงกันตรึม วงมโหรี เป็นต้น ตลอดจนวัฒนธรรมการเลี้ยงช้างซึ่งเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นที่รู้จักทั่วไป

ชุมชนในจังหวัดสุรินทร์มีความโดดเด่นในการทอผ้าไหม โดยชุมชนสร้างรายได้จากการจำหน่ายผ้าไหม ซึ่งเกิดการกระบวนการผลิตและการสืบทอด แต่จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 จำเป็นต้อง มีการประยุกต์ ช่องทางการสื่อสารทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยการส่งเสริมรูปแบบการสื่อสารที่ชัดเจน คือ สื่อบุคคล เป็นการสื่อสาร ด้านขั้นตอนการผลิตโดยใช้สื่อบุคคลผ่านการสนทนา การสอน การอธิบาย การสาธิต การทดลองทำ การสืบทอดเน้นใช้สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม การปฏิบัติใช้วิธีการผสมผสานระหว่างการสอนแบบบอกเล่า และการปฏิบัติจริง เพื่อจูงใจ ชี้ให้เห็นจุดเด่น ของผ้าไหมสุรินทร์เป็นกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อศึกษาประวัติความเป็นมา เรื่องราวและวัฒนธรรมของผ้าไหมสุรินทร์

ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์เป็นสิ่งที่ตกทอดกันมาแต่โบราณ ลวดลาย สี สันต่าง ๆ บนผืนผ้าไหมเป็นลวดลาย ที่สืบทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษ มีความงามและมีคุณภาพตั้งชื่อเสียงที่ปรากฏในระยะเวลาที่ผ่านมา แต่เนื่องจาก สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา - 19 ในปัจจุบันที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการซื้อขายของ ผู้บริโภค ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่เพื่อปรับตัวตามสถานการณ์ในปัจจุบันที่เกิดขึ้น โดยเน้น ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค มากยิ่งขึ้น เช่น รายการส่งเสริมการขาย การสะสมคะแนน การจัดส่วนลด การแลกเปลี่ยนค่า เพื่อดึงดูดผู้บริโภคกลับมาซื้อ สินค้าอีกครั้ง จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการตลาดให้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือพื้นถิ่นของจังหวัดสุรินทร์ สามารถเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้อย่างยั่งยืน และเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของผ้าไหม จึงจำเป็นต้องนำเสนอประสมการตลาดมาเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุด

## เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2549). *ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม*. สืบค้นจาก [https://www.silpa-mag.com/advertorial/article\\_54127](https://www.ryt9.com/s/ryt9/69571#:~:text=ธมนพันธ์ ศรีชะพลภูมิสิทธิ,วิทยากร ท่อแก้ว, และกมลรัฐ อินทรทัศน์.(2564). รูปแบบการสื่อสารในการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มทอผ้าไทยยกทองจันทร์โสมมา จังหวัดสุรินทร์. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 6(1), 100-117.</a></p><p>บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน). (2564). <i>สืบสาน อนุรักษ์ศิลป์ผ้าถิ่นไทย ดำรงไว้ในแผ่นดิน ดูเส้นทางเส้นไหมไทยอีสานในงานศิลปาชีพประจำปีไทย</i>. สืบค้นจาก <a href=)
- ประทับใจ ลึกษา. (2554). *ผ้าทอพื้นเมืองอีสานใต้*. อุบลราชธานี: ศิริธรรมออฟเซ็ท.
- เมธวดี พยัมประโคน, พงษ์ สุภาเศรษฐศิริ, นพตล อินทร์จันทร์, และกิตติกรรณ์ นพอุดมพันธ์. (2559). *ผ้าไหมทอมือพื้นบ้านในเขตพื้นที่จังหวัดสุรินทร์*. *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, (18)1, 94-105.
- ฤดี เสริมชยุต. (2563). *กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน*. *วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา*, (2)4, 51-61.
- ศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19. (2564). *สถานการณ์ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019*. สืบค้นจาก [https://media.thaigov.go.th/uploads/public\\_img/source/250464.pdf](https://media.thaigov.go.th/uploads/public_img/source/250464.pdf)
- สำนักงานจังหวัดสุรินทร์. (2561). *แผนพัฒนาจังหวัดสุรินทร์ (พ.ศ.2561-2564) (ฉบับทบทวน รอบปี พ.ศ. 2561)*. สุรินทร์: สำนักงานฯ.

สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2553). *ผ้าไทย: มรดกที่ควรรอนุรักษ์*. สืบค้นจาก <https://www.lib.ru.ac.th/journal/thaicloth.html>.

สุธิดา ราตรี, ตระกูล จิตวัฒนาร, ประภาศร์ เขิกขุนทด, และกนกกร เกิดเงิน. (2563). ส่วนประสมการตลาดบริการของหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP ผ้าไหมไทยนวัตกรรม: กรณีศึกษานานตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, (4)3, 219-232.

American Marketing Association. (2008). About AMA: Definition of marketing. Retrieved from <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>.

Kotler, P. (2000). *Marketing management: Analyzing consumer marketing and buyer behavior (The Millennium)*, New Jersey: Prentice-Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management (12<sup>th</sup> ed.)*, New Jersey: Pearson Education.

Lovelock; & Wright. *Principles of Service Marketing and Management, 2/E, 2002* Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.

## การวิเคราะห์ตลาดสกุลเงินดิจิทัลโดยใช้โครงข่ายประสาทเทียม Analyzing Cryptocurrency Markets Using Artificial Neural Network

วีระชัย จรบุรุษย์<sup>1\*</sup> และ สุदारัตต์ สุวรรณชัยรบ<sup>1</sup>  
Weeracahi Jonburom<sup>1\*</sup> and Sudarat Suwannachairob<sup>1</sup>

Received: May 1, 2021; Revised: June 29, 2021; Accepted: July 9, 2021

### บทคัดย่อ

บทความนี้นำเสนอเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตลาดสกุลเงินดิจิทัล ซึ่งเป็นที่นิยมของนักลงทุนในปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวโน้มความสัมพันธ์ของราคาสกุลเงินดิจิทัลแต่ละตัวแก่นักลงทุน และวิเคราะห์ตลาดสกุลเงินดิจิทัล โดยใช้อัลกอริทึมการเรียนรู้ของเครื่องด้วยโครงข่ายประสาทเทียมสำหรับวิเคราะห์แล้ว แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลแนวโน้มราคาในตลาดสกุลเงิน ซึ่งผลการวิเคราะห์ตลาดสกุลเงินดิจิทัลด้วยโครงข่ายประสาทเทียม แสดงให้เห็นว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของราคาเงินดิจิทัลแต่ละตัวมีค่าตั้งแต่ -1 ถึง 1 และค่าที่ติดลบแสดงว่าสกุลเงิน 2 ค่า ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการขึ้นลงของราคา และค่าเป็นบวกแสดงว่าสกุลเงิน 2 ค่า มีความสัมพันธ์ต่อการขึ้นลงของราคา และค่าที่เป็น 0 แสดงว่าสกุลเงินดิจิทัล 2 ค่า ไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน และค่าคลาดเคลื่อนเฉลี่ยกำลังสองที่ 0.008 เพื่อรับรองความถูกต้องของแนวโน้มตลาดสกุลเงินดิจิทัล ควรมีข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มตลาดโลกมาพิจารณาด้วย

คำสำคัญ: โครงข่ายประสาทเทียม วิเคราะห์ตลาดสกุลเงินดิจิทัล

### Abstract

This article presents an analysis of cryptocurrency markets, which are popular for investors nowadays. The primary objectives of the present study were to examine correlation between individual cryptocurrency value and investors and to analyze cryptocurrency markets using machine learning algorithms with neural networks for correlational analysis of future cryptocurrency value trend. The results of digital currency market analysis with a neural network showed that the correlation coefficient for each cryptocurrency ranged between -1 and 1. The negative correlation indicates that two currencies did not have relationship with value fluctuation, while the positive value suggests that two currencies were correlated with value fluctuation. The mean squared error (MSE) of 0.008 was achieved to ensure the accuracy of crypto currencies market trends. It is highly recommended that include information of world market trends be considered in further analyses.

**Keywords:** Artificial neural network , Analysis of cryptocurrency markets

<sup>1</sup> สาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร, Department of Computer Engineering, Faculty of Industry and Technology, Rajamangala University of Technology Isan Sakon Nakhon Campus

\*Corresponding author e-mail: weerrachai.jo@rmuti.ac.th

## บทนำ

ในปัจจุบันศาสตร์ของการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดส่งผลต่อการวางแผนเพื่อรองรับกับสถานการณ์ตลาดโลกที่มีความผันผวนสูง (Foerster & Stephen, 1988) ดังนั้นจึงต้องอาศัยข้อมูลประกอบการตัดสินใจจำนวนมากในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติเพื่อการคาดการณ์หรือการพยากรณ์ที่แม่นยำ (Cho, Van, Gulcehre, & Bougares, 2014) ซึ่งจะนำไปสู่การวิเคราะห์เพื่อสิ่งที่เหมาะสม ถ้าการพยากรณ์ข้อมูลในอนาคตมีความแม่นยำมาก จะทำให้การจัดการสั่งการ วางแผนรองรับความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยงสามารถทำได้มากยิ่งขึ้น ความท้าทายของการวิเคราะห์แนวโน้มของดัชนีราคาที่สูงลงของตลาดสกุลเงินดิจิทัลนั้นเกิดจากข้อมูลที่มีความซับซ้อนมาก จำนวนความต้องการซื้อ และต้องการขายเป็นตลาดออนไลน์ที่มีความผันผวนอยู่ตลอดเวลา ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ตลาดสกุลเงินดิจิทัลเป็นข้อมูลอนุกรมเวลา (Alexandrov & Benidis, 2019) และอาจจะเป็นข้อมูลแบบเรียลไทม์ไหลเข้ามาอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลอนุกรมเวลาเหล่านี้มีอัตราความผันผวนหรือความสัมพันธ์ที่เกิดจากเวลาของดัชนีราคาของสกุลเงินแต่ละตัว ฉะนั้นจึงเป็นประเด็นปัญหาสำคัญที่นักลงทุนต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่มาหาศาลเหล่านี้ด้วยตนเอง ซึ่งทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนและเกิดความล่าช้าในการเข้าทำการซื้อขายในตลาดออนไลน์

ดังนั้นการศึกษาจึงให้ความสนใจเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตลาดสกุลเงินดิจิทัลโดยใช้โครงข่ายประสาทเทียม (Hochreiter & Schmidhuber, 1997; Kristjanpoller & Minutolo, 2018) โดยอาศัยข้อมูลดัชนีราคาจากเว็บไซต์ <https://goldprice.org/cryptocurrency-price> และ <https://www.quandl.com> แล้วทำการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของแนวโน้มตลาดสกุลเงินดิจิทัลที่ต้องการด้วยเทคนิคการเรียนรู้ของโครงข่ายประสาทเทียม เพื่อหาแนวโน้มความสัมพันธ์ของราคาสกุลเงินดิจิทัลแต่ละตัวแก่นักลงทุน (Cales, Chalkis, Emiris, & Fisikopoulos, 2018; Hileman & Rauchs, 2017; Lahmiri & Bekiros, 2019)

## วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อหาแนวโน้มความสัมพันธ์ของราคาสกุลเงินดิจิทัลแต่ละตัวแก่นักลงทุน
2. เพื่อวิเคราะห์ตลาดสกุลเงินดิจิทัลโดยใช้อัลกอริทึมการเรียนรู้ของเครื่องด้วยโครงข่ายประสาทเทียม

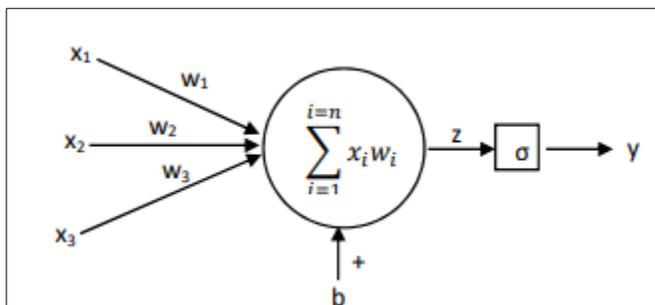
## ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดในการวิเคราะห์ตลาดสกุลเงินดิจิทัลสำหรับหาแนวโน้มความสัมพันธ์ของราคาสกุลเงินดิจิทัลแต่ละตัวโดยใช้การเรียนรู้ของเครื่อง (Machine learning) (Abadi, Barham, Chen, & Chen, 2016; Chatzis & Siakoulis, 2018) จะประกอบด้วยข้อมูลและเครื่องมือทางด้านสถิติเพื่อทำนายข้อมูลผลลัพธ์ ซึ่งผลลัพธ์ในที่นี้จะใช้การตัดสินใจของนักลงทุนในตลาดสกุลเงินดิจิทัลต่อไป นอกจากนี้ยังมีการประยุกต์ใช้การเรียนรู้ของเครื่องในหลายด้าน เช่น โมเดลการทำนายของเบย์เซียน (Bayesian predictive models) (Jang & Lee, 2017) โดยคอมพิวเตอร์จะรับข้อมูลเข้า และใช้อัลกอริทึมทางคณิตศาสตร์เพื่อหาคำตอบการเรียนรู้ของเครื่อง (Abadi, Barham, & Chen, 2016) โดยทั่วไปจะเป็นการสนับสนุนหรือเสนอแนะ (Provide a recommendation) และ สุรชัย จันทน์จรัส (2556) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการพยากรณ์ราคาหลักทรัพย์ด้วยวิธีการนิวโรฟิวซ์ (Kuo, Chen, & Hwang, 2001) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพยากรณ์ราคาหลักทรัพย์โดยใช้

โครงข่ายประสาทเทียมแบบพชชี่ ซึ่งเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างโครงข่ายประสาทเทียมและพชชี่ ผลการวิจัยพบว่าการพยากรณ์ช่วงเวลาสั้น ๆ จะมีความคลาดเคลื่อนน้อยกว่าการพยากรณ์ที่ห่างออกไปหลายสัปดาห์ เป็นต้น

### โครงข่ายประสาทเทียม

โครงข่ายประสาทเทียมแบบเพอร์เซพตรอนหลายชั้น (Multi layers perceptron) ประกอบด้วยโครงข่าย 3 ชั้น คือ ชั้นข้อมูลเข้า (Input layer) ชั้นซ่อน (Hidden layer) และชั้นผลลัพธ์ (Output layer) โดยชั้นซ่อนอาจมีมากกว่าหนึ่งชั้น ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 : โครงข่ายประสาทเทียม (ชิตพงษ์ กิตตินราทร, 2563)

โดยที่  $x$  แทน ข้อมูลเข้าอยู่ในรูปเวกเตอร์ คือ  $[x_1, x_2, x_3]$

$w$  แทน ตัวถ่วงน้ำหนักอยู่ในรูปเมตริก คือ  $[w_1, w_2, w_3]^T$

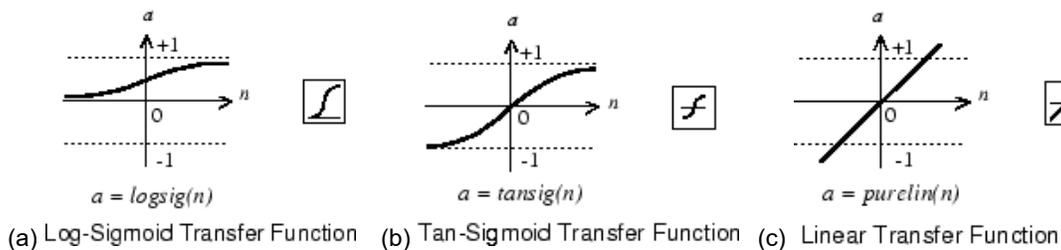
$b$  แทน ค่าตัวเลขทั่วไปเปรียบเสมือนตัวถ่วงน้ำหนักตัวหนึ่ง

$z$  แทน ผลลัพธ์ก่อนคำนวณฟังก์ชันกระตุ้น

$\sigma$  แทน ฟังก์ชันกระตุ้น

$y$  แทน ผลลัพธ์

เมื่อนำผลรวมของการคูณกันของข้อมูลเข้า ( $x$ ) กับ ค่าน้ำหนัก ( $w$ ) และบวกด้วยค่าไปแอส ( $b$ ) แล้วจะได้ผลลัพธ์ ( $z$ ) ซึ่งจะเข้าสู่ฟังก์ชันกระตุ้น (Transfer function) เพื่อปรับค่าให้เป็นผลลัพธ์สุดท้าย ( $y$ ) และชนิดของฟังก์ชันกระตุ้น (Transfer function) จะส่งผลต่อประสิทธิภาพของแบบจำลองเช่นกัน



รูปที่ 2 : ฟังก์ชันกระตุ้นในโครงข่ายประสาทเทียม (Yilmaz & Ozkol, 2018)

รูปที่ 2 แสดงการสอนโครงข่ายประสาทเทียมโดยสามารถเลือกฟังก์ชันกระตุ้นในการทำงานได้หลายแบบเพื่อใช้ในการปรับค่าการเรียนรู้ให้เข้าใกล้แนวโน้มที่น่าจะเป็นที่สุด ซึ่งค่าความน่าจะเป็นมีค่าแตกต่างกันออกไปตามฟังก์ชัน ดังรูปที่ 2(a) แสดงฟังก์ชันกระตุ้นแบบลอจิสติกค่าความน่าจะเป็นอยู่ที่  $[0, 1]$ , รูปที่ 2(b) แสดงฟังก์ชันกระตุ้นแบบแทนซิกค่าความน่าจะเป็นอยู่ที่  $[-1, 1]$  และ รูปที่ 2(c) แสดงฟังก์ชันกระตุ้นแบบเพียวลินค่าความน่าจะเป็นอยู่ที่  $[-1, 1]$

### วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาในเรื่องนี้จะดำเนินการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลตลาดสกุลเงินดิจิทัลเพื่อหาแนวโน้มความสัมพันธ์กันของตลาดบิตคอยน์ (Bitcoin) ซึ่งถือเป็นสกุลเงินดิจิทัลที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากนักลงทุนในปัจจุบัน กับสกุลเงินดิจิทัลอื่น ๆ โดยจะวิเคราะห์บิตคอยน์มีแนวโน้มอย่างไร อะไรคือสาเหตุของการเพิ่มขึ้นและการลดลงของค่าเงินดิจิทัลนี้ ตลาดสำหรับสกุลเงินดิจิทัลอื่น (Altcoins) ที่แตกต่างกันมีการเชื่อมโยงกันอย่างแยกไม่ออก หรือส่วนใหญ่เป็นอิสระต่อกัน ซึ่งการเรียนรู้ของเครื่องด้วยโครงข่ายประสาทเทียมจะคาดการณ์แนวโน้มของราคาได้อย่างไรว่าราคาจะขึ้นหรือลงเป้าหมายของบทความนี้คือการแสดงของความสัมพันธ์แนวโน้มของราคาสกุลเงินดิจิทัล เพื่อแสดงแนวโน้มที่น่าสนใจว่าตลาดมีผันผวนอย่างไร ดังรูปที่ 3 และตามขั้นตอนดังต่อไปนี้



รูปที่ 3 : Cryptocurrency prices (USD) (Bitcoin Price chart by Trading View, 2021)

### 1. ติดตั้งเครื่องมือเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล

1.1 ติดตั้งโปรแกรมอนาคอนด้า (Anaconda) เป็นชุดเครื่องมือหลักในการพัฒนาซอฟต์แวร์ด้านวิทยาการข้อมูลและเพื่อรองรับการทำงานโครงข่ายประสาทเทียมที่พัฒนาด้วยภาษาไพทอน (Python)

1.2 เชื่อมโยงข้อมูลราคาบิตคอยน์ สามารถเชื่อมโยงข้อมูลสกุลเงินดิจิทัลที่ต้องการสำหรับนำมาวิเคราะห์ข้อมูลหาแนวโน้มของราคา โดยใช้บิตคอยน์เอพีไอ (Bitcoin api) ซึ่งเป็นบริการฟรีของ Quandl.com

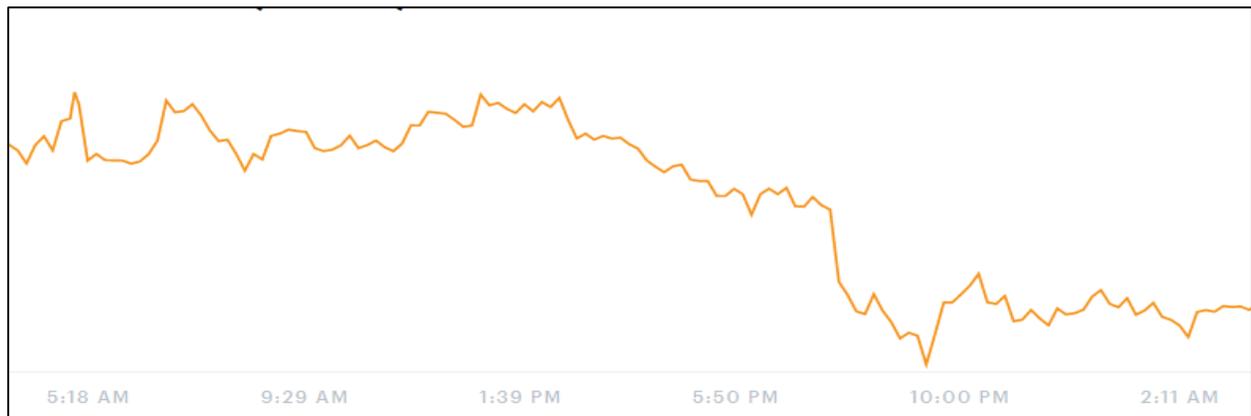
ตารางที่ 1 การเชื่อมโยงข้อมูลราคาบิตคอยน์

Date	Open	High	Low	Close	Volume (BTC)	Volume (Currency)	Weighted Price
2021-02-10	875.01	892.06	810.02	810.07	15.62	13151.47	845.08
2021-02-11	810.00	90.07	788.00	825.08	19.18	16097.32	839.15
2021-02-12	825.56	870.09	807.42	841.86	8.15	6784.24	831.57
2021-02-13	840.05	857.34	817.00	857.33	8.02	6780.22	844.93
2021-02-14	858.20	918.05	857.16	900.04	18.74	16699.00	891.08

จากนั้นทำการเชื่อมโยงข้อมูลราคาแลกเปลี่ยน Kraken ก่อนอื่นให้เชื่อมโยงอัตราแลกเปลี่ยน บิตคอยน์ย้อนหลัง สำหรับการแลกเปลี่ยน Kraken Bitcoin ดังรูปที่ 4 ใช้ใช้ภาษาไพทอนสคริปต์ต่อไปนี้

```
# include data to BTC price
btc_usd_price_kraken = get_quandl_data('BCHARTS/KRAKENUSD')

# include data to pricing data
btc_trace = go.Scatter(x=btc_usd_price_kraken.index, y=btc_usd_price_kraken['Weighted Price'])
py.iplot([btc_trace])
```



รูปที่ 4 : อัตราแลกเปลี่ยนบิตคอยน์ 24 ชั่วโมง (Bitcoin Price chart by Trading View, 2021)

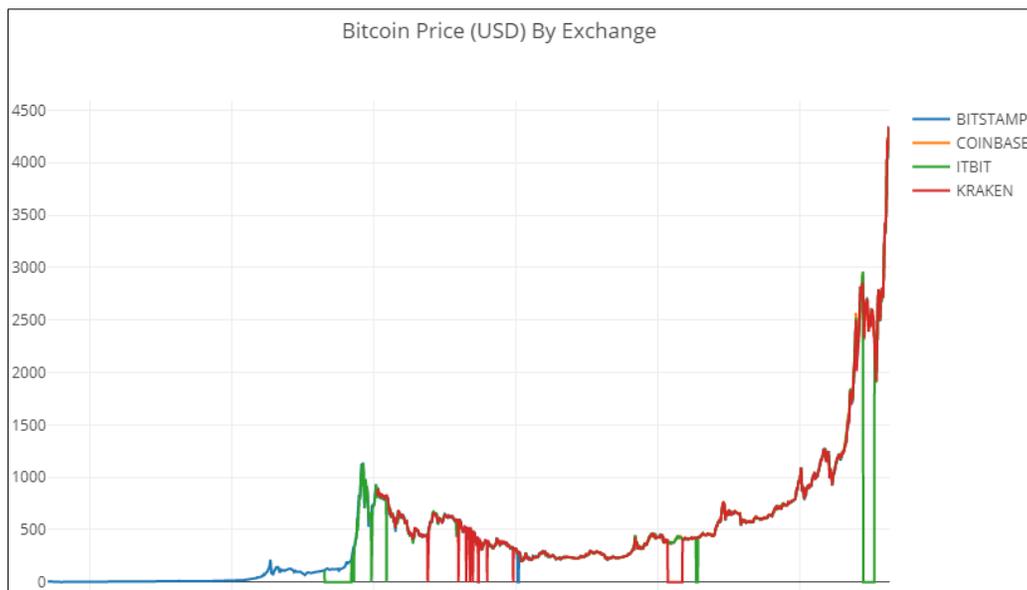
1.3 เชื่อมโยงข้อมูลราคาจากการแลกเปลี่ยนบิตคอยน์ (BTC) เพิ่มเติม จะสังเกตเห็นความสัมพันธ์ในชุดข้อมูลนี้ มีการลดลงที่โดดเด่นบางประการโดยเฉพาะในช่วงปลายปี 2017 และต้นปี 2021 มีการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วนี้มีความจำเพาะเจาะจง Kraken ซึ่งไม่ต้องการให้แสดงในภาพรวม ในการวิเคราะห์ราคา ลักษณะของการแลกเปลี่ยนบิตคอยน์ คือการกำหนดราคาจะถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทาน ดังนั้นจึงไม่มีการแลกเปลี่ยนที่มี "ราคาหลัก" ที่แท้จริงของบิตคอยน์ เพื่อแก้ไขปัญหานี้พร้อมกับการลดลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งน่าจะเป็นผลมาจากการขัดข้องทางเทคนิคและความบกพร่องของชุดข้อมูล ดังนั้นต้องโหลดข้อมูลจากการแลกเปลี่ยนบิตคอยน์ รายใหญ่อีกสามแห่งเพื่อคำนวณดัชนีราคารวมของบิตคอยน์ ได้แก่ COINBASE, BITSTAMP, ITBIT แล้วทำการรวมดัชนีราคาทั้ง 3 แหล่งข้อมูลเข้าด้วยกัน ดังรูปที่ 5 และกำหนดสคริปต์ภาษาไพทอนได้ดังนี้

```
# include data to BTC exchanges
exchanges = ['COINBASE','BITSTAMP','ITBIT']
exchange_data = {}; exchange_data['KRAKEN'] = btc_usd_price_kraken
```



รูปที่ 5 : แนวโน้มของราคาบิตคอยน์ 1 ปี (Bitcoin Price chart by Trading View, 2021)

1.4 ขั้นตอนต่อไป คือการแสดงกราฟชุดข้อมูลราคาของสกุลเงินดิจิทัลแต่ละตัว แล้วกำหนดฟังก์ชันตัวช่วยเพื่อจัดเตรียมข้อมูลสร้างกราฟจากดาต้าเฟรม ขั้นแรกดำเนินการดาวน์โหลดข้อมูลจากการแลกเปลี่ยนแต่ละครั้งลงในหน่วยความจำของดาต้าเฟรม ดังรูปที่ 6



รูปที่ 6 : ชุดข้อมูลราคา

## 2. เชื่อมโยงข้อมูลราคาสกุลเงินอื่นที่ไม่ใช่บิตคอยน์

เมื่อได้ชุดข้อมูลอนุกรมเวลาราคาของบิตคอยน์แล้ว จากนั้นจะเชื่อมโยงข้อมูลราคาสำหรับสกุลเงินดิจิทัลที่ไม่ใช่บิตคอยน์ ซึ่งโดยทั่วไปเรียกว่า เอแอลทีคอยน์ (Altcoins) ซึ่งขั้นตอนนี้จะสร้างแบบจำลองโครงข่ายประสาทเทียมสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลโดยกำหนดโครงข่ายประสาทเทียม (Ariyo, Adewumi, & Ayo 2014) ประกอบด้วยโครงข่าย 3 ชั้น คือ ชั้นข้อมูลเข้า (Input Layer) ชั้นซ่อน (Hidden Layer) และชั้นผลลัพธ์ (Output Layer) นำเข้า ใช้ข้อมูลรายวันของตลาดเงินดิจิทัลระหว่างปี 2019 - 2020 จากเว็บไซต์ COINBASE, BITSTAMP, ITBIT ได้แก่ ราคาเปิดตลาด, ราคาต่ำสุด, ราคาสูงสุด, ราคาปิดตลาด, ข้อมูลระดับการขึ้นลง, ข้อมูลนำหน้าราคา จำนวนชุดข้อมูล 730 ระเบียบ

2.1 กำหนดให้  $X(t) = \{x_1, x_2, \dots, x_n\}$  คือ เซตของตัวแปร ข้อมูลเข้าที่เวลา  $t$  เมื่อ  $n$  คือจำนวนตัวแปร ด้านป้อนเข้า  $Y(t+1) = \{y_j\}$  คือ เซตของข้อมูลตัวแปรผลลัพธ์ที่เวลา  $t+1$  ทำการแบ่งข้อมูล 730 ระเบียบเป็น 2 ชุด คือ ชุดสำหรับสอนโครงข่าย (Training set) จำนวน 511 ระเบียบ และชุดทดสอบ (Test set) จำนวน 219 ระเบียบ

2.2 ทำการเตรียมข้อมูล (Preprocessing) โดยทำการแปลงข้อมูล (Normalization) ให้อยู่ในช่วง  $[-1, 1]$

2.3 ทำการสอนโครงข่ายประสาทเทียม (Neural network training) โดยใช้ตัวแปรข้อมูลเข้า  $X(t)$  และตัวแปรผลลัพธ์  $Y(t+1)$  โดยใช้ข้อมูลชุดสอน

2.4 วัดค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยทฤษฎีเพียร์สันคอร์ริเลชัน (Pearson correlation) และสัมประสิทธิ์ความคลาดเคลื่อนยกกำลังสอง (MSE: Mean square error)

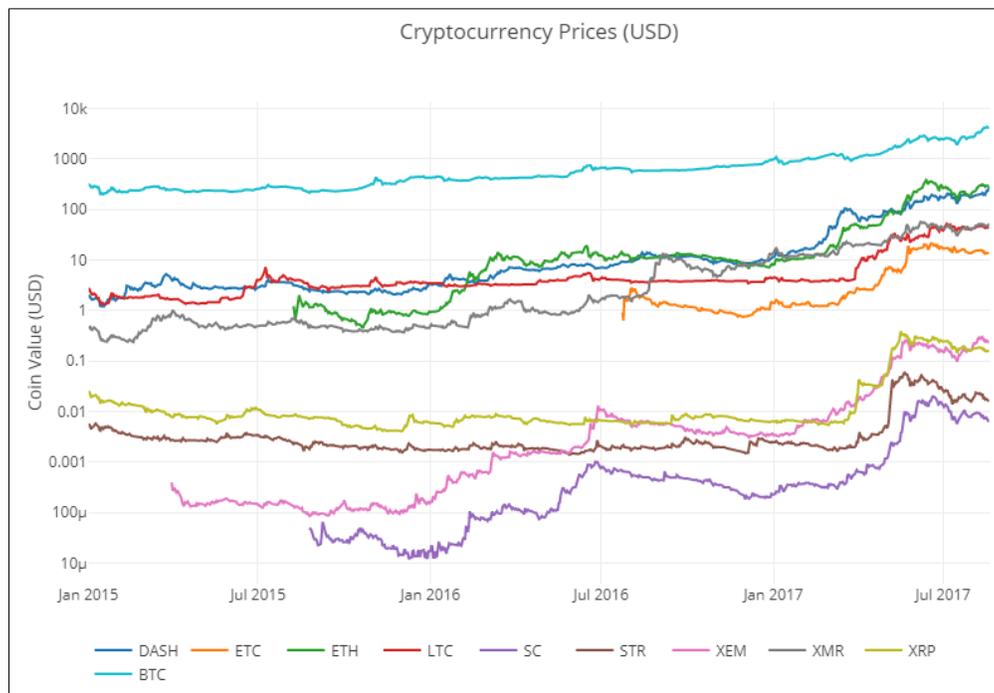
การทดลองปรับเปลี่ยนค่าให้กับแบบจำลองเพื่อหาค่าพารามิเตอร์ที่จะให้ค่าการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีความคลาดเคลื่อนน้อยสุด โดยตั้งค่าพารามิเตอร์ที่เหมาะสมได้ตั้งค่าที่แสดงในตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ค่าพารามิเตอร์ที่เหมาะสม

ลำดับที่	วิธีการที่ใช้	ค่าพารามิเตอร์
1	อัตราการเรียนรู้ในชั้นซ่อนและชั้นผลลัพธ์	0.2/0.2/0.2
2	ค่าโมเมนต์ในชั้นซ่อนและชั้นผลลัพธ์	1.2/1.2/1.2
3	ฟังก์ชันกระตุ้นชั้นซ่อน	Tansig
4	ฟังก์ชันกระตุ้นชั้นผลลัพธ์	Purelin
5	จำนวนรอบการเรียนรู้ (Epochs)	150
6	ค่าความผิดพลาดเป้าหมายที่ให้โครงข่ายเรียนรู้	0.001

2.5 กำหนดฟังก์ชันตัวช่วย Poloniex API สำหรับการเชื่อมโยงข้อมูลเกี่ยวกับเงินดิจิทัล ซึ่งจะใช้ Poloniex API เพื่อช่วยในการเชื่อมโยงข้อมูล Altcoin โดยกำหนดฟังก์ชันตัวช่วยสองอย่าง เพื่อดาวน์โหลดและแคชข้อมูล JSON จาก API นี้

2.6 ดาวน์โหลดข้อมูลการซื้อขายจาก Poloniex altcoins ส่วนใหญ่ไม่สามารถซื้อได้โดยตรงด้วยสกุลเงินดอลลาร์ ในการรับเหรียญ Altcoins เหล่านี้ ทั่วไปจะซื้อบิตคอยน์ จากนั้นจึงแลกเปลี่ยนบิตคอยน์เป็น Altcoins ในการแลกเปลี่ยนสกุลเงินดิจิทัล ด้วยเหตุนี้จึงต้องดาวน์โหลดอัตราแลกเปลี่ยนเป็นบิตคอยน์ (BTC) สำหรับแต่ละเหรียญ จากนั้นจะใช้ข้อมูลการกำหนดราคาบิตคอยน์ที่มีอยู่เพื่อแปลงค่านี้เป็นยูเอสดี (USD)



**รูปที่ 7 :** ตัวอย่างเชื่อมโยงข้อมูล Altcoin ระหว่างปี 2015 - 2017

### 3. ทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Perform correlation analysis)

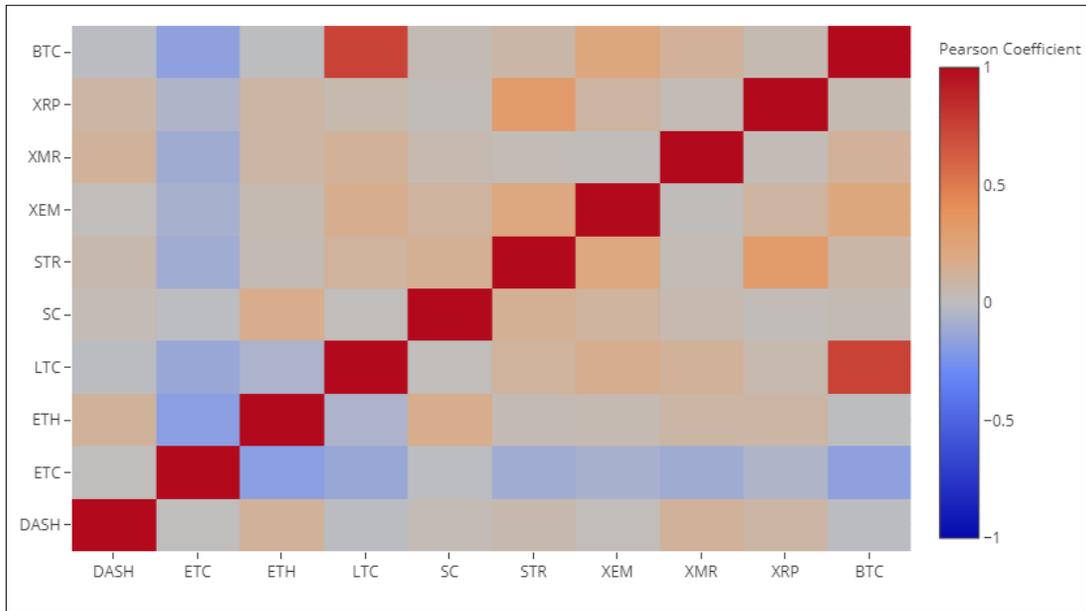
อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินดิจิทัลแม้จะมีค่าและความผันผวนที่แตกต่างกันอย่างมาก แต่ก็มีความสัมพันธ์กันเล็กน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งนับตั้งแต่การพุ่งสูงขึ้นของราคาในเดือนเมษายน ปี 2017 ความผันผวนเล็กน้อยหลายอย่างดูเหมือนจะเกิดขึ้นพร้อมกันทั่วทั้งตลาด แต่การคาดเดาหรือการวิเคราะห์โดยขาดหลักฐานทางสถิติตัวเลขจะยังไม่สามารถแสดงแนวโน้ม เพื่อเสนอแนะนักลงทุนได้ ฉะนั้นจึงต้องสร้างสถิติรองรับและทดสอบสมมติฐานสหสัมพันธ์ โดยใช้วิธีแพนดาสคอร์ (Pandas corr) จากนั้นคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันสำหรับแต่ละคอลัมน์ในดาต้าเฟรมเทียบกับคอลัมน์อื่น ๆ

ความสัมพันธ์ของการคำนวณโดยตรงบนอนุกรมเวลาที่ไม่อยู่นิ่ง (เช่น ข้อมูลราคา) สามารถให้ค่าสหสัมพันธ์แบบเอนเอียงได้ สามารถแก้ปัญหานี้ได้ โดยใช้วิธี Pct\_change () ก่อนจะแปลงแต่ละเซลล์ในดาต้าเฟรมจากค่าราคาที่แน่นอนเป็นร้อยละของผลตอบแทนรายวัน ซึ่งกำหนดให้เชื่อมโยงกับข้อมูลปี 2019 โดยกำหนดสคริปต์ไพทอนดังนี้

```
# Calculate for cryptocurrencies in 2019
combined_df_2019 = combined_df[combined_df.index.year == 2019]
combined_df_2019.pct_change().corr(method='pearson')
```

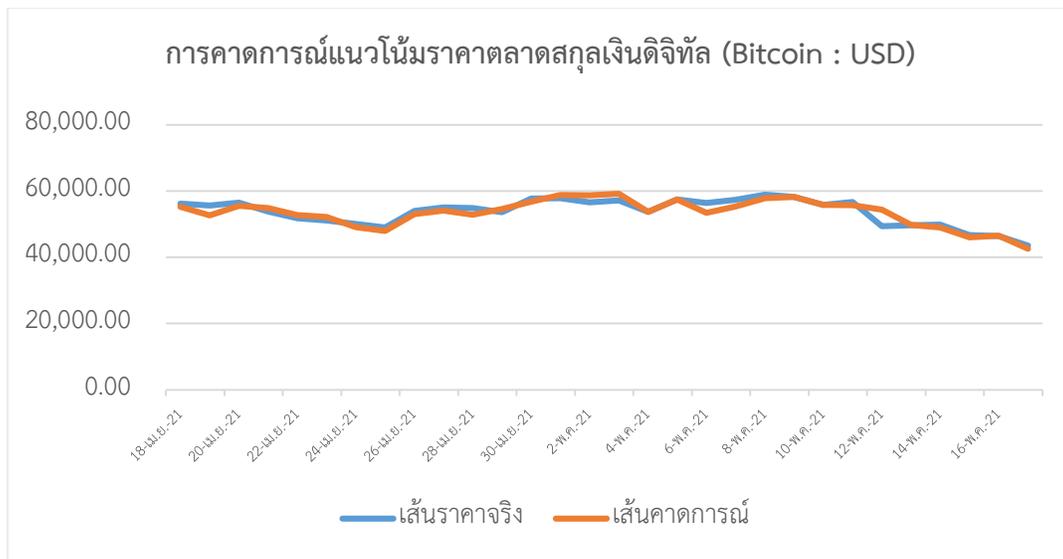
### ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์หาแนวโน้มความสัมพันธ์ของราคา ดังกรอบสีแดงเข้มที่เรียงต่อกันแสดงถึงความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่ง (สกุลเงินแต่ละชนิดที่ความสัมพันธ์กับตัวเองเป็นน้อย) และค่าสีน้ำเงินเข้มแสดงถึงความสัมพันธ์แบบผกผันที่แข็งแกร่ง สีฟ้า / ส้ม / เทา / น้ำตาลอ่อน ค่าทั้งหมดที่อยู่ระหว่าง แสดงถึงระดับความไม่สัมพันธ์กันหรือแตกต่างกัน เพื่อความเชื่อมั่นต่อการวิเคราะห์แนวโน้มของข้อมูล โดยใช้ฟังก์ชันการเรียนรู้ของโครงข่ายประสาทเทียมด้วยสคริปต์ภาษาไพทอน จึงใช้ระบบวิเคราะห์แนวโน้มความสัมพันธ์ของราคาสกุลเงินดิจิทัลในปี 2020 ได้แก่สกุลเงิน BTC, XRP, XMR, XEM, STR, SC, LTC, ETH, ETC, DASH ดังรูปที่ 8



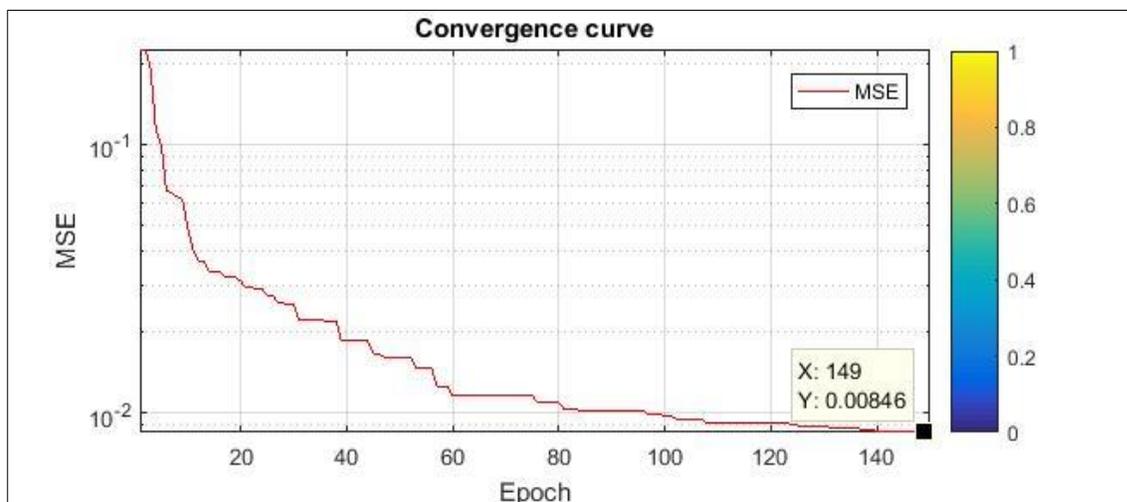
รูปที่ 8 : แนวโน้มความสัมพันธ์ของสกุลเงินดิจิทัล ปี 2019

ผลการเรียนรู้ของเครื่องด้วยโครงข่ายประสาทเทียม แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างเส้นคาดการณ์แนวโน้มราคาตลาดสกุลเงินดิจิทัล (เส้นสีส้ม) กับ เส้นราคาจริง ณ เวลาจริง (เส้นสีฟ้า) โดยใช้ข้อมูลนำเข้าแบบเรียลไทม์ ระหว่างวันที่ 17 เมษายน 2564 ถึง 18 พฤษภาคม 2564 แสดงดังรูปที่ 9



รูปที่ 9 : การคาดการณ์แนวโน้มราคาตลาดสกุลเงินดิจิทัล (Bitcoin : USD)

ผลการหาประสิทธิภาพ (Performance) ของโมเดลโครงข่ายประสาทเทียมด้วยค่าความคลาดเคลื่อนเฉลี่ยยกกำลังสอง (MSE : Mean square error) ที่ 0.008 แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองโครงข่ายประสาทเทียม สามารถเรียนรู้จากชุดข้อมูลนำเข้า และชุดทดสอบ และให้ค่าความคลาดเคลื่อนที่เข้าใกล้ 0 จึงกล่าวได้ว่าการวิเคราะห์ตลาดสกุลเงินดิจิทัล โดยใช้โครงข่ายประสาทเทียมสามารถแสดงแนวโน้มความสัมพันธ์ของราคาสกุลเงินดิจิทัลแต่ละตัวแก่นักลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังรูปที่ 10



รูปที่ 10 : การหาประสิทธิภาพการคาดการณ์แนวโน้มตลาดสกุลเงินดิจิทัลด้วย MSE

## สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาข้างต้นแสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ตลาดสกุลเงินดิจิทัลโดยใช้โครงข่ายประสาทเทียม โดยวัดค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยทฤษฎีเพียร์สันคอร์ริเลชัน (Pearson correlation) ซึ่งเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว หรือ 2 ชุดที่อยู่ในมาตราการวัดระดับ Interval หรือ Ratio scale ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของราคาเงินดิจิทัลแต่ละตัวมีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00 และค่าที่ติดลบแสดงว่าสกุลเงิน 2 ค่า ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการขึ้นลงของราคา และค่าเป็นบวกแสดงว่าสกุลเงิน 2 ค่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์ต่อการขึ้นลงของราคา และค่าที่เป็น 0 แสดงว่าตัวแปร 2 ตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน และต้นแบบโครงข่ายประสาทเทียมที่ได้สามารถเรียนรู้และคาดการณ์แนวโน้มตลาดสกุลเงินดิจิทัลโดยได้ค่าความคลาดเคลื่อนเฉลี่ยยกกำลังสองที่ 0.008

## ข้อเสนอแนะ

เพื่อการวิเคราะห์แนวโน้มตลาดเงินดิจิทัลให้ถูกต้องมากขึ้น ควรจะเชื่อมโยงข้อมูลจากแหล่งข้อมูล หรือตลาดการค้าสกุลเงินดิจิทัลอื่นที่เชื่อถือได้หลาย ๆ แหล่ง และควรปรับเขตข้อมูลให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ของโครงข่ายประสาทเทียม (Ba, Kiro, and Hinton 2016) หรืออาจใช้เทคนิคการเรียนรู้ที่ชาญฉลาดขึ้นในอนาคตสำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดสกุลเงินดิจิทัลต่อไป และการลงทุนมีความเสี่ยงนักลงทุนควรศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่สนใจเข้าทำกำไร

กับผู้บริหาร ตัวแทน หรือแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นเพียงการนำเสนอการวิเคราะห์แนวโน้มตลาดสกุลเงินดิจิทัลไม่สามารถคาดการณ์สถานการณ์อื่น ๆ ร่วมด้วยได้ เช่น สถานการณ์การเมือง สถานการณ์โรคระบาด สถานการณ์เหล่านี้ล้วนมีผลกระทบต่อการขึ้นลงของราคาสกุลเงินดิจิทัลทั้งสิ้น

สำหรับนักลงทุนที่สนใจนำต้นแบบโครงข่ายประสาทเทียมสำหรับการคาดการณ์แนวโน้มตลาดสกุลเงินดิจิทัล (Supanee, 2016) สามารถติดตั้งต้นแบบที่พัฒนาขึ้นนี้เข้ากับเครื่องมือการคาดการณ์แนวโน้มตลาดสกุลเงินดิจิทัลอื่น เช่น RSI, Moving average เป็นต้น เพื่อผลการคาดการณ์ที่ถูกต้องและแม่นยำ ซึ่งจะส่งผลต่อการเข้าทำกำไรต่อนักลงทุนในระยะสั้น-ระยะกลาง ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

- ชิตพงษ์ กิตตินราดร. (2563). *Neural network algorithm*. สืบค้นจาก <https://guopai.github.io/ml-blog14.html>
- สุรัชย์ จันทร์จรัส. (2556). การพยากรณ์ราคาหลักทรัพย์ด้วยวิธีการนิวโรฟัชซี. วารสารวิทยาการจัดการ, 30(2), 1-25.
- Abadi, M., Barham, P., Chen, J., Chen, Z., Davis, A., Dean, J., ... & Zheng, X. (2016). Tensorflow: A system for large-scale machine learning. *Proceeding of 12th USENIX Symposium on Operating Systems Design and Implementation*, 265-284.
- Alexandrov, A., Benidis, K., Bohlke-Schneider, M., Flunkert, V., Gasthaus, J., Januschowski, T., & Wang, Y. (2019). *Gluonts: Probabilistic time series models in python*. Retrieved from <https://arxiv.org/pdf/1906.05264.pdf>
- Ariyo, A. A., Adewumi, A. O., & Ayo, C. K. (2014, March). Stock price prediction using the ARIMA model. *Proceedings of the 2014 UKSim-AMSS 16th International Conference on Computer Modelling and Simulation*, 106-112. doi:10.1109/UKSim.2014.67
- Ba, J. L., Kiros, J. R., & Hinton, G. E. (2016). *Layer normalization*. Retrieved from <https://arxiv.org/pdf/1607.06450.pdf>
- Bitcoin price chart by tradingview. (2021). Retrieved April 12, 2021, from <https://goldprice.org/cryptocurrency-price/bitcoin-pric>
- Calès, L., Chalkis, A., Emiris, I. Z., & Fisikopoulos, V. (2018). *Practical volume computation of structured convex bodies, and an application to modeling portfolio dependencies and financial crises*. Retrieved from <https://arxiv.org/pdf/1803.05861.pdf>
- Chatzis, S. P., Siakoulis, V., Petropoulos, A., Stavroulakis, E., & Vlachogiannakis, N. (2018). Forecasting stock market crisis events using deep and statistical machine learning techniques. *Expert systems with applications*, 112, 353-371.
- Cho, K., van Merriënboer, B., Gulcehre, C., Bougares, F.e.a. (2014). Learning phrase representations using RNN encoder-decoder for statistical machine translation. *Proceedings of the 2014 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing (EMNLP)*, 1724-1734. doi: 10.3115/v1/D14-1

- Foerster, S. R., & Karolyi, G. A. (1998). Multimarket trading and liquidity: a transaction data analysis of Canada–US interlistings. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 8(3-4), 393-412.
- Hileman, G., & Rauchs, M. (2017). Global cryptocurrency benchmarking study. *Cambridge Centre for Alternative Finance*, 33, 33-113.
- Hochreiter, S., & Schmidhuber, J. (1997). Long short-term memory. *Neural computation*, 9(8), 1735-1780.
- Jang, H., & Lee, J. (2017). An empirical study on modeling and prediction of bitcoin prices with Bayesian neural networks based on blockchain information. *IEEE Access*, 6, 5427-5437.
- Kristjanpoller, W., & Minutolo, M. C. (2018). A hybrid volatility forecasting framework integrating GARCH, artificial neural network, technical analysis and principal components analysis. *Expert Systems with Applications*, 109, 1-11.
- Kuo, R. J., Chen, C. H., & Hwang, Y. C. (2001). An intelligent stock trading decision support system through integration of genetic algorithm based fuzzy neural network and artificial neural network. *Fuzzy sets and systems*, 118(1), 21-45.
- Lahmiri, S., & Bekiros, S. (2019). Cryptocurrency forecasting with deep learning chaotic neural networks. *Chaos, Solitons & Fractals*, 118, 35-40.
- Thupjeen, S. (2016). Development of Hybrid Algorithm Model for Students' Achievement. *Science and Technology RMUTT Journal*, 6(1), 139-152.
- Yilmaz, D., & Ozkol, I. (2018). A New Method for Aircraft Maintainability Allocation. *International Journal of Mechanical Engineering and Robotics Research*, 7(1), 93-99.

**ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นและประสิทธิภาพของการนำเสนองานวิจัย  
ของนักศึกษาสาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน  
Collaboration Skills and Efficiency in Giving Research Presentations of Students in  
Finance Program, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of  
Technology Isan**

**ธนาภิญญ์ อັตตฤทธิ<sup>1\*</sup>  
Thanapin Attarit<sup>1\*</sup>**

**Received: April 24, 2021; Revised: August 28, 2021; Accepted: September 9, 2021**

### **บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และประสิทธิภาพของการนำเสนองานวิจัยของนักศึกษาสาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยที่ลงทะเบียนเรียน วิชาการวิจัยทางการเงินของนักศึกษาสาขาวิชาการเงิน จำนวน 35 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า เมื่อใช้รูปแบบการสอนแบบร่วมมือด้วยวิธี CIPPA นักศึกษามีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบของวิชาการวิจัยทางการเงินในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การยอมรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น นักศึกษามีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ในขณะที่ ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในประสิทธิภาพของการนำเสนอ งานวิจัยในภาพรวม พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การดำเนินงานของระเบียบวิธีวิจัย รูปแบบงานวิจัยถูกต้อง สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เกณฑ์การคัดเลือก ขนาดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการเก็บข้อมูลมีความเหมาะสม เครื่องมือและอุปกรณ์ที่เก็บข้อมูลมีความเหมาะสม เลือกใช้สถิติได้อย่างเหมาะสม สามารถสะท้อนการนำเสนองานได้เป็นอย่างดี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

**คำสำคัญ:** การเรียนแบบร่วมมือ การนำเสนองานวิจัย วิจัยในชั้นเรียน

<sup>1</sup> คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Isan

\*Corresponding author e-mail : thanapin@rmuti.ac.th

## Abstract

The purpose of this research was to investigate opinions towards their abilities to collaborate with others and the efficiency in giving research presentations of students in Finance Program, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Isan. Research participants were 35 students, recruited through purposive sampling method, who were enrolled in Financial Research Course. The data were analyzed and described in frequency, percentage, mean and standard deviation. The results on students' opinions towards CIPPA Model showed that interpersonal skills and responsibility of the students for Financial Research Course achieved the highest rating. Considering individual aspects, acceptance of others' opinions achieved the highest score. Likewise, students' overall satisfaction level towards their performance in research presentation reached the highest score. Results by item suggest that research methodology and research format were consistent with the intended purposes. In addition, the sample size, data collection method, research instruments, data analysis were rated as being appropriate with the satisfaction level achieving the highest score.

**Keywords:** Cooperative learning , Research Presentation , Classroom research

## บทนำ

การจัดการเรียนการสอนในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เน้นการยึดนักเรียนเป็นศูนย์กลางในการส่งเสริมความคิดของผู้เรียน เป็นการเน้นให้ผู้เรียนได้สร้างความรู้ด้วยตนเอง ได้คิด โดยใช้กระบวนการที่สำคัญ คือ ผู้เรียนสร้างประสบการณ์ด้วยตนเอง ผู้เรียนแสวงหา ได้รับข้อมูลประสบการณ์ต่างๆ ด้วยตนเอง ผู้เรียนได้ทบทวนความรู้เดิม และผู้เรียนได้ศึกษาวิเคราะห์ โดยใช้ทักษะกระบวนการต่างๆ อย่างหลากหลาย สามารถพัฒนาผู้เรียนให้เติบโตตามวัตถุประสงค์ของการจัดการเรียนการสอนได้ (ชยาภรณ์ เค้านา, 2561) การจัดการเรียนรู้แนวทางการนี้ เรียกว่า การเรียนการสอนแบบร่วมมือ (Cooperative Learning) เป็นการเรียนการสอนที่ช่วยให้ผู้เรียนได้พึ่งพาอาศัยกัน มีการปรึกษากันอย่างใกล้ชิด ทำให้ผู้เรียนมีสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น เปิดโอกาสให้ผู้เรียนประเมินการทำงานของสมาชิกในกลุ่ม ผู้เรียนแต่ละคนรับบทบาทหน้าที่ของตน และหาทางปรับปรุงวิธีการทำงานของกลุ่มให้ดีขึ้นเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน และให้กำลังใจซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ การเรียนการสอนแบบร่วมมือ ยังเปิดโอกาสให้ผู้เรียนแสดงความสามารถของตนอย่างเต็มที่ ผู้เรียนที่อ่อนในกลุ่มจะได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อนสมาชิกในกลุ่ม มีความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของตนเอง ได้ฝึกปฏิบัติด้วยตนเอง ช่วยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเปิดโอกาสให้เกิดการเชื่อมโยงความรู้ใหม่กับประสบการณ์เดิม อันจะนำไปสู่ความสำเร็จร่วมกัน (แสงดาว ถิ่นหารวงษ์, 2558)

หลักสูตรทุกหลักสูตรในปัจจุบันจะต้องจัดทำขึ้นตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ประกอบด้วย 1) คุณธรรม จริยธรรม 2) ความรู้ 3) ทักษะทางปัญญา 4) ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ 5) ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2564) กรอบมาตรฐานดังกล่าวถูกนำมาใช้ในหลักสูตร โดยเฉพาะในวิชาการวิจัย โดยส่งเสริมให้ผู้เรียนมีกระบวนการคิดอย่างมีระบบการเรียนรู้จากปัญหา (Problem-based Learning) เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง เกิดการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งช่วยให้ผู้เรียนได้ฝึกการวิเคราะห์ปัญหาจนเกิดองค์ความรู้ได้ด้วยตนเอง (จุลลดา ศรีวิวัฒน์และนฤมล อินทร์ประสิทธิ์, 2560) ด้วยเหตุนี้ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ จึงเป็นมิติที่ควรนำมาพิจารณาอย่างมากในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ และเมื่อมีทักษะความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลและ

ความรับผิดชอบแล้วจะส่งผลให้มีประสิทธิภาพการนำเสนองานวิจัยอย่างไร ถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินการวิจัยที่แสดงถึงการทำงานร่วมกัน

ผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้สอนในวิชาการวิจัยทางการเงินในภาคการศึกษาที่ผ่านมา พบว่า การจัดกลุ่มแต่ละครั้ง ผู้เรียนจะเลือกอยู่กลุ่มกับเพื่อนที่สนิท เนื่องจากมีความคุ้นเคย ทำให้นักศึกษาขาดการปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นที่อยู่ต่างกลุ่ม อีกทั้งพบว่า เมื่อมอบหมายงานให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มทำงาน ผู้เรียนยังขาดการวางแผนการทำงาน ทำให้การส่งงานเกิดความล่าช้าไม่ทันตามกำหนดเวลา และงานวิจัยยังมีข้อบกพร่อง นักศึกษาบางคนไม่ทราบบทบาทและหน้าที่ของตนอย่างชัดเจน ภาระงานจึงมักตกอยู่ที่ผู้เรียนที่มีความเก่งและขยันกว่าในกลุ่มเท่านั้น แต่เมื่อผู้สอนมีการมอบหมายงานให้ผู้เรียนทำคนเดียวกลับพบว่า ผลงานของนักศึกษาส่วนใหญ่เป็นที่น่าพอใจ ตรงเวลา มีข้อบกพร่องน้อยกว่าผลงานของกลุ่ม แสดงให้เห็นว่า นักศึกษายังขาดพฤติกรรมการทำงานร่วมกับผู้อื่น อันจะส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาต่ำกว่าที่ควร

จากหลักการและเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นของนักศึกษาสาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในประสิทธิภาพของการนำเสนองานวิจัยของนักศึกษาสาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยสนใจนำรูปแบบการเรียนการสอนโดยยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลางโดยวิธีการสอนแบบ CIPPA มาเป็นวิธีการสอนเพื่อให้นักศึกษาเกิดทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบให้เกิดการเรียนรู้ในการทำงานร่วมกับผู้อื่น อีกทั้งผลการนำเสนองานวิจัยสามารถสะท้อนให้เห็นการทำงานของนักเรียน เพื่อจะได้นำไปปรับปรุงกระบวนการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาดังกล่าวต่อไป

## การทบทวนวรรณกรรม

### การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Cooperative Learning)

แสงดาว ถิ่นหารวงษ์ (2558) ได้กล่าวว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เป็นการให้นักเรียนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ตัดสินใจเลือกบทเรียนที่ต้องการเรียนรู้การทำกิจกรรมกลุ่ม การฝึกฝนทักษะ การแสวงหาความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ ฝึกการแก้ไขปัญหาและเรียนรู้จากผู้อื่น

การเรียนการสอนโดยยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง เป็นแนวการสอนที่ส่งเสริมผู้เรียนได้เรียนรู้ร่วมกันในการเรียนสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุข รูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เรียกว่า ชิปปาโมเดล (CIPPA MODEL) (ทิตนา แคมมณี, 2559) ซึ่งเป็นรูปแบบที่มีการประเมินการเรียนการสอนทั้งคุณภาพและปริมาณนำไปสู่การให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการประเมินผลการเรียนรู้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

Construct (C) คือ การให้ผู้เรียนสร้างสรรค์ความรู้ การสร้างแนวคิดตามความรู้ เช่น กิจกรรมที่เกิดการเรียนรู้ของตนเอง โดยกิจกรรมนี้จะกระตุ้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมให้เกิดปัญญา และ กิจกรรมที่กระตุ้นให้ผู้เรียนสร้างโอกาสให้เกิดความรู้ด้วยตนเอง ทำให้ผู้เรียนเข้าใจเนื้อหามากขึ้น

Interaction (I) คือ การสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้างและสิ่งแวดล้อมรอบตัว ซึ่งเป็นกิจกรรมที่กระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้จากการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคล เช่น เพื่อน ครู ผู้รู้ หรือมีการสร้างปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม เช่น สื่อประเภทต่าง ๆ และแหล่งความรู้

**Physical Participation: (P)** คือ กิจกรรมที่มีส่วนร่วมทางกาย เช่น การเคลื่อนไหวและขยับร่างกายให้ผู้เรียนได้เกิดการตื่นตัว โดยการเปลี่ยนอิริยาบถในท่าทางต่าง ๆ

**Process Learning (P)** คือ การให้ผู้เรียนเรียนรู้กระบวนการต่าง ๆ ที่เป็นทักษะที่จำเป็นอย่างเป็นขั้นตอนจนเกิดการเรียนรู้ โดยกระบวนการและเนื้อหาที่นำมาจัดกิจกรรมเน้นกระบวนการกลุ่ม การแก้ปัญหา การคิด และการแสวงหาความรู้ส่งผลให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมทางปัญญา

**Application (A)** คือ การประยุกต์ความรู้ไปใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยเน้นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนเกิดการเชื่อมโยงความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ ช่วยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ได้หลายรูปแบบขึ้นอยู่กับแต่ละลักษณะของกิจกรรม

### **ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น**

ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น เป็นพฤติกรรมในการเรียนเพื่อรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น การแสดงความคิดเห็น ตลอดจนสามารถกำหนดหน้าที่ของตนเองในการทำงานร่วมกับเพื่อน ๆ (อรอนงค์ โฆษิตพิพัฒน์, 2561) ผู้วิจัยประยุกต์การมีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิมาใช้ในการศึกษาดังนี้

1) การมีส่วนร่วม (Participation) เน้นความสามารถทำงานเป็นกลุ่มและมีทักษะในการทำงานเป็นทีม แสดงภาวะผู้นำสมาชิกของกลุ่มได้อย่างเหมาะสม สามารถทำงานกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี และสามารถปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

2) การความรับผิดชอบ (Responsibility) มีความรับผิดชอบในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาตนเองและอาชีพ มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย การประเมินข้อมูล เพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการใช้งานตามสถานการณ์แวดล้อมทางธุรกิจ

3) การแสดงความคิดเห็น (Sharing the ideas altogether) ผู้เรียนสามารถแสดงความคิดเห็นริเริ่มและความคิดเห็นต่างอย่างสร้างสรรค์เพื่อการแก้ไขปัญหาของทีม สามารถวิเคราะห์อย่างเป็นระบบจากการศึกษาเนื้อหา

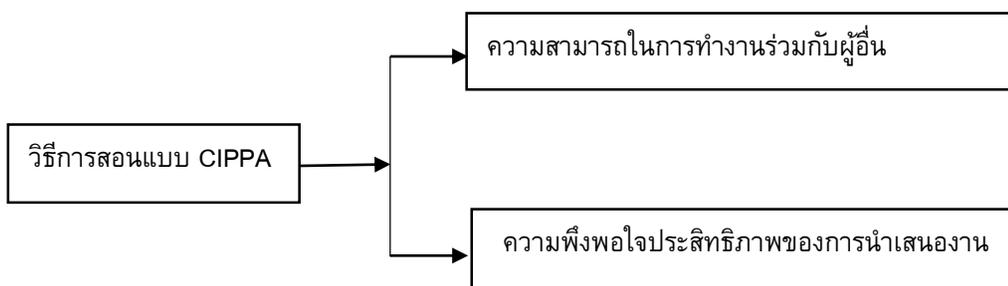
4) การยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น (Acceptance of ideas of others) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กร และกับบุคคลทั่วไป ยอมรับฟังเหตุผลและสามารถบูรณาการความรู้จากวิชาชีพ คิดวิเคราะห์หาทางเลือกและผลกระทบจากทางเลือกอย่างรอบด้าน

### **ประสิทธิภาพของการนำเสนองาน**

ประสิทธิภาพของการนำเสนองาน เป็นลักษณะของตนเองที่ผู้เรียนแสดงออกถึงความกล้าพูด กล้าแสดงออก กล้าคิด กล้าตัดสินใจอย่างสร้างสรรค์ (ชนินทร์ พุ่มบัณฑิต, 2563) ผู้วิจัยได้ประยุกต์เพื่อให้สอดคล้องกับประสิทธิภาพของการนำเสนอการวิจัยในรายวิชาการวิจัยทางการเงิน ซึ่งเป็นวิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับความหมาย บทบาท ความสำคัญ และประโยชน์ของการวิจัยทางการเงิน จรรยาบรรณของนักวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผลข้อมูล การเขียนเค้าโครงการวิจัย และการเขียนรายงานการวิจัยสำหรับการวิจัยทางการเงิน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทำวิจัย คิดค้นหัวข้อวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเงินและการธนาคาร การออกแบบวิจัยโดยไม่ข้องเกี่ยวกับแบบสอบถาม การทำรายงานการวิจัย การทำงานเป็นทีม เคารพความคิดเห็นซึ่งกันและกัน และผลิตรายงานการวิจัยออกสู่สังคม โดยเป็นการศึกษาความพึงพอใจในการนำเสนอการวิจัย จำแนกเป็น ลักษณะการนำเสนอ ความพร้อมของผู้นำเสนอ เนื้อหาของการวิจัย เริ่มตั้งแต่ บทนำ ระเบียบวิธีวิจัย ผลการวิจัย และการอภิปรายผลการวิจัย

และข้อเสนอแนะ เป็นการวัดสอดคล้องกับประสิทธิภาพของการนำเสนองานการวิจัยในรายวิชาการวิจัยทางการเงิน เพื่อให้ผู้เรียนได้ตระหนักถึงบทบาทของตัวเองภายในกลุ่มในการร่วมมือทำงานให้เกิดผลงานที่เป็นที่สนใจของสมาชิกในชั้นเรียน

### กรอบแนวคิดของการวิจัย



รูปที่ 1 : กรอบแนวคิด

### วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาสาขาวิชาการเงิน ชั้นปีที่ 3/4 A สาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ ที่ลงทะเบียนเรียนวิชาการวิจัยทางการเงิน ปีการศึกษา 2562 จำนวน 35 คน ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive random sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น โดยจำแนกเป็น การมีส่วนร่วม (Participation) ความรับผิดชอบ (Responsibility) การแสดงความคิดเห็น (Sharing the ideas altogether) และการยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น (Acceptance of ideas of others) และความพึงพอใจในการนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน

#### เครื่องมือที่ใช้การวิจัย

1. แผนการสอนวิชาวิจัยทางการเงิน ในรูปแบบ CIPPA
2. แบบประเมินความคิดเห็นความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น เป็นมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert rating scale) (Likert, 1961)
3. แบบประเมินความพึงพอใจของการนำเสนองานวิจัย เป็นมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert rating scale) (Likert, 1961)

#### ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย

1. แบ่งกลุ่มนักศึกษากลุ่มละ 5 คน โดยให้นักศึกษาเลือกกลุ่มแบบสมัครใจ และให้นักศึกษาประเมิน ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น
2. กำหนดการสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA ตลอด 15 สัปดาห์ เป็นขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การทบทวนความรู้เดิม ขั้นนี้เป็นการทบทวนความรู้เดิมของผู้เรียนในการให้เกิดความพร้อมในการเรียนที่เรียนนำไปสู่การเชื่อมโยงความรู้ใหม่กับความรู้เดิมของผู้เรียน โดยผู้วิจัยได้ให้นักศึกษาทดสอบความรู้เดิมคือ วิชาสถิติธุรกิจ ซึ่งเป็นแบบทดสอบจำนวน 20 ข้อ เป็นการทบทวนเนื้อหาเกี่ยวกับสถิติเบื้องต้น

ขั้นที่ 2 การแสวงหาความรู้ใหม่ ขั้นนี้เน้นให้ผู้เรียนแสวงหาความรู้ที่ยังไม่มีจากแหล่งความรู้หรือแหล่งข้อมูลต่าง ๆ โดยในรายวิชา วิจัยทางการเงินได้จัดให้ผู้เรียนทำวิจัยในรูปแบบของการสืบค้นข้อมูลที่เป็นข้อมูลทฤษฎีในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งแตกต่างจากการวิจัยรูปแบบเดิมที่เน้นการวิจัยแบบปฐมภูมิ

ขั้นที่ 3 การศึกษาทำความเข้าใจความรู้ใหม่/ข้อมูล เกิดการเชื่อมโยงความรู้ใหม่กับความรู้เดิม เป็นขั้นที่ผู้เรียนต้องสร้างความหมายของความรู้ใหม่/ข้อมูล ประสบการณ์ใหม่ ๆ โดยใช้กระบวนการต่าง ๆ ด้วยตนเอง โดยในขั้นนี้เป็น การให้ผู้เรียนได้เลือกใช้สถิติในการวิจัยเพื่อใช้ในงานวิจัยของตนเอง

ขั้นที่ 4 การแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจในกลุ่ม ผู้เรียนใช้กลุ่มในการตรวจสอบความรู้และเข้าใจของตนเอง โดยจะต้องนำความรู้และเข้าใจ ไปถ่ายทอดให้แก่ผู้อื่นให้ได้รับความรู้และเข้าใจไปด้วยกัน โดยการให้ผู้เรียนได้ถ่ายทอดความรู้ให้แก่กลุ่มวิจัยอื่น และผู้สอนได้ประเมินผลการเรียนรู้จนถึงความเข้าใจของเนื้อหาที่ถ่ายทอด

ขั้นที่ 5 จัดระเบียบความรู้และการสรุป เป็นการสรุปความรู้ทั้งความรู้เดิมและความรู้ใหม่อย่างมีระบบให้เป็นระเบียบนำไปสู่การช่วยให้ผู้เรียนจดจำสิ่งที่เรียนรู้ได้ง่าย โดยผู้วิจัยได้ให้นักศึกษาวัดผังภาพการเรียนรู้ของตนเอง

ขั้นที่ 6 การปฏิบัติหรือการแสดงผลงาน ในขั้นนี้จะเป็นการให้ผู้เรียนได้สร้างองค์ความรู้ของตนเองให้ผู้อื่นรับรู้ เป็นการเน้นย้ำว่า ผู้เรียนเกิดความเข้าใจในงานของตนและเป็นขั้นตอนที่ผู้เรียนได้นำเสนอผลงานให้แก่คนอื่นได้รับรู้

ขั้นที่ 7 สุดท้ายเป็นการประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้นั้น ๆ ผู้วิจัยสามารถนำองค์ความรู้ไปใช้ในการเรียนรู้ในวิชาอื่น

3. การนำเสนอผลรายงานวิจัย ได้แก่ หัวข้อวิจัย การทบทวนวรรณกรรม และการอภิปรายผลการวิจัย
4. ให้ผู้เรียนประเมินความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นและประสิทธิภาพในการนำเสนองานวิจัยหลังจากเรียนเสร็จสิ้น

#### สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นและความพึงพอใจของประสิทธิภาพของการนำเสนองานวิจัย

## ผลการวิจัย

### ข้อมูลทั่วไป

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา แสดงดังในตาราง 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของนักศึกษา

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	2	5.72
หญิง	33	94.28
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	4	11.42
20 ปี	24	68.86
สูงกว่า 20 ปี	7	19.72
<b>วิชาสถิติธุรกิจซึ่งเป็นวิชาบังคับก่อนที่เคยศึกษามา</b>		
A	12	34.28
B+	6	17.14
B	2	5.71
C+	4	11.42
C	5	14.43
D+	4	11.42
D	2	5.71

จากตารางที่ 1 พบว่า ส่วนใหญ่นักศึกษาเป็นเพศหญิง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 94.28 โดยมีอายุ 20 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 68.86 รองลงมา มีอายุสูงกว่า 20 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 19.72 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 11.42 ในขณะที่วิชาสถิติธุรกิจซึ่งเป็นวิชาบังคับก่อนที่เคยศึกษามา ส่วนใหญ่ได้เกรด A จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 34.28 รองลงมา เป็นเกรด B+ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 17.14 เป็นเกรด C จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 14.43 และเป็นเกรด C+ และ D+ อย่างละ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 11.42 และเป็นเกรด B และ D มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.71 เป็นลำดับสุดท้าย

**ตารางที่ 2** แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น (ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ)

ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
<b>1. การมีส่วนร่วม (Participation)</b> นักศึกษาสามารถสืบค้นข้อมูลร่วมกันจากหลายแหล่งและมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับเพื่อนร่วมงานในกลุ่ม	4.07	0.768	เห็นด้วยมาก
<b>2. การมีความรับผิดชอบ (Responsibility)</b> นักศึกษาสามารถรับผิดชอบต่อการประเมินข้อมูลเพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการใช้งานตามสถานการณ์แวดล้อมทาง ธุรกิจ	4.15	0.698	เห็นด้วยมาก
<b>3. การแสดงความคิดเห็น (Sharing the ideas altogether)</b> นักศึกษาและเพื่อนร่วมกลุ่มมีการแสดงความคิดเห็นสามารถความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบจากการศึกษาเนื้อหา	4.38	0.689	เห็นด้วยมากที่สุด
<b>4. การยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น (Acceptance of ideas of others)</b> นักศึกษาและเพื่อนในกลุ่มมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์ ยอมรับฟังเหตุผลและสามารถบูรณาการความรู้จากสาขาวิชาชีพที่ศึกษาตลอดจนประสบการณ์เพื่อช่วยกันคิดค้น วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบจากทางเลือกอย่างรอบด้าน และใช้ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจและสถานการณ์ทั่วไป	4.45	0.715	เห็นด้วยมากที่สุด
<b>ภาพรวม</b>	<b>4.26</b>	<b>0.731</b>	<b>เห็นด้วยมากที่สุด</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า เมื่อใช้รูปแบบการสอนแบบ CIPPA นักศึกษามีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบในการเรียนวิชาชีพทางการเงินในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น (Acceptance of ideas of others) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมาเป็นการแสดงความคิดเห็น (Sharing the ideas altogether) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด การมีความรับผิดชอบ (Responsibility) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ในขณะที่การมีส่วนร่วม (Participation) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เป็นลำดับสุดท้าย

**ตารางที่ 3** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสิทธิภาพในการนำเสนองานวิจัย

เนื้อหา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. ลักษณะของสื่อที่นำเสนอ สื่อที่เตรียมมาอ่านง่าย สีสันเหมาะสม รูปแบบการเสนอเป็นลำดับขั้นตอน ชัดเจน เข้าใจง่าย	4.07	1.142	พึงพอใจมาก
2. ความพร้อมของผู้นำเสนอ	4.15	1.115	พึงพอใจมาก
3. บทนำ ที่มาและความสำคัญของปัญหา หัวข้อวิจัยน่าสนใจ และชื่อเรื่องมีความเหมาะสม ซึ่ให้เห็นความสำคัญของงานวิจัย	4.29	1.133	พึงพอใจมากที่สุด
วัตถุประสงค์สอดคล้องกับหลักการและเหตุผล			
4. ระเบียบวิธีวิจัย รูปแบบงานวิจัยถูกต้อง สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เกณฑ์การคัดเลือก ขนาดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการเก็บข้อมูลมีความเหมาะสม เครื่องมือและอุปกรณ์ที่เก็บข้อมูลมีความเหมาะสม เลือกใช้สถิติได้อย่างเหมาะสม	4.33	1.123	พึงพอใจมากที่สุด
5. ผลการวิจัย สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ สมมุติฐานที่ตั้งไว้ และอธิบายผลการวิจัยได้อย่างถูกต้อง ครอบคลุมชัดเจน ผลการวิจัยมีความเชื่อถือ สามารถนำไปอ้างอิงต่อได้	4.27	1.124	พึงพอใจมากที่สุด
6. อภิปรายผลการวิจัย สามารถเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่นได้อย่างมีเหตุผล อธิบายตัวแปรหรือปัจจัยอื่นๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อ การวิจัย อภิปรายถึงประโยชน์ของผลงานวิจัยในการไปประยุกต์ใช้ ได้จริง	4.27	1.142	พึงพอใจมากที่สุด
7. การตอบคำถาม สามารถตอบคำถามได้อย่างตรงประเด็น มีเหตุผลและเชื่อมโยงกับความรู้พื้นฐานทางวิชาการ มีความสุภาพและมีไหวพริบในการตอบคำถาม	4.32	1.117	พึงพอใจมากที่สุด
<b>ภาพรวม</b>	<b>4.24</b>	<b>1.129</b>	<b>พึงพอใจมากที่สุด</b>

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในประสิทธิภาพในการนำเสนองานวิจัยภาพรวม พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระเบียบวิธีวิจัย รูปแบบงานวิจัยถูกต้อง สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เกณฑ์การคัดเลือก ขนาดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการเก็บข้อมูลมีความเหมาะสม เครื่องมือและอุปกรณ์ที่เก็บข้อมูลมีความเหมาะสม เลือกใช้สถิติได้อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาเป็นการตอบคำถาม สามารถตอบคำถามได้อย่างตรงประเด็น มีเหตุผลและเชื่อมโยงกับความรู้พื้นฐานทางวิชาการ มีความสุภาพและมีไหวพริบในการตอบคำถาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ในประเด็นบทนำ ที่มาและความสำคัญของปัญหา หัวข้อวิจัยน่าสนใจและชื่อเรื่องมีความเหมาะสม ซึ่ให้เห็นความสำคัญของงานวิจัยวัตถุประสงค์สอดคล้องกับหลักการและเหตุผล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ในประเด็นผลการวิจัย สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ สมมุติฐานที่ตั้งไว้ และ

อธิบายผลการวิจัยได้อย่างถูกต้อง ครบคลุมชัดเจน ผลการวิจัยมีความเชื่อถือ สามารถนำไปอ้างอิงต่อได้ และการอภิปรายผลการวิจัย สามารถเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่นได้อย่างมีเหตุผล อธิบายตัวแปรหรือปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อการวิจัย อภิปรายถึงประโยชน์ของผลงานวิจัยในการไปประยุกต์ใช้ได้จริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ความพร้อมของผู้นำเสนอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก และลักษณะของสื่อที่นำเสนอ สื่อที่เตรียมมาอ่านง่าย สีสันเหมาะสม รูปแบบการเสนอเป็นลำดับขั้นตอน ชัดเจน เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

## การอภิปรายผล

1. ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นของนักศึกษาสาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยใช้ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ในการเรียนวิชาวิจัยทางการเงินในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของ ชีรพัฒน์ วงศ์คุ้มสิน (2564) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาความเห็นอกเห็นใจผู้อื่นของนิสิตจิตวิทยา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์พบว่า การได้รับกำลังใจ จากสมาชิกกลุ่มไม่แสดงออกทางพฤติกรรมที่เหมาะสม การสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นและเรียนรู้ทักษะทางสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเป็นการได้เรียนรู้จากผู้นำกลุ่มและสามารถนำไปพัฒนาศักยภาพและค้นหาข้อจำกัดของตัวเองอย่างรอบด้าน ในขณะที่การมีส่วนร่วม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของศิริพร เฟิงจันทร์ (2560) ที่ศึกษา การเรียนรู้รูปแบบโครงการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม พบว่า พฤติกรรมการมีส่วนร่วมเป็นจุดเริ่มต้นในการช่วยให้นักศึกษาสามารถพัฒนาพฤติกรรมมีส่วนร่วมให้สามารถประยุกต์ใช้ในชีวิตและสังคมและเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จในด้านการเรียนและการดำเนินชีวิตในอนาคตต่อไปได้

2. ผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในประสิทธิภาพของการนำเสนอ งานวิจัยของนักศึกษาสาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นักศึกษามีความพึงพอใจในประสิทธิภาพของการนำเสนอ งานวิจัย ในภาพรวมนักศึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงถึงการจัดการเรียนการสอนที่สามารถทำให้นักศึกษามีความเข้าใจและกระตือรือร้นในการนำเสนอ งานให้เกิดประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาศรี จ้อยสูงเนิน (2555) ได้ศึกษาการพัฒนาทักษะการนำเสนอผลงานทางวิชาการ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 พบว่า การนำเสนอเป็นทักษะที่นักเรียนทุกคนจะต้องฝึกฝนให้มาก เพราะเป็นหนทาง นำมาซึ่งความสำเร็จในการนำผลงาน แผนงาน โครงการและความคิดต่าง ๆ เสนอ เพื่อให้มีการรับรองหรืออนุมัติ นับว่าเป็น สิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการเรียน การทำงานและการดำเนินชีวิต แต่เป็นที่น่าเสียดายที่รายงานต่าง ๆ ซึ่งนักเรียนจัดทำมาอย่างดีด้วยความวิริยะอุตสาหะ ใช้เวลามากมายกลับไม่ได้รับความสนใจ และ ไม่เป็นที่ยอมรับ ส่งผลให้ความคิดที่ดี ๆ มีคุณค่า ที่ได้จัดทำขึ้นเป็นแผนงาน หรือ โครงการดี ๆ ผ่านการศึกษาและวิเคราะห์เป็นอย่างดีมาแล้วไม่ได้รับการอนุมัติ เพียงเพราะ นักเรียนขาดทักษะการนำเสนอที่ดี ทำให้เกิดการสูญเปล่าทั้งความคิดและเวลา จนอาจส่งผลให้นักเรียนเกิดความท้อถอยหมดกำลังใจ ทั้งนี้สิ่งที่จะช่วยทำให้นักศึกษาประสบความสำเร็จในการนำเสนอคือ นักศึกษาต้องมีความเข้าใจใน ความหมาย และความสำคัญของการนำเสนออย่างถ่องแท้ รู้รูปแบบและลักษณะของการนำเสนอที่ดี ตลอดจนจะต้องได้รับการพัฒนาทักษะในการนำเสนอของตน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การนำเสนอระเบียบวิธีวิจัย เกี่ยวกับรูปแบบ งานวิจัยถูกต้องและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เกณฑ์การคัดเลือก ขนาดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการเก็บข้อมูล

มีความเหมาะสม เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลมีความเหมาะสม เลือกใช้สถิติได้อย่างเหมาะสม ผู้เรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานวิจัย และนักศึกษสามารถผสมผสานความรู้เดิมจากเรื่องของสถิติเบื้องต้นมาถ่ายทอดระเบียบวิธีวิจัยได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับศิริพร วงศ์ดำคำ (2562) ได้พบว่าการจัดกิจกรรมที่เน้นให้ผู้เรียน ได้ฝึกคิดและ นำเสนองาน จะทำให้บรรยากาศในการเรียนต้องเป็นไปอย่างไม่น่าเบื่อ มีความสุข ทำให้เกิดการจูงใจให้ผู้เรียนแสดงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ออกมา

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1.1 เนื่องด้วยวิชาการวิจัยทางการเงิน เป็นวิชาที่เน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้กระบวนการวิจัยและเรียนรู้การทำงานร่วมกัน เมื่อนำหลักการเรียบเรียงแบบมีส่วนร่วมมาใช้ในการเรียนการสอนจะทำให้การวางแผนการสอนเกิดประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งจากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า หากได้ใช้วิธีการสอนที่มีเป็นแบบความร่วมมือ เช่น การใช้แนวคิดของ CIPPA Model จะทำให้เกิดการยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้เรียนมาก อย่างไรก็ตามเนื้อหาของวิชาวิจัยทางการเงินที่เรียนภายใน 1 ภาคการศึกษาอาจจะเป็นระยะเวลาที่สั้นเกินไป ซึ่งนำไปสู่การเกิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมน้อย เนื่องจากระยะเวลาของการทำงานวิจัยมีอย่างจำกัด ดังนั้นควรบูรณาการการเรียนการสอนกับวิชาอื่นเพื่อนำไปสู่การกำหนดหัวข้องานวิจัยทำให้กระบวนการวิจัยกระชับเวลาได้มากขึ้น เช่น วิชาปัญหาพิเศษ วิชาการสัมมนาทางการเงิน เป็นต้น

1.2 การนำเสนอผลงานวิจัย ควรเน้นการนำเสนอระเบียบวิธีวิจัยโดยจากผลการวิจัย ผู้เรียนมีความสนใจในประเด็นนี้ ผู้สอนจึงควรวางแผนการสอนให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ให้ครอบคลุมระเบียบวิธีวิจัย ในขณะที่ ลักษณะของสื่อที่นำเสนอ สื่อที่เตรียมมาอ่านง่าย ควรมีสีสันเหมาะสม และจัดรูปแบบการเสนอเป็นลำดับขั้นตอน ชัดเจน เข้าใจง่าย จะทำให้งานวิจัยของกลุ่มมีความน่าสนใจมากขึ้น

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้สอนควรกระตุ้นให้ผู้เรียน ได้ศึกษาเนื้อหาก่อนล่วงหน้าจะเป็นการทำให้ผู้เรียนทำความเข้าใจในเนื้อหาได้มากขึ้น

2. ผู้สอนควรกำหนดขั้นตอนต่าง ๆ ในการสอน โดยชี้แจงกระบวนการนำเสนองานเพื่อให้นักศึกษาเกิดความพร้อม วางแผนการทำงานกลุ่มอย่างเป็นระบบ

3. ผู้สอนสามารถเปลี่ยนเทคนิคการจัดการเรียนรู้รูปแบบอื่น เช่น การเรียนแบบเกมการเรียนรู้ (GBL: Games-Based Learning) การเรียนการสอนแบบห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) เป็นต้น

## เอกสารอ้างอิง

จุลลดา ศรีวิวัฒน์และณฤมล อินทร์ประสิทธิ์. (2560). การปรับแนวทางการจัดการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning): กรณีศึกษาโรงเรียนบ้านนางแดดเหนือ จังหวัดชัยภูมิ. *วารสารศึกษาศาสตร์*, 11(3), 36-47.

ชนินทร์ พุ่มบัณฑิต. (2563). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยเทคนิคการสอนแบบร่วมมือ (Learning Together: LT) สำหรับการเรียนการสอนวิชาการคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางธุรกิจ ในยุคไทยแลนด์ 4.0. *วารสารจันทร์เกษมสาร*, 26(1), 61-73.

- ชยาภรณ์ คำเนา. (2561). ผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้โมเดล ซิปปาที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเจตคติต่อการเรียน วิชาสุขศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่1 (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, นครสวรรค์.
- ทิศนา แคมมณี. (2559). ศาสตร์การสอน : องค์ความรู้เพื่อการจัดการกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 20). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีรพัฒน์ วงศ์คุ้มสิน. (2564). การพัฒนาความเห็นอกเห็นใจผู้อื่นของนิสิตจิตวิทยา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยโปรแกรมการให้คำปรึกษาแบบกลุ่ม. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 47(1), 75-98.
- วิภาศรี จ้อยสูงเนิน. (2555). การพัฒนาทักษะการนำเสนอผลงานทางวิชาการ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4. สืบค้นจาก <https://academic.prc.ac.th/TeacherResearch/ResearchAbstract.php?ID=740>
- ศิริพร เพ็งจันทร์. (2560). การเรียนรู้รูปแบบโครงงานสู่การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 12(2), 47-59.
- ศิริพร วงศ์ตาคำ. (2562). การพัฒนาความมั่นใจในการนำเสนองานของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศาสตร์ โดยใช้วิธีการสอนแบบให้รางวัลในการเสริมแรงทางบวก. วารสารศึกษาศาสตร์สาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 3(1), 42-55.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2564). กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ. สืบค้นจาก <http://www.mua.go.th/users/tqf-hed/>
- แสงดาว ถิ่นหารวงษ์. (2558). การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม: จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติในรายวิชา วรรณคดีสำหรับเด็ก. วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์, 17(1), 1-11.
- อรอนงค์ โขมิตพิพัฒน์. (2561). การพัฒนาความสามารถในการทำงานเป็นทีมด้วยรูปแบบการสอนแบบร่วมมือทำงานเป็นทีมในรายวิชาสัมมนาวารสารศาสตร์. วารสารครุพิบูล, 5(1). 77-86.
- Likert, R. (1961). *New Patterns of Management*. New York: McGraw-Hill Book Company Inc.

ปัจจัยขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์  
และประสิทธิภาพการดำเนินงาน ของธุรกิจนำเที่ยวของไทย  
**Organizational Factors Effecting Strategic Service Productivity and  
Performance Efficiency of Tourism Business in Thailand**

สุภาวิตา อินทรพานิชย์<sup>1\*</sup> และ ธัญญา พากเพียร<sup>1</sup>  
Supawita Intarapanich<sup>1\*</sup> and Thanya Pakpian<sup>1</sup>

Received: April 29, 2021; Revised: September 16, 2021; Accepted: September 23, 2021

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยองค์กร ได้แก่ การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่งชั้น การมุ่งเน้นเทคโนโลยี ความสามารถด้านนวัตกรรม และการตระหนักทางวัฒนธรรมที่มีผลกระทบต่อผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยองค์กร ได้แก่ การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่งชั้น การมุ่งเน้นเทคโนโลยี ความสามารถด้านนวัตกรรม และการตระหนักทางวัฒนธรรมที่มีผลกระทบต่อผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน และ 3) เพื่อศึกษาการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้แก่ธุรกิจนำเที่ยวของไทย จำนวน 113 แห่ง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis) ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่การตระหนักทางวัฒนธรรมมีผลเชิงบวกต่อการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์และประสิทธิภาพการดำเนินงาน และความสามารถด้านนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน

**คำสำคัญ:** การมุ่งเน้นเชิงกลยุทธ์ การเพิ่มผลผลิตการบริการ การตระหนักทางวัฒนธรรม ความสามารถด้านนวัตกรรม ประสิทธิภาพการดำเนินงาน

---

<sup>1</sup> คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร Faculty of Industry and Technology, Rajamangala University of Technology Isan Sakonnakhon Campus

\*Corresponding author e-mail supawita.in@rmuti.ac.th

## Abstract

The primary objectives of the present study were 1) to investigate the effects of organizational factors, such as, customer orientation, competition orientation, technology orientation, innovativeness, and cultural awareness on strategic service productivity and performance; and 2) to study the impact of strategic service productivity, including, process improvement, new service development, quality control operation, service skill development, and financial management that effect on performance. Data were collected from 113 travel agency firms in Thailand through a questionnaire and analyzed using multiple regression. The results indicate that technology orientation plays an influential role on strategic service productivity and cultural awareness with significant positive effects on both, strategic service productivity and performance. Moreover, innovativeness is found to have positive effects on performance.

**Keywords:** Strategic Orientation, Service Productivity, Cultural Awareness, Innovativeness, Performance Efficiency

## บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศพึ่งพาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในปี 2563 เศรษฐกิจไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 33 แสนล้านบาท มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย 6.7 ล้านคน (ศูนย์วิจัยด้านการท่องเที่ยว, 2564) ซึ่งแม้จะได้รับผลกระทบจากวิกฤติการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แต่ภาคการท่องเที่ยวก็ยังคงเป็นแหล่งสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศไทยที่สำคัญ โดยจากปี 2558-2562 มีการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติอย่างต่อเนื่อง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ประเทศไทยมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวมากด้วยสภาพแวดล้อม สถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย มีทั้งการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เช่นวัดและโบราณสถานต่าง ๆ รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวตามวิถีชีวิต ทั้งคนเมืองที่ชื่นชอบการเลือกซื้อสินค้า สถานบันเทิง สปา และวิถีชีวิตแบบสังคมชนบท นอกจากนี้ปัจจัยทางกายภาพดังกล่าว การบริการที่เป็นมิตร ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์ของคนไทยที่มีความอ่อนโยนทำให้ชาวต่างชาติประทับใจ นอกจากนี้ค่าครองชีพของไทยก็ถือว่าไม่สูงมากนัก รวมไปถึงระบบการสื่อสารและสาธารณูปโภคที่ค่อนข้างมีความพร้อมกว่าหลาย ๆ ประเทศ

ผู้ประกอบการด้านธุรกิจการท่องเที่ยวไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันที่มีแนวโน้มว่าจะรุนแรงมากขึ้น ผู้ประกอบการไทยจึงต้องเร่งพัฒนาอย่างเร่งด่วน เพื่อให้มีศักยภาพเพียงพอที่จะอยู่รอดในภาวะที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มว่าจะมีการแข่งขันสูงต่อไป ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งเมื่อเข้าสู่การเป็น AEC แล้วอาจประสบปัญหาไม่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการจากประเทศอื่น ๆ ที่มีแนวโน้มว่าจะเข้ามาลงทุนในไทยสูง ผู้ประกอบการไทยจึงควรสร้างความร่วมมือระหว่างกัน อาจร่วมมือกันโดยสร้างพันธมิตรทางการค้า หรือรวมกันโดยควบรวมกิจการกัน เพื่อลดการแข่งขันกันเองและเสริมสร้างธุรกิจให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น

แม้การเข้าสู่การเป็น AEC อาจมีผลทำให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวไทยต้องเผชิญกับภาวะที่มีการแข่งขันสูง จนอาจดูเหมือนเป็นวิกฤตสำหรับภาคการท่องเที่ยว แต่หากภาครัฐและเอกชนไทยพัฒนาจุดอ่อนและเสริมสร้างจุดแข็งให้ยิ่งแข็งแกร่งขึ้น การเข้าสู่การเป็น AEC ก็จะเป็นโอกาสสำหรับชาวไทยที่มีความถนัดด้านการท่องเที่ยวและบริการอยู่แล้ว ให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเติบโต สร้างรายได้ให้กับประเทศมากกว่าเดิม

การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน ที่มุ่งเน้นการเสริมจุดแข็งและลดทอนจุดอ่อนของธุรกิจ เพื่อการสร้างโอกาสและลดอุปสรรคต่าง ๆ นั้นเป็นหลักการสำคัญในการบริหารงานเชิงกลยุทธ์ ซึ่งเป็นบทบาทเชิงกลยุทธ์ที่ผู้บริหารองค์กร

จะต้องให้ความสำคัญ เพื่อให้องค์กรได้เปรียบทางการแข่งขัน และสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจอย่างมั่นคง โดยที่ กาญจนา เศรษฐนันท์ (2545) ได้กล่าวถึงบทบาทของผู้บริหารในการเพิ่มผลผลิตในงานอุตสาหกรรม ได้แก่ การวางแผนและควบคุมการผลิต การบริหารแรงงาน การบริหารระบบข้อมูล และการสื่อสารและประสานงาน

ในภาคอุตสาหกรรมการผลิตนั้นมักนำแนวคิดการเพิ่มผลผลิตไปใช้เพื่อการเพิ่มผลิตภาพ และปรับปรุงกระบวนการผลิต เพื่อช่วยลดของเสียจากการผลิต ซึ่งช่วยลดต้นทุนการผลิตได้ เพราะภาคอุตสาหกรรมนั้นมีผลผลิตที่เป็นรูปธรรมจับต้องได้ คือมีสินค้าที่มีรูปร่างชัดเจน ซึ่งแตกต่างจากธุรกิจบริการทั้งภาคเอกชนและภาครัฐที่อาจมองเนื้องานไม่ชัดเจน และผลผลิตไม่มีตัวตนจับต้องได้ จนอาจมองข้ามการเพิ่มผลผลิตในงานบริการ แม้งานบริการจะไม่มีชิ้นงานให้จับต้องได้ แต่ผลผลิตในบทความนี้ก็ไม่ได้หมายความว่าถึงจำนวนของงานที่ทำออกมาเพียงอย่างเดียว ยังมีปัจจัยอีกหลายอย่างที่ก่อตัวกันขึ้นมาเป็นผลผลิตในงานบริการ ธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย ในการสร้างรายได้ให้ประเทศจากการท่องเที่ยว การหารูปแบบการบริหารงานเชิงกลยุทธ์ที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาว ในอีกแนวคิดหนึ่งของ Chowdhury, Schulz, Milner, and Van De Voort (2014) ได้สนับสนุนแนวคิดในการเพิ่มผลผลิตโดยการค้นหาและพัฒนาสมรรถนะหลักของพนักงานเพื่อให้เกิดทักษะจากทำงาน โดยมุ่งเน้นการสร้างทุนมนุษย์ แสดงให้เห็นว่าการเพิ่มทักษะของพนักงานจะสามารถเพิ่มผลผลิตให้กับองค์กรได้อย่างยั่งยืน แม้ว่าทักษะนั้นอาจจะวัดค่าไม่ได้ชัดเจนแต่ผลผลิตที่ได้รับจะเกิดมูลค่าที่เพิ่มขึ้นจากทักษะเหล่านั้น

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยองค์กร ได้แก่ การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer orientation) การมุ่งเน้นคู่แข่ง (Competition orientation) การมุ่งเน้นเทคโนโลยี (Technology orientation) ความสามารถเชิงนวัตกรรม (Innovativeness) และการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม (Cultural awareness) มีผลกระทบต่อเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ (Strategic service productivity)
2. เพื่อศึกษาปัจจัยองค์กร ได้แก่ การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง การมุ่งเน้นเทคโนโลยี ความสามารถเชิงนวัตกรรม และการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน
3. เพื่อศึกษาการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ (Strategic service productivity) มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Performance)

## ทบทวนวรรณกรรม

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 “ธุรกิจนำเที่ยว” มีคำจำกัดความตามมาตรา 3 ว่า “การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหรือการให้บริการหรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทางสถานที่พัก อาหาร ทักษะและมัคคุเทศก์ให้แก่นักท่องเที่ยว”

งานวิจัยนี้ได้ใช้การมุ่งเน้นกลยุทธ์ในองค์กรในฐานะเป็นปัจจัยขององค์กร ในการกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการเพิ่มผลผลิตการบริการ และการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน การทบทวนวรรณกรรมเรื่องการมุ่งเน้นกลยุทธ์ตามแนวคิดของ Gatignon and Xuereb (1997) กล่าวว่า การมุ่งเน้นกลยุทธ์ (Strategic orientation) หมายถึง รูปแบบของการตัดสินใจในการเลือกใช้แผน ที่ระบุถึงวิธีการดำเนินงาน มาใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ขององค์กร การมุ่งเน้นกลยุทธ์ ซึ่งประกอบด้วย (1) การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer orientation) หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับแผนงานโดยพิจารณาจากการ

มุ่งตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก เพื่อสร้างความพึงพอใจ (2) การมุ่งเน้นคู่แข่ง (Competition orientation) หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับแผนงานโดยพิจารณาจากการวิเคราะห์ความสามารถของคู่แข่ง เพื่อมองหาโอกาส และเสริมสร้างจุดแข็งขององค์กร และ (3) การมุ่งเน้นเทคโนโลยี (Technology orientation) หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับแผนงานโดยพิจารณาจากสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันจากการนำเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์ นอกจากนี้ยังได้ศึกษาปัจจัยองค์กรอื่น ได้แก่ ด้านความสามารถด้านนวัตกรรม ตามแนวคิดของ Hult, Hurley, and Knight (2004) หมายถึง ความสามารถของบุคคลหรือองค์กรในการโน้มน้าวให้เกิดการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ กระบวนการและความคิดที่มีความแตกต่างจากเดิม และการตระหนักรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม (Cultural awareness) ตามแนวคิดของ Hofstede (1997) หมายถึง การรับรู้ถึงความแตกต่างของบุคคล เพื่อการเรียนรู้การตอบสนองตามความต้องการเหล่านั้นได้อย่างเหมาะสม เป็นปัจจัยองค์กรที่มีผลต่อการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์และประสิทธิภาพการดำเนินงาน

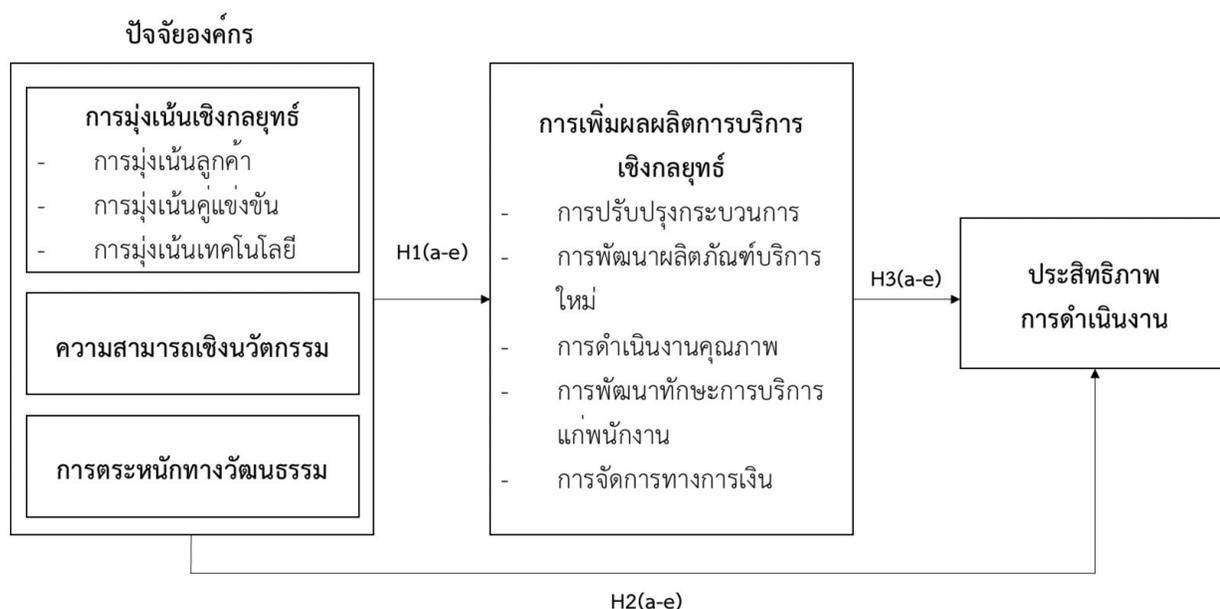
การเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ (Strategic service productivity) หมายถึง แนวทางในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการมุ่งเน้นหลักการในการเพิ่มผลผลิตในการทำงาน วันชัย ริจิรวนิช (2545) ได้จำแนกการเพิ่มผลผลิตตามฐานแห่งทรัพยากรออกเป็นการจัดกลุ่มเทคนิคการผลิต ได้แก่ ฐานด้านเทคโนโลยี ฐานด้านพลังงาน ฐานด้านผลิตภัณฑ์ ฐานด้านงาน ฐานด้านวัสดุ ฐานด้านพนักงาน และฐานการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่มของพนักงาน งานวิจัยนี้ได้จำแนกการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ตามฐานแห่งทรัพยากรตามแนวทางของ วันชัย ริจิรวนิช (2545) โดยจำแนกออกเป็น 5 มิติ ได้แก่ การปรับปรุงกระบวนการ (Process improvement) หมายถึง แนวทางการปฏิบัติที่มุ่งเน้นการวิเคราะห์ ตรวจสอบ เพื่อลดขั้นตอนและเวลาในการทำงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการใหม่ (New service development) คือ การจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค การดำเนินงานคุณภาพ (Quality control operation) หมายถึง การกำหนดแนวทางในการปฏิบัติงานโดยมุ่งตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ การพัฒนาทักษะการบริการแก่พนักงาน (Service skill development) หมายถึง ความสามารถของพนักงานในการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ด้วยการให้บริการด้วยความรู้ ความรู้สึกลอยวางจริงใจของพนักงาน และการจัดการทางการเงิน (Financial management) หมายถึง การวางแผน จัดสรร และควบคุมค่าใช้จ่ายและต้นทุน เพื่อลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Performance) หมายถึง ผลตอบแทนทางการเงิน ความพึงพอใจของลูกค้า และการเติบโตของธุรกิจ

Tutar, Nart, and Bingol (2015) ได้ศึกษาผลกระทบของการมุ่งเน้นเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อศักยภาพทางนวัตกรรม และประสิทธิภาพทางการตลาด โดยจำแนกการมุ่งเน้นเชิงกลยุทธ์ ออกเป็น 3 มิติ ได้แก่ การมุ่งเน้นตลาด (เชิงรุก-เชิงรับ) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และการมุ่งเน้นความเสี่ยงทางเทคโนโลยี และความสามารถทางนวัตกรรม จำแนกออกเป็น 3 มิติ ได้แก่ นวัตกรรมทางการตลาด นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมด้านกระบวนการ ผลการศึกษาพบว่าการมุ่งเน้นตลาดเชิงรุก การมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการมีผลกระทบเชิงบวกต่อนวัตกรรมทางการตลาด ในขณะที่การมุ่งเน้นตลาดเชิงรุก และการมุ่งเน้นความเสี่ยงทางเทคโนโลยีมีผลกระทบเชิงบวกต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และการมุ่งเน้นตลาดเชิงรุก การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และการมุ่งเน้นความเสี่ยงทางเทคโนโลยีมีผลกระทบเชิงบวกต่อนวัตกรรมด้านกระบวนการ นอกจากนี้ยังพบว่าความสามารถทางนวัตกรรมทั้งสามมิติมีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพทางการตลาดด้วย

Runkawee (2015) ได้ทำศึกษาสมการโครงสร้างของการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ความสามารถทางนวัตกรรมที่มีผลต่อประสิทธิภาพองค์กร การมุ่งเน้นการเรียนรู้จำแนกออกเป็น 4 มิติ ได้แก่ การมุ่งเน้นการเรียนรู้ การเปิดวิสัยทัศน์ การเปิดใจยอมรับ และการแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร ความสามารถทางนวัตกรรม จำแนกเป็น 2 มิติ ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมกระบวนการ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้จัดการโรงงาน หรือผู้จัดการฝ่ายผลิตจากอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์และไฟฟ้าในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรม แต่การมุ่งเน้นการเรียนรู้และความสามารถทางนวัตกรรมไม่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพองค์กร

### กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 : กรอบแนวคิดการวิจัย

### สมมติฐานการวิจัย

H1(a-e): กิจกรรมที่มีปัจจัยองค์กรด้านการมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และการมุ่งเน้นเทคโนโลยี ความสามารถด้านนวัตกรรม และการตระหนักรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมมากมีความเป็นไปได้ที่จะมีการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์มาก

H2(a-e): กิจกรรมที่มีปัจจัยองค์กรด้านการมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และการมุ่งเน้นเทคโนโลยี ความสามารถด้านนวัตกรรม และการตระหนักรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมมากมีความเป็นไปได้ที่จะเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานได้มากขึ้น

H3(a-e): กิจกรรมที่มีการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ ในมิติด้านการปรับปรุงกระบวนการ มิติด้านการพัฒนาบริการใหม่ มิติด้านการดำเนินงานคุณภาพ มิติด้านการพัฒนาทักษะการให้บริการแก่พนักงาน และมิติด้านการควบคุมทางการเงินมาก มีความเป็นไปได้ที่จะเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานได้มากขึ้น

## วิธีดำเนินการวิจัย

### กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารบริษัทนำเที่ยวของไทย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยส่งแบบสอบถามจำนวน 364 ชุด (กรมการท่องเที่ยว, 2561) ในจำนวนนี้มีแบบสอบถามถูกตีกลับจำนวน 52 ฉบับ และกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามสมบูรณ์ จำนวน 118 ฉบับ คิดเป็นอัตราตอบกลับ 36.86% ซึ่งมากกว่า 20% ตามเกณฑ์ของ Aaker and Kumar (2001)

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างและพัฒนาขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยขององค์กรที่ครอบคลุมเนื้อหาของ การมุ่งเน้นเชิงกลยุทธ์ ความสามารถเชิงนวัตกรรม การตระหนักทางวัฒนธรรม การเพิ่มผลผลิต และประสิทธิภาพการดำเนินงาน แบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ตอน

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงาน

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยว ได้แก่ รูปแบบของธุรกิจ ลักษณะการเป็นเจ้าของธุรกิจ ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว ลูกค้าหลักของกิจการ โครงสร้างธุรกิจ จำนวนพนักงาน ทุนจดทะเบียน และระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยองค์กร ซึ่งประกอบด้วย 3 ชุดตัวแปร ดังนี้ (1) การมุ่งเน้นเชิงกลยุทธ์ (Strategic orientation) จำแนกเป็น 3 มิติ ได้แก่ การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer orientation) จำนวน 4 ข้อคำถาม การมุ่งเน้นคู่แข่ง (Competition orientation) จำนวน 4 ข้อคำถาม และการมุ่งเน้นเทคโนโลยี (Technology orientation) จำนวน 5 ข้อคำถาม (2) ความสามารถเชิงนวัตกรรม (Innovativeness) จำนวน 4 ข้อคำถาม และ (3) การตระหนักทางวัฒนธรรม (Cultural awareness) จำนวน 10 ข้อคำถาม โดยใช้การประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ คำนวณหาค่าประกอบ อยู่ระหว่าง 0.61-0.92 ซึ่งมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.4 เป็นไปตามเกณฑ์ของ Hair, Black, Babin, Anderson, and Tatham (2006) และค่าความเชื่อมั่นมีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-0.91 ถือว่าผ่านตามเกณฑ์ของ Hair, Black, Babin, and Anderson (2010)

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ (Strategic service productivity) ประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่ (1) มิติการปรับปรุงกระบวนการ (Process improvement) จำนวน 4 ข้อคำถาม (2) มิติการพัฒนาผลิตภัณฑ์การบริการใหม่ (New service development) มีข้อคำถามจำนวน 3 ข้อ (3) มิติการดำเนินงานคุณภาพ (Quality control operation) (4) การพัฒนาทักษะการให้บริการแก่พนักงาน (Service skill development) จำนวน 5 ข้อคำถาม และ (5) มิติการจัดการทางการเงิน (Financial management) จำนวน 5 ข้อ และประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Performance) ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ คำนวณหาค่าประกอบ อยู่ระหว่าง 0.62-0.89 ซึ่งมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.4 เป็นไปตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2006) และค่าความเชื่อมั่นมีค่าอยู่ระหว่าง 0.63-0.88 ถือว่าผ่านตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2010)

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงาน และการเพิ่มผลผลิตการบริการของธุรกิจนำเที่ยวของไทย

### สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ทดสอบผลกระทบของปัจจัยขององค์กรที่ส่งผลต่อการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ และประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยมีสมการดังนี้

$$SSP = \beta_{01} + \beta_1 SOCus + \beta_2 SOCCom + \beta_3 SOTec + \beta_4 INNO + \beta_5 CUL + \beta_6 FS + \beta_7 FA + \beta_8 FC + \epsilon$$

$$OP = \beta_{02} + \beta_9 SOCus + \beta_{10} SOCCom + \beta_{11} SOTec + \beta_{12} INNO + \beta_{13} CUL + \beta_{14} FS + \beta_{15} FA + \beta_{16} FC + \epsilon$$

$$OP = \beta_{03} + \beta_{17} PI + \beta_{18} NSD + \beta_{19} QCO + \beta_{20} SSD + \beta_{21} FM + \beta_{22} FS + \beta_{23} FA + \beta_{24} FC + \epsilon$$

## ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของประชากรกลุ่มเป้าหมาย มีรูปแบบของธุรกิจส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัดมากที่สุด ลักษณะการเป็นเจ้าของส่วนใหญ่เป็นกิจการคนไทยมากกว่ากิจการร่วมทุนกับต่างประเทศ และส่วนใหญ่เป็นธุรกิจให้บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกิจการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าคนไทย มีโครงสร้างธุรกิจที่เป็นธุรกิจที่มีสำนักงานเพียงแห่งเดียว ขนาดของกิจการมีจำนวนน้อยกว่า 10 คนมากที่สุด ทุนจดทะเบียนในปัจจุบันต่ำกว่า 1 ล้านบาทเป็นส่วนใหญ่ และมีระยะเวลาในการดำเนินงาน พบว่าธุรกิจส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 5 ปี

การวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยองค์กร ต่อการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ด้วยหลักการ Ordinary least squares (OLS) เพื่อการทดสอบสมมุติฐานที่ 1(a-e) จากค่า Adjust R<sup>2</sup> จากตารางที่ 2 สามารถอธิบายได้ว่าการตระหนักทางวัฒนธรรมและการมุ่งเน้นเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ โดยสามารถอธิบายความสัมพันธ์นั้นได้ 63.1% และ 21.3% ตามลำดับ โดยที่เหลือเกิดจากปัจจัยอื่น ๆ นอกจากนั้นค่า Variance inflation factors (VIF) ได้นำมาทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมิติของปัจจัยองค์กร ประกอบด้วย การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง การมุ่งเน้นเทคโนโลยี ความสามารถเชิงนวัตกรรม และการตระหนักทางวัฒนธรรม ซึ่งแสดงค่าสูงสุด 2.593 โดยค่าไม่เกิน 10 ตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2010) แสดงว่าไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวแปร Multicollinearity ในโมเดล และจากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของปัจจัยองค์กร การเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ และประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ตัวแปร	SOCus	SOCCom	SOTec	INNO	CUL	SSP	PI	NSD	QCO	SSD	FM	OP
Mean	4.401	3.959	4.224	3.925	3.367	3.355	3.415	4.124	4.122	3.859	3.890	3.677
S.D.	0.483	0.651	0.587	0.619	0.780	0.875	0.845	0.589	0.554	0.745	0.649	0.738
<b>SOCus</b>												
<b>SOCCom</b>	0.390**											
<b>SOTec</b>	0.447**	0.438**										
<b>INNO</b>	0.406**	0.453**	0.565**									
<b>CUL</b>	0.410**	0.252**	0.449**	0.494**								
<b>SSP</b>	0.430**	0.325**	0.579**	0.537**	0.785**							
<b>PI</b>	0.446**	0.309**	0.572**	0.532**	0.674**	0.865**						
<b>NSD</b>	0.352**	0.481**	0.536**	0.539**	0.493**	0.693**	0.635**					
<b>QCO</b>	0.336**	0.212**	0.430**	0.483**	0.779**	0.867**	0.696**	0.485**				
<b>SSD</b>	0.325**	0.091	0.397	0.357**	0.667**	0.849**	0.632**	0.449**	0.690**			
<b>FM</b>	0.379**	0.388**	0.556**	0.429**	0.633**	0.895**	0.704**	0.607**	0.674**	0.703**		
<b>OP</b>	0.348**	0.395**	0.366**	0.504**	0.443**	0.599**	0.554**	0.500**	0.475**	0.475**	0.543**	

**ตารางที่ 2** การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยของปัจจัยองค์การกับการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ และประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	
	การเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ (SSP)	ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (OP)
	Model 1	Model 2
การมุ่งเน้นลูกค้า (SOCus)	0.029 (0.065)	0.052 (0.092)
การมุ่งเน้นคู่แข่ง (SOCom)	0.016 (0.065)	0.196 (0.091)
การมุ่งเน้นเทคโนโลยี (SOTec)	0.213** (0.073)	-0.050 (0.103)
ความสามารถเชิงนวัตกรรม (INNO)	0.085 (0.073)	0.310** (0.103)
การตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม(CUL)	0.631*** (0.066)	0.246* (0.093)
ขนาดของธุรกิจ (FS)	0.095 (0.078)	0.332** (0.112)
อายุของธุรกิจ (FA)	0.026 (0.050)	0.001 (0.071)
เงินลงทุน (FC)	-0.017 (0.059)	0.001 (0.071)
Adjust R <sup>2</sup>	0.669	0.392
ค่า VIF สูงสุด	2.593	

\*\*\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, \*\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, \* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานอยู่ในวงเล็บข้างล่างต่อท้าย ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย

จากตารางที่ 2 การทดสอบสมมติฐานที่ 1(a-e) ที่ตั้งไว้ว่ากิจการที่มีการมุ่งเน้นเชิงกลยุทธ์ ในมิติการมุ่งเน้นลูกค้า (Customer orientation) การมุ่งเน้นคู่แข่ง (Competitive orientation) และการมุ่งเน้นเทคโนโลยี (Technology orientation) ความสามารถเชิงนวัตกรรม (Innovativeness) และการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม (Cultural awareness) มาก มีความเป็นไปได้ที่จะมีการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ (SSP) มาก พบว่า การมุ่งเน้นเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์อย่างมีนัยสำคัญ ( $b_3 = 0.213$ ;  $p < 0.05$ ) นั้นแสดงให้เห็นว่าธุรกิจนำเที่ยวของไทยที่การมุ่งเน้นเชิงกลยุทธ์ในมิติการมุ่งเน้นเทคโนโลยีมาก ก็จะส่งผลให้องค์กรสามารถเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ได้มากขึ้นตามไปด้วย ในขณะที่ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1(d) พบว่าความสามารถเชิงนวัตกรรมไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนั้นผลการทดสอบสมมติฐานที่

1(e) พบว่าการตระหนักทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์อย่างมีนัยสำคัญ ( $b_5 = 0.631$ ;  $p = 0.00$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1(c) และ 1(e) แต่ปฏิเสธสมมติฐานที่ 1(a, b และ d) ตามผลที่ได้แสดงไว้ในตารางที่ 2 โมเดลที่ 1

นอกจากนั้นตารางที่ 2 ได้แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2(a-e) ที่ตั้งไว้ว่ากิจกรรมที่มีการมุ่งเน้นเชิงกลยุทธ์ในมิติการมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง การมุ่งเน้นเทคโนโลยี ความสามารถเชิงนวัตกรรม และการตระหนักทางวัฒนธรรมมาก มีความเป็นไปได้ที่จะมีประสิทธิภาพการดำเนินงานมากขึ้น พบว่าทั้ง 3 มิติของการมุ่งเน้นเชิงกลยุทธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการดำเนินงานแต่อย่างใด ผลการศึกษาพบว่า ความสามารถเชิงนวัตกรรมและการตระหนักทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b_{12} = 0.310$ ;  $p < 0.05$ ,  $b_{13} = 0.246$ ;  $p < 0.10$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2(d-e) แต่ปฏิเสธสมมติฐานที่ 2(a-c) ดังแสดงผลในตารางที่ 2 โมเดลที่ 2

จากตารางที่ 3 เพื่อเป็นการทดสอบสมมติฐานที่ 3(a-e) ที่ตั้งไว้ว่า กิจกรรมที่มีการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ในมิติการปรับปรุงกระบวนการ (Process improvement) มิติการพัฒนาผลิตภัณฑ์การบริการใหม่ (New service development) มิติการดำเนินงานคุณภาพ (Quality control operation) มิติการพัฒนาทักษะการให้บริการแก่พนักงาน (Service skill development) และมิติการจัดการทางการเงิน (Financial management) มาก มีความเป็นไปได้ที่จะเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานได้มากขึ้น ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าธุรกิจนำเที่ยวของไทยที่มีการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการดำเนินงานแต่อย่างใด ดังนั้นผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 3(a-e)

**ตารางที่ 3** การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยของการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ กับประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ตัวแปร	ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (OP)
การปรับปรุงกระบวนการ (PI)	0.252 (0.127)
การพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการใหม่ (NSD)	0.185 (0.103)
การดำเนินงานคุณภาพ (QCO)	0.045 (0.120)
การพัฒนาทักษะการบริการแก่พนักงาน (SSD)	0.061 (0.120)
การจัดการทางการเงิน (FM)	0.164 (0.132)
ขนาดของธุรกิจ (FS)	0.237 (0.109)
อายุของธุรกิจ (FA)	0.032 (0.070)
เงินลงทุน (FC)	-0.143 (0.083)
Adjust R <sup>2</sup>	0.365

\*\*\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, \*\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, \* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10  
ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานอยู่ในวงเล็บข้างล่างต่อท้าย ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย

### อภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ปัจจัยองค์กรที่ประกอบด้วย การมุ่งเน้น เชิงกลยุทธ์ ในมิติการมุ่งเน้นเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ ซึ่งสอดคล้องกับ Tutar et al. (2015) ที่ได้ยืนยันความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นเทคโนโลยีจากมุมมองการมุ่งเน้นเชิงกลยุทธ์ในการสร้างศักยภาพในด้านนวัตกรรมขององค์กร เพื่อสร้างสรรค์การเพิ่มผลผลิตขององค์กรในผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ได้อย่างหลากหลายและมีคุณค่ามากขึ้น

ด้านผลการทดสอบผลกระทบของการมุ่งเน้นเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย มิติการมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และการมุ่งเน้นเทคโนโลยีที่ไม่พบความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน สอดคล้องกับ Acosta, Crespo, and Agudo (2018) ผลการศึกษาของพวกเขาไม่พบความสัมพันธ์ในทางตรงของการมุ่งเน้นตลาด ซึ่งประกอบด้วยมิติของการมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และการมุ่งเน้นการประสานงานกัน ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานในระหว่างประเทศคล้ายกันกับผลการศึกษาของ Li, Ye, Sheu, and Yang (2018) ซึ่งยืนยันในลักษณะเดียวกันว่า การมุ่งเน้นตลาดสีเขียว

ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม จะต้องผ่านผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการดำเนินงานอยู่หลายด้านด้วยกัน รวมไปถึงการสร้างแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจนจึงจะเกิดประสิทธิภาพดำเนินงาน ในทำนองเดียวกัน ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นลูกค้า และการมุ่งเน้นคู่แข่งกัน ซึ่งถือว่าเป็นมิติหนึ่งของการมุ่งเน้นตลาดที่ไม่พบความสัมพันธ์กับการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ สอดคล้องกับการศึกษาของ Jean, Kim, Chiou, and Calantone (2018) ที่กล่าวว่า การมุ่งเน้นลูกค้าเชิงรุกจะต้องใช้ศักยภาพในการเรียนรู้ เพื่อทำความเข้าใจกับลูกค้าได้อย่างลึกซึ้งและเข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้เหนือกว่าคู่แข่งกัน จึงไม่ส่งผลกระทบต่อ การเพิ่มผลผลิต เนื่องจากการเพิ่มผลผลิตเพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขันนั้น จะต้องอาศัยปัจจัยเชิงวัฒนธรรมองค์กรหลายปัจจัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Edadollah (2011) ที่ได้ค้นพบปัจจัยเชิงวัฒนธรรมองค์กรที่นำไปสู่การเพิ่มผลผลิต ได้แก่ การให้ความสำคัญกับกลุ่มการบูรณาการความเป็นหนึ่งเดียว การมุ่งเน้นกลุ่มคน ความเป็นอัตลักษณ์ของสมาชิก การให้รางวัล ความทนทานต่อความขัดแย้ง และการมุ่งเน้นระบบแบบเปิด

สรุปผลการทดสอบผลกระทบของความสามารถเชิงนวัตกรรมที่มีต่อการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ และประสิทธิภาพการดำเนินงาน พบว่า ความสามารถเชิงนวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Ahmed, Najmib, and Ikram (2020) ที่พบความสัมพันธ์โดยตรงของความสามารถเชิงนวัตกรรมทั้งด้านกระบวนการและด้านผลิตภัณฑ์กับประสิทธิภาพขององค์กร โดยเฉพาะการเพิ่มความเร็วและคุณภาพของนวัตกรรม ในขณะที่ผลการศึกษาไม่พบความสัมพันธ์ของความสามารถเชิงนวัตกรรมกับการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ สรุปได้ว่าความสามารถเชิงนวัตกรรมควรบูรณาการมาจากภายในและภายนอกองค์กร หรือเรียกว่าวัฒนธรรมแบบเปิด (Open innovation) เนื่องจากสภาพแวดล้อมขององค์กรมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์แบบเปิดอยู่ตลอดเวลา ดังงานวิจัยของ Greco, Grimaldi, Locatelli, and Serafini (2021) ได้กล่าวว่าระบบนิเวศของธุรกิจหรือสภาพแวดล้อมทางธุรกิจล้วนส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแบบเปิดเพื่อการเพิ่มผลผลิต ดังนั้นจึงไม่พบความสัมพันธ์ทางตรงระหว่างความสามารถเชิงนวัตกรรมกับการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ เนื่องจากความสามารถทางนวัตกรรมต้องอาศัยการบูรณาการของธุรกิจนำที่เอื้ออย่างพอเหมาะและมีประสิทธิภาพจึงจะเพิ่มผลผลิตได้โดยตรง

ผลการทดสอบการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรมพบว่ามีผลสัมพันธ์กับการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ มีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานเช่นเดียวกัน สอดคล้องกับ Chapman, Martin, and Smith (2014) ได้ให้ข้อสรุปเรื่องการจัดการอบรมเกี่ยวกับการตระหนักรู้ถึงวัฒนธรรม ผู้ที่ได้ผ่านการอบรมก็จะเกิดการรับรู้ถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมของผู้มารับบริการได้ จนทำให้เกิดการให้บริการที่ดีและสร้างความประทับใจได้ ซึ่งเป็นไปในทำนองเดียวกันกับ ปวีนิตย์ มากแก้ว (2557) ที่ได้ยืนยันถึงการพัฒนาทักษะในการทำงานบริการที่ดี จะทำให้พนักงานมีสมรรถนะในการบริการเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะทำให้การเพิ่มผลผลิตการบริการเหนือกว่าคู่แข่งกันได้ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรมมีผลกระทบเชิงบวกต่อการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ และประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ไม่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริการทั้ง 5 มิติ ได้แก่ มิติการปรับปรุงกระบวนการ มิติการพัฒนาผลิตภัณฑ์การบริการใหม่ มิติการดำเนินงานคุณภาพ มิติการพัฒนาทักษะการให้บริการแก่พนักงาน และมิติการจัดการทางการเงิน ด้วยการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนด การกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการเพิ่มผลผลิตการบริการก็เป็นอีกหนึ่งแนวทางที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และมีเป้าหมายเพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การควบคุมคุณภาพ การพัฒนาทักษะในการทำงาน และการควบคุมทางการเงินที่รัดกุม ซึ่งกลยุทธ์เหล่านั้น

จะบรรลุเป้าหมายไม่ได้เลยหากไม่ได้นำไปปฏิบัติ สอดคล้องกับ Erbiyik and Saru (2015) ได้กล่าวว่าการจะทำให้องค์กรบรรลุตามเป้าหมายการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อการเพิ่มผลผลิตด้วย Six sigma จะต้องนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติในห่วงโซ่อุปทาน โดยกลยุทธ์การเพิ่มผลผลิตทั้ง 5 มิติควรมีการถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติตลอดทั้งองค์กรอย่างชัดเจน มีระเบียบแบบแผน และเป็นไปตามโครงสร้างจึงจะเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานได้ตามแนวคิดของ Taylor

## สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะตัวแปรปัจจัยองค์กรในขอบเขตของการมุ่งเน้นเชิงกลยุทธ์ตามแนวคิดของ Gatignon and Xuereb (1997) ความสามารถเชิงนวัตกรรม และการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม รวมถึงการเพิ่มผลผลิต การบริการเชิงกลยุทธ์ที่ได้จำแนกมิติตามหลักการทางวิชาการอย่างครอบคลุม และประสิทธิภาพการดำเนินงาน ซึ่งยังมีอีกหลายปัจจัยที่ยังไม่ได้ทำการศึกษาในครั้งนี้ จึงควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อความสัมพันธ์นี้ด้วยจะทำให้ครอบคลุมตัวแปรมากยิ่งขึ้น การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาตัวแปรปัจจัยองค์กรให้ครอบคลุมกับบริบทที่ศึกษา ซึ่งน่าจะมีตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเพิ่มผลผลิตการบริการเชิงกลยุทธ์ และประสิทธิภาพองค์กร เนื่องจากค่า Adjust R<sup>2</sup> อธิบายได้ 69.30% และ 39.20% ตามลำดับ จะได้ทำให้ความสัมพันธ์ที่ศึกษามีความชัดเจนมากขึ้น งานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างองค์กรที่มีขนาดใหญ่และขนาดเล็กที่มีปัจจัยขององค์กรไม่เท่าเทียมกัน เนื่องจากทรัพยากรไม่เท่าเทียมกัน จึงอาจส่งผลต่อการเพิ่มผลผลิตเชิงกลยุทธ์ที่ต้องมุ่งเน้นหลักการเพิ่มผลผลิตเป็นหลัก และประสิทธิภาพการดำเนินงานที่แตกต่างกันได้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการตระหนักรู้ทางวัฒนธรรมซึ่งมีผลต่อกลยุทธ์การเพิ่มผลผลิตและประสิทธิภาพการดำเนินงาน แต่ก็ไม่ควรให้ความสำคัญกับการนำกลยุทธ์การเพิ่มผลผลิตการบริการไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นระบบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

## เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2561). รายชื่อบริษัทนำเที่ยว. สืบค้นจาก <http://www.tourism.go.th/view/1/> รายชื่อบริษัทนำเที่ยว/TH-TH
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *สรุปรายได้จากการท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี 2558-2563*. สืบค้นจาก [https://mots.go.th/download/article/article\\_20210125140437.xlsx](https://mots.go.th/download/article/article_20210125140437.xlsx)
- กาญจนา เศรษฐนันท์. (2545). บทบาทของนักบริหาร กับการเพิ่มผลผลิตในงานอุตสาหกรรม. *วารสารศูนย์บริการวิชาการ*, 10(4), 59-62.
- ปวีณิตย์ มากแก้ว. (2557). *การศึกษาด้านความสามารถและทักษะในการทำงาน ด้านการบริการที่ดี ด้านการทำงานร่วมกัน เป็นทีม ที่มีอิทธิพลต่อสมรรถนะของพนักงานระดับปฏิบัติการเขตสาทร กรุงเทพมหานคร (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.
- ศรีรัตดา เทพารักษ์. (2558). *วัฒนธรรมองค์กรเน้นคุณภาพที่ส่งผลต่อการวาง ระบบและกลไกด้าน คุณภาพทางการผลิต และการยอมรับที่จะปฏิบัติงานให้เกิดคุณภาพ กรณีศึกษาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราติบ ในเขตจังหวัดสงขลา จังหวัดพัทลุง และจังหวัดนครศรีธรรมราช (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี
- ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว. (2564). *คาดการณ์แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <https://www.tatreviewmagazine.com/article/คาดการณ์แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยว>

- วันชัย ริจิรวณิช. (2545). การเพิ่มผลผลิตในอุตสาหกรรม:เทคนิคและกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ :สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาพงษ์ ญาณไพศาล และประยุทธ์ ชูสอน. (2555). การปฏิบัติตามกลยุทธ์การประกันคุณภาพของ สถานศึกษาเอกชนขนาดเล็กในพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่นเขต 1. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ*, 5(2), 55-68.
- Aaker, D.A., Kumar, V., and Day, G.S. (2001). *Marketing research* (7th ed). New York: John Wiley and Sons.
- Acosta, A.S., Crespo, A.H. and Agudo, J.C. (2018). Effect of market orientation, network capability and entrepreneurial orientation on international performance of small and medium enterprises (SMEs). *International business review*, 27(6), 1128-1140. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.04.004>
- Ahmed, W., Najmib, A, and Ikram, M. (2020). Steering firm performance through innovative capabilities: A contingency approach to innovation management. *Technology in society*, 63, 101385. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101385>
- Chapman, R., Martin, C. and Smith, T. (2014). Evaluation of staff cultural awareness before and after attending cultural awareness training in an Australian emergency department. *International emergency nursing*, 22, 179-184.
- Chowdhury, S., Schulz, E., Milner, M., and Van De Voort, D. (2014). Core employee based human capital and revenue productivity in small firms: An empirical investigation. *Journal of business research*, 67, 2473-2479.
- Ebadollah, A. (2011). Organizational culture and productivity. *Procedia social and behavioral sciences* 15, 772-776.
- Erbiyik, H. and Saru, M. (2015). Six sigma implementations in supply chain: An application for an automotive subsidiary industry in Bursa in Turkey. *Procedia - social and behavioral sciences*, 195, 2556 – 2565.
- Gatignon, H. and Xuereb, J.M. (1997). Strategic orientation of the firm and new product performance. *Journal of marketing research*, 34(1), 77-90.
- Greco, M., Grimaldi, M., Locatelli, G., and Serafini, M. (2021). How does open innovation enhance productivity? An exploration in the construction ecosystem. *Technological forecasting and social change*, 168, 120740. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120740>
- Hair, J.F. Jr., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2010). *Multivariate data analysis a global perspective* (7th ed.). NY: Pearson.
- Hair, J.F. Jr., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. and Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6<sup>th</sup> ed.). NY: Pearson.
- Hofstede, G. (1997). *Cultures and organizations: Software of the mind*. London: McGraw-Hill.
- Hult, G.T.M., Hurley, R.F. and Knight, G.A. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial marketing management*, 33, 429- 438.
- Jean, R.J., Kim, D., Chiou, J.S. and Calantone, R. (2018). Strategic orientations, joint learning, and innovation generation in international customer-supplier relationships. *International business review*, 27(4), 838-851.

- Li, Y., Ye, F., Sheu, C. and Yang, Q. (2018). Linging green market orientation and performance: Antecedents and processes. *Journal of clener production*, 192, 924-931.
- Runkawee, N. (2015). *The effects of innovativeness and learning orientation on firm performance* (Doctoral dissertation). Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Pathum Thani.
- Tutar, H., Nart, S., and Bingol, D. (2015). The effects of strategic orientations on innovation capabilities and market performance: The case of ASEM. *Procedia social and behavioral sciences*, 207, 709-719.

วิเคราะห์และเปรียบเทียบผลตอบแทนและความเสี่ยงของกองทุนรวมใน  
ประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศสหรัฐอเมริกา  
**An Analysis and Comparison of Returns and Risks of Mutual Funds in  
Thailand, China, and USA**

ทศพล ผ่องญาติ<sup>1\*</sup> และ ณัฐวุฒิ คุ้มฒนเจริญชัย<sup>1</sup>

Todsapon Pongyat<sup>1\*</sup> and Nattawoot Koowattanatianchai<sup>1</sup>

Received: September 29, 2021; Revised: November 2, 2021; Accepted: November 8, 2021

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงระหว่างกองทุนรวมในประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศสหรัฐอเมริกา ใช้ Jensen's model เพื่อวัดความสามารถในการเอาชนะตลาดของกองทุนรวมทั้งสามประเทศ ในการวิเคราะห์จะอาศัยข้อมูลมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของแต่ละกองทุนรวมทั้งหมด 60 กองทุน โดยใช้ข้อมูลที่ใช้ศึกษาเป็นรายวันย้อนหลังระยะเวลาทั้งสิ้น 3 ปี ผลวิจัยจากการศึกษาอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของกองทุนรวมทั้งสามประเทศพบว่าประเทศจีนมีกองทุนที่มีอัตราผลตอบแทนที่สามารถเอาชนะอัตราผลตอบแทนของตลาดได้มากที่สุด อันดับที่สองคือประเทศสหรัฐอเมริกา อันดับที่สามประเทศไทย ส่วนผลวิจัยจากการศึกษา Jensen's model เมื่อพิจารณาค่า Constant ( $\alpha$ ) พบว่าประเทศจีนมีกองทุนที่มีอัตราผลตอบแทนที่สามารถเอาชนะอัตราผลตอบแทนของตลาดได้มากที่สุด อันดับที่สองคือประเทศสหรัฐอเมริกา อันดับที่สามคือกองทุนรวมของประเทศไทย และผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าเบต้า ( $\beta$ ) โดยใช้ t-Stat ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าทั้งประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศสหรัฐอเมริกานั้นมีอัตราผลตอบแทนของกองทุนและอัตราผลตอบแทนของตลาดมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** กองทุนรวม ความเสี่ยง มูลค่าเงินลงทุนของกองทุนรวม อัตราผลตอบแทน

<sup>1</sup> คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จังหวัดกรุงเทพมหานคร, Business Administration Kasetsart University

\*Corresponding author e-mail: todsapon.p@ku.ac.th

## Abstract

This research aimed to provide evidence of the comparison of mutual funds' returns and risks among Thailand, China, and the USA utilizing Jensen's Model metric to measure the ability to beat the market of the mutual funds in the three countries. The main data of the study were daily net asset values of 60 mutual funds in a 3 years' interval. The results demonstrated that mutual funds with the highest market-beating return rate were ones in China, the USA, and Thailand, respectively. However, considering the constant Alpha ( $\alpha$ ) based on Jensen's Model, mutual funds in China produced the highest market-beating returns, followed by the USA and Thailand. Finally, the correlation beta ( $\beta$ ) test using t-Stat at a 95% confidence level illustrated that there was a significant association among fund yields and returns in Thailand, China, and the USA.

**Keywords:** Mutual fund, Risk, Net asset value, Return rate

## บทนำ

สภาพสังคมและการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน กล่าวได้ว่าเงินเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน การลงทุนในเงินฝากประจำหรือพันธบัตรรัฐบาลแบบเดิม ๆ ให้ผลตอบแทนที่ลดลงเมื่อเทียบกับผลตอบแทนในอดีต ทำให้นักลงทุนเริ่มหาผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ ๆ เพื่อตอบโจทย์การลงทุนในปัจจุบัน แต่เครื่องมือทางการเงินมีความซับซ้อน การลงทุนในรูปแบบอื่นเช่น การลงทุนในหุ้น พันธบัตร ตราสารต่าง ๆ อสังหาริมทรัพย์ หรือแม้แต่ในกองทุนรวมถือเป็นทางเลือกที่จะทำให้มูลค่าของเงินที่มีอยู่เพิ่มสูงขึ้นโดยเป็นเงินที่รับมาจากผลกำไรหรือผลตอบแทนจากการลงทุน อาทิ ดอกเบี้ย เงินปันผล กำไรจากการซื้อขาย ค่าเช่า เป็นต้น กองทุนรวมจึงเป็นเครื่องมือในการลงทุนที่มีประสิทธิภาพ มีการจัดการลงทุนอย่างเป็นระบบ มีบริษัทจัดการเป็นผู้ดูแลและมีความเชี่ยวชาญรวมถึงมีประสบการณ์ในด้านการลงทุนมาบริหารเงินลงทุนสอดคล้องกับนโยบายการลงทุนที่มุ่งเน้นการลงทุนที่หลากหลายในกองทุนนั้น ๆ ให้เหมาะสมกับความเสี่ยงที่สามารถยอมรับได้ นอกจากนี้ยังมีสิทธิประโยชน์ทางอ้อมเกี่ยวกับการลดหย่อนภาษีซึ่งเป็นอีกหนึ่งข้อดีของกองทุนรวมที่ช่วยเพิ่มความน่าสนใจและนำลงทุนลง แม้ว่า การลงทุนผ่านกองทุนรวมจะมีผู้เชี่ยวชาญ (ผู้จัดการกองทุน) มาบริหารจัดการการลงทุน แต่การลงทุนในกองทุนรวมก็ยังมีความเสี่ยงเรื่องผลตอบแทนที่มากหรือน้อยแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับสินทรัพย์ของกองทุนที่แต่ละกองไปลงทุนหรือแนวทางนโยบายการลงทุนของแต่ละกองทุน ดังนั้นผลตอบแทนและความเสี่ยงจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่อาจต้องพิจารณาเพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน

การลงทุนในกองทุนรวมส่งผลให้มีการจ้างงานเกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจ ทำให้มีการกระจายรายได้และกระจายทรัพยากรที่มีจำกัดไปสู่ระบบเศรษฐกิจ ดังนั้นกองทุนรวมจึงมีส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจโดยตรง เพราะเงินที่นำเข้าสู่ระบบผ่านกองทุนรวมนี้จะทำให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการบริโภคที่สูงขึ้น ก่อให้เกิดผลที่ดีต่อระบบเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับช่วงปีที่ผ่านมาได้มีการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ซึ่งเกิดผลกระทบกับเศรษฐกิจทั่วโลก ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน สถานการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลกส่งผลให้เศรษฐกิจโลกในปีนี้มีแนวโน้มเข้าสู่ภาวะถดถอยอย่างชัดเจน จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาวิเคราะห์ผลตอบแทนและความเสี่ยงของกองทุนรวม และเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของกองทุนที่บริหารโดยผู้จัดการกองทุนของกองทุนรวมในประเทศไทยกับกองทุนรวมในต่างประเทศ อาทิ ประเทศจีนที่มี GDP สูงที่สุดในเอเชีย และประเทศสหรัฐอเมริกาที่มี GDP สูงที่สุดในโลก (Statisticstimes, 2564) โดยการเปรียบเทียบดังกล่าวเพื่อทราบถึงอัตราผลตอบแทนของกองทุนรวมของแต่ละประเทศนั้น ๆ เทียบกับอัตราผลตอบแทนรวมของตลาดของประเทศนั้น ๆ ว่ามีอัตราผลตอบแทนที่มากกว่าตลาด

หรือไม่ นอกจากนี้ยังทำการคำนวณวิเคราะห์ผลตอบแทนและความเสี่ยงของกองทุนรวมของทั้งสามประเทศด้วยวิธีการทดสอบ Jensen's model เปรียบเทียบผลประกอบการของกองทุนรวมทั้งสามประเทศกับผลประกอบการของตลาดของแต่ละประเทศว่ามีผลการดำเนินการของกองทุนรวมประเทศไหนที่ชนะตลาด จำนวนที่กองทุนเมื่อเปรียบเทียบกับทั้งสามประเทศ โดยนำวิธีการทดสอบปัจจัยค่า  $\alpha_p$  ของ Jensen's model มาวิเคราะห์ผลทางสถิติต้องทดสอบรวมทั้งหมด 3 ครั้งเนื่องจากต้องทดสอบเทียบกับดัชนีของแต่ละประเทศ เช่นประเทศไทยต้องทดสอบเทียบกับ SET index ประเทศจีนเทียบกับ SSEC index และประเทศสหรัฐอเมริกาเทียบกับ Dow jone ว่ามีกองทุนจำนวนเท่าไรที่มีอัตราผลตอบแทนที่สามารถบริหารกองทุนชนะอัตราผลตอบแทนของตลาดของแต่ละประเทศนั้น ๆ ได้ ซึ่งการเปรียบเทียบดังกล่าวทำให้เห็นข้อมูลของกองทุนในแต่ละประเทศในช่วงวิกฤติแสดงถึงความน่าลงทุนของแต่ละประเทศซึ่งเป็นอีกหนึ่งมุมมองที่เสนอเป็นอีกทางเลือกที่น่าสนใจให้กับนักลงทุนและบุคคลที่สนใจ

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตราผลตอบแทน และความเสี่ยงและเปรียบเทียบวิธีการคำนวณอัตราผลตอบแทน และความเสี่ยง และ Jensen's model ของกองทุนรวมทั้งในประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศสหรัฐอเมริกา
2. เพื่อเปรียบเทียบวิธีการคำนวณอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงกับ Jensen's model ของกองทุนรวมทั้งในประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศสหรัฐอเมริกาว่ามีกองทุนของประเทศใดบ้างที่สามารถเอาชนะตลาดได้

### ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาการวิเคราะห์ผลตอบแทนและความเสี่ยงของกองทุนรวมโดยใช้ข้อมูลรายเดือนทศนิยมของตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้ข้อมูลทศนิยมของ Setsmart และ Investing ในการค้นหามูลค่าสินทรัพย์สุทธิ (NAV) รายเดือนของกองทุนรวมในประเทศไทย กองทุนรวมในประเทศจีน และกองทุนรวมในประเทศสหรัฐอเมริกา ช่วงเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2560 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2563 รวมทั้งสิ้น 3 ปี ส่วนการค้นหาข้อมูลของกองทุนรวมโดยคัดเลือกกองทุนรวมจากการให้คะแนนของ Morningstar ของกองทุนนั้น ๆ ที่ได้รับคะแนน 5 ดาว ที่มีอัตราผลตอบแทนมากที่สุด 20 อันดับแรกแบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ กองทุนรวมในประเทศไทยจำนวน 20 กองทุน กองทุนรวมในประเทศจีนจำนวน 20 กองทุน และกองทุนรวมในประเทศสหรัฐอเมริกาจำนวน 20 กองทุน รวมทั้งสิ้นจำนวน 60 กองทุน

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีเกี่ยวกับอัตราผลตอบแทนผลตอบแทนจากการลงทุน วัตถุประสงค์หลักของผู้ลงทุนคือต้องการอัตราผลตอบแทนที่สูงสุด ณ ระดับความเสี่ยงหนึ่ง ผลตอบแทนจึงเป็นแรงจูงใจที่สำคัญในกระบวนการลงทุนซึ่ง จิรดีน สังกข์แก้ว (2547) กล่าวเกี่ยวกับอัตราผลตอบแทนว่าผู้ลงทุนควรใช้ระดับอัตราผลตอบแทนที่ประเมินควบคู่กับความเสี่ยงของสู่ทางการลงทุนต่าง ๆ นำมาเปรียบเทียบกับกับอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ นอกจากนั้นอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์หรือกองทุนรวมต่าง ๆ ยังเป็นเครื่องชี้ผลการดำเนินงานของหลักทรัพย์หรือผู้บริหารกองทุนนั้น ๆ อัตราผลตอบแทน (Rate of return) คือ ผลประโยชน์ที่นักลงทุนได้รับจากการลงทุนในหลักทรัพย์ ได้แก่ กำไรส่วนเกินทุน (Capital gain) เงินปันผล (Dividend) ดอกเบี้ย (Interest) สิทธิซื้อหุ้นเพิ่มทุน (Stock right) ผลตอบแทนมักแสดงในรูปของร้อยละ โดยเทียบกับเงินลงทุนต้นงวดและมักคิดต่อระยะเวลาหนึ่งปีแต่อาจจะคิดต่อเวลาในรูปร้อยละโดยคำนวณจากสมการดังนี้

$$R_{pt} = \frac{(NAV_t - NAV_{t-1})}{NAV_{t-1}} + 100 \quad (1)$$

กำหนดให้

$R_{pt}$	คือ	อัตราผลตอบแทนของกองทุน ณ เวลาที่ t
$NAV_t$	คือ	มูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุน ณ เวลาที่ t
$NAV_{t-1}$	คือ	มูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุน ณ เวลาที่ t-1

อัตราผลตอบแทนจากกองทุนรวมในการคำนวณผลตอบแทนคำนวณจากอัตราการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าสินทรัพย์สุทธิต่อหนึ่งช่วงเวลาและปรับด้วยเงินเป็นผลจ่าย แล้วจึงนำอัตราผลตอบแทนที่คำนวณได้ตลอดระยะเวลาที่ศึกษามาค่าเฉลี่ยตั้งสมการ

$$\bar{R}_p = \sum_{i=1}^n \frac{R_{pt}}{n-1} \quad (2)$$

กำหนดให้

$\bar{R}_p$	คือ	อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของกองทุน
$R_{pt}$	คือ	อัตราผลตอบแทนของกองทุน ณ เวลาที่ t
n	คือ	จำนวนงวดทั้งหมดที่ทำการศึกษา

ทฤษฎีเกี่ยวกับความเสี่ยง มนต์ชัย ตั้งสถาพรพงษ์ (2553) กล่าวว่าความเสี่ยงจากการลงทุนสามารถเกิดขึ้นได้กับทุกสินทรัพย์ที่สามารถลงทุนได้ ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนในเงินฝาก กองทุนรวม หุ้น และสินค้าโภคภัณฑ์ เช่น ทองคำ น้ำมัน ดังนั้นจึงมีเครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้วัดความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อให้นักลงทุนได้ทราบถึงความเสี่ยงของสินทรัพย์ที่ได้ลงทุน โดยปกติจะนิยมแบ่งความเสี่ยงออกเป็น 2 ประเภท คือ (ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน, 2552) ความเสี่ยงที่มาจากระบบ (Systematic risk) ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่ไม่สามารถบริหารได้จากการกระจายความเสี่ยง และความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบ (Unsystematic risk) ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่นักลงทุนสามารถบริหารได้ด้วย การกระจายความเสี่ยงไปในการลงทุนที่หลากหลาย สามารถคำนวณความเสี่ยงของกองทุนรวมโดยใช้ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคำนวณจากสมการ

$$\sigma_p = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (R_{pt} - \bar{R}_p)^2}{n-1}} \quad (3)$$

กำหนดให้

$\sigma_p$	คือ	ความเสี่ยงของกองทุน
$R_{pt}$	คือ	อัตราผลตอบแทนของกองทุน ณ เวลา t
$\bar{R}_p$	คือ	อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของกองทุน
n	คือ	จำนวนงวดทั้งหมดที่ทำการศึกษา

ความเสี่ยงจากกองทุนรวมโดยใช้ค่าเบต้าของกองทุนรวม ซึ่งเป็นตัวแสดงถึงทิศทางความเคลื่อนไหวระหว่างอัตราผลตอบแทนของกองทุนรวมกับตลาดคำนวณจากสมการดังนี้

$$\beta_p = \frac{COV_{pm}}{\sigma_m^2} \quad (4)$$

กำหนดให้

$\beta_p$	คือ	เบต้าของกองทุน
$COV_{pm}$	คือ	ความแปรปรวนระหว่างอัตราผลตอบแทนของกองทุนกับตลาด
$\sigma_m^2$	คือ	ความแปรปรวนร่วมของอัตราผลตอบแทนตลาด

ทฤษฎี Jensen's model เป็นการเปรียบเทียบผลต่างระหว่างอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์กับอัตราผลตอบแทนที่ต้องการปรับด้วยค่าความเสี่ยง ค่าอัลฟา ( $\alpha$ ) คือค่าที่บอกว่าผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุนในหลักทรัพย์นั้นทำได้ดีหรือมากกว่า ให้ผลตอบแทนจากการลงทุนที่นักลงทุนต้องการตามทฤษฎีหรือให้ผลตอบแทนที่มากกว่า ผลตอบแทนของตลาดอยู่ร้อยละเท่าไรเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอัตราผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจริงเฉลี่ยกับอัตราผลตอบแทนที่ควรจะเป็น หรือค่าอัลฟาของกองทุน ( $\alpha$ ) และใช้ค่าเบต้าเป็นตัวที่บ่งบอกความเสี่ยงที่เป็นระบบของกองทุนรวม (ปริยศ ทับสมบัติ, 2557)

$$\alpha_p = \bar{R}_p - [\bar{R}_f + (\bar{R}_m - \bar{R}_f)\beta_p] \quad (5)$$

กำหนดให้

$\alpha_p$	คือ	ค่าอัลฟาของ Jensen
$\bar{R}_p$	คือ	อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของกองทุน
$\bar{R}_f$	คือ	อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของกองทุนที่ปราศจากความเสี่ยง
$\bar{R}_m$	คือ	อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของตลาด
$\beta_p$	คือ	ค่าเบต้าหรือค่าความเสี่ยงที่เป็นระบบของกองทุน

ถ้า  $\alpha > 0$  หมายความว่า หลักทรัพย์นั้นได้ให้ผลตอบแทนสูงกว่าระดับดุลยภาพ คือ อัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนคาดว่าจะได้รับสูงกว่าอัตราผลตอบแทนตลาดโดยรวม แสดงว่าราคาหลักทรัพย์ในขณะนั้นมีราคาต่ำกว่าราคาที่เหมาะสม (Undervalued) ถ้า  $\alpha = 0$  หมายความว่า หลักทรัพย์นั้นได้ให้ผลตอบแทนที่ระดับดุลยภาพ คือ อัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนคาดว่าจะได้รับเท่ากับอัตราผลตอบแทนตลาดโดยรวม ถ้า  $\alpha < 0$  หมายความว่า หลักทรัพย์นั้นได้ให้ผลตอบแทนต่ำกว่าระดับดุลยภาพ คือ อัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนคาดว่าจะได้รับต่ำกว่าอัตราผลตอบแทนตลาดโดยรวม แสดงว่าราคาหลักทรัพย์ในขณะนั้นสูงกว่าราคาที่เหมาะสม (Overvalued)

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องหรือผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประกอบการศึกษา โดยทำการสรุปแนวคิดและผลสรุปของงานวิจัยไว้มีประเด็นสำคัญดังนี้

### แนวคิดและทฤษฎีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนและความเสี่ยง

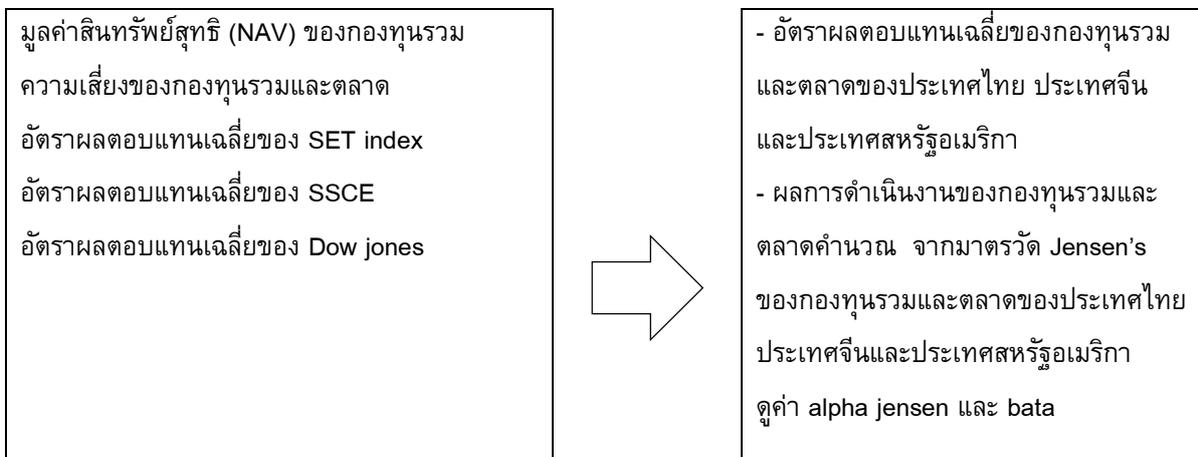
เซตศักดิ์ โชติมงคลทรัพย์ (2544) ได้ศึกษาเรื่องวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากการวิจัยพบว่า ประการแรก ปัจจัยที่กำหนดอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้ดัชนีตลาดหลักทรัพย์ (Set index) เป็นตัวแทนอัตราผลตอบแทน พบว่าตัวแปรอิสระต่าง ๆ ที่นำมาพิจารณาสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของดัชนีตลาดหลักทรัพย์ (Set index) ได้ร้อยละ 98.99 และสัมประสิทธิ์ของตัวแปรทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติ ประการที่สอง การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงปี 2539-2543 ให้อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ -1.78% หรือ -21.36% ต่อปี มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 12.7 และมีค่าความแปรปรวนเท่ากับ 161.29 ประการที่สาม ทุกกลุ่มหลักทรัพย์มีอัตราผลตอบแทนติดลบ โดยกลุ่มหลักทรัพย์ที่มีอัตราผลตอบแทนสูงที่สุด คือ กลุ่มสื่อสาร กลุ่มพลังงาน กลุ่มธนาคาร กลุ่มเงินทุนและหลักทรัพย์ กลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ตามลำดับ ด้านความเสี่ยง กลุ่มที่มีความเสี่ยงมากที่สุดคือ กลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มสื่อสาร กลุ่มธนาคาร และกลุ่มพลังงานตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงกลุ่มหลักทรัพย์ที่น่าสนใจลงทุน คือ กลุ่มพลังงาน ในส่วนของค่าคงที่และค่าเบต้า ( $\beta$ ) ของกลุ่มหลักทรัพย์ต่าง ๆ มีค่าติดลบ แต่หากสภาวะตลาดอยู่ในขาขึ้น หลักทรัพย์ที่น่าสนใจลงทุนคือกลุ่มเงินทุน กลุ่มธนาคาร กลุ่มสื่อสาร และกลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ในขณะที่งานวิจัยของ ชนม์พิชชา แสงอรุณ (2548) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงเปรียบเทียบกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ หุ้นสามัญจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีทั้งหมด 197 หลักทรัพย์ แบ่งเป็น 26 หลักทรัพย์ โดยข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเป็นข้อมูลทุติยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า (1) การลงทุนในหุ้นสามัญของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตั้งแต่ มกราคม 2553 จนถึงธันวาคม 2557 ให้อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยร้อยละ 0.93 ต่อเดือน หรือร้อยละ 11.16 ต่อปี ความเสี่ยงร้อยละ 101.04 ต่อปี (2) อัตราผลตอบแทนตลาดหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนทุกกลุ่มหลักทรัพย์ยกเว้นกลุ่มการแพทย์ (3) ทุกกลุ่มหลักทรัพย์ส่วนใหญ่มีค่าดัชนีความเสี่ยงที่เป็นระบบ ( $\beta$ ) เป็นลบ และ (4) มีอัตราผลตอบแทนสูงสุดคือ กลุ่มพลังงาน และกลุ่มธนาคาร ซึ่งจะเห็นได้จากทั้งสองงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงซึ่งผลงานวิจัยทั้งสองเป็นไปในทิศทางเดียวกันในคือกลุ่มที่ให้ผลตอบแทนสูงเป็นกลุ่มสื่อสาร กลุ่มพลังงาน กลุ่มธนาคาร กลุ่มเงินทุนและหลักทรัพย์ ในขณะที่กลุ่มอสังหาริมทรัพย์มีความเสี่ยงต่ำเมื่อเทียบกับกลุ่มหลักทรัพย์อื่น

### แนวคิดและทฤษฎีวัดผลการดำเนินงาน Jensen's model

กฤติยาพร พลตรี (2549) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลการดำเนินงานความเสี่ยงผลตอบแทนของกองทุนที่ลงทุนในต่างประเทศ โดยทำการศึกษามูลค่าสินทรัพย์สุทธิ (NAV) รายเดือนของกองทุนรวมต่างประเทศที่มีนโยบายลงทุนในตราสารหนี้จำนวน 7 กองทุน ช่วงเดือน มิถุนายน 2547 ถึงเดือน พฤศจิกายน 2549 รวมทั้งสิ้น 30 เดือน เมื่อพิจารณาในส่วนพาร์ต Jensen เป็นมาตรวัดผลปรากฏว่า กองทุนรวมต่างประเทศประเภทตราสารหนี้ให้อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยมากกว่าลงทุนในตราสารหนี้โดยตรง และพบว่ามาตรวัดของ Jensen ทุกกองทุนมีค่าเป็นบวกแสดงว่า กองทุนรวมบริหารงานได้ดีกว่าตลาด และกองทุนรวมมีการกระจายความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบจึงทำให้ความเสี่ยงรวม (Total risk) มีความเสี่ยงมากกว่าความเสี่ยงที่เป็นระบบ (Systematic risk) เมื่อศึกษางานวิจัยของ พรเทพ ฤกษ์สาร (2551) ซึ่งทำการวิเคราะห์ผลตอบแทนความเสี่ยงกองทุน และประเมินผลการดำเนินงานกองทุนรวมตราสารหนี้ และตราสารผสม เห็นได้ว่าให้ผลงานวิจัยไปในทางเดียวกัน โดยข้อมูลที่ใช้ทำการศึกษาคือ รายไตรมาสคือ ไตรมาส 1 ปี 2547 ถึงไตรมาส 4 ปี 2550 แบ่งเป็น กองทุนรวมตราสารหนี้ 8 กองทุนตราสารหนี้ 9 กองทุน และ ตราสารผสม 6 กองทุน เครื่องมือที่ใช้มาตรวัดคือ Jensen's model ผลการวิจัยพบว่ามาตรวัดอื่น กล่าวคือกองทุนรวมประเภทตราสารหนี้

มีผลตอบแทนดีกว่าตลาดทุกกอง กองทุนรวมแบบผสมและมี 4 กองทุนที่ให้อัตราผลตอบแทนมากกว่าตลาดตรงลงมา คือแบบตราสารทุน และกองทุนรวมตราสารหนี้ให้อัตราผลตอบแทนต่ำกว่าตลาดทุกกองทุน ในขณะที่งานวิจัยอื่น ศึกษา กองทุนในต่างประเทศด้วยให้ผลต่างออกไปเช่น วาสิณี แสงธรรม (2550) และ Meric (2554) โดย วาสิณี แสงธรรม (2550) ได้ศึกษาความแตกต่างของอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยง พร้อมทั้งประเมินผลการดำเนินงานของกองทุนรวม ที่มี นโยบายการลงทุนในตราสารทุนทั้งใน และต่างประเทศ เมื่อพิจารณาในส่วนพาร์ท Jensen ratio ข้อมูลเป็น NAV รายวันของกองทุนในประเทศ 3 กองทุน และต่างประเทศ 3 กองทุน ในช่วงเดือน มกราคม. 2549 ถึง ธันวาคม 2549 ได้ผลว่า อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยกองทุนรวมต่างประเทศสูงกว่าตลาดของ Jensen ให้ค่าที่แตกต่างโดยมีบางกองทุนที่ ลงทุนต่างประเทศดีกว่าและบางกองทุนที่ลงทุนในประเทศดีกว่า เมื่อเทียบระหว่างกองทุนกับกองทุน ส่วนงานวิจัยของ Meric (2554) ได้ศึกษาเรื่อง Risks returns and portfolio diversification benefits of country index funds in bear and bull markets จากการศึกษาพบว่าตลาดหุ้นสหรัฐประสบกับภาวะตลาดขาลงที่เลวร้ายที่สุดครั้งหนึ่ง ในประวัติศาสตร์ตั้งแต่วันที่ 19 พฤษภาคม 2551 ถึง 9 มีนาคม 2552 ตามด้วยตลาดขาขึ้นที่แข็งแกร่งตั้งแต่วันที่ 9 มีนาคม 2552 ถึงวันที่ 19 มกราคม 2553 ในเอกสารนี้ศึกษาผลการดำเนินงานด้านผลตอบแทนความเสี่ยงของ 23 กองทุนดัชนีของประเทศ Ishares ซึ่งได้ทำการเปรียบเทียบถึง 3 มาตราวัด ผลจากการคำนวณและการวิเคราะห์ ทางสถิติคือ Sharpe, Treynor ratio และ Jensen's model ให้ผลไปในทางเดียวกันระบุว่า มาเลเซีย ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกาและกองทุนดัชนีของประเทศ สวิตเซอร์แลนด์มีผลการดำเนินงานที่ดีที่สุดทั้งสองช่วงเวลาสถิติบ่งชี้ว่าในแง่ของการฟื้นตัวของการสูญเสียจากตลาด ขาลงไปยังตลาดขาขึ้นกองทุนของมาเลเซีย สิงคโปร์ แอฟริกาใต้และออสเตรเลีย มีผลการดำเนินงานที่ดีที่สุด และ กองทุนเบลเยียม ออสเตรเลีย อิตาลีและเยอรมนีมีผลการดำเนินงานที่แย่ที่สุด

ในการศึกษาทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้น มีข้อมูลเกี่ยวกับการคำนวณอัตราผลตอบแทน และความเสี่ยงกับการรันผลทางสถิติ Jensen's model ซึ่งในแต่หัวข้อมีผู้ที่เคยศึกษามาก่อนโดยผลลัพธ์ที่ได้สอดคล้อง ไปในทางเดียวกัน แต่ส่วนใหญ่จะเป็นการทดลองที่มีจำนวนกองทุนและระยะเวลาการศึกษาที่น้อย และทำการสุ่ม หรือไม่มีการคัดกรอง หรือไม่กำหนดข้อมูลกลุ่มประชากร ตลอดจนกองทุนที่ชัดเจน ทำให้การศึกษารั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตกลุ่มประชากรใหม่และมุ่งเน้นไปทางการเปรียบเทียบและวิเคราะห์ให้อัตราผลตอบแทนและ ความเสี่ยงกับ Jensen's model เป็นผลการทดลองระหว่างกองทุนกับตลาดทั้งในประเทศไทย ประเทศจีน และ ประเทศสหรัฐอเมริกาเพื่อให้เห็นถึงความสามารถในการเอาชนะตลาดของกองทุนในแต่ละประเทศ อันเป็นอีกหนึ่ง ข้อมูลที่น่าสนใจให้กับนักลงทุนหรือผู้ที่สนใจ



รูปที่ 1 : กรอบแนวคิดงานวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาริธีนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างทำการศึกษาระยะข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative analysis) เพื่อให้การศึกษาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิของ Setsmart และ Investing ในการค้นหามูลค่าสินทรัพย์สุทธิ (NAV) ของกองทุนรวมในประเทศไทย กองทุนรวมในประเทศจีน และกองทุนรวมในประเทศสหรัฐอเมริกา ช่วงเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2560 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2563 รวมทั้งสิ้น 3 ปี ส่วนการค้นหาข้อมูลของกองทุนรวมใช้วิธีการคัดเลือกจากการให้คะแนนของ Morningstar ของกองทุนนั้น ๆ ที่ได้รับคะแนน 5 ดาว ที่มีอัตราผลตอบแทนมากที่สุด 20 อันดับแรกแบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ กองทุนรวมในประเทศไทยจำนวน 20 กองทุน กองทุนรวมในประเทศจีนจำนวน 20 กองทุน และกองทุนรวมในประเทศสหรัฐอเมริกาจำนวน 20 กองทุน รวมทั้งสิ้นจำนวน 60 กองทุน ซึ่งข้อมูลของตัวแปรอิสระบ่งบอกถึงอัตราผลตอบแทนของกองทุนจะแสดงให้เห็นถึงความน่าสนใจในการลงทุนของกองทุนนั้น จึงต้องเก็บข้อมูลจากตัวแปรอิสระเพื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับข้อมูลจากผลการคำนวณของแต่ละกองทุน โดยทำการคำนวณอัตราผลตอบแทนของกองทุนรวมและของตลาด ความเสี่ยงของกองทุนและของตลาด วัดผลการดำเนินงานของกองทุนรวมโดยใช้ Jensen's model เป็นเครื่องมือในคำนวณและการวิเคราะห์ทางสถิติ เนื่องจากผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากกองทุนรวมถึง 3 ประเทศด้วยกันดังนั้นจึงต้องทำการคำนวณผลซ้ำถึง 3 รอบเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารนำมาใช้วิเคราะห์และเปรียบเทียบกองทุนของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศสหรัฐอเมริกาได้ ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลจากผลการคำนวณทั้งสามส่วนและสรุปผลการศึกษาข้อมูลงานวิจัย

ตัวแปรที่ใช้สำหรับงานวิจัย

ตัวแปรอิสระ

มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ (NAV) ของกองทุนรวม

ความเสี่ยงของกองทุนรวมและตลาด

อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของ SET index

อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของ SSCE

อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของ Dow jone

ตัวแปรตาม

อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของกองทุนรวมและตลาด

ผลการดำเนินงานของกองทุนรวมและตลาดคำนวณจาก Jensen's alpha ของกองทุนรวมและตลาด

## ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนของกองทุนรวมกับอัตราผลตอบแทนตลาดของประเทศไทย SET index กับประเทศจีน Shanghai composite และประเทศสหรัฐอเมริกา Dow jone ว่าจำนวนกองทุนทั้งหมดที่กองทุนที่มีอัตราผลตอบแทนที่สามารถเอาชนะอัตราผลตอบแทนของตลาดสามารถคำนวณได้จากสมการที่ (1) และ (2)

2. การวิเคราะห์ความเสี่ยงของกองทุนรวมกับความเสี่ยงตลาดของประเทศไทย SET index กับประเทศจีน Shanghai composite และประเทศสหรัฐอเมริกา Dow jone ว่าจำนวนกองทุนทั้งหมดที่กองทุนที่มีความเสี่ยงน้อยกว่าของตลาดสามารถคำนวณได้จากสมการที่ (3)

3. การวิเคราะห์ใช้เครื่องมือในคำนวณและการวิเคราะห์ทางสถิติ Jensen's model ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอัตราผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจริงเฉลี่ยกับอัตราผลตอบแทนที่ควรจะเป็นโดยการคำนวณหา

ผลการดำเนินงานของกองทุนรวมได้จากสมการที่ (4) และ (5) ซึ่งจะได้ค่าคงที่หรือค่า Constant ( $\alpha$ ) และค่าเบต้า ( $\beta$ ) ปรับรูปสมการได้ดังนี้

$$(R_p - R_f) = \alpha + \beta (R_m - R_f)$$

ตารางที่ 1 อัตราผลตอบแทนของกองทุนรวมกับอัตราผลตอบแทนตลาด

ประเทศไทย		ประเทศจีน		ประเทศสหรัฐอเมริกา	
รายชื่อกองทุน	อัตราผลตอบแทนเฉลี่ย (ร้อยละ)	รหัสกองทุน	อัตราผลตอบแทนเฉลี่ย (ร้อยละ)	รายชื่อกองทุน	อัตราผลตอบแทนเฉลี่ย (ร้อยละ)
ASPEF	0.6317	163415	2.9862	AMRMX	0.2384
CIMB-PFIF	0.2093	519732	2.5069	ABNDX	0.2369
CIMB-PSIF	-1.274	050016	0.5819	MDLOX	0.2207
KE Equity Fund	0.3497	000840	0.2788	GSFTX	0.4636
KS Equity Fund	-0.279	160513	0.6792	DFAPX	0.3472
KUs Equity Fund	1.2764	519979	2.5603	FBALX	0.4948
KaCBF	0.1855	519933	0.6733	FBGRX	1.7737
Ka Equity Fund	-0.029	000830	2.6881	FDGRX	1.7327
KT 1Y-3Y FIF	0.1779	161725	3.2986	FSIGX	0.2107
KTLT Equity Fund	-0.347	000171	0.7644	JLGMX	1.3645
KE Equity Fund	1.0198	110011	3.1305	MIEIX	0.5138
KtamWPF	0.2737	002351	1.154	PRBLX	0.6259
ONE-UGF	2.1797	000118	0.7059	VBIAX	0.6852
SCBEMBF	0.3453	000751	3.5546	VEXAX	1.2913

ตารางที่ 1 อัตราผลตอบแทนของกองทุนรวมกับอัตราผลตอบแทนตลาด (ต่อ)

ประเทศไทย		ประเทศจีน		ประเทศสหรัฐอเมริกา	
รายชื่อกองทุน	อัตราผลตอบแทนเฉลี่ย(ร้อยละ)	รหัสกองทุน	อัตราผลตอบแทนเฉลี่ย (ร้อยละ)	รายชื่อกองทุน	อัตราผลตอบแทนเฉลี่ย (ร้อยละ)
SCBIPF	0.1425	000532	0.4697	VWILX	1.4312
Scb Equity Fund	-0.774	260108	3.6996	VTRIX	0.0563
TAGF	0.84	519150	2.7421	VSMAX	0.9751
TSRIF	0.4436	160133	2.1519	VGSTX	0.4105
UFIF-A	0.1958	161903	3.0143	VGNAX	0.1352
SET INDEX	-0.475	SSC Index	0.1077	Dow Jone	0.5987

จากตารางที่ 1 แสดงถึงอัตราผลตอบแทนรายเดือนเฉลี่ย 3 ปีของกองทุนรวมและ Set index ได้ค่าเฉลี่ยของอัตราผลตอบแทนรายเดือนเฉลี่ย 3 ปีเป็นบวก 15 กองทุน โดยกองทุนที่ให้อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยมากที่สุดของกองทุนรวมในประเทศไทยคือ KUs equity fund ให้อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยเท่ากับ 1.2764% และกองทุนที่อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยน้อยที่สุดของกองทุนรวมในประเทศไทยคือ CIMB-PSIF ให้อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยเท่ากับ 1.274% โดยมีจำนวนกองทุนรวมในประเทศไทยทั้งหมดที่มีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยมากกว่าอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของ SET index จำนวนทั้งหมด 15 กองทุน

พิจารณาในส่วนที่สองแสดงถึงอัตราผลตอบแทนรายเดือนเฉลี่ย 3 ปีของกองทุนรวมและ SSEC index ได้ค่าเฉลี่ยของอัตราผลตอบแทนรายเดือนเฉลี่ย 3 ปีเป็นบวก 20 กองทุนโดยกองทุนที่ให้อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยมากที่สุดของกองทุนรวมในประเทศจีนคือ IGW emerging growth fund (260108) ให้อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยเท่ากับ 3.6996% และกองทุนที่อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยน้อยที่สุดของกองทุนรวมในประเทศจีนคือ Bosera equity fund (000084) ให้อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยเท่ากับ 0.2788% โดยมีจำนวนกองทุนรวมในประเทศจีนทั้งหมดที่มีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยมากกว่าอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของ SSEC index จำนวนทั้งหมด 20 กองทุน

พิจารณาในส่วนที่สามแสดงถึงอัตราผลตอบแทนรายเดือนเฉลี่ย 3 ปีของกองทุนรวมและ Dow jone ได้ค่าเฉลี่ยของอัตราผลตอบแทนรายเดือนเฉลี่ย 3 ปีเป็นบวก 20 กองทุนโดยกองทุนที่ให้อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยมากที่สุดของกองทุนรวมในประเทศสหรัฐอเมริกาคือ FBGRX ให้อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยเท่ากับ 1.7737% และกองทุนที่อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยน้อยที่สุดของกองทุนรวมในประเทศสหรัฐอเมริกาคือ VTRIX ให้อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยเท่ากับ 0.0563% โดยมีจำนวนกองทุนรวมในประเทศสหรัฐอเมริกาทั้งหมดที่มีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยมากกว่าอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของ Dow jone จำนวนทั้งหมด 19 กองทุน

ซึ่งจากผลการทดสอบจะเห็นได้ว่ากองทุนของประเทศจีนมีจำนวนกองทุนที่ชนะตลาดมากที่สุดจำนวน 20 กองทุนรองลงมาคือกองทุนของประเทศสหรัฐอเมริกาที่ชนะตลาดเป็นอันดับที่สองจำนวน 19 กองทุนและกองทุนของประเทศไทยที่ชนะตลาดเป็นอันดับที่สามจำนวน 15 กองทุนน้อยที่สุดตามลำดับดังตารางที่ 1

ตารางที่ 2 ความเสี่ยงของกองทุนรวมกับความเสี่ยงของตลาด

รายชื่อกองทุน	ประเทศไทย		ประเทศจีน		ประเทศสหรัฐอเมริกา	
	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	รหัสกองทุน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	รายชื่อกองทุน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
ASPEF	0.050877	163415	0.052543	AMRMX	0.045204	
CIMB-PFIF	0.007929	519732	0.100417	ABNDX	0.011003	
CIMB-PSIF	0.074304	050016	0.01592	MDLOX	0.037375	
KEEF	0.061047	000084	0.009103	GSFTX	0.051153	
KS Equity Fund	0.056912	160513	0.021651	DFAPX	0.011373	
KUs Equity Fund	0.058378	519979	0.10873	FBALX	0.047016	
KaCBF	0.002274	519933	0.034324	FBGRX	0.068769	
Ka Equity Fund	0.05789	83	0.073709	FDGRX	0.072552	
KT 1Y-3Y FIF	0.002526	161725	0.179434	FSIGX	0.013856	
KTLTEF	0.040362	171	0.026843	JLGMX	0.074124	
KEEF	0.077776	110011	0.123085	MIEIX	0.049813	
KtamWPF	0.060404	2351	0.049936	PRBLX	0.046456	
ONE-UGF	0.064047	118	0.02739	VBIAX	0.04266	
SCBEMBF	0.038028	751	0.146527	VEXAX	0.035549	
SCBIPF	0.018276	532	0.199818	VWILX	0.074573	
Scb Equity Fund	0.05749	260108	0.163103	VTRIX	0.063522	
TAGF	0.042504	519150	0.05252	VSMAX	0.059558	
TSRIF	0.093232	160133	0.053368	VGSTX	0.072726	

**ตารางที่ 2** ความเสี่ยงของกองทุนรวมกับความเสี่ยงของตลาด (ต่อ)

ประเทศไทย		ประเทศจีน		ประเทศสหรัฐอเมริกา	
รายชื่อกองทุน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	รหัสกองทุน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	รายชื่อกองทุน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
UFIF-A	0.040293	161903	0.086277	VGNAX	0.041927
UFIF-N	0.040265	180012	0.145985	VWNAX	0.065143
SET INDEX	0.06196	SSC Index	0.048915	Dow Jone	0.054854

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงของแต่ละกองทุน โดยที่กองทุนที่มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสูง จะแสดงให้เห็นว่ากองทุนมีค่าอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของกองทุน มีความผันผวนมากเมื่อเทียบกับตลาดและจากผล ตารางที่ 2 เมื่อนำผลการคำนวณมาทำการจัดอันดับและเปรียบเทียบพบว่ามีกองทุนรวมในประเทศไทย มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มากกว่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตลาด SET index เท่ากับ 0.06196 อยู่จำนวน 4 กองทุน โดยกองทุน TSRIF มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมากที่สุดคือ 0.093232 กล่าวได้ว่ามีความผันผวนมากที่สุด เมื่อเทียบกับตลาด พิจารณาในส่วนที่สองเมื่อนำผลการคำนวณมาทำการจัดอันดับและเปรียบเทียบพบว่ามีกองทุนรวมในประเทศจีนมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มากกว่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตลาด SSEC index เท่ากับ 0.048915 อยู่จำนวน 11 กองทุน โดยกองทุน IGW compete enter Eq Fd (000532) มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมากที่สุดคือ 0.199818 กล่าวได้ว่ามีความผันผวนมากที่สุดเมื่อเทียบกับตลาด พิจารณาในส่วนที่สามเมื่อนำผลการคำนวณมาทำการจัดอันดับและเปรียบเทียบพบว่ามีกองทุนรวมในประเทศสหรัฐอเมริกามีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มากกว่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตลาด Dow jone เท่ากับ 0.054854 อยู่จำนวน 9 กองทุน โดยกองทุน VEXAX มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมากที่สุดคือ 0.074573 กล่าวได้ว่ามีความผันผวนมากที่สุดเมื่อเทียบกับตลาด เมื่อเทียบจากผลดังตารางแล้วพบว่ากองทุนรวมในประเทศจีนเมื่อเทียบกับตลาดแล้วมีกองทุนที่มีความผันผวนสูงกว่าตลาดมากที่สุดถึง 11 กองทุน รองลงมาคือกองทุนรวมของประเทศสหรัฐอเมริกาจำนวน 9 กองทุนและกองทุนรวมในประเทศไทย จำนวน 4 กองทุนตามลำดับดังตารางที่ 2

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ทางสถิติ Jensen's model ซึ่งจะได้ค่าคงที่หรือค่า Constant ( $\alpha$ ) และค่าเบต้า ( $\beta$ ) จากการปรับรูปสมการดังนี้

$$(R_p - R_f) = \alpha + \beta (R_m - R_f)$$

จากผลการทดสอบพบว่าค่า Constant ( $\alpha$ ) ของกองทุนรวมของประเทศไทยมีค่า  $> 0$  จำนวน 8 กองทุน หมายความว่ากองทุนทั้ง 8 ดังกล่าวนั้นให้อัตราผลตอบแทนมากกว่าอัตราผลตอบแทนตลาด (SET index) กล่าวคือ กองทุนรวมของประเทศไทยมีอัตราผลตอบแทนที่สามารถเอาชนะอัตราผลตอบแทนของตลาดได้มีเพียง 8 กองทุน แต่กองทุนที่มีค่า Constant ( $\alpha$ )  $< 0$  จำนวน 12 กองทุนหมายความว่ากองทุนทั้ง 12 กองทุนนั้นให้อัตราผลตอบแทน น้อยกว่าอัตราผลตอบแทนตลาด (SET index) ค่าสัมประสิทธิ์ค่าความเสี่ยงที่เป็นระบบ ( $\beta$ ) ของอัตราผลตอบแทน ส่วนเกินของกองทุนมีค่าเป็นบวกทุกกองทุนแสดงว่ากองทุนมีอัตราผลตอบแทนในทิศทางเดียวกับตลาดหลักทรัพย์แห่ง

ประเทศไทย (SET index) และจากผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าเบต้า ( $\beta$ ) โดยใช้ t-stat ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่ามีกองทุนที่มีค่า Sig.(P) < 0.05 จำนวนทั้งสิ้น 15 กองทุนแสดงว่า อัตราผลตอบแทนของกองทุนและอัตราผลตอบแทนของ Set index มีความสัมพันธ์กัน และมีเพียง 5 กองทุนที่มีค่า Sig.(P) > 0.05 แสดงว่า อัตราผลตอบแทนของกองทุนและอัตราผลตอบแทนของ Set index ไม่มีความสัมพันธ์กัน

พิจารณาในส่วนที่สองกองทุนรวมประเทศจีน Constant ( $\alpha$ ) ของกองทุนรวมของประเทศจีนมีค่า > 0 จำนวน 13 กองทุน หมายความว่ากองทุนทั้ง 13 ดังกล่าวนั้นให้อัตราผลตอบแทนมากกว่าอัตราผลตอบแทนตลาด (SSEC index) กล่าวคือกองทุนรวมของประเทศจีนมีอัตราผลตอบแทนที่สามารถเอาชนะอัตราผลตอบแทนของตลาดได้มีเพียง 13 กองทุน ส่วนกองทุนที่มีค่า Constant ( $\alpha$ ) < 0 จำนวน 7 กองทุนหมายความว่ากองทุนทั้ง 7 ดังกล่าวนั้นให้อัตราผลตอบแทนน้อยกว่าอัตราผลตอบแทนตลาด (SSEC index) ค่าสัมประสิทธิ์ค่าความเสี่ยงที่เป็นระบบ ( $\beta$ ) ของอัตราผลตอบแทนส่วนเกินของกองทุนมีค่าเป็นบวกทุกกองทุนแสดงว่ากองทุนมีอัตราผลตอบแทนในทิศทางเดียวกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SSEC index) และจากผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าเบต้า ( $\beta$ ) โดยใช้ t-stat ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่ามีกองทุนที่มีค่า Sig.(P) < 0.05 จำนวนทั้งสิ้น 19 กองทุนแสดงว่า อัตราผลตอบแทนของกองทุนและอัตราผลตอบแทนของ SSEC index มีความสัมพันธ์กัน และมีเพียง 1 กองทุนที่มีค่า Sig.(P) > 0.05 แสดงว่าอัตราผลตอบแทนของกองทุนและอัตราผลตอบแทนของ SSEC index ไม่มีความสัมพันธ์กัน

พิจารณาในส่วนที่สามกองทุนรวมประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่าค่า Constant ( $\alpha$ ) ของกองทุนรวมของประเทศสหรัฐอเมริกามีค่า > 0 จำนวน 10 กองทุน หมายความว่ากองทุนทั้ง 10 ดังกล่าวนั้นให้อัตราผลตอบแทนมากกว่าอัตราผลตอบแทนตลาด (Dow jone) กล่าวคือกองทุนรวมของประเทศสหรัฐอเมริกามีอัตราผลตอบแทนที่สามารถเอาชนะอัตราผลตอบแทนของตลาดได้มีเพียง 10 กองทุน แต่กองทุนที่มีค่า Constant ( $\alpha$ ) < 0 จำนวน 10 กองทุน หมายความว่ากองทุนทั้ง 10 ดังกล่าวนั้นให้อัตราผลตอบแทนน้อยกว่าอัตราผลตอบแทนตลาด (Dow jone) ค่าสัมประสิทธิ์ค่าความเสี่ยงที่เป็นระบบ ( $\beta$ ) ของอัตราผลตอบแทนส่วนเกินของกองทุนมีค่าเป็นบวกทุกกองทุนแสดงว่ากองทุนมีอัตราผลตอบแทนในทิศทางเดียวกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Dow jone) และจากผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าเบต้า ( $\beta$ ) โดยใช้ t-stat ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่ามีกองทุนที่มีค่า Sig.(P) < 0.05 จำนวนทั้งสิ้น 19 กองทุนแสดงว่า อัตราผลตอบแทนของกองทุนและอัตราผลตอบแทนของ Dow jone มีความสัมพันธ์กัน และมีเพียง 1 กองทุนที่มีค่า Sig.(P) > 0.05 แสดงว่าอัตราผลตอบแทนของกองทุนและอัตราผลตอบแทนของ Dow jone ไม่มีความสัมพันธ์กัน

จากผลการทดสอบทั้งหมดสามารถเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนของกองทุนที่สามารถเอาชนะตลาดได้ ดังนี้คือ กองทุนรวมของประเทศจีนมีกองทุนที่มีอัตราผลตอบแทนที่มากกว่าตลาดมากที่สุดจำนวน 13 กองทุนรองลงมาเป็นอันดับที่สองคือกองทุนรวมของประเทศสหรัฐอเมริกามีกองทุนที่มีอัตราผลตอบแทนที่มากกว่าตลาดจำนวน 10 กองทุนและอันดับที่สามกองทุนรวมของประเทศไทยมีกองทุนที่มีอัตราผลตอบแทนที่มากกว่าตลาดจำนวน 8 กองทุน

## อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนโดยความเสี่ยงและใช้ Jensen's model ของกองทุนรวมในประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศสหรัฐอเมริกาวิเคราะห์หาอัตราผลตอบแทนของตลาดของประเทศนั้น ๆ ว่าประเทศใดมีกองทุนที่มีอัตราผลตอบแทนที่สามารถเอาชนะอัตราผลตอบแทนของตลาดได้จากผลการคำนวณอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงได้ผลสรุปว่าประเทศจีนมีกองทุนที่มีอัตราผลตอบแทนที่สามารถ

เอาชนะอัตราผลตอบแทนของตลาดได้มากที่สุดจำนวน 20 กองทุน โดยกองทุน IGW emerging growth fund มีอัตราผลตอบแทนมากที่สุด อันดับที่สองคือประเทศสหรัฐอเมริกา มีกองทุนที่มีอัตราผลตอบแทนที่สามารถเอาชนะอัตราผลตอบแทนของตลาดได้จำนวน 19 กองทุน โดยกองทุน Fidelity blue chip growth fund มีอัตราผลตอบแทนมากที่สุด อันดับสามประเทศไทย มีกองทุนที่มีอัตราผลตอบแทนที่สามารถเอาชนะอัตราผลตอบแทนของตลาดจำนวน 15 กองทุน โดยกองทุน ONE ultimate global growth fund มีอัตราผลตอบแทนมากที่สุด จากผลสรุปของเชดคัทดี โซติมิงคลทรีพี้ (2544) ได้ศึกษาอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของการลงทุนสรุปผลในรูปแบบร้อยละ โดยวิเคราะห์การจัดอันดับกองทุนและอธิบายไว้แนวทางเดียวกับผู้วิจัย ในส่วนความเสี่ยงพิจารณาจากการคำนวณหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานได้ผลสรุปว่าประเทศจีนมีกองทุนที่มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงกว่าค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตลาดมากที่สุดถึง 11 กองทุนกล่าวได้ว่ากองทุนรวมของประเทศจีนที่ใช้ศึกษามีค่าความผันผวนสูงกว่าตลาดสูงที่สุด กองทุน IGW compete enter eq fd (000532) มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมากที่สุด อันดับที่สองคือประเทศสหรัฐอเมริกา มีกองทุนที่มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงกว่าค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตลาดจำนวน 9 กองทุน กองทุน Vanguard extended market index fund admiral shares (VEXAX) มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมากที่สุด และอันดับที่สามประเทศไทย มีกองทุนที่มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงกว่าค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตลาดจำนวน 4 กองทุน กองทุน TISCO Smart retirement income fund มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมากที่สุด

การวิเคราะห์สถิติความเสี่ยงของกองทุนใช้เครื่องมือทางสถิติโดย Jensen's model ทำให้ทราบค่า Constant ( $\alpha$ ) และค่าเบต้า ( $\beta$ ) โดย Constant ( $\alpha$ ) มีสมมุติฐานดังนี้ ถ้า  $\alpha > 0$  หมายความว่า กองทุนนั้นได้ให้ผลตอบแทนสูงกว่าระดับดุลยภาพ คือ อัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนคาดว่าจะได้รับสูงกว่าอัตราผลตอบแทนตลาดโดยรวม แสดงว่าราคาของกองทุนในขณะนั้นมีราคาต่ำกว่าราคาที่เหมาะสม (Undervalued) กล่าวคืออัตราผลตอบแทนมากกว่าตลาด ถ้า  $\alpha < 0$  หมายความว่า กองทุนนั้นได้ให้ผลตอบแทนต่ำกว่าระดับดุลยภาพคือ อัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนคาดว่าจะได้รับต่ำกว่าอัตราผลตอบแทนตลาดโดยรวม แสดงว่าราคาของกองทุนในขณะนั้นสูงกว่าราคาที่เหมาะสม (Overvalued) กล่าวคืออัตราผลตอบแทนน้อยกว่าตลาด ได้ผลสรุปว่าประเทศจีนมีกองทุนที่มีอัตราผลตอบแทนที่สามารถเอาชนะอัตราผลตอบแทนของตลาดได้มากที่สุดจำนวน 13 กองทุนเมื่อ พิจารณาจากค่า Constant ( $\alpha$ ) ของกองทุนรวมโดย Jensen's model อันดับที่สองประเทศสหรัฐอเมริกา มีกองทุนที่มีอัตราผลตอบแทนที่สามารถเอาชนะอัตราผลตอบแทนของตลาดได้มากที่สุดจำนวน 10 กองทุน และอันดับที่สามกองทุนรวมของประเทศไทย มีกองทุนที่มีอัตราผลตอบแทนที่สามารถเอาชนะอัตราผลตอบแทนของตลาดได้มากที่สุดจำนวน 8 กองทุน และสุดท้ายจากผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าเบต้า ( $\beta$ ) โดยใช้ t-stat ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าประเทศจีนและประเทศสหรัฐอเมริกา มีกองทุนที่มีค่า Sig.(P) < 0.05 จำนวนทั้งสิ้น 19 กองทุน แต่ประเทศไทยมีกองทุนที่มีค่า Sig.(P) < 0.05 จำนวนทั้งสิ้น 15 กองทุน สรุปได้ว่าอัตราผลตอบแทนของกองทุนและอัตราผลตอบแทนของตลาดมีความสัมพันธ์กัน แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการเอาชนะตลาดของกองทุนประเทศสหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่นเช่นเดียวกับผลการศึกษารวบรวมของวรรณภา สิทธิโห (2558) ในขณะที่งานวิจัยอื่นที่ศึกษากองทุนในต่างประเทศ คือ Meric (2554) ได้ศึกษาความแตกต่างของอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยง พร้อมทั้งประเมินผลการดำเนินงานของกองทุนรวม ที่มีนโยบายการลงทุนในตราสารทุนทั้งใน และต่างประเทศ เมื่อพิจารณาในส่วน Jensen ratio ให้ผลไปในทางเดียวกันคือกองทุนรวมในประเทศทางตะวันตกมีจำนวนกองทุนที่มากกว่าที่มีอัตราผลตอบแทนที่สูงมากกว่าตลาด

จากผลการศึกษายังต้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเนื่องจากทั้งวิธีการคำนวณแทนเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงตลอดจนวิธีการใช้ Jensen's model ของกองทุนรวมในประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศสหรัฐอเมริกาเพื่อดูความสามารถในการเอาชนะตลาดของกองทุนในประเทศนั้น ๆ แล้วนำมาวิเคราะห์พบว่าให้ผลเป็นไปในทางเดียวกันคือ กองทุนรวมของประเทศจีนมีกองทุนที่มีอัตราผลตอบแทนที่มากกว่าตลาดมากที่สุด

รองลงมาเป็นอันดับที่สองคือกองทุนรวมของประเทศสหรัฐอเมริกา และอันดับที่สามกองทุนรวมของประเทศไทย การใช้วิธี Jensen's model ไม่เพียงบอกแค่อัตราผลตอบแทนของกองทุนแทนที่สามารถเอาชนะตลาดได้แต่ยังบ่งบอกถึงความสอดคล้องของอัตราผลตอบแทนของกองทุนและอัตราผลตอบแทนของตลาดว่ามีความสอดคล้องกัน อย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ (Sig.(P) < 0.05) ซึ่งในแต่ละกองทุนมีระดับความเชื่อมั่นที่เป็นมาตรฐานเท่ากันคือ 95% แต่ไม่ใช่ทุกกองทุนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ จากการศึกษาจะเห็นได้ว่าเมื่อเปรียบเทียบผลการทดสอบทั้ง 3 ประเทศ มีอัตราผลตอบแทนที่สูงขึ้นเมื่อผ่านช่วงเริ่มต้นของวิกฤติซึ่งเห็นได้ชัดในช่วงเวลาทดสอบทั้ง 3 ปี ซึ่งกองทุนรวมในประเทศจีนมีจำนวนกองทุนที่มีอัตราผลตอบแทนที่สูงมากกว่าตลาดหรือกล่าวได้ว่าสามารถเอาชนะตลาดได้อย่างมีนัยสำคัญมีจำนวนมากที่สุดตามด้วยประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศไทยตามลำดับ ผลการวิจัยที่ใช้หลักวิชาการเป็นวิธีการทดสอบยังเป็นประโยชน์ให้แก่นักลงทุนเป็นข้อมูลเพื่อให้นักลงทุนศึกษาในแง่ของการประยุกต์ใช้ และนำมาใช้เป็นปัจจัยประกอบการตัดสินใจลงทุนในแต่ละกองทุนเพื่อสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสมได้ทั้งในประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศสหรัฐอเมริกา

## ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากมีข้อจำกัดในงานวิจัยในเรื่องของการเก็บข้อมูลเพราะเป็นการเก็บข้อมูลของกองทุนต่างประเทศ การหาข้อมูลทำได้ยากในการเก็บข้อมูลงานวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลรายเดือนที่ดึงข้อมูลจากเว็บไซต์ Investing ซึ่งในเว็บไซด์มีจำนวนข้อมูลที่จำกัด ถ้าหากตัดข้อจำกัดในเรื่องการหาข้อมูลที่หาได้ยากออกไปอาจทำให้ได้ผลงานวิจัยที่มากขึ้นและอาจมีแนวทางการวิจัยที่เพิ่มขึ้น และศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงด้วยเครื่องมือหลาย ๆ อย่างเพิ่มเติม เช่น การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการดูงบการเงินการวิเคราะห์บริษัทหรือหลักทรัพย์ที่สนใจ หรือการวิเคราะห์ในแง่มุมมองอื่น เช่น แนวโน้มเศรษฐกิจโลกการวิเคราะห์อุตสาหกรรม เป็นต้น นอกจากนี้การหาข้อมูลของกองทุนในต่างประเทศมีความลำบากถ้าหากมีข้อมูลที่สามารถนำมาคำนวณหาต้นทุนที่ใช้ในการบริหารกองทุนได้จะสามารถทำการทดสอบและต่อยอดไปถึงการเปรียบเทียบการคำนวณในเรื่องของการหักต้นทุนที่ใช้ในการบริหารกองทุนได้อีกด้วย ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์แก่นักลงทุนและบุคคลที่สนใจในการลงทุนมากยิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- กฤติยาพร พลตรี. (2549). *การประเมินผลการดำเนินงานของกองทุนรวมที่ลงทุนในต่างประเทศ* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- จารุเนตร นิยามรัตนกุลศิริ, ศศิพันธ์ นิตยะประภา และธนโชติ บุญวรโชติ. (2563). การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน และจัดอันดับจากการลงทุนในกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ (REITs). ใน *การประชุมนำเสนอผลการวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15* (น. 2525-2538). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- จิรัตน์ สังข์แก้ว. (2547). *การลงทุน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมศาสตร์.
- เชิดศักดิ์ โชติมงคลทรัพย์. (2544). *การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงจากการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพฯ.
- ชนม์พิชา แสงอรุณ. (2548). *การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช, กรุงเทพฯ.
- นราดล จิตพรพินิจ. (2552). *เปรียบเทียบผลตอบแทนและความเสี่ยงของกองทุนรวมตราสารทุนที่บริหารแบบ Active และ Passive Management* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2553). โมเดลลิสม์ : สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชนก เตชเพ็ชร์ และชนโชติ บุญวรโชติ (2559). การเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของกองทุนรวมที่ลงทุนในหุ้นที่บริหารโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่ถือหุ้นใหญ่และไม่ถือหุ้นใหญ่โดยธนาคารพาณิชย์. ใน การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 54 (หน้า 895-904). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ปรีศ ทับสมบัติ. (2557). การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หมวดบริการรับเหมาก่อสร้างโดยใช้แบบจำลองราคาหลักทรัพย์ CAPM. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรเทพ ฤกษ์สาร (2551). เปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของกองทุนรวมเปิด (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- มนต์ชัย ตั้งสถาพรพงษ์. (2553). ลงทุนผ่านมีอาซีฟ (2): ต้นทุนการลงทุนในกองทุนรวม. สืบค้นจาก [http://www.set.or.th/dat/vdoArticle/attachFile/TSI-Article\\_Inv\\_MF\\_002.pdf](http://www.set.or.th/dat/vdoArticle/attachFile/TSI-Article_Inv_MF_002.pdf)
- วีรัมย์ พาณิชโชคชัย. (2560). การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงทางการเงินจากการลงทุน ในกองทุนรวม (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- วรรณภา สิทธิโ. (2558). เปรียบเทียบผลตอบแทนและความเสี่ยงของกองทุนรวมอียูเอฟ และ กองทุนรวมเปิดตราสารทุนที่ ลงทุนในกองทุนรวมต่างประเทศเพียงกองทุนเดียว (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.
- วาสนี แสงธรรม. (2550). การประเมินผลการดำเนินงานของกองทุนรวมกลุ่มนโยบายลงทุนในตรา สารทุนภายใน ประเทศและต่างประเทศ (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- วิริยา เรือนชัย. (2554). การเปรียบเทียบความเสี่ยงและผลตอบแทนระหว่างกองทุนรวมเปิดไทย เด็กซ์เซ็ท 50 อียูเอฟ และกองทุนรวมที่มีนโยบายการลงทุนในเซ็ท 50 (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน. สถาบันกองทุนเพื่อพัฒนาตลาดทุน. (2552). การบริหารกลุ่มสินทรัพย์ลงทุน ทฤษฎีตลาดทุน (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- อัญญา ชันธวิทย์. (2547). การวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนในหลักทรัพย์. กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- Ilhan, M. (2554). *Risks, Returns, and Portfolio Diversification Benefits of Country Index Funds in Bear and Bull Markets*. College of Business Administration, Rider University, New Jersey, U.S.A.

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนสร้างอาคารสำนักงานให้เช่า  
ในรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นย่านธุรกิจกลางกรุงเทพมหานคร  
**Financial Feasibility Study of Investment Project on the Construction of  
Flexible Working Space for Rent in Bangkok's Central Business District**

ชัยทัตต์ พุทธเดช<sup>1\*</sup> และ ปัทธาภิตต์ เนตินิยม<sup>1</sup>  
**Chaiyathad Phutthadet<sup>1\*</sup> and Pattaragit Netiniyom<sup>1</sup>**

**Received:** September 29, 2021; **Revised:** November 23, 2021; **Accepted:** November 25, 2021

### บทคัดย่อ

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนสร้างอาคารสำนักงานให้เช่าในรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นย่านธุรกิจกลางกรุงเทพมหานคร ครอบคลุมรูปแบบโครงการ การออกแบบพื้นที่ จำนวนเงินลงทุน และทำเลที่ตั้งของโครงการสำนักงานให้เช่าย่านธุรกิจกลางกรุงเทพมหานครจำนวน 5 โครงการ เพื่อประกอบการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิค จากความเป็นไปได้ทางกฎหมาย โดยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึงความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ Triple A โดยการประมาณการต้นทุน และรายได้จากโครงการเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน ได้แก่ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายใน และดัชนีกำไร จากนั้นวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการโดยวิเคราะห์ความอ่อนไหวจากปัจจัยนำเข้า และสถานการณ์ตามเงื่อนไข ผลการศึกษาพบว่า อุปสงค์ในพื้นที่ให้เขายังคงเติบโตไม่ทันกับอุปทานที่เข้ามาใหม่ ส่งผลให้อัตราการให้เช่า โดยรวมมีแนวโน้มลดลงจนอาจต่ำกว่าระดับร้อยละ 85 ตัวอย่างโครงการ O-NES Tower ซึ่งมีรูปแบบโครงการ และการออกแบบพื้นที่ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นมากที่สุด ขณะที่ผลการวิเคราะห์ทางเทคนิคของโครงการ Triple A พบว่า มีความเป็นไปได้ทางกฎหมายในการลงทุนในพื้นที่ และผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินพบว่า โครงการ Triple A ไม่มีความคุ้มค่าแก่การลงทุน เนื่องจากมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบ และมีอัตราผลตอบแทนภายในที่ต่ำ

**คำสำคัญ:** ความเป็นไปได้ทางการเงิน รูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่น อาคารสำนักงานให้เช่า

<sup>1</sup> สาขาการเงินประยุกต์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, Applied Finance Kasetsart Business Administration Kasetsart University

\*Corresponding author e-mail: chaiyathad.ph@gmail.com

## Abstract

This article presents a feasibility study of investment project on the construction of a flexible working space office building in the central business area of Bangkok. Project proposals, space design, investment budget, and location of 5 construction projects of working spaces for rent in Bangkok's central business district were studied to analyze marketing, technical, and legal feasibilities. The main objective of this research was to study the financial feasibility of Triple A Construction Project through project's cost and revenue estimation with regards to the payback period, net present value, internal rate of return, and profitability index. Additionally, a project risk analysis was conducted through analysis of the sensitivity of input factors and conditional situation of the project. The results suggest that the growth in demand for office-for-rent working spaces does not correspond to the incoming supply, which contributes to the decline in the overall occupancy rate of lower than 85%. O-ONES Tower Project, for instance, presents the outline and space designing that support the flexible working concept the most. However, in terms of financial feasibility, Triple A may not be a worthwhile investment because of the project's negative net present value and low internal rate of return.

**Keywords:** Financial feasibility, Flexible working model, Offices for rent

## บทนำ

ตลาดอสังหาริมทรัพย์ไทยต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงหลายประการด้วยกัน ทั้งมาตรการควบคุมสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่เข้มงวดมากขึ้น รวมไปถึงภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างฉบับใหม่ และผังเมืองใหม่ของกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นกฎข้อบังคับใหม่ที่เกิดขึ้นและไม่มีวาทันที ในขณะที่ยุทธศาสตร์จากไวรัสโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างหนักเช่นกัน โดยธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยนั้นกำลังซบเซาลงไปมากกว่าครึ่ง โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้ารายใหญ่อย่างชาวจีน ทั้งนี้เหตุการณ์ดังกล่าวยังคงต่อเนื่องกินระยะเวลานานออกไปหลายเดือน จึงส่งผลกระทบต่อทั้งผู้ซื้อรายใหญ่อย่างกลุ่มผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจ และผู้ซื้อรายย่อยอย่างกลุ่มพนักงานบริษัทพากันขาดสภาพคล่องไปตามๆ กัน จึงทำให้กำลังซื้อภายในประเทศนั้นลดลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยตั้งแต่ปลายปี 2562 เป็นต้นมา มีปัจจัยอื่น ๆ ที่เข้ามากระทบต่อการเติบโตของอสังหาริมทรัพย์ไทย เช่น สภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว มาตรการ LTV (Loan to value) ของธนาคารแห่งประเทศไทย และค่าเงินบาทที่แข็ง ซึ่งส่งผลกระทบต่อตรงกลางคองโคมิเนียม ทำให้แนวโน้มยอดขายของคอนโดฯ ในปี 2563 มีโอกาสลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วง 4 ปีที่ผ่านมายอดขายเฉลี่ยของคอนโดมิเนียมอยู่ที่ 59,000 หน่วย/ปี (สูงสุดในปี 2561 ที่ 69,352 หน่วย) แต่สำหรับในปี 2563 คาดว่าจำนวนหน่วยที่ขายอยู่จะเท่ากับ 31,403 หน่วย ลดลงถึงร้อยละ 42.20 จากปี 2562 ส่วนตลาดบ้านไม่ว่าจะเป็นบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ และตึกแถว คาดว่าในปี 2563 ยอดขายอยู่ที่ 20,026 หน่วย ลดลงร้อยละ 30.20 จากปี 2562 (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2563)

ในทางตรงกันข้ามอสังหาริมทรัพย์เชิงพาณิชย์ (Commercial real estate: CRE) คืออสังหาริมทรัพย์ที่ลงทุนเพื่อประโยชน์ทางการค้ามากกว่าการอยู่อาศัย เช่น ห้างสรรพสินค้า อาคารสำนักงาน โรงแรม ร้านอาหาร โรงพยาบาล เป็นต้น กลับมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มอาคารสำนักงาน สถานการณ์ตลาดเช่าอาคารสำนักงานในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา พบว่า มีการเติบโตทั้งในด้านพื้นที่อาคารสำนักงานเพิ่มขึ้น ซึ่งเติบโตสอดคล้องกับราคาเช่าที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน จากผลการวิจัยของไนท์แฟรงค์ประเทศไทย ในไตรมาสที่ 2 ปี 2563 พบว่า อุปทานทั้งหมดของพื้นที่สำนักงานในกรุงเทพฯ เพิ่มขึ้น 99,420 ตร.ม. หรือ 1.9% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน โดยมีพื้นที่รวมทั้งหมด 5.33 ล้านตร.ม. โดยนับเป็นครั้งแรกที่อุปทานเพิ่มขึ้นมากกว่า 99,000 ตร.ม. นับตั้งแต่ไตรมาส 3 ปี 2554 โดยอาคาร

สำนักงานใหม่ 3 แห่งที่แล้วเสร็จ เพิ่มพื้นที่ 60,000 ตร.ม. เข้ามาในย่านศูนย์กลางธุรกิจ และ 39,420 ตร.ม. ในพื้นที่นอกย่านศูนย์กลางธุรกิจ และไม่มีการย้ายออกจากอาคารสำนักงานเก่าแต่อย่างใด ในทางเปรียบเทียบอุปทานเพิ่มขึ้นอัตราประมาณ 26,800 ตร.ม. ต่อไตรมาสในช่วงห้าปีที่ผ่านมา โดยอาคารสำนักงานให้เช่าในประเทศไทยส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 ของพื้นที่ก่อสร้างสำนักงานทั่วประเทศ ซึ่งกระจุกตัวอยู่บริเวณย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางกรุงเทพฯ เป็นที่ตั้งของอาคารสำนักงาน ศูนย์การค้าชั้นนำ โรงแรม และที่พักอาศัยระดับบน โดยมีการคมนาคมขนส่งที่สะดวกรวดเร็วด้วยระบบรถไฟฟ้า BTS MRT และทางด่วน เชื่อมโยง พื้นที่ CBD (Central business district) คือ ย่านศูนย์กลางธุรกิจ ได้แก่ ย่านสีลม สาทร เพลินจิต วิทยุ อโศก และย้ายสุขุมวิทตอนต้น (ถึงซอยสุขุมวิท 24) กับพื้นที่รอบนอก อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันย่าน CBD มีข้อจำกัดจากการมีที่ดินว่างเหลือน้อยและราคาสูงถือเป็นหนึ่งในอุปสรรคสำคัญสำหรับการพัฒนาอาคารสำนักงานให้เช่า (พัชรา กลิ่นชวนชื่น, 2562)

ทั้งนี้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากกระแสของโลกที่เข้าสู่ยุคดิจิทัล ส่งผลให้พฤติกรรมการทำงานของมนุษย์คนใหม่เปลี่ยนไปส่งผลต่อกระบวนการทำงาน และแนวคิดทางการออกแบบสำนักงาน เพื่อตอบสนองพฤติกรรมการทำงานของมนุษย์คนใหม่ (ภควดี ประพันธ์บัณฑิต, 2560) ผู้วิจัยเห็นว่าการออกแบบพื้นที่ทำงานให้เหมาะสมกับกระแสการเปลี่ยนแปลงสำนักงานให้เช่าในปัจจุบันนั้นเป็นเรื่องสำคัญ แต่ในมุมมองการลงทุนแล้ว ผู้ลงทุน นักธุรกิจ หรือผู้ประกอบการย่อมให้ความสนใจเกี่ยวกับกำไรทางการเงิน จึงนำไปสู่คำถามของผู้วิจัยว่า “จากการประเมินโครงการสำนักงานให้เช่าในย่านธุรกิจกลางกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน หากใช้มุมมองทางการเงินเป็นเกณฑ์การตัดสินใจลงทุนยังมีความน่าสนใจลงทุนอยู่หรือไม่” ซึ่งในการวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์ทางการเงินผ่านตัวโครงการ Triple A และใช้เกณฑ์การตัดสินใจทางการเงินเป็นเครื่องมือในการตอบคำถามการวิจัย

## วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนสร้างโครงการอาคารสำนักงานให้เช่าในรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นย่านธุรกิจกลางกรุงเทพมหานคร

## ทบทวนวรรณกรรม

### 1. แนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ

รวี ลุงกานี (2563) กล่าวว่า ในการประเมินโครงการจะอาศัยความรู้ที่เกี่ยวข้องกับด้านการเงินและเศรษฐศาสตร์เป็นหลัก แต่จะต้องประเมินปัจจัยด้านอื่น ๆ ควบคู่ไปด้วย ได้แก่

ความเป็นไปได้ทางการตลาด จะต้องศึกษาถึงปริมาณการขายที่คาดว่าจะเกิดขึ้น มีการแข่งขันในการขายมากน้อยเพียงใด และจะมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเป็นจำนวนเท่าใด ซึ่งการวิเคราะห์ในด้านการตลาดมีแนวทางในการทำได้หลายวิธีขึ้นอยู่กับขนาดของโครงการ ตัวอย่างเช่น ในโครงการใหญ่จำเป็นต้องวิจัยอย่างละเอียดเพื่อให้มั่นใจในคำตอบจำเป็นต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญในการทำวิจัย

ความเป็นไปได้ทางเทคนิคและการผลิต โดยจะต้องนำข้อมูลที่ได้ที่รับจากการประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดมาใช้เป็นตัวตั้งต้น และนำมาขยายผลเพื่อประเมินความเป็นไปได้ทางเทคนิคและการผลิต ว่าปัจจัยการผลิตนั้นจะจัดหาด้วยวิธีการใด และมีต้นทุนที่ต้องลงทุนเท่าไร ดังนั้นการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคและการผลิตนั้นพิจารณาได้หลายรูปแบบขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจที่จัดทำขึ้น ในธุรกิจขนาดย่อมการพิจารณาความเป็นไปได้ทางการผลิตนี้หมายถึง

การหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม และเป็นไปได้ที่จะเข้าถึงลูกค้าหรือการมีกระบวนการนำเสนอสินค้าถึงมือลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้องเหมาะสม

ความเป็นไปได้ทางการเงิน เป็นเรื่องของความคุ้มค่าของสินทรัพย์ กล่าวคือ การที่ผู้ลงทุนจ่ายเงินซื้อสินทรัพย์ ในราคาที่เหมาะสมกับผลตอบแทนที่ควรได้รับ หรือผู้ลงทุนจ่ายเงินซื้อสินทรัพย์ด้วยราคาใด ๆ แล้ว สินทรัพย์นั้น ทำผลตอบแทนที่เหมาะสมหรือคุ้มค่ากับการลงทุน

## 2. เครื่องมือการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

เครื่องมือพื้นฐานที่ใช้ในการประเมินโครงการลงทุน หรือการประเมินความคุ้มค่าโครงการด้วยวิธีต่าง ๆ ซึ่งจะต้องตัดสินใจว่าจะลงทุนในโครงการนั้น ๆ หรือไม่ โดยมีแนวทางการตัดสินใจกับโครงการเป็นได้ 2 ทาง คือ ยอมรับโครงการนั้น หรือปฏิเสธโครงการ (อาณัติ ลีมัตเดช, 2561) ซึ่งเครื่องมือการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินที่ใช้ในการวัดความคุ้มค่าของโครงการที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ การคำนวณระยะเวลาคืนทุน (Payback period) การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net present value) การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal rate of return) และการคำนวณดัชนีผลกำไร (Profitability index)

3. การวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการ สนิมหัต สุกจิตต์ (2560) การประเมินความเสี่ยงของโครงการลงทุน สามารถแสดงได้โดยใช้วิธีการดังต่อไปนี้

3.1 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity analysis) ถือเป็นการประเมินว่าโครงการลงทุนมีความเสี่ยงต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่เกี่ยวข้องอย่างไร โครงการที่ถือว่ามีความเสี่ยงมากเป็นโครงการที่มีความไวของการเปลี่ยนแปลงผลการประเมินความคุ้มค่าเมื่อตัวแปรที่เกี่ยวข้องเปลี่ยนแปลงไปได้ง่าย

3.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario analysis) เป็นการปรับค่าการวิเคราะห์ความอ่อนไหว เพื่อความเหมาะสมให้สะท้อนการกระจายความน่าจะเป็นของตัวแปรค่านำเข้าต่าง ๆ นี้ด้วย และนอกเหนือวิธีการนี้ยังสามารถวัดการเปลี่ยนแปลงค่านำเข้าได้คร่าวละหลายค่าไปพร้อมกัน การวิเคราะห์สถานการณ์จึงเป็นเครื่องมือความน่าจะเป็นมาผนวกในการวิเคราะห์ความเสี่ยง และสามารถวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรค่านำเข้าได้พร้อม ๆ กัน

## 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทบทวนงานวิจัยและวารสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

4.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการปรับปรุงธุรกิจ โดยมุ่งศึกษาเพื่อนำผลการศึกษาไปปรับปรุง พัฒนา ธุรกิจให้ทันสมัย ใช้การวิเคราะห์จากเครื่องมือทางการเงิน และวิเคราะห์ความอ่อนไหว ในจำนวนที่ไม่มากนัก แต่เพียงพอต่อการตัดสินใจทางธุรกิจ ทั้งนี้พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 1 เรื่อง พบว่า โครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุนและมีความเสี่ยงต่ำ

วงศ์กร เรืองฤทธิ์ (2562) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการปรับปรุงที่พักธุรกิจโรงแรม อินดัสเทียลลอฟ ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการปรับปรุงที่พักธุรกิจโรงแรมอินดัสเทียลลอฟ ระยะเวลาของโครงการ 10 ปี โดยใช้อัตราคิดลดร้อยละ 7.12 ซึ่งเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในอำเภอหัวหินจำนวน 5 ราย เพื่อนำมาวิเคราะห์หาความเป็นไปได้ทางการเงิน โดยใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจดังนี้ มูลค่าปัจจุบัน (Net present value) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal rate of return) ระยะเวลาคืนทุน (Payback period) และการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (Project sensitivity analysis) โดยผลการวิเคราะห์ทางการเงินแสดงให้เห็นว่า โครงการลงทุนปรับปรุงที่พักเป็นโรงแรมในอำเภอหัวหิน มีความคุ้มค่าในการลงทุน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 1,306,615.34 บาท อัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับ 30.06 สูงกว่าอัตราคิดลด

และโครงการมีระยะเวลาคืนทุน 4 ปี 5 เดือน จากนั้นนำมาวิเคราะห์ความอ่อนไหวโดยให้ปัจจัยหลักเปลี่ยนแปลง พบว่าโครงการยังคงมีความเป็นไปได้ในการลงทุน แสดงให้เห็นว่าโครงการปรับปรุงที่พักเป็นโรงแรมในอำเภอหัวหินเป็นโครงการที่นำลงทุน และมีความเสี่ยงต่ำ

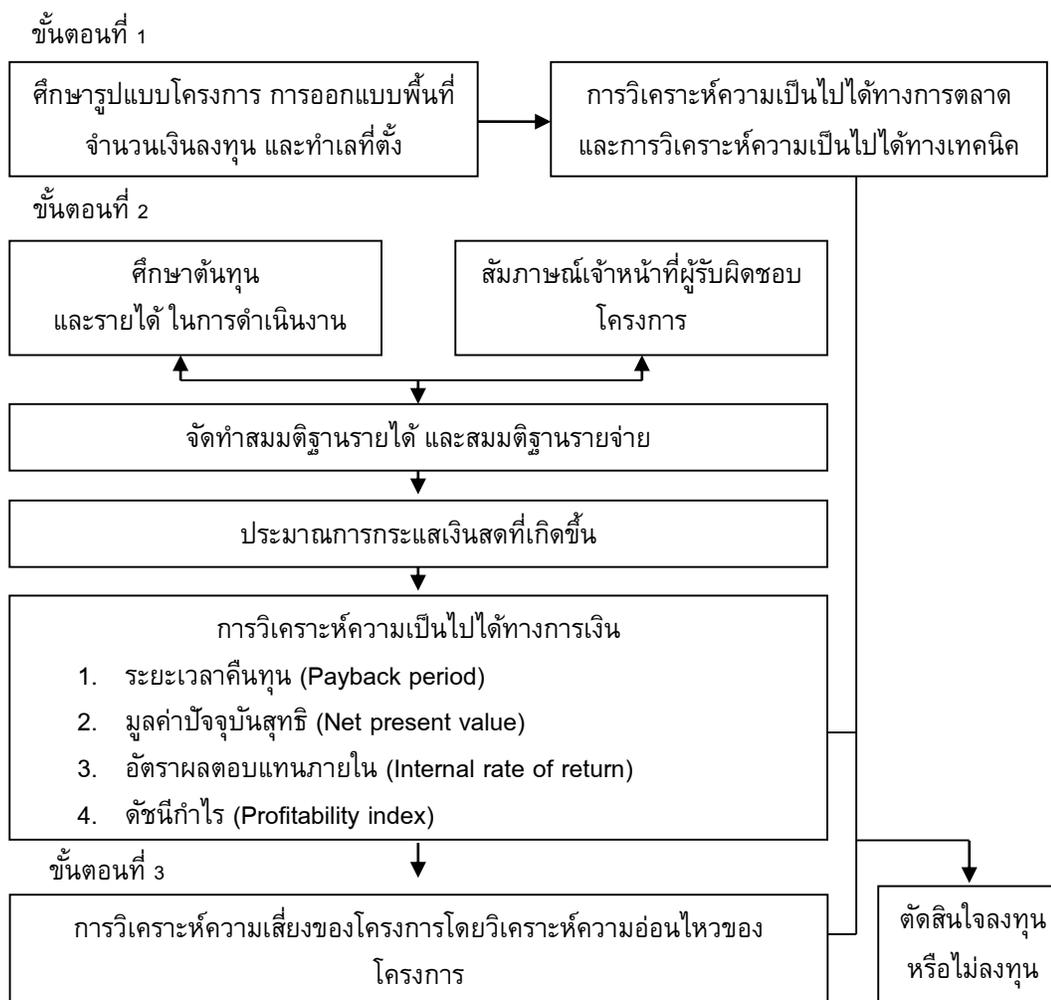
4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนโครงการต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อประเมินการลงทุนโครงการในธุรกิจต่าง ๆ เพื่อนำผลการประเมินมาทำการตัดสินใจในการลงทุน ทั้งนี้พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในโครงการอสังหาริมทรัพย์จำนวน 3 เรื่อง พบว่า ความนำลงทุนในโครงการต่าง ๆ จะผันแปรตามปัจจัยด้านรายได้ ค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนในการดำเนินกิจการ การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนบ้านจัดสรร ประเภทบ้านเดี่ยว ถนนโรงพยาบาล อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ของ สนิมหัต สุขจิตต์ (2560) มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะประเมินการลงทุนในการสร้างบ้านจัดสรรในอำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ว่าสามารถที่จะพัฒนาพื้นที่ดังกล่าวมาเป็นโครงการบ้านจัดสรร โดยประเมินรายได้และค่าใช้จ่ายของโครงการจัดทำเป็นกระแสเงินสดโครงการ แล้วคำนวณหาผลตอบแทนของโครงการ แบ่งเป็น 3 กรณีคือ กรณีดี กรณีฐาน และกรณีเลวร้าย ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน พบว่า โครงการมีความนำลงทุนในกรณีดีและกรณีฐาน และไม่ควรถูกลงทุนในกรณีเลวร้าย ต่างจากผลการศึกษาของ อภนิษฐ์ ชัยเฉลิมศักดิ์ (2558) ที่ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนธุรกิจสถานบริการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจสถานบริการดูแลผู้สูงอายุ ใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการธุรกิจสถานบริการดูแลผู้สูงอายุ 5 ราย และผู้ใช้บริการสถานบริการดูแลผู้สูงอายุ 3 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาจัดทำเป็นสมมุติฐานรายได้ และสมมุติฐานรายจ่าย เพื่อจัดทำรายงานทางการเงินได้แก่ งบกำไรขาดทุน งบแสดงฐานะทางการเงิน งบกระแสเงินสด และอัตราส่วนทางการเงินได้แก่ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน พบว่า ในภาพรวมของธุรกิจสถานบริการดูแลผู้สูงอายุมีความน่าสนใจลงทุน โดยมีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 2 ปี 4 เดือน โครงสร้างการลงทุนเริ่มแรกอยู่ที่ 3,900,000 บาท ต้นทุนขายในปี 1 อยู่ที่ 6,508,338.88 บาท สำหรับการประมาณการรายได้ของโครงการในปีที่ 1 เป็นเงินทั้งสิ้น 7,860,000 บาท มีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 50.72 และมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 20,222,142.16 บาท และผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการกรณีต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในขณะที่รายได้คงที่ พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 17,480,316.91 บาท ระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 8 เดือน และในกรณีรายได้ลดลงร้อยละ 5 ในขณะที่ต้นทุนคงที่ พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 16,223,769.70 บาท และมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 10 เดือน

นอกจากนี้ยังพบงานวิจัยที่เกี่ยวกับลงทุนสร้างโรงไฟฟ้าชีวมวลของ ธวัชชัย ประสิทธิ์แพทย์ (2558) ที่ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนสร้างโรงไฟฟ้าชีวมวล โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนสร้างโรงไฟฟ้าชีวมวล เปรียบเทียบระหว่างการจ้างนายหน้าจัดหาวัตถุดิบกับการจัดหาวัตถุดิบเอง 2) เพื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการลงทุนต่อความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น ซึ่งใช้เครื่องมือทางการเงินเป็นตัวชี้วัดได้แก่ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ระยะเวลาคืนทุนคิดลด อัตราผลตอบแทนภายใน และอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย โดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการโรงไฟฟ้าชีวมวล ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน พบว่า การจ้างนายหน้าจัดหาวัตถุดิบมีความคุ้มค่าการลงทุนมากกว่าการจัดหาวัตถุดิบเอง โดยการจ้างนายหน้าจัดหาวัตถุดิบมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทนเท่ากับ 856,287,492 บาท อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการเท่ากับร้อยละ 50.63 ระยะเวลาคืนทุนคิดลดเท่ากับ 2 ปี 7.8 เดือน และอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายเท่ากับ 1.16 ส่วนการจัดหาวัตถุดิบเอง

มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทนเท่ากับ 205,913,236 บาท อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการเท่ากับร้อยละ 16.02 ระยะเวลาคืนทุนคิดลดเท่ากับ 12 ปี 5.4 เดือน และอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายเท่ากับ 1.03 ในส่วนของการวิเคราะห์ความอ่อนไหว พบว่า การจัดทำวัตถุประสงค์เองโครงการจะให้ผลตอบแทนที่ไม่คุ้มค่ากับการลงทุนหากไม่มีการสนับสนุนอัตราส่วนเพิ่มราคาไฟฟ้าจากการใช้ชีวมวลเป็นวัตถุดิบจากภาครัฐ

ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงเลือกใช้แนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการของ รวี ลงกาณี (2563) ซึ่งจำเป็นต้องพิจารณาความเป็นไปได้ทางการตลาด และความเป็นไปได้ทางเทคนิคก่อน จึงสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินได้ โดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน 4 เครื่องมือ ได้แก่ การคำนวณระยะเวลาคืนทุน การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ และการคำนวณดัชนีผลกำไร จากนั้นทำการวิเคราะห์สถานการณ์ และวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ

### กรอบแนวคิดในการศึกษา



รูปที่ 1: กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากการสรุปโดยผู้วิจัยกรอบแนวคิดข้างต้นแสดงถึงขั้นตอนในการศึกษา โดยการศึกษาครั้งนี้กำหนดระยะเวลาเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2564

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินจากการลงทุนสร้างอาคารสำนักงานให้เช่าในรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่น ย่านธุรกิจกลางกรุงเทพมหานคร มีขั้นตอนการศึกษา 3 ขั้นตอน ดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจสำนักงานให้เช่าในพื้นที่ย่านธุรกิจกลางกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 โครงการ ในพื้นที่ย่านธุรกิจกลางกรุงเทพมหานครที่ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นไปใช้ในการลงทุนสร้างอาคารสำนักงานให้เช่า และมีระยะเวลาก่อสร้างถึงการเปิดใช้อาคารในช่วงปีพ.ศ. 2559 ถึง พ.ศ. 2565 ได้แก่โครงการ FYI center โครงการ The PARQ โครงการ Kronos sathom tower โครงการ 140 Wireless และโครงการ O-NES Tower โดยทำการศึกษารูปแบบโครงการ การออกแบบพื้นที่ ขนาดพื้นที่ จำนวนเงินลงทุน และทำเลที่ตั้ง จากการค้นคว้าจากเอกสาร บทความ งานวิจัย และบทวิเคราะห์ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินในตลาดในการวิเคราะห์อุปทาน อุปสงค์ และการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิค ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับกฎหมายของโครงการ

**ขั้นตอนที่ 2** การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินโดยการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการที่มีการใช้แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นมากที่สุด โดยได้รับการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจากสามัญวิศวกรโยธา เพื่อนำข้อมูลการศึกษาเกี่ยวกับต้นทุนและรายได้ในการดำเนินงานต่าง ๆ ไปใช้ในการวิเคราะห์จัดทำสมมติฐานรายได้ สมมติฐานรายจ่าย ของโครงการ Triple A ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ย่านกลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร เป็นอาคารสำนักงานให้เช่า 30 ชั้น และมีที่จอดรถ 5 ชั้น โดยรายละเอียดเพิ่มเติมอยู่ในผลการศึกษา จากนั้นทำการวิเคราะห์ต้นทุนและรายได้ของโครงการ ทำการประมาณการกระแสเงินสดที่เกิดขึ้น นำไปวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน โดยทำการเปรียบเทียบ 4 กรณีได้แก่ กรณีซื้อที่ดินไม่มีการกู้เงินจากการก่อสร้าง กรณีซื้อที่ดินมีการกู้ยืมเงินร้อยละ 25 ของงบประมาณการก่อสร้าง กรณีซื้อที่ดินมีการกู้ยืมเงินร้อยละ 50 ของงบประมาณการก่อสร้าง และกรณีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) ของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่มีการดำเนินธุรกิจใกล้เคียงกับโครงการ ประกอบด้วย ระยะเวลาคืนทุน (PB) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) และดัชนีกำไร (PI) ทั้งนี้ในส่วนของการคิดลดที่ใช้ในการคำนวณ โดยมาตรฐานตามหลักวิชาการทางการเงินนั้นจะกำหนดให้เท่ากับ อัตราต้นทุนเงินทุนถ่วงเฉลี่ย (Weighted average cost of capital: WACC)

**ขั้นตอนที่ 3** ทำการประเมินความเสี่ยงของโครงการผ่านการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity analysis) จำนวน 10 กรณี และการวิเคราะห์สถานการณ์ในอนาคต (Scenario analysis) จำนวน 3 กรณีโดยพิจารณาจากอัตราร้อยละของการเปลี่ยนแปลง และความยืดหยุ่นของผลตอบแทนทางการเงินต่อการเปลี่ยนแปลงของแต่ละปัจจัย (Elasticity :  $E$ ) ซึ่งคำนวณได้โดย  $E = \frac{\% \text{การเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนทางการเงิน}}{\% \text{การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่พิจารณา}}$

โดยขนาดของ  $E$  จะบอกว่าผลตอบแทนทางการเงินจะเปลี่ยนแปลงไปขนาดไหนเมื่อปัจจัยที่พิจารณาเปลี่ยนแปลงไป 1% ในขณะที่เครื่องหมายของ  $E$  จะบอกถึงทิศทางของการเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนทางการเงิน

## ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจสำนักงานให้เช่าในพื้นที่ธุรกิจกลางกรุงเทพมหานครที่ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นไปใช้ในการลงทุนสร้างอาคารสำนักงานให้เช่า จากการวิเคราะห์อุปสงค์ และอุปทานของสำนักงานให้เช่าในกรุงเทพมหานคร พบว่า ตลาดอาคารสำนักงานให้เช่าในกรุงเทพมหานครมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2559 ถึง 2561 และลดลงอย่างมากจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้บริษัทหลาย ๆ แห่งปรับลดขนาดสำนักงานลงตามเท่าที่จำเป็น เพื่อลดต้นทุนการเช่าพื้นที่ นอกจากนี้การทำงานนอกสำนักงานกำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นหลายบริษัทยังคงใช้นโยบายให้พนักงานทำงานอยู่ที่บ้าน ส่งผลต่อแนวโน้มความต้องการพื้นที่สำนักงานเปลี่ยนแปลงไปใน 2 ด้านสำคัญ คือ อุปสงค์ในพื้นที่สำนักงานให้เช่าลดลงจากจำนวนบริษัทที่ปิดกิจการเพิ่มขึ้น และความต้องการพื้นที่สำนักงานจะปรับเปลี่ยนไปสู่สำนักงานรูปแบบใหม่อย่างเช่น Flexible space ที่ตอบสนองกระแสรูปแบบการทำงานแบบใหม่ที่ต้องการความคล่องตัว และมีความยืดหยุ่น โดยอัตราค่าเช่าในปี 2564 มีแนวโน้มปรับตัวลดลงเล็กน้อย ในขณะที่อุปทานพื้นที่ให้เช่าใหม่เข้ามาในตลาดเพิ่มขึ้นถึง 3.34 แสนตารางเมตร ซึ่งคาดว่าอุปสงค์ในพื้นที่ให้เช่ายังคงเติบโตไม่ทันกับอุปทานที่เข้ามาใหม่ ส่งผลให้อัตราการให้เช่า (Occupancy rate) โดยรวมมีแนวโน้มลดลงจนอาจต่ำกว่าระดับร้อยละ 85

2. ผลการศึกษาธุรกิจสำนักงานให้เช่าในพื้นที่ย่านธุรกิจกลางกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 โครงการ ได้แก่ FYI Center, The PARQ, Kronos sathorn tower, 140 Wireless และ O-NES Tower ที่ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นไปใช้ในการลงทุนสร้างอาคารสำนักงานให้เช่า พบว่า โครงการ O-NES Tower มีรูปแบบโครงการ และการออกแบบพื้นที่สอดคล้องกับแนวคิดฯ มากที่สุด จากการออกแบบโครงสร้างที่ไม่มีเสากระง้างระหว่างพื้นที่ทำงาน (Column free space) สำหรับรองรับรูปแบบการทำงานสมัยใหม่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

**ตารางที่ 1** การเปรียบเทียบอาคารสำนักงานให้เช่าในพื้นที่ย่านธุรกิจกลางกรุงเทพมหานคร

โครงการ	ทำเลที่ตั้ง	รูปแบบโครงการ	ขนาดพื้นที่	การออกแบบ	จำนวนเงินลงทุน
The PARQ 	ห้วยมถน รัชดาภิเษก -พระราม 4	Mixed-Use สมัยใหม่ - Office Space - Retail & Service - Co-working Space	60,000 ตร.ม. (17 ชั้น)	- LEED Gold - Well Gold - พื้นที่ปราศจาก เสาเข็มกลาง พร้อมฝ้าสูง 3 ม.	8 พันล้านบาท
Kronos Sathorn Tower 	ถนนสาทร	- Office Space - Retail & Service	25,136 ตร.ม. (29 ชั้น)	- ความสูง 3 ม.	1.5* พันล้านบาท *ไม่รวม ค่าที่ดิน
140 Wireless 	ถนนวิฑู	- Office Space - Retail & Service - Property Management and Leasing Service	25,784 ตร.ม. (22 ชั้น)	- เสาคอนกรีต - ความสูง 3 ม. - LEED Gold	3 พันล้านบาท

**ตารางที่ 2** การเปรียบเทียบอาคารสำนักงานให้เช่าในพื้นที่ย่านธุรกิจกลางกรุงเทพมหานคร

โครงการ	ทำเลที่ตั้ง	รูปแบบโครงการ	ขนาดพื้นที่	การออกแบบ	จำนวนเงินลงทุน
FYI CENTER 	ห้วยมถน พระราม 4 และ รัชดาภิเษก	- Office Space - Retail & Service - Victor Club (Meeting Venue)	48,095 ตร.ม. (12 ชั้น)	- เสาคอนกรีต - พื้น Post Tension - ความสูง 2.9 ม - LEED	5 พันล้านบาท
O-NES Tower 	ถนนสุขุมวิท BTS นานา	- Office Space - Retail & Service - Property Management and Leasing Service	47,200 ตร.ม. (29 ชั้น)	- ไม่มีเสาเข็ม ระหว่างพื้นที่ ทำงาน - ความสูง 3 ม. - LEED Gold & WELL Gold	9 พันล้านบาท

3. ผลการวิเคราะห์ทางเทคนิค (ความเป็นไปได้ทางกฎหมาย) ของโครงการ Triple A พบว่า โครงการ Triple A มีความเป็นไปได้ทางกฎหมาย กล่าวคือ ในด้านกฎหมายผังเมืองมีอัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมต่อพื้นที่ดินโครงการ (FAR) และอัตราส่วนพื้นที่ว่างต่อพื้นที่อาคาร (OSR) สอดคล้องตามกฎหมายผังเมือง ในด้านกฎหมายควบคุมอาคารมีที่ว่างตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร ได้กำหนดแนวอาคารและระยะร่น และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชรา นำมาเป็นการรอบในการออกแบบโครงการ ในด้านข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครมีร้อยละของพื้นที่ว่างปราศจากสิ่งปกคลุมตามข้อบัญญัติฯ นอกจากนี้ยังได้รับมาตรฐานต่าง ๆ ที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลทั้ง EIA, LEED และ WELL building standard

### 3.1 รายละเอียดของโครงการ Triple A

โครงการ Triple A เป็นอาคารสำนักงาน 30 ชั้น และมีที่จอดรถใต้ดิน 5 ชั้น บนที่ดินขนาด 4 ไร่เศษ โดยมีพื้นที่ใช้สอยรวม 44,856 ตร.ม. เป็นพื้นที่ให้เช่า 34,684 ตร.ม. อายุโครงการเท่ากับ 33 ปี ซึ่งประกอบด้วยระยะเวลาในการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างในโครงการ 3 ปี และระยะเวลาดำเนินการให้เช่าพื้นที่ภายในโครงการต่อปี เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 30 ปี กำหนดอัตราการปรับอัตราเรียกเก็บค่าเช่าให้เพิ่มทุก ๆ 5 ปี ตามอัตราการเติบโตเฉลี่ยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาของรายได้ของกลุ่มธุรกิจหลักในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ ที่มีการดำเนินธุรกิจใกล้เคียงกับแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ในโครงการเท่ากับร้อยละ 8.80 และใช้ราคาซากเป็นราคาที่ดิน ณ ปีที่ 33 โดยใช้เกณฑ์อัตราการเติบโตของภาคอสังหาริมทรัพย์ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (2010-2018) จากสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) อยู่ที่ 3.8% ต่อปี โดยใช้ราคาที่ดิน ณ ปีที่ 33 ประมาณ 12,751,358,000 บาท เป็นมูลค่าซาก

การประมาณการค่าใช้จ่ายโครงการ Triple A แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายในการลงทุน ประกอบไปด้วย 2 ส่วน ได้แก่ ค่าที่ดิน เป็นจำนวนเงิน 4,165,200,000 บาท และค่าก่อสร้างเป็นจำนวนเงิน 4,004,058,000 บาท

2. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการ เป็นค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (sell/ general/administration expense) ในช่วงที่โครงการมีรายได้ (ปีที่ 4 – 33) ซึ่งจะเป็นสัดส่วนกับรายได้ของโครงการ การคิดค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะพิจารณาจากข้อมูลของธุรกิจหลักในกลุ่มอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่มีการดำเนินธุรกิจคล้ายโครงการ Triply A ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนค่าใช้จ่ายด้านการขายและการบริหารต่อรายได้ อยู่ที่ 18.73%

3. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ประกอบด้วย ภาษีได้กำหนดอัตราภาษีไว้ที่ 20% ซึ่งเป็นอัตราที่นิติบุคคลทั่วไปจะต้องจ่ายตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นไป ค่าเสื่อมราคาตั้งสมมติฐานให้หักค่าเสื่อมราคาเท่ากับ 30 ปี โดยค่าเสื่อมจะเกิดขึ้นหลังจากการก่อสร้างแล้วเสร็จ เริ่มตั้งแต่ปีที่ 4 เป็นต้นไป ซึ่งกำหนดให้กิจการหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาของทรัพย์สินตามวิธีเส้นตรง (Straight line method) โดยอาคารถาวรให้ใช้อัตราไม่เกินร้อยละ 5 ของมูลค่าต้นทุน รายจ่ายดอกเบี้ยจะไม่ถูกพิจารณาในกระแสเงินสดของโครงการลงทุน เพราะการนำรายจ่ายจากดอกเบี้ยมาหักออกจากกระแสเงินสดของโครงการและนำกระแสเงินสดดังกล่าวไปคิดลดด้วย WACC จะเกิดปัญหา Double counting หรือการนับซ้ำ ทำให้การประเมินมูลค่าของโครงการต่ำเกินไป แหล่งเงินทุน และต้นทุนทางการเงิน ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบการจัดหาแหล่งเงินทุนออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ กรณีซื้อที่ดินไม่มีการกู้เงินจากการก่อสร้าง กรณีซื้อที่ดินมีการกู้ยืมเงินร้อยละ 25 ของงบประมาณการก่อสร้าง กรณีซื้อที่ดินมีการกู้ยืมเงินร้อยละ 50 ของงบประมาณการก่อสร้าง และกรณีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt-equity ratio: D/E) ของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์หลัก ซึ่งส่งผลต่อการคำนวณอัตราผลตอบแทนของโครงการด้วยวิธี NPV จำเป็นจะต้องหาอัตราคิดลดในการคำนวณ โดยมาตรฐานตาม

หลักวิชาการทางการเงินนั้น จะกำหนดให้เท่ากับอัตราต้นทุนเงินทุนถัวเฉลี่ย (Weighted average cost of capital: WACC) โดยคำนวณส่วนของ  $W_D$  และ  $W_E$  ดังนี้

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบสัดส่วนทุนกิจการกับเงินกู้สถาบันของโครงการ Triple A

รายการ	กรณีซื้อที่ดินไม่มี	กรณีซื้อที่ดินมีการ	กรณีซื้อที่ดินมีการ	กรณีอัตราส่วนหนี้สิน
	การกู้เงินจากการก่อสร้าง	กู้ยืมเงินร้อยละ 25	กู้ยืมเงินร้อยละ 50	ต่อส่วนของ
		ของงบประมาณ	ของงบประมาณ	ผู้ถือหุ้น (D/E)
		การก่อสร้าง	การก่อสร้าง	ของธุรกิจในกลุ่ม
				อุตสาหกรรมพัฒนา
				อสังหาริมทรัพย์
ค่าที่ดิน	4,165,200,000.00	4,165,200,000.00	4,165,200,000.00	-
ค่าก่อสร้าง	4,004,058,000.00	3,003,043,500.00	2,002,029,000.00	-
ทุนกิจการ	8,169,258,000.00	7,168,243,500.00	6,167,229,000.00	3,607,544,332.80
เงินกู้สถาบัน	-	1,001,014,500.00	2,002,029,000.00	4,561,713,667.20
รวม	8,169,258,000.00	8,169,258,000.00	8,169,258,000.00	8,169,258,000.00
$W_E$	100.00%	87.75%	75.49%	44.16%
$W_D$	0%	12.25%	24.51%	55.84%

อัตราต้นทุนเงินทุนถัวเฉลี่ย (Weighted average cost of capital: WACC) มีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$WACC = W_D R_D (1 - T_C) + W_E R_E$$

ทั้งนี้การคำนวณ  $W_D$  และ  $W_E$  ของกรณีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์หลัก เท่ากับ 126.44% จึงคิดเป็นค่า  $W_D$  และ  $W_E$  ประมาณ 55.84% และ 44.16% ตามลำดับ

ส่วน  $R_D$  จะกำหนดให้เท่ากับ MRR หรืออัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทย เรียกเก็บจากลูกค้ารายย่อยชั้นดี ซึ่งในปัจจุบันมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.6888%

ส่วน  $R_E$  จะใช้แบบจำลองการกำหนดราคาทรัพย์สินฝ่ายทุน (Capital asset pricing model: CAPM) ในการคำนวณ โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

$$R_E = R_F + (R_M - R_F)\beta$$

$R_F$  = อัตราผลตอบแทนที่ปราศจากความเสี่ยง ซึ่งจะกำหนดให้เท่ากับ อัตราดอกเบี้ยพันธบัตรรัฐบาลไทยอายุ 1 ปี (รายปี) ย้อนหลัง 30 ปี เท่ากับ 2.047%

$R_M$  = อัตราผลตอบแทนของกลุ่มหลักทรัพย์ตลาด ซึ่งจะกำหนดให้เท่ากับ SET TRI (Total return index) หรือดัชนีผลตอบแทนรวม (รายปี) ย้อนหลัง 15 ปี เท่ากับ 9.650%

$\beta$  = ค่าเบต้าอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งจะใช้การถดถอย (Regression) ในการประมาณค่า โดยให้ตัวแปรต้นเป็นอัตราผลตอบแทนของกลุ่มหลักทรัพย์ตลาด และตัวแปรตามเป็นอัตราผลตอบแทนของดัชนีอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ การใช้ข้อมูลรายวันตั้งแต่วันที่ 4 มกราคม 2562 ถึง 31 มีนาคม 2564 ให้ค่าบีต้าเท่ากับ 0.875

**ตารางที่ 4** การประเมินค่าเบต้าของกลุ่มอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

	Standard			
	Coefficients	Error	t-Stat	P-value
Intercept – Alpha	-9.79271E-05	0.000441945	-0.221581882	0.824701612
Slope – Beta	0.875636831	0.014102503	62.09087964	7.4663E-293

หมายเหตุ : ใช้ข้อมูลรายวันตั้งแต่วันที่ 4 มกราคม 2562 ถึง 31 มีนาคม 2564

$$R_E = 2.047\% + (9.650\% - 2.047\%) \times 0.875 = 8.70\%$$

$T_C$  จะกำหนดให้เท่ากับ 20% ซึ่งเป็นอัตราภาษีนิติบุคคลที่รัฐบาลกำหนดตั้งตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นไป

ดังนั้นอัตราคิดลดที่ใช้ในการคำนวณ คือ อัตราเงินทุนถัวเฉลี่ย (WACC) โดยแบ่งตามกรณีดังนี้ กรณีซื้อที่ดินไม่มีการกู้เงินจากการก่อสร้าง ใช้อัตราคิดลดเท่ากับ 8.70% กรณีซื้อที่ดินมีการกู้ยืมเงินร้อยละ 25 ของงบประมาณการก่อสร้าง ใช้อัตราคิดลดเท่ากับ 8.29% กรณีซื้อที่ดินมีการกู้ยืมเงินร้อยละ 50 ของงบประมาณการก่อสร้าง ใช้อัตราคิดลดเท่ากับ 7.88% และกรณีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) ของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์หลัก ใช้อัตราคิดลดเท่ากับ 6.83%

ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ Triple A พบว่า ทั้ง 4 กรณีมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบ กรณีซื้อที่ดินไม่มีการกู้เงินจากการก่อสร้าง มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบมากที่สุด รองลงมาคือ กรณีซื้อที่ดินมีการกู้ยืมเงินร้อยละ 25 ของงบประมาณการก่อสร้าง กรณีซื้อที่ดินมีการกู้ยืมเงินร้อยละ 50 ของงบประมาณการก่อสร้าง และกรณีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) ของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์หลัก โดยมีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 24 ปี 9 เดือน มีอัตราผลตอบแทนภายในอยู่ที่ร้อยละ 4.230 และมีดัชนีกำไรอยู่ที่ 2.50 เท่า

**ตารางที่ 5** การวิเคราะห์ความคุ้มค่าของโครงการ Triple A จากเครื่องมือทางการเงิน

รายการ	Payback (ปี)	NPV (บาท)	IRR (%)	PI (เท่า)
กรณีซื้อที่ดินไม่มีการกู้เงินจากการก่อสร้าง	24 ปี 9 เดือน	(3,955,309,131.28)	4.230%	2.500
กรณีซื้อที่ดินมีการกู้ยืมเงินร้อยละ 25 ของงบประมาณการก่อสร้าง	24 ปี 9 เดือน	(3,749,985,513.93)	4.230%	2.500
กรณีซื้อที่ดินมีการกู้ยืมเงินร้อยละ 50 ของงบประมาณการก่อสร้าง	24 ปี 9 เดือน	(3,522,835,249.97)	4.230%	2.500
กรณีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) ของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	24 ปี 9 เดือน	(2,822,926,751.16)	4.230%	2.500

**ผลการวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการ**

ผลการวิเคราะห์สถานการณ์ 3 กรณี ได้แก่ สถานการณ์หลัก (Base case) เป็นไปตามการประเมินโครงการ สถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best-case scenario) กำหนดให้รายได้ทั้งหมดเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และต้นทุนทั้งหมดลดลงร้อยละ 10 พบว่า ทั้ง 4 กรณี มีระยะเวลาดังทุนลดลงเป็น 21 ปี 2 เดือน (การเปลี่ยนแปลงร้อยละ -14.460 และ elasticity เท่ากับ -1.446) มูลค่าปัจจุบันสุทธิยังคงเป็นลบโดยกรณีซื้อที่ดินไม่มีการกู้เงินจากการก่อสร้างมีมูลค่าเป็นลบมากที่สุดถึง -2,744,114,480.62 บาท (การเปลี่ยนแปลงร้อยละ -30.622 และ elasticity เท่ากับ -3.062) อัตราผลตอบแทนภายในเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 5.507 (การเปลี่ยนแปลงร้อยละ 30.178% และ elasticity เท่ากับ 3.018) และดัชนีกำไรเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 3.224 (การเปลี่ยนแปลงร้อยละ 28.946% และ elasticity เท่ากับ 2.895) นอกจากนี้สถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด (Worst-case scenario) กำหนดให้รายได้ทั้งหมดลดลงร้อยละ 10 และต้นทุนทั้งหมดเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 พบว่า ทั้ง 4 กรณี มีระยะเวลาดังทุนเพิ่มขึ้นเป็น 28 ปี 8 เดือน (การเปลี่ยนแปลงร้อยละ 16.675 และ elasticity เท่ากับ 1.667) มูลค่าปัจจุบันสุทธิยังคงเป็นลบโดยกรณีซื้อที่ดินไม่มีการกู้เงินจากการก่อสร้างมีมูลค่าเป็นลบมากที่สุดถึง -5,043,781,766.65 บาท (การเปลี่ยนแปลงร้อยละ 27.519 และ elasticity เท่ากับ 2.752) อัตราผลตอบแทนภายในลดลงเป็นร้อยละ 3.311 (การเปลี่ยนแปลง ร้อยละ-21.728% และ elasticity เท่ากับ -2.173) และดัชนีกำไรลดลงเป็นร้อยละ 2.106 (การเปลี่ยนแปลง ร้อยละ-15.769% และ elasticity เท่ากับ -1.577)

ผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ 10 กรณี ได้แก่ (1) ต้นทุนด้านก่อสร้างเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในขณะที่รายได้คงที่ (2) ต้นทุนด้านก่อสร้างเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ในขณะที่รายได้คงที่ (3) ต้นทุนด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในขณะที่รายได้คงที่ (4) ต้นทุนด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ในขณะที่รายได้คงที่ (5) อัตราการเช่าลดลงร้อยละ 10 ในขณะที่ค่าใช้จ่ายคงที่ (6) อัตราการเช่าลดลงร้อยละ 20 ในขณะที่ค่าใช้จ่ายคงที่ (7) WACC น้อยกว่าที่คาดหมายเอาไว้ร้อยละ 5 (8) WACC มากกว่าที่คาดหมายเอาไว้ร้อยละ 5 (9) อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25 และ (10) อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลลดลงเหลือร้อยละ 15 พบว่า ทุกกรณีมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นลบ และมีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ที่น้อยกว่าอัตราดอกเบี้ยของรายได้เฉลี่ยต่อปีย้อนหลัง 5 ปี ของธุรกิจหลักในกลุ่มอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่มีการดำเนินธุรกิจใกล้เคียงกับโครงการ ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 8.80

จากผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินจึงสรุปได้ว่า โครงการ Triple A นั้นไม่มีความน่าสนใจในการลงทุน เนื่องจากได้ผลตอบแทนน้อยกว่าตลาด มีระยะเวลาคืนทุนที่นาน และมีมูลค่าโครงการเป็นลบ

## อภิปรายผล

ผลการศึกษารูปได้ว่าการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการนั้นจำเป็นต้องศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด และความเป็นไปได้ทางเทคนิคและการผลิต (หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง) เพื่อใช้ในการประกอบการพิจารณาในการลงทุนโครงการ ส่วนการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการเปรียบเสมือนหัวใจในมุมมองการลงทุน ซึ่งจากการศึกษาผ่านตัวอย่างโครงการ Triple A ที่มีความเป็นไปได้ทางการตลาด และมีความเป็นไปได้ทางเทคนิคและการผลิต (ในส่วนกฎหมายที่เกี่ยวข้อง) แต่เมื่อนำมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน กลับให้ผลที่ขัดแย้งกันอาจเป็นผลมาจากรูปแบบโครงการ โครงสร้างรายได้ หรือเพดานการเติบโตของรายได้ในอนาคต

จากการศึกษาในเรื่องแหล่งเงินทุน และต้นทุนทางการเงิน พบว่า กรณีซื้อที่ดินไม่มีการกู้เงินจากการก่อสร้าง มีต้นทุนทางการเงินที่สูงที่สุด รองลงมาคือ กรณีซื้อที่ดินมีการกู้ยืมเงินร้อยละ 25 ของงบประมาณการก่อสร้าง กรณีซื้อที่ดินมีการกู้ยืมเงินร้อยละ 50 ของงบประมาณการก่อสร้าง และกรณีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) ของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ หลักตามลำดับ ทำให้ทราบว่าบริษัท ห้างร้าน องค์กรต่างๆ ที่ต้องการลงทุนจำเป็นต้องศึกษาเรื่องของอัตราเงินต้นทุนถ่วงเฉลี่ย (WACC) เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการลงทุน ทั้งนี้ในกรณีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) ของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ที่มีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำที่สุด สามารถนำมาเป็นตัวอย่างการวิเคราะห์ทางการเงิน เพื่อนำไปปรับใช้ในองค์กรธุรกิจต่าง ๆ ทำให้มีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำ และแสวงหาประโยชน์สูงสุดให้กับกิจการ สอดคล้องกับงานวิจัยของบัณฑิต ผังนิรันดร์ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุนก่อสร้างอาคารตรวจบัตรโดยสาร ภายนอกอาคารผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต” ซึ่งให้เห็นว่า การวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงินนั้นทำให้ทราบถึงต้นทุน และผลตอบแทนทางการเงินจากการลงทุนในโครงการก่อสร้าง เป็นแนวทางในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และเป็นแนวทางให้ผู้สนใจลงทุนใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน

ผลการวิเคราะห์ทางการเงินจึงควรทำในหลายกรณีที่มีการตัดสินใจ เช่น กรณีตัวเลือกในการลงทุนในรูปแบบที่แตกต่างกันในเชิงการออกแบบ โดยอาจทำงานร่วมกันระหว่างการออกแบบพื้นที่ให้เหมาะสมกับความเป็นไปได้ทางการเงินให้มากที่สุด ตัวอย่างเช่น ต้องมีพื้นที่เท่าไรถึงจะมีความคุ้มค่าในการลงทุนที่เหมาะสม จำเป็นต้องลดค่าใช้จ่ายด้านการออกแบบส่วนใดเพื่อทำให้มีความคุ้มค่าในการลงทุนที่เหมาะสม เป็นต้น ทั้งนี้การออกแบบอาคารสำนักงานให้เข้าในรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นจากกรณีศึกษานั้นมีต้นทุนการก่อสร้างที่สูง ดังนั้นการหาวิธีการสร้างหรือการออกแบบการก่อสร้างอย่างไรให้มีต้นทุนที่ต่ำจึงเป็นความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสำนักงานให้เข้าย่านธุรกิจกลางกรุงเทพมหานคร เพราะไม่เพียงแต่เรื่องต้นทุนค่าก่อสร้างเท่านั้น ยังมีเรื่องการเดินทางต่างๆ ทั้ง BTS หรือ MRT ที่จะให้ที่ดินในย่านดังกล่าวมีราคาสูงขึ้น จึงควรนำปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวเข้ามาพิจารณาถึงความจำเป็นในการลงทุน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุกฤษดา พุ่มแก้ว และคณะ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ยืนยันความเป็นไปได้ของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพทางการเงิน โดยข้อมูลบัญชีบริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มอุตสาหกรรมยางพารา” ซึ่งให้เห็นว่า ปัจจัยภายนอก พร้อมเสริมปัจจัยการรับรู้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป การปรับเปลี่ยนนโยบาย กลยุทธ์ของผู้ถือหุ้น ล้วนเป็นปัจจัยที่สำคัญสามารถสนับสนุนการตัดสินใจของฝ่ายบริหารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการ ทำให้เห็นว่า โครงการสามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันต่าง ๆ ได้ในระดับใด จึงเป็นการวิเคราะห์ที่จำเป็นอย่างยิ่งในการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ การพิจารณาความเปลี่ยนแปลง และค่า elasticity เพื่อดูทิศทางของการเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนทางการเงิน จึงเป็นวิธีการที่เหมาะสมในการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ เพราะเมื่อทราบว่าตัวโครงการที่เราจะลงทุนมีความเสี่ยงในด้านใดบ้างก็จะสามารถหาวิธีการรับมือ หรือปรับปรุง เปลี่ยนแปลง แก้ไข ให้สามารถรับมือกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ในอนาคต

1.1 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด ทำให้ทราบว่าอุปสงค์ในพื้นที่ให้เขายังคงเติบโตไม่ทันกับอุปทานที่เข้ามาใหม่ ภาคเอกชนหรือนักลงทุนที่สนใจจะทำธุรกิจอาคารสำนักงานให้เขายังจำเป็นต้องปรับรูปแบบการใช้งานต่าง ๆ ของอาคาร รวมไปถึงโครงสร้างของรายได้ในอนาคต เนื่องจากอาจจะไม่สามารถรับรายได้จากการให้เช่าพื้นที่สำนักงานได้อย่างเต็มพื้นที่เหมือนในอดีต

1.2 รูปแบบการวิเคราะห์การตัดสินใจลงทุนผ่านมุมมองทางการเงินในลักษณะงานวิจัยนี้ นักลงทุนผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไป สามารถนำไปเป็นต้นแบบการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินในโครงการต่าง ๆ ที่กำลังตัดสินใจลงทุนในภาคธุรกิจ ทั้งในโครงการขนาดเล็ก และในโครงการขนาดใหญ่ เพื่อใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ในการตัดสินใจลงทุน

1.3 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินสรุปว่าโครงการ Triple A ไม่มีความน่าสนใจในการลงทุน เนื่องจากได้ผลตอบแทนน้อยกว่าตลาด มีระยะเวลาคืนทุนที่นาน และมีมูลค่าโครงการเป็นลบ อย่างไรก็ตามหากมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงรูปแบบโครงการ และโครงสร้างของรายได้ นักกลับมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินอีกครั้ง อาจให้ผลการศึกษาที่ต่างออกไปจากงานวิจัยชิ้นนี้ เนื่องจากในการศึกษานี้มีข้อจำกัดในการอ้างอิงตัวเลขทางการเงินในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการปรับปรุงข้อมูลการอ้างอิงให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ เพื่อให้สามารถประมาณการ และเปรียบเทียบข้อมูลในการตัดสินใจได้อย่างทันสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง

### 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากผลการศึกษาจัดทำตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้แล้ว ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

2.1 การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาโครงการ Triple A จำกัดพื้นที่ในย่านธุรกิจกลางกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในอนาคตควรมีการศึกษาในพื้นที่รอบนอก เพื่อให้ผลการศึกษาเป็นประโยชน์ต่อวงกว้างมากยิ่งขึ้น หรือสามารถนำรูปแบบการวิเคราะห์ทางการเงินในงานวิจัยชิ้นนี้ ไปศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจอื่น ๆ ที่สนใจ

2.2 นอกจากการตัดสินใจทางการเงินในการลงทุนธุรกิจแล้ว นักลงทุน และผู้ประกอบการ อาจจะมีปัจจัยอื่น ๆ ในการตัดสินใจการลงทุน เช่น สิทธิในการเป็นเจ้าของ สิทธิพิเศษทางด้านภาษี เป็นต้น ซึ่งเป็นตัวแปรที่ผู้วิจัยเห็นว่า เป็นคำถามการวิจัยที่น่าสนใจ

## เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน). (2563). *อสังหาริมทรัพย์ ปีนี้อังนาลงทุนอยู่มั้ย? สืบค้นจาก* [krungsri.com/th/plearn/plearn/real-estate-investment](https://krungsri.com/th/plearn/plearn/real-estate-investment) รัชชชัย ประสิทธิ์แพทย์. (2558). *ความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนสร้างโรงไฟฟ้าชีวมวล*. (ม.ป.ท.): มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บัณฑิต ผังนรินทร์. (2557). *การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุนก่อสร้างอาคารตรวจบัตรโดยสาร ภายนอกอาคารผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต. วารสารสมาคมนักวิจัย.ปีที่ 19 ครั้งที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2557. 145-153*
- พัชรา กลิ่นชวนชื่น. (2562). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2562-2564: สำนักงานให้เข้าในกรุงเทพฯ และปริมณฑล*. สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/RealEstate/Commercial-Buildings-in-BMR/IO/io-Office-Building-in-BMR>
- ภควดี ประพันธ์บัณฑิต. (2560). *การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการอาคารสำนักงานแนวใหม่ ยุค 4.1 สำหรับวัยทำงาน GEN NEXT ในกรุงเทพมหานคร.สารนิพนธ์. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- รวี ลงกาณี. (2563). *การประเมินความเป็นไปได้ด้านการเงินของโครงการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วงศ์กร เรืองฤทธิ์. (2562). *ความเป็นไปได้ทางการเงินในการปรับปรุงที่พักธุรกิจโรงแรมแนวอินดัสเทียลลอฟ ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. สารนิพนธ์. เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.*
- สินมหัต สุขจิตต์. (2560). *การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในโครงการลงทุนสร้างบ้านจัดสรร ประเภทบ้านเดี่ยว ถนนโรงพยาบาล อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- สุกฤษดา พุ่มแก้ว (2561). *ยืนยันความเป็นไปได้ของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลทางการเงิน โดยข้อมูลบัญชีบริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มอุตสาหกรรมยางพารา. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2561. 437-446*
- อกนิษฐ์ ชัยเฉลิมศักดิ์. (2558). *การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนธุรกิจสถานบริการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยศิลปากร.*
- อาณัติ สีมัดเดช. (2561). *การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ*. (ม.ป.ท.): เกรท ไอเดีย.

## ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว Factors Related to Behavioral Intentions towards Use of Digital Payment Platforms for Tourism Businesses

สุรชาติ บัวชุม<sup>1\*</sup>, ภัทรমন กล้าอาษา<sup>1</sup>และ ชยุดม วัฒนา<sup>2</sup>  
Surachart Buachum<sup>1\*</sup>, Phattaramon Klaasa<sup>1</sup> and Chayoot Wana<sup>2</sup>

Received: September 29, 2021; Revised: November 25, 2021; Accepted: December 16, 2021

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้การวิจัย คือ เป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว 4 จังหวัด ได้แก่ ชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง และนักท่องเที่ยว จำนวน 343 คน ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.658 -0.934 และได้เก็บข้อมูลในช่วงระหว่างเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2564 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้ Point biserial correlation ในการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัย ผลการวิจัยพบว่า อายุ และระดับการศึกษาสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต การแสกนคิวอาร์โค้ด และการโอนเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ในขณะที่บริบททางสังคม วัฒนธรรม และกฎหมายและข้อบังคับมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแสกนคิวอาร์โค้ดมากที่สุด เช่นเดียวกับการรับรู้การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความเสี่ยงในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และความตั้งใจในการใช้งานแพลตฟอร์มมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแสกนคิวอาร์โค้ดมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน การรับจ่ายเงินดิจิทัล ธุรกิจท่องเที่ยว แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัล

<sup>1</sup> สาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, Department Of Business Information System, Faculty of Management Science Research, Chandrakasem Rajabhat University

<sup>2</sup> สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, Department Of Business Economics, Faculty of Management Science Research, Chandrakasem Rajabhat University

\*Corresponding author e-mail: surachart.b@chandra.ac.th

## Abstract

The objective of this research was to investigate factors relating to behavioral intentions towards use of digital payment platforms in tourism businesses. The samples of the present study comprised 343 tourism business entrepreneurs from four provinces, including Chainat, Lopburi, Singburi, and Angthong Provinces, recruited using accidental random sampling technique. The data were collected through a questionnaire during January-February 2021 and were analyzed using descriptive statistics including frequency, percentage, mean, standard deviation. Moreover, Point Biserial Correlation was performed to test factor correlation. The results showed that age and level of education were correlated with credit card spending behaviors, QR code payment and mobile application payment on the digital payment platforms. Furthermore, the findings portrayed that social context, culture, and law and regulation had the strongest level of relationship with QR code payment behavioral intention. In addition, perceived ease-of-use, risk of use, perceived usefulness and intention to use were found to have significant association with QR code payment behavioral intention.

**Keywords:** Upper central province, Digital payment, Tourism business, Digital payment platform

## บทนำ

เทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้าน เช่น ระบบการซื้อขายสินค้า ระบบการศึกษา ระบบงานด้านการแพทย์ ระบบการผลิต รวมทั้งระบบการเงินที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดจากผู้คนในสังคมที่หันมาใช้จ่ายเงินด้วยระบบการชำระเงินออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการจ่ายเงินค่าสินค้า การโอนเงิน การเช็คยอดเงิน จนนำไปสู่ยุคที่เรียกว่าสังคมไร้เงินสด (Cashless society) โดยในยุคนี้จะเห็นว่าเทคโนโลยีมีบทบาทที่สำคัญในการทำให้ระบบการชำระเงินมีความคล่องตัวและสะดวกมากยิ่งขึ้น แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลเป็นกระบวนการชำระเงินระหว่างผู้จ่ายหรือผู้โอนเงินไปยังผู้รับเงินที่เกิดขึ้นผ่านสื่อและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิต บัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์ การชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต และการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น การชำระเงินค่าสินค้าผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล (m-Payment) ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้บริการจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการผ่านกระเป๋าเงินออนไลน์ ระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ การบริการพร้อมเพย์ ที่ทำให้การใช้บริการทางการเงินใกล้ตัวผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เห็นได้จากอัตราการใช้ m-Payment เพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 22.5 ในปี พ.ศ. 2560 (ชงไชย โชติศิริพงศ์, 2560) นอกจากนี้ ธนาคารพาณิชย์ต่างเปิดให้บริการผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR code payment) โดยผู้ที่มีบัญชีและผูกพร้อมเพย์กับธนาคารสามารถขอรับคิวอาร์โค้ดเพื่อนำไปติดตั้งกับร้านค้าให้ลูกค้าชำระเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ ซึ่งเงินจะเข้าบัญชีร้านค้าได้โดยตรงจึงเป็นแพลตฟอร์มทางการเงินที่สามารถอำนวยความสะดวกในการใช้จ่าย และใช้เวลาน้อยลงมาก

แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในทุกภาคส่วน รวมถึงการท่องเที่ยวของประเทศ ซึ่งการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสร้างรายได้แก่ชุมชน การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่จับจ่ายใช้สอยไปกับกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อของฝาก การซื้ออาหาร การซื้อบัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว แม้กระทั่งการทำบุญหรือการบริจาค เพื่อสนับสนุนด้านการบำรุงสถานที่ กิจกรรมเหล่านี้ส่วนใหญ่ยังนิยมใช้เงินสดในการจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการอยู่ แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในการชำระเงินจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวก ความรวดเร็ว ประหยัดเวลาในการเข้าแถวจ่ายเงิน และมีความปลอดภัย (Lou et al., 2017) ส่วนด้านผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวก็ได้รับประโยชน์ในแง่ของการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและลดการจ้างพนักงานลง จึงส่งผลให้แนวโน้มการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัล

มีเพิ่มขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น สหรัฐอเมริกา จีน ยุโรป เป็นต้น โดยอัตราของนักท่องเที่ยวระดับภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกส่วนใหญ่จะเลือกใช้ดิจิทัลวอลเล็ต (Digital wallet) ร้อยละ 20 (Brand, 2561) การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลกับการท่องเที่ยวช่วยทำให้การชำระเงินที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวมีทางเลือกที่เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกในการชำระเงินให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้แนวโน้มการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยว มีเพิ่มมากขึ้น และที่สำคัญการชำระเงินผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลด้วยช่องทางออนไลน์จะช่วยแก้ปัญหาระหว่างการเดินทาง (สุทธภาอมรวีวัฒน์ และคณะ, 2560) ไม่ว่าจะเป็นความสับสนในสกุลเงิน การทำเงินหาย หรือถูกโจรกรรม

อย่างไรก็ตาม แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลยังเป็นระบบเศรษฐกิจของสังคมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชุมชนท้องถิ่น ด้วยเหตุที่ประชาชนส่วนใหญ่ยังคงคุ้นเคยกับการชำระเงินด้วยเงินสดมากกว่าการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ การส่งเสริมให้ประเทศไทยเข้าสู่สังคมไร้เงินสดจึงเป็นไปได้ช้า ดังนั้น การศึกษาถึงพฤติกรรมและความต้องการในการใช้จ่ายเงินผ่านแพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในชุมชน จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่จะหาแนวทางในการสนับสนุนการใช้จ่ายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ การศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบแพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลส่วนใหญ่จะเน้นที่ชุมชนเมืองมากกว่าชุมชนท้องถิ่น และจะศึกษาในมุมมองของผู้ใช้บริการเพียงอย่างเดียว (Kang, 2014; Liebana et al., 2015; Lou et al., 2017) การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษามุมมองของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ และในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจ โดยเฉพาะในชุมชนท้องถิ่นในจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ในที่นี้หมายถึง กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ประกอบด้วยจังหวัดชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง ซึ่งกลุ่มจังหวัดดังกล่าวตั้งอยู่ในพื้นที่ราบลุ่มภาคกลางของประเทศไทย บริเวณลุ่มน้ำเจ้าพระยา และลุ่มน้ำป่าสัก มีพื้นที่รวม 10,460.29 ตารางกิโลเมตร กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบนมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่สำคัญ รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นจำนวนมาก เช่น จังหวัดสิงห์บุรี มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ได้แก่ วัดพระนอนจักรสีห์วรวิหาร อนุสาวรีย์วีรชนค่ายบางระจัน จังหวัดอ่างทอง สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ได้แก่ วัดม่วง วัดขุนอินทประมูล จังหวัดชัยนาท สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ได้แก่ วัดปากคลองมะขามเฒ่า วัดธรรมามูลวรวิหาร และ จังหวัดลพบุรี สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ได้แก่ นารายณ์ราชนิเวศน์ สถานพระปรางค์สามยอด ศาลพระกาฬ และ วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ เป็นต้น นอกจากนี้ จากการศึกษาแผนพัฒนากลุ่มจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2561-2564) พบว่า ตั้งแต่ปี 2556-2558 แนวโน้มการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด สูงขึ้น คิดเป็นร้อยละ 11.32 โดยแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของกลุ่มจังหวัดจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา และวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด ตั้งแต่ปี 2556-2558 เพิ่มสูงขึ้น คิดเป็นร้อยละ 15.86 อย่างไรก็ตาม จากการลงพื้นที่สำรวจ พบว่า ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวจะเน้นการจ่ายเงินซื้อสินค้าหรือบริการด้วยเงินสดมากกว่าการแพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัล จึงทำให้เกิดข้อจำกัดในการใช้จ่ายเงินซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยียังไม่เอื้ออำนวยต่อการรับชำระเงินออนไลน์ ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวพลาดโอกาสในการซื้อสินค้าได้ ซึ่งก่อให้เกิดการสูญเสียรายได้ที่ควรเกิดจากการท่องเที่ยว ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว โดยนำทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี เป็นพื้นฐานในการศึกษาพฤติกรรม ความเชื่อมั่น และความต้องการใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้ ประกอบด้วย ปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้ ปัจจัยด้านบริบททางสังคม กฎหมาย ข้อบังคับ และด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านความต้องการใช้เทคโนโลยี ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะเป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการพัฒนาารูปแบบแพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยวเมืองรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว

## ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Technology acceptance model: TAM) เป็นทฤษฎีที่ใช้ทำนายพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีในขนาดของผู้ใช้ที่เกิดจากการตัดสินใจหรือความตั้งใจใช้โดยการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน รวมทั้งทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified theory of acceptance and use of technology : UTAUT) นำเสนอโดย Venkatesh et al. (2003) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีเกิดจากแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจโดยปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้เป็นปัจจัยเสริมและปัจจัยด้านบริบททางสังคมเป็นปัจจัยที่เชื่อมโยงให้เกิดความตั้งใจใช้เทคโนโลยี นอกจากนี้ ผู้วิจัยศึกษาปัจจัยความเสี่ยงในการใช้งานของผู้ใช้ ปัจจัยด้านกฎหมายและข้อบังคับ และด้านวัฒนธรรม ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัล เพราะเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการสร้างความไว้วางใจต่อเทคโนโลยีการชำระเงิน (Liebana et al., 2015) ซึ่งจะมีรายละเอียดดังนี้

### 1. ปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้

คุณลักษณะส่วนบุคคล คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน รายได้ เป็นต้น Venkatesh et al. (2003) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนตัวเป็นตัวแปรเสริม จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ และประสบการณ์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ จะส่งผลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงตัวแปรด้านระดับการศึกษา เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากเทคโนโลยี

### 2. ปัจจัยด้านบริบททางสังคม ด้านกฎหมายและข้อบังคับ และด้านวัฒนธรรม

2.1 บริบททางสังคม เป็นกลุ่มบุคคลที่อยู่รอบตัวแต่ละบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน สถาบันการเมือง สื่อมวลชน ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ถึงความสำคัญต่อสิ่งต่าง ๆ ในที่นี้คือการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ กลุ่มบุคคลในสังคมสามารถเปลี่ยนแปลงทางความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้อื่นได้ (Lee et al., 2006)

2.2 ด้านวัฒนธรรม เป็นรูปแบบการคิด การดำรงชีวิต ค่านิยม ความรู้สึก และปฏิบัติที่ได้รับถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นจนเกิดการยอมรับ วัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยากและใช้ระยะเวลาที่นาน Schepers & Wetzels, (2007) กล่าวว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของคนจากวัฒนธรรมตะวันตกและตะวันออกแตกต่างกัน โดยคนชาวตะวันตกจะให้ความสำคัญกับการรับรู้ถึงประโยชน์ในขณะที่ชาวตะวันออกจะให้ความสำคัญกับการใช้งานง่ายมากกว่า ดังนั้น จะเห็นได้ว่าคนที่มาจากวัฒนธรรมที่ต่างกันจะยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่แตกต่างกัน

2.3 ด้านกฎหมายและข้อบังคับ คือ กฎเกณฑ์ คำสั่งหรือข้อบังคับที่บัญญัติถึงสิทธิและหน้าที่ ความสัมพันธ์ระหว่างกัน เพื่อควบคุมความประพฤติของมนุษย์ในสังคมนั้น ๆ ข้อกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับจะสร้างความเชื่อมั่นให้กับคนในสังคม เช่น พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560

### 3. ปัจจัยด้านความต้องการใช้เทคโนโลยี

ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Technology acceptance model: TAM) เป็นการศึกษาบริบทการยอมรับเทคโนโลยี TAM สามารถนำมาใช้ในการอธิบายพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี นำเสนอโดย Davis (1989) โดยตัวแปรที่จะนำมาพิจารณาในงานวิจัยนี้ ประกอบด้วย

3.1 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ คือ การรับรู้ความมีประโยชน์ จะเป็นความเชื่อมั่นของผู้ใช้ว่าการใช้งานสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะส่งผลให้มีการปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ดีขึ้นทำให้เกิดแรงจูงใจในการใช้งานสิ่งนั้น (Siregar et al., 2017) หากผู้ใช้มีระดับการรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีที่จะมีส่วนช่วยในการสร้างประสบการณ์ใหม่ (Hayashi & Bradford, 2014) การรับรู้ความมีประโยชน์ของผู้ใช้จะอยู่ในระดับมากก็ต่อเมื่อเทคโนโลยีทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ

3.2 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน คือ ความคาดหวังของผู้ใช้ที่จะสามารถใช้เทคโนโลยีได้อย่างง่ายดายโดยไม่ต้องใช้ความพยายาม การรับรู้ถึงความง่ายจะสามารถวัดได้จากคุณลักษณะต่าง ๆ เช่น สามารถเรียนรู้ได้ง่าย มีความชัดเจน สามารถเข้าใจได้ มีความยืดหยุ่น และสามารถใช้งานได้ง่าย (Davis, 1989) เทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้งานง่ายจะช่วยให้คาดเดาถึงการยอมรับหรือปฏิเสธเทคโนโลยีของผู้ใช้ได้ (Kalayou et al., 2021)

3.3 ความเสี่ยงในการใช้งาน เป็นปัจจัยหนึ่งที่เพิ่มเติมจากโมเดลของ TAM การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่จะนำไปสู่การยอมรับเทคโนโลยีในยุคอินเทอร์เน็ต การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคลั่ง โดยเฉพาะความไว้วางใจและความเชื่อใจในเทคโนโลยีสารสนเทศที่สะท้อนด้านความปลอดภัยของผู้ใช้เทคโนโลยีและข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้ (Merhi et al., 2019) นอกจากนี้ Liebana et al. (2015) กล่าวว่า ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยหนึ่งสร้างความกังวลแก่ผู้ใช้ในการใช้งานระบบ หากผู้ใช้รับรู้ถึงความเสี่ยงเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศในระดับมากก็แสดงว่าเกิดความไม่แน่นอนในเชิงลบต่อการใช้ระบบ เช่นเดียวกับ Hanafizadeh et al. (2014) กล่าวว่า ความเสี่ยงที่รับรู้มีผลกระทบที่หลากหลายต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยส่วนใหญ่แล้วความเสี่ยงจะถูกจัดถ้ามีระบบความปลอดภัยที่ดี สามารถไว้วางใจได้

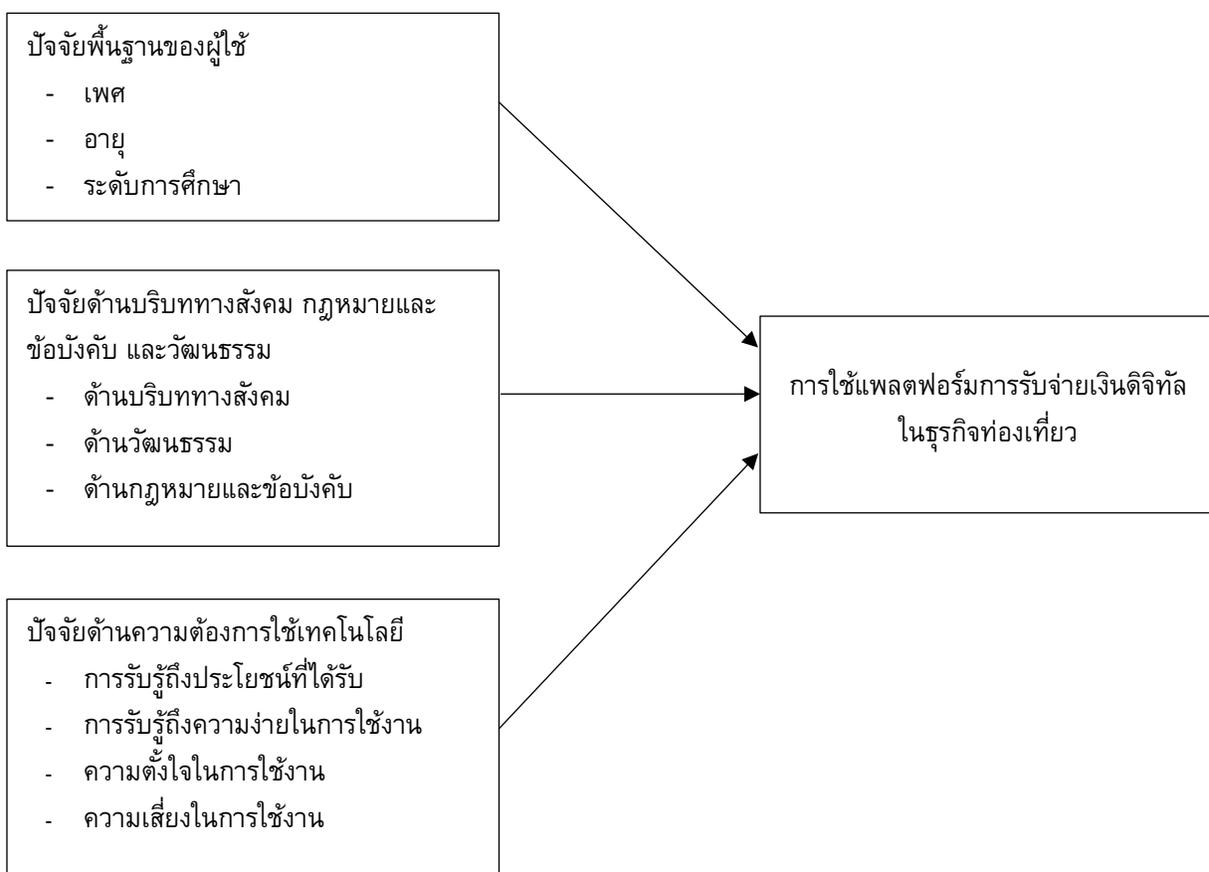
3.4 ความตั้งใจในการใช้งาน คือ การนำเทคโนโลยีมาใช้งานจริง ยอมรับ และมีความพร้อมหรือความเป็นไปได้ของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมการใช้งาน ซึ่งเป็นผลเนื่องมาจากการรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งานจึงมีความสนใจตั้งใจที่จะนำไปใช้งานต่อไปในอนาคต (Kang, 2014)

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า การศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชุมชนท้องถิ่นทั้งที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจและนักท่องเที่ยวในจังหวัดแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองในประเทศไทยยังมี ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาโดยใช้ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ซึ่งใช้อธิบายถึงพฤติกรรมและการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ร่วมกับปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้ ปัจจัยด้านบริบททางสังคม ปัจจัยด้านกฎหมายและข้อบังคับ และด้านวัฒนธรรม และปัจจัยความเสี่ยงในการใช้งานของผู้ใช้ ซึ่งปัจจัยที่มีสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้เทคโนโลยี จะนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาแพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการยอมรับและการใช้งานแพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการในชุมชนได้ โดยมีกรอบแนวคิดการวิจัย และสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

### สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว
2. ปัจจัยด้านบริบททางสังคม กฎหมายและข้อบังคับ และวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว
3. ปัจจัยด้านความต้องการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 : กรอบแนวคิดในการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เพื่อหาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว ดังนี้

## 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจในสถานที่ท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ได้แก่ สิงห์บุรี อ่างทอง ชัยนาท ลพบุรี เนื่องจากจำนวนประชากรมีจำนวนไม่แน่นอนจึงกำหนดขนาดตัวอย่างจากการคำนวณสูตรของ Cochran (1963) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 จำนวนจำนวนกลุ่มตัวอย่างได้ 384 คน ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยสามารถรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบกลับและเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ตามขอบเขตการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจสถานที่ท่องเที่ยวมีแบบสอบถามใช้ได้เพียง จำนวน 159 ราย จากการเก็บข้อมูล 200 ราย (ร้อยละ 79.5) และนักท่องเที่ยว มีแบบสอบถามใช้ได้เพียง จำนวน 184 ราย จากการเก็บข้อมูล 200 ราย (ร้อยละ 92) รวมแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 343 ราย จากจำนวนแบบสอบถาม 400 ชุด (ร้อยละ 85.75) โดยมีจำนวนแบบสอบถามที่ไม่ได้ตอบกลับ คิดเป็นร้อยละ 14.25 ซึ่ง Berdie et al. (1986) กล่าวว่า อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ยอมรับได้และเป็นการตอบกลับที่อยู่ในเกณฑ์ที่ดีควรมีอัตราการตอบกลับอยู่ที่ร้อยละ 50 ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่ตอบกลับมา ร้อยละ 85.75 ซึ่งไม่เกินกว่าเกณฑ์ที่กำหนด จึงได้กำหนดขอบเขตกลุ่มตัวอย่างการวิจัย จำนวน 343 ราย เนื่องจากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน งานวิจัยนี้เลือกใช้เทคนิคการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบความน่าจะเป็นแบบบังเอิญ

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่พัฒนาข้อคำถามจากปัจจัยที่จะทำการศึกษา และทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Technology acceptance model :TAM) กำหนดระดับมาตราวัดห้าระดับ (Likert 5-point scale) โดยจัดเตรียมข้อคำถามเป็น 2 ชุด สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสถานที่ท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้ แบ่งเป็นแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 10 ข้อ และแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 2 การใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลช่องทาง การรับจ่ายเงินออนไลน์ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านบริบทสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลช่องทาง การรับจ่ายเงินออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านความต้องการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลช่องทาง การรับจ่ายเงินออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 20 ข้อ

แบบสอบถามได้ทำการทดสอบความเที่ยง (Reliability) ของข้อคำถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย (Pilot survey) และนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ด้วยโปรแกรมประมวลผลทางสถิติ พบว่า ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามในแต่ละตัวแปรมีค่าเที่ยงอยู่ระหว่าง 0.658 ถึง 0.934 แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้ศึกษายังมีความเชื่อมั่นที่น่าเชื่อถือได้ในระดับดี นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเข้าคณะกรรมการจริยธรรมในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม เพื่อขออนุมัติให้ดำเนินการศึกษาวิจัย

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลและแหล่งข้อมูลในการศึกษา ได้แก่

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้รวบรวม แนวคิดและทฤษฎีจากการศึกษา ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำรา บทความวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจการท่องเที่ยว

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลในช่วงระหว่างเดือนมกราคม -กุมภาพันธ์ 2564 โดยได้ทำการรวบรวมข้อมูล 2 ช่องทาง ได้แก่ การลงพื้นที่สถานที่ท่องเที่ยว 4 จังหวัดที่เป็นจังหวัดเป้าหมาย และให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามโดยตรง และการส่งแบบสอบถามผ่านกูเกิลฟอร์ม (Google form) ไปยังกลุ่มตัวอย่างผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิจัยนี้ได้ใช้โปรแกรมทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน คือ Point biserial correlation ในการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว

### ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยวสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 159 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 84.00) มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 35.20) นอกจากนี้ ส่วนใหญ่จะมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 90.60) โดยมีรายได้จากการประกอบธุรกิจต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 52.5) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 184 คน ส่วนใหญ่ก็เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 51.60) มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 34.80) เช่นเดียวกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว แต่จะมีระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว คือ ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 43.50) รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท (ร้อยละ 37.5) ในการใช้งานแพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันในการรับจ่ายเงินออนไลน์ (ร้อยละ 97.67) โดยวิธีการโอนเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันของธนาคาร (ร้อยละ 63.07) นอกจากนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างจะใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในการซื้อสินค้าหรือบริการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การซื้อตั๋วเครื่องบิน/รถไฟ/รถทัวร์ (ร้อยละ 40.00) และการจ่ายเงินค่าที่พัก (ร้อยละ 35.60)

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า บริบทด้านสังคมมีความสำคัญต่อการพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยวมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 0.892) รองลงมา ได้แก่ ด้านกฎหมายและข้อบังคับ ( $\bar{X} = 3.95$ , S.D. = 0.966) และด้านวัฒนธรรม ( $\bar{X} = 3.88$ , S.D. = 0.854) ในขณะที่ ระดับความต้องการที่จะใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง โดยที่ด้านความเสี่ยงในการใช้งานมีระดับความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.19$ , S.D. = 0.833) รองลงมา คือ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 0.802) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 0.855) และความตั้งใจในการใช้งาน ( $\bar{X} = 3.91$ , S.D. = 0.849) ตามลำดับ

### การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า อายุของผู้ใช้สัมพันธ์กับการใช้บัตรเครดิต (sig = 0.000) การแสกนคิวอาร์โค้ด (sig = 0.003) และการโอนเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันของธนาคาร (sig = 0.000) นอกจากนี้ ระดับการศึกษาสัมพันธ์กับการใช้บัตรเครดิต (sig = 0.000) การแสกนคิวอาร์โค้ด (sig = 0.000) และการโอนเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันของธนาคาร (sig = 0.000) ในขณะที่เพศไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านบริบททางสังคม กฎหมายและข้อบังคับ และวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยที่บริบททางสังคม และด้านกฎหมายและข้อบังคับสัมพันธ์กับการแสกนคิวอาร์โค้ด (sig = 0.000) ส่วนด้านวัฒนธรรมสัมพันธ์กับการแสกนคิวอาร์โค้ด (sig = 0.000) และการโอนเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันของธนาคาร (sig = 0.002)

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านความต้องการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยที่การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและความเสี่ยงในการใช้งานสัมพันธ์กับการแสกนคิวอาร์โค้ด (sig = 0.000) ส่วนการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับสัมพันธ์กับการแสกนคิวอาร์โค้ด (sig = 0.000) และการโอนเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันของธนาคาร (sig = 0.005) และความตั้งใจในการใช้งานสัมพันธ์กับการแสกนคิวอาร์โค้ด (sig = 0.000) และการโอนเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันของธนาคาร (sig = 0.002)

### อภิปรายผล

แพลตฟอร์มดิจิทัลช่องทางการรับจ่ายเงินออนไลน์เป็นระบบที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางการเงินไม่ว่าจะเป็นการโอนเงิน การจ่ายชำระค่าสินค้าหรือบริการ การตรวจสอบยอดเงินผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน เนื่องจาก การใช้จ่ายเงินผ่านระบบออนไลน์จะช่วยประหยัดเวลา และอำนวยความสะดวกในการชำระเงิน (Chen, 2008) นอกจากนี้ รูปแบบการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนทำให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ใหม่ในการซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันทางธุรกิจอีกด้วย (Hayashi & Bradford, 2014) แพลตฟอร์มดิจิทัลช่องทางการรับจ่ายเงินออนไลน์มีรูปแบบที่หลากหลาย จากการวิจัยพบว่า การใช้บัตรเครดิต การแสกนคิวอาร์โค้ด และการโอนเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชัน เป็นรูปแบบการชำระเงินที่กลุ่มตัวอย่างใช้มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสกนคิวอาร์โค้ด Kosim & Legowo (2021) กล่าวว่า คิวอาร์โค้ดผ่านเป็นรูปแบบการชำระเงินที่สามารถทดแทนวิธีการชำระเงินแบบเดิมที่สะดวกที่สุดโดยใช้แค่สมาร์ตโฟนที่มีการใช้งานอยู่เป็นประจำ และสามารถช่วยลดต้นทุนสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ การชำระเงินผ่านการแสกนคิวอาร์โค้ดมีความแม่นยำ มีระบบรักษาความปลอดภัย และมีความเป็นส่วนตัวในการชำระเงิน เนื่องจากไม่จำเป็นต้องแจ้งหมายเลขบัญชีหรือรายละเอียดอื่น ๆ ที่สามารถระบุถึงตัวผู้ใช้ได้ (Ngo & Nguyen, 2021)

จากการศึกษาพบว่า บริบททางสังคม วัฒนธรรม และกฎหมายและข้อบังคับมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้การแสกนคิวอาร์โค้ดมากที่สุด รวมถึงการรับรู้การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความเสี่ยงในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และความตั้งใจในการใช้งานแพลตฟอร์มมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแสกนคิวอาร์โค้ดเช่นกัน โดยบริบททางสังคม ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว เพื่อนร่วมงาน หรือการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวหันมาใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล Lee et al. (2006) กล่าวว่า กลุ่มบุคคลในสังคมสามารถเปลี่ยนแปลงทางความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้อื่นได้ ผู้คนและสภาพแวดล้อมในสังคมล้วน

มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนให้ผู้บริโภคหันมาใช้และยอมรับในระบบงานใหม่ (Venkates et al., 2012) เห็นได้จากการเปลี่ยนแปลงไปของสังคมและเทคโนโลยีที่กลุ่มตัวอย่างมองเห็น รวมถึงภาครัฐพยายามสนับสนุนให้เกิดการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายสินค้า การรับชำระเงิน ทำให้กลุ่มตัวอย่างต้องปรับตัวให้ทันกับคนรอบข้างและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป บริบททางสังคมจึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลทางอ้อมต่อประชาชนที่จะเปิดรับการใช้แอปพลิเคชันหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น (Beldad & Hegner, 2018) ในด้านวัฒนธรรมที่แสดงถึงรูปแบบการดำรงชีวิตและค่านิยมของคนในสังคมซึ่งแตกต่างกันไปตามชนชาติ (Schepers & Wetzels, 2007) คนในชุมชนท้องถิ่นที่เคยชินกับวิถีชีวิตแบบเดิม เช่น ยัมนิยมการซื้อสินค้าด้วยเงินสด มองว่าเทคโนโลยีใหม่ ๆ เป็นเรื่องที่น่ากลัว การสร้างแรงจูงใจให้คนในชุมชนหันมาใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลรับจ่ายเงินต้องมีการสนับสนุนที่ดีจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือภาคเอกชน เช่น รัฐบาลมีนโยบายที่จะพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีให้ครอบคลุมพื้นที่ภาคเอกชนสนับสนุนให้ความรู้และการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชน สนับสนุนการสร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลให้ใช้งานง่ายและสร้างความเชื่อมั่น แก่คนในชุมชน เห็นได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความต้องการใช้เทคโนโลยีแพลตฟอร์มดิจิทัลรับจ่ายเงินออนไลน์แสดงถึงสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุดจากแพลตฟอร์มดิจิทัลรับจ่ายเงินออนไลน์ คือ ความง่ายในการใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัล การสร้างแพลตฟอร์มที่มีขั้นตอนการใช้งานที่ไม่ซับซ้อน เรียนรู้ และเข้าใจง่ายจะทำให้ผู้ใช้มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล เทคโนโลยีที่ง่ายต่อการนำไปใช้งานโดยผู้ใช้ไม่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถในการใช้งานมากนักจะส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี (Davis, 1989) โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนท้องถิ่นที่จะมีความรู้และทักษะการใช้งานด้านเทคโนโลยีอยู่ระดับน้อย แสดงให้เห็นว่าหากแพลตฟอร์มหรือเทคโนโลยีใด ๆ ก็ตามที่จะจูงใจให้กลุ่มคนเหล่านี้ใช้งาน ต้องเป็นระบบที่ง่ายและสามารถเรียนรู้ได้ไว การสร้างระบบที่ยุ่งยากและซับซ้อนจะเป็นข้อจำกัดและอุปสรรคต่อการยอมรับการใช้งานของระบบบริการโมบายแบงก์กิ้ง (Mallat, 2007)

อีกปัจจัยหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญโดยเฉพาะในเรื่องของการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบออนไลน์ คือ ความปลอดภัยและความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในการทำธุรกรรม Liebana et al. (2015) กล่าวว่า ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยในการใช้ระบบเป็นสิ่งสร้างกังวลแก่ผู้ใช้งานระบบ การสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้งานสามารถทำได้โดยภาครัฐทำการกำหนดกฎหมายหรือข้อบังคับต่าง ๆ ที่ครอบคลุมการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายสินค้า การรับชำระเงิน เช่น พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2562 และการสร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีมาตรฐานในระบบรักษาความปลอดภัยในการชำระเงิน โดยเน้นที่การควบคุมและดูแลข้อมูลทางการเงินของลูกค้า รวมถึงลดข้อผิดพลาดที่ส่งผลต่อการโอนเงินจากลูกค้าไปยังผู้ประกอบการธุรกิจ การสร้างเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีความปลอดภัยอย่างเห็นได้ชัด จะส่งผลต่อความไว้วางใจและความเชื่อใจในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ใช้ (Zhou, 2013; Merhi et al., 2019) นอกจากการสร้างระบบให้มีความปลอดภัยแล้ว ผู้ประกอบการธุรกิจและนักท่งที่เกี่ยวข้องที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นที่ตรงกันว่าแพลตฟอร์มดิจิทัลรับจ่ายเงินออนไลน์จะช่วยประหยัดเวลาในการรับชำระเงินและทำให้ชีวิตมีความสะดวกสบายมากขึ้น ก็ยินดีที่จะเรียนรู้และใช้เทคโนโลยีนั้น ดังนั้น การมองเห็นคุณค่าของเทคโนโลยีที่จะเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ดีขึ้นจึงเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความต้องการที่จะใช้เทคโนโลยีนั้น (Siregar et al., 2017) ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการชำระเงินออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นช่องทางหนึ่งในการรับชำระเงิน

## สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาถึงปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว โดย ใช้ปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้ ปัจจัยด้านบริบททางสังคม ด้านกฎหมายและข้อบังคับ และด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านความต้องการใช้เทคโนโลยีตามหลักทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วยความรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความตั้งใจในการใช้งาน รวมทั้งปัจจัยด้านความเสี่ยงในการใช้งาน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว 4 จังหวัด ได้แก่ ชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง และนักท่องเที่ยวนับจำนวน 343 คน โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นที่สำคัญ ได้ดังนี้

1. ทักษะและประสบการณ์ใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจและกลุ่มที่เป็นนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนจะมีทักษะด้านเทคโนโลยีที่น้อยกว่านักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจมีทักษะด้านการใช้สมาร์ตโฟนที่ดีกว่าการใช้คอมพิวเตอร์ เนื่องจากใช้เป็นประจำทุกวัน

2. ด้วยบริบทของสังคม เทคโนโลยีสารสนเทศที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐในโครงการต่าง ๆ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลมากขึ้น เช่น การโอนเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันของธนาคาร การใช้สแกนคิวอาร์โค้ดในการรับจ่ายเงิน และมีแนวโน้มที่จะยอมรับการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลใหม่ ๆ ในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ที่นอกเหนือจากการใช้จ่ายเงิน เช่น การซื้อขายสินค้า การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การค้นหาข้อมูล เป็นต้น

3. กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นตรงกันว่า การจะยอมรับและใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลใหม่ ๆ นั้น ผู้ให้บริการธุรกรรมทางการเงินหรือผู้พัฒนาระบบจะต้องทำให้ระบบหรือแพลตฟอร์มสามารถใช้งานง่าย เรียนรู้และเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน และช่วยลดขั้นตอนการทำงานให้ง่ายและสะดวกขึ้น และที่สำคัญคือแพลตฟอร์มดิจิทัลจะต้องมีความปลอดภัยสูงซึ่งจะทำให้แพลตฟอร์มเป็นที่น่าเชื่อถือต่อการใช้งาน

ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลรับจ่ายเงินเป็นรูปธรรมที่สามารถปรับระบบให้มีความยืดหยุ่นสามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้หลากหลายโดยไม่จำกัดเฉพาะพื้นที่ แพลตฟอร์มดิจิทัลที่สามารถที่จะอนุญาตให้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถปรับเปลี่ยนแก้ไขบัญชีและติดตั้งคิวอาร์โค้ดสแกนรับจ่ายเงินด้วยตัวเองได้ตามความสะดวก โดยทำงานผ่านหน้าจออุปกรณ์ดิจิทัลเพียงอย่างเดียวเพื่อให้เกิดการใช้งานที่ง่าย แต่ยังคงอยู่ภายใต้มาตรฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติที่มีอยู่เพื่อความปลอดภัยของการทำธุรกรรม ดังนั้น แพลตฟอร์มดิจิทัลที่พัฒนาจะใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดที่เป็นสื่อกลางรับจ่ายเงินมาตรฐานที่ทุกธนาคารพาณิชย์ของประเทศไทยมีข้อตกลงความร่วมมือในการพัฒนาแอปพลิเคชันของตนเองให้มีฟังก์ชันรองรับการทำงานสแกนด้วยระบบคิวอาร์โค้ด

จากข้อสรุปข้างต้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะสำหรับการปฏิบัติ และการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับการปฏิบัติ

1.1 ภาครัฐสามารถที่จะข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยที่ส่งผลต่อการใช้การแพลตฟอร์มดิจิทัล ช่องทางการรับจ่ายเงินออนไลน์เป็นแนวทางหรือกำหนดนโยบายในการสร้างสังคมไร้เงินสดของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดนโยบายความปลอดภัย การส่งเสริมความรู้และพัฒนาทักษะการใช้งานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแก่ผู้ประกอบการรวมถึงคนในชุมชนด้วย นอกจากนี้ ยังสามารถนำข้อมูลที่ไปประกอบการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีที่จำเป็นแก่ชุมชนได้

1.2 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวใช้ข้อมูลในการตัดสินใจเลือกแพลตฟอร์มช่องทางการรับจ่ายเงินดิจิทัลที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว และพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการอำนวยความสะดวกในการใช้จ่ายเงินแก่นักท่องเที่ยวได้

1.3 ผู้ให้บริการธุรกรรมทางการเงินสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาแพลตฟอร์มช่องทางการรับจ่ายเงินดิจิทัลที่เหมาะสมแก่ชุมชน โดยจะต้องให้ความสำคัญด้านการใช้งานแพลตฟอร์มที่ง่ายไม่ซับซ้อน อีกทั้งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชน และนักท่องเที่ยวจะต้องเรียนรู้การทำงานของแพลตฟอร์มได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงจะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างแพลตฟอร์มที่มีความปลอดภัยในการจัดเก็บข้อมูลและการเข้าใช้งานสูง ซึ่งจะเป็นการสร้าง ความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้งานและยังส่งผลต่อความเต็มใจในการที่จะใช้แพลตฟอร์มด้วย

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มขอบเขตการศึกษาจังหวัดหรือกลุ่มธุรกิจอื่นเพื่อให้ทราบถึงทัศนคติและพฤติกรรมการใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลรับจ่ายเงินออนไลน์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการค้นหาแนวทางในการกำหนดนโยบายของภาครัฐที่จะสนับสนุนการเป็นสังคมไร้เงินสดได้

2.2 การวิจัยครั้งต่อไปควรมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบอื่นเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม เพื่อเป็นการยืนยันข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งจะอาจจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลรับจ่ายเงินออนไลน์ในอนาคต

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีต้องขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เตมียี่ ที่ช่วยสละเวลาให้คำปรึกษา แนะนำและช่วยเหลือเป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่ได้สละเวลาในการตรวจแก้ไขและให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้งานวิจัยนี้สมบูรณ์ และขอขอบคุณสำนักงานวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมสำหรับทุนอุดหนุนในการทำวิจัยครั้งนี้

## เอกสารอ้างอิง

ธงไชย โชติศิริพงศ์ (2560). ในปี 2019 การชำระเงินผ่านมือถือ จะมีมูลค่าแซง บัตรเครดิต-เดบิต ในการจ่ายเงินบนโลกออนไลน์. สืบค้นจาก <https://brandinside.asia/>

สุทธภา อมรวินวัฒน์, วิชาน เจริญผล, ปวีศรี พงศราช, ธัญยาพร เล้าโสภากิรมย์, ภูริพัฒน์ โสภณคีรีรัตน์ และ ลภัส อัครพันธุ์ (2560). Insight 3 กระแสแรงแห่งยุค ปรับลู่ธุรกิจท่องเที่ยว. *Economic Intelligence Center ธนาคารไทยพาณิชย์*, หน้า 15.

Brand Buffet. (2561). เทคโนโลยีหนุนการท่องเที่ยว...สถิติเผย คนไทย ครองแชมป์ เที่ยวมากกว่าใครในโลก ไปเมืองนอกปีละ 6.6 ครั้ง. สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th>

Beldad, A. D. & Hegner, S. M. (2018) Expanding the technology acceptance model with the inclusion of trust, social influence, and health valuation to determine the predictors of German users' willingness to continue using a fitness app: A structural equation modeling approach, *International Journal of Human-Computer Interaction*, 34(9), 882-893.

- Berdie, D. R., Anderson, J. F., & Niebuhr, M. A. (1986). *Questionnaires: Design and use*. Metuchen, N.J: Scarecrow Press.
- Chen, L. D. (2008). A model of consumer acceptance of mobile payment. *International Journal of Mobile Communications*, 6(1), 32-52.
- Cochran, W.G. (1963) *Sampling Technique* (2<sup>nd</sup> ed.). New York, NY: John Wiley and Sons.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-339.
- Hanafizadeh, P., Keating, B. W., & Khedmatgozar, H. R. (2014). A systematic review of internet banking adoption. *Telematics and Informatics*, 31(3), 492-510.
- Hayashi, F. & Bradford, T. (2014). Mobile payments: merchants' perspectives. *Federal Reserve Bank of Kansas City Economic Review*, 99(2), 33-58.
- Kalayou, M. H., Endehabtu, B. F. & Tilahun, B. (2021). The applicability of the modified technology acceptance model (TAM) on the sustainable adoption of eHealth system in resource-limited settings. *Journal of Multidisciplinary Healthcare*, 13, 1827-1837.
- Kang, S. (2014). Factors influencing intention of mobile application use. *International Journal of Mobile Communications*, 12(4), 360-379.
- Kosim, K. P. & Legowo, N. (2021). Factors affecting consumer intention on QR payment of mobile banking: a case study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 0391-0401.
- Lee, Y., Lee, J., & Lee, Z. (2006). Social influence on technology acceptance behavior: self-identity theory perspective. *The Database for Advances in Information Systems*, 37(2), 60-75.
- Liebana, F. C., Ramos de Luna, I. & Montoro-Rios, F. J. (2015) User behavior in QR mobile payment system: the QR payment acceptance model. *Technology Analysis and Strategic Management*, 27(9), 1031-1049.
- Lou, L., Tian, Z., & Koh, J. (2017). Tourist satisfaction enhancement using mobile QR code payment: An empirical investigation. *Sustainability*, 9(1186), 1-14.
- Mallat, N. (2007). Exploring consumer adoption of mobile payments-a qualitative study. *The Journal of Strategic Information Systems*, 16(4), 413-432.
- Merhi, M., Hone, K. & Tarhini, A. (2019). A cross-culture study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British Consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust. *Technology in Society*, 59, 1-12.
- Ngo, T. K. T. & Nguyen, T. H. (2021). The intention to use QR code payment in an emerging market – the role of “attitude” as mediator. *Psychology and Education*, 58(1), 3440-3454.
- Schepers, J., & Wetzels, M. (2007). A meta-analysis of the technology acceptance model: investigating subjective norm and moderation effects. *Information & Management*, 44(1), 90–103.

- Siregar, J. J., Wardaya Puspokusumo, R. A. A., & Rahayu, A. (2017). Analysis of affecting factors technology acceptance model in the application of knowledge management for small medium enterprises in industry creative. *In Procedia Computer Science*, 116, 500–508.
- Venkatesh, V., Morris, M, & Davis, G.B. (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT). *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178.
- Zhou, T. (2013). An empirical examination of continuance intention of mobile payment service. *Decision Support Systems*. 54, 1085-1091.

**แนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม  
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**  
**A Guideline for Chinese Banquet Business Competencies Improvement in  
Nakhon Pathom Province to Promote Cultural Tourism**

ทิรนนท์ ประทุม<sup>1</sup>  
Tiranan Pratum<sup>1</sup>

**Received:** September 29, 2021; **Revised:** November 29, 2021; **Accepted:** December 16, 2021

### บทคัดย่อ

ในการศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการวิจัยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ การเก็บแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม ควรพัฒนาสมรรถนะที่จำเป็นต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการ 5 ด้านดังนี้ (1) ด้านคุณภาพและการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ในเรื่องความสะอาดของอาหาร (2) ด้านผู้ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ในเรื่องการแต่งกาย ความสุภาพของพนักงาน (3) ด้านราคาในเรื่องความหลากหลายในด้านราคา (4) ด้านสถานที่ และอุปกรณ์เครื่องใช้ ในเรื่องความสะอาดของสถานที่ทำอาหาร (5) ด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องความหลากหลายของรายการอาหาร

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครปฐม ธุรกิจโต๊ะจีน สมรรถนะผู้ประกอบการ

<sup>1</sup> คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University

\*Corresponding author e-mail pratum@hotmail.com

## Abstract

The primary objective of the present study was to design a guideline to improve Chinese banquet business competencies in Nakhon Pathom Province to promote cultural tourism. The samples, selected using accidental sampling method, were 400 Thai customers who visited Nakhon Pathom Province. The data were collected through a questionnaire, and analyzed using descriptive statistics including frequency, percentage, mean scores, and standard deviation. The results showed that improvement in the following five competencies, namely, quality of food and beverage service that meet food hygiene standard, (2) food and beverage service staff with uniform and courtesy (3) pricing and price variation (4) cleanliness of place, kitchen, and utensils, and (5) variety of foods were recommended.

**Keywords:** Cultural tourism, Nakhon Pathom Province, Chinese banquet business, Entrepreneur competencies

## บทนำ

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกในปัจจุบัน หน่วยงานองค์การการท่องเที่ยวโลก หรือ The United Nations World Tourism Organization (UNWTO) มีการคาดการณ์การเติบโตของจำนวนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่า ปี 2563 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวอยู่ประมาณ 1,400 ล้านคน ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเป็นภูมิภาคที่มีการเติบโตมากที่สุด มีผลมาจากการเติบโตของตลาดใหม่ ในระดับภูมิภาคอาเซียน ที่มีชนชั้นกลางมากขึ้นและมีจำนวนผู้มียาได้สูงขึ้น (กรมการท่องเที่ยว, 2557) ซึ่งส่งผลให้ประเทศไทยมียาได้จากนักท่องเที่ยวภายในประเทศ 958,614.37 ล้านบาท (1 มกราคม - 28 กรกฎาคม 2559) หนึ่งในรายได้ที่เพิ่มขึ้นนั้นคือ รายได้จากนักท่องเที่ยวอาหาร ในปี 2558 ประเทศไทยมียาได้จากนักท่องเที่ยวจำนวน 456,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 20 ของรายได้รวมจากการท่องเที่ยวทั้งหมด การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยวด้านอาหาร รัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ตามแผนนโยบายเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 11 ถึงฉบับที่ 12 ที่เน้นการสร้างการแข่งขันทางเศรษฐกิจและแข่งขันอย่างยั่งยืนเพื่อเป็นการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น โดยเน้นการพัฒนาภาคบริการ เสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจภาคบริการที่มีศักยภาพทั้งฐานเดิมและฐานบริการใหม่ เสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการไทยให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อบริบทการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และยกระดับคุณภาพให้สนองตอบต่อความต้องการของตลาด (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

พระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ความว่า “งานด้านการศึกษาศิลปะและวัฒนธรรมนั้น เป็นงานสร้างสรรค์ความเจริญทางปัญญา และทางจิตใจ ซึ่งเป็นทั้งต้นเหตุ และองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ของความเจริญด้านอื่นทั้งหมด และเป็นปัจจัยที่จะช่วยให้เรารักษา และดำรงความเป็นไทยไว้ได้สืบไป” (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2552) การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อให้สัมผัสถึงการประสบการณ์ทางด้านอาหารในแต่ละพื้นที่ โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือความบันเทิงและสุนทราภรณ์ เป็นการให้ได้มาซึ่งประสบการณ์การรับประทานอาหาร เยี่ยมชมสถานที่ทำอาหาร เทศกาลอาหาร หรือกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กับอาหาร ซึ่งเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมและทำความเข้าใจกับอาหารท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาค (บัณฑิต อเนกพูนสุข, 2560) อีกทั้งอาหารยังเป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่งที่สามารถบอกถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมทั้งสามารถนำเสนอประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว (ภัทรพร พันธุรี, 2558) ซึ่งประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับนำอาหารมาเป็นส่วนหนึ่งใน

การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น การจัดงานเทศกาลอาหารในจังหวัดต่าง ๆ ที่เน้นการนำของดีในภูมิภาคหรือจังหวัด มาดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เป็นการสร้างความแข็งแกร่งและความยั่งยืนของวัฒนธรรม

จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางด้านตะวันตก ตั้งอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำท่าจีนสภาพภูมิประเทศ มีลักษณะเป็นที่ราบถึงค่อนข้างราบเรียบ ไม่มีภูเขาและป่าไม้ ทำให้ประชากรในพื้นที่ส่วนมากประกอบอาชีพเกษตรกรรม (องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม, 2559) จึงทำให้การเกษตรเป็นสาขาการผลิตที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม เช่น การทำไร่ ทำนา ทำสวนผลไม้และพืชผัก การเลี้ยงสัตว์และการประมง นอกจากความสมบูรณ์ในด้านการเกษตร จังหวัดนครปฐม ยังเป็นจังหวัด ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยว ดิตอันดับ 1 ใน 30 ของจังหวัดที่มีผู้มาท่องเที่ยว ในปี 2558 มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวน 3,115,086 คน ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารของจังหวัดนครปฐมสามารถทำรายได้เป็นอันดับหนึ่งของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และจังหวัดนครปฐมยังเป็นอู่อารยธรรมสำคัญที่มีประวัติความเป็นมายาวนาน เป็นเมืองเก่าแก่ที่มีความรุ่งเรืองด้านพุทธศาสนาและเป็นเมืองโบราณที่มีความสำคัญ จึงได้เปรียบด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากมีทรัพยากรพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวหลากหลาย ประกอบกับทางจังหวัดมีแนวคิดและวัตถุประสงค์ในการจัดการท่องเที่ยวสอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ เช่น การจัดงานนมัสการองค์พระปฐมเจดีย์ เป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ งานวันส้มโอ นครปฐม งานเทศกาลอาหารและผลไม้ เป็นการท่องเที่ยวชมประเพณีและวัฒนธรรม เป็นต้น (แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม, 2560) ทำให้จังหวัดนครปฐมสามารถดึงดูดให้นักเดินทางท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

ด้วยความเป็นแหล่งเกษตรกรรมจังหวัดนครปฐม จึงมีความโดดเด่นในด้านการผลิตอาหาร และส่งออกวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร โดยเฉพาะเทศกาลอาหารและผลไม้ที่จัดขึ้นในช่วงเทศกาลตรุษจีน ประมาณเดือนมกราคม ถึงต้นเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมให้มีการรักษาคุณภาพสินค้าและผลผลิตผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและอุตสาหกรรมในจังหวัดให้แพร่หลาย เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงอาหารที่มีชื่อเสียงของจังหวัด ให้สมกับที่ได้รับการขนานนามว่า นครปฐมเป็นครัวระดับโลกและให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย (องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม, 2559) ดังคำกล่าวว่าการทานอาหารในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอาจจะไม่เคยทานอาหารนั้นมาก่อนเป็นการทานที่ไม่ได้ทานที่บ้าน แต่เป็นการทานที่เสริมสร้างประสบการณ์ในการเรียนรู้และมีส่วนร่วมในวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น (Quanand & Wang ,2004) ดังนั้นการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อทานโต๊ะจีนนครปฐม ทานอาหารจังหวัดนครปฐม ทานส้มโอ นครปฐม จึงอยู่ในความคิดของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นดินแดนแห่งประวัติศาสตร์และมีวัฒนธรรมที่โดดเด่น

การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาซื้อสินค้า และรับบริการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม นักท่องเที่ยวสามารถยืนยันได้ว่าเดินทางมาถึงจังหวัดนครปฐมจริง เข้ามาทานอาหารท้องถิ่น อาหารต้นตำหรับโต๊ะจีนยังแหล่งผลิตจริง เป็นการเพิ่มประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ดังคำกล่าวว่าคุณค่าของประสบการณ์ในการท่องเที่ยวจะถูกสร้างขึ้นในขณะที่นักท่องเที่ยวรู้สึกได้เป็นส่วนหนึ่งกับแหล่งท่องเที่ยวโดยการให้ร่างกายสัมผัสและชิมซบสิ่งนั้น (Smith & Richards ,2012) การเข้าถึงความคิดของนักท่องเที่ยว จึงเป็นสิ่งที่ท้าทายผู้ประกอบการโต๊ะจีน ที่จะต้องพัฒนาการบริการ หรือหาความโดดเด่นในเรื่องการสร้างประสบการณ์ ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการเล่าถึงวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น จังหวัดนครปฐมผ่านประสบการณ์การทานอาหารโต๊ะจีน ดังนั้นเพื่อเสริมสร้างศักยภาพที่มีอยู่แล้วนั่นคือวัตถุดิบท้องถิ่น วิธีการปรุงอาหาร เป็นต้น ให้มีมากยิ่งขึ้นเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงของสังคม ในปัจจุบัน การใช้วิธีการสร้างความแตกต่างของคุณภาพอาหารและการบริการ สามารถดึงดูดลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวในสถานการณ์แข่งขันที่รุนแรง และ

ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มช่องทางการในการสร้างรูปแบบประสบการณ์ใหม่ ๆ ได้เพิ่มมากขึ้น(จันทร์เพ็ญ ชาประดิษฐ์และคณะ,2558)

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา แนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีน ในจังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อศึกษากระบวนการทำงานของผู้ประกอบการโต๊ะจีน ในจังหวัดนครปฐม รูปแบบการให้บริการ การสร้างคุณค่าและการส่งมอบประสบการณ์ให้กับผู้มาใช้บริการโต๊ะจีน โดยมุ่งหวังสร้างความแตกต่างในการให้บริการไม่ให้เกิดเลียนแบบได้ โดยการใช้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นตัวขับเคลื่อนแนวทางในการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการ ให้สามารถแข่งขันและเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับคนในท้องถิ่นที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจโต๊ะจีน และยังเป็นการคงไว้ซึ่งความเป็นอยู่ของวัฒนธรรม ประเพณี ของคนในท้องถิ่น วิถีชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง โดยนำมาเสริมสร้างเข้ากับธุรกิจอาหาร เกิดเป็นเรื่องราวที่บ่งบอกถึงความเป็นชนชาติไทย เสริมสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น และพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในท้องถิ่นให้สามารถช่วยเหลือตัวเองได้อย่างยั่งยืน

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อสร้างแนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรม

## ทบทวนวรรณกรรม

ในงานศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการการสร้างแนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยสามารถสรุปความหมายและความสำคัญของรายละเอียดที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

## การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมหรือสัมผัสความงามของวิถีชีวิตของชุมชน โดยนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้โดยเฉพาะ ราณี อลิษฐ์กุล (2546) ได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมหรือสัมผัสศิลปวัฒนธรรมแขนงต่าง ๆ ได้แก่ สถาปัตยกรรม จิตรกรรมประติมากรรม ภาษาและวรรณกรรม หัตถกรรม นาฏศิลป์และดนตรี รวมทั้งงานเทศกาล ประเพณี เช่นเดียวกับ พนมพร สารสิทธิ์ยศ (2552) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัดโบราณสถาน โบราณวัตถุ ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนงและสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคแต่ละสมัยของบุคคลในอดีตที่สืบทอดกันมาจนถึงคนรุ่นปัจจุบัน สอดคล้องกับ พะยอม ธรรมบุตร (2549) ได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวซึ่งให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะสนใจวิถีชีวิต มรดกวัฒนธรรม ศิลปะ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมนันทนาการของชุมชนท้องถิ่น

นักท่องเที่ยวจะเยี่ยมชมและศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ศิลปะ มหกรรมและงานแสดงสินค้าหัตถกรรม พิพิธภัณฑ์ทุกประเภท ศิลปะการแสดงและทัศนศิลป์ตลอดจนแหล่งมรดกต่าง ๆ

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมหรือสัมผัสศิลปวัฒนธรรมแขนงต่าง ๆ มรดกทางวัฒนธรรมที่แสดงถึงความรุ่งเรือง และวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัยของบุคคลในอดีตที่สืบทอดกันมา

## 2. หลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการดำเนินการเพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งบุญเลิศ จิตตั้งพัฒนา (2548) ได้กล่าวถึงหลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4 ประการ ดังนี้

2.1 เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่าของประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของ ทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวในการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ในการเข้าชม ในขณะที่เดียวกันก็จะก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น

2.2 เป็นการท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรัก ห่วงแหน รักษา และดึงดูด ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตนและได้รับผลประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การขายของที่ระลึก เป็นต้น

2.3 เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมและได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

2.4 เป็นการท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้านหรือของชุมชนอื่น รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และผู้คนของตนเองด้วย

## 3. ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง เป็นการศึกษาค้นคว้าความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียม ประเพณี

3.1 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมประเพณี โดยยึดหลักที่ว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุด เพื่อให้สามารถสืบต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง

3.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักที่ว่าด้วยการป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือให้กระทบน้อยที่สุด

3.3 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคม และวัฒนธรรมอันหลากหลาย

4. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นโดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ทุกฝ่าย

ที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว และได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

6. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยยึดหลักที่ว่าจะต้องให้ธุรกิจท่องเที่ยวเน้นในเรื่องอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

7. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ ทำให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก โดยยึดหลักที่ว่าต้องมีกิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

8. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถรองรับของพื้นที่และความสะอาดของพื้นที่ โดยยึดหลักที่ว่าต้องไม่เกินขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ในทุก ๆ ด้าน และต้องดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ

9. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยยึดหลักที่ว่าต้องป้องกันรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด เพื่อให้นักท่องเที่ยวอบอุ่นใจ

การประกอบธุรกิจโต๊ะจีน นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายธุรกิจโต๊ะจีนไว้อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น จูไรพร สุธรรมโกศล (2558) ธุรกิจโต๊ะจีน คือ ธุรกิจบริการ ที่มีกระบวนการทำอาหารที่มาจากการทำอาหารของคนจีนที่ได้อพยพเข้ามาแสวงหาแหล่งทำมาหากินแหล่งใหม่ในสมัยโพ้นทะเล นิยมทำอาหารจีนขึ้นเฉพาะในช่วงที่มีคนว่าจ้าง เช่น งานเทศกาลต่าง ๆ งานบวช งานรีนรีง เท่านั้น

กำธร แจ่มจรัส (2556) ธุรกิจโต๊ะจีน คือ ธุรกิจบริการ ที่มีกรรมวิธีการทำอาหาร ที่คนไทยเชื้อสายจีน ได้เรียนรู้วิธีการประกอบอาหารจีนหลากหลายเมนูจากประเทศจีน มาเริ่มอาชีพรับทำอาหารตามงานพิธีต่าง ๆ เช่น งานบวช งานทำบุญบ้านใหม่ งานวัด ไปจนกระทั่งงานศพ เป็นต้น

จากความหมายดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของ ธุรกิจโต๊ะจีน คือ ธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีกรรมวิธีการทำอาหารแบบคนจีน วิธีการปรุงอาหาร และมีการประกอบอาหารหลากหลายเมนู มีลำดับขั้นตอนในการเสิร์ฟอาหารตามหลักความเชื่อของคนจีน

สมรรถนะของผู้ประกอบการ ความหมายของสมรรถนะ สมรรถนะ หมายถึง คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากการเรียนรู้ ความสามารถ ทักษะและคุณลักษณะอื่น ๆ ที่ทำให้บุคคลสร้างผลงานได้โดดเด่นในองค์กร (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. 2553)

อาภรณ์ ภูวิทย์พันธุ์ (2553) กล่าวว่า Competency หมายถึง ขีดความสามารถ ศักยภาพ สมรรถนะ หรือพฤติกรรมที่พึงประสงค์ เป็นการกระทำหรือการแสดงออกของบุคลากรในองค์กร ซึ่งจะส่งผลต่อผลลัพธ์หรือคุณภาพของงาน ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ

1. ส่วนที่อยู่เหนือน้ำ เป็นส่วนที่มองเห็นได้ชัด สามารถวัดและประเมินผลได้ง่าย ประกอบด้วยความรู้ (Knowledge) ที่ต้องอาศัยการเรียนรู้จากห้องเรียนหรือห้องอบรม และทักษะ (Skills) เกิดจากการฝึกฝน ปฏิบัติจนมี

ความชำนาญในเรื่องนั้น ทั้งนี้ทักษะจะประกอบไปด้วยทักษะการบริหาร (Management skills) และทักษะในงานเฉพาะด้านหรือในเชิงเทคนิค (Technical Skills)

2. ส่วนที่อยู่ใต้น้ำ เป็นคุณสมบัติพิเศษส่วนบุคคล (Personal attributes) เป็นส่วนที่มองเห็นได้ยากกว่าต้องอาศัยการสังเกตจากผู้บังคับบัญชาและบุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อนร่วมงาน ผู้ใต้บังคับบัญชา ลูกค้า คู่ค้า เป็นต้น ทั้งนี้ส่วนที่อยู่ใต้น้ำประกอบด้วยแนวความคิด ลักษณะนิสัย และแรงขับหรือแรงบันดาลใจ เป็นคุณสมบัติของพนักงานที่ติดตัวมาตั้งแต่เกิดหรือมีพัฒนาการมาตั้งแต่สมัยเด็ก เช่น ความละเอียดรอบคอบ มนุษยสัมพันธ์ การควบคุมอารมณ์และบุคลิกภาพ เป็นต้น

สมรรถนะ หรือ Competency หมายถึง ทักษะ ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ แรงจูงใจ หรือ คุณลักษณะที่เหมาะสมของบุคคลที่จะสามารถปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จ การค้นหาสมรรถนะในองค์กร สามารถกำหนดวิธีขึ้นมาได้ตามการแบ่งประเภทสมรรถนะที่ต้องการใช้ สำหรับองค์กรที่กำลังจะเริ่มค้นหา ควรกำหนดวิธีตาม

1. Core competency หรือ สมรรถนะหลัก คือ คุณลักษณะ สมรรถนะ ความสามารถ คุณสมบัติ ที่คนทุกคนในองค์กรต้องมี เพราะถือว่าเป็นคุณลักษณะที่สำคัญยิ่งขององค์กรที่จะช่วยให้พนักงานนั้นเป็นพนักงานที่สามารถปฏิบัติงานในองค์กรได้ตลอดรอดฝั่ง ในขณะที่เดียวกันพนักงานที่ขาด สมรรถนะหลัก ก็ต้องได้รับการพัฒนา

2. Functional competency หรือ สมรรถนะความสามารถ คือ คุณลักษณะ สมรรถนะ ความสามารถ คุณสมบัติ ที่คนทำงานในตำแหน่งต่าง ๆ จะต้องมีเพื่อให้สามารถทำงานในตำแหน่งนั้น ๆ ได้อย่างประสบความสำเร็จ ซึ่งตำแหน่งงานที่แตกต่างกันไป จะมีสมรรถนะความสามารถที่แตกต่างกัน เพราะมีลักษณะงานที่ทำนั้นแตกต่างกัน

การพัฒนาสมรรถนะ (Competency) ของบุคลากร เป็นหนึ่งในภารกิจสำคัญที่ฝ่ายทรัพยากรบุคคลต้องการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ทรัพยากรมนุษย์คือปัจจัยสำคัญรวมถึงเป็นกลยุทธ์ที่ดีที่สุดอย่างหนึ่งที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับองค์กรอื่น ๆ ตลอดจนเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ Rylatt & Lohan (1995) ได้สรุปประโยชน์ของสมรรถนะที่มีต่อการเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human resource management)
2. ด้านการสรรหาและคัดเลือก (Recruitment and selection)
3. ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance assessments)
4. ด้านการวางแผนความก้าวหน้าในอาชีพ (Career planning)
5. ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource development)
6. ด้านการรักษาบุคลากรให้คงอยู่กับองค์กร (Employee retention)
7. ด้านประโยชน์ที่มีต่อองค์กร (Organizational benefit)

สรุปได้ว่า การใช้สมรรถนะของคนในองค์กร ในการดำเนินธุรกิจ เป็นสิ่งที่นำมาซึ่งประสิทธิภาพและประสิทธิผลเป็นการนำสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด การพัฒนาและเพิ่มสมรรถนะคนในองค์กรจึงเป็นเรื่องที่ดีผู้ประกอบการธุรกิจ

สตาร์ตัน พิมลรัตนกานต์ (2560) กล่าวว่า ผู้ประกอบการคือ ผู้ที่ประกอบกิจกรรมทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การซื้อ การขาย สินค้า และการบริการ โดยมุ่งหวังผลตอบแทน ทางกำไร และมีความพึงพอใจส่วนตัวที่จะทำกิจกรรม ดังนั้นการประกอบธุรกิจใด ๆ ก็ตาม ผู้ประกอบธุรกิจจึงต้องมีคุณสมบัติที่สำคัญหลายประการ เพื่อความสำเร็จและความเจริญก้าวหน้าในการประกอบธุรกิจ โดยคุณสมบัติสำหรับผู้ประกอบการที่สำคัญ

1. มีความรับผิดชอบต่อผลการดำเนินของกิจการด้วยความระมัดระวังซึ่งตนเป็นผู้ควบคุมดูแล
2. มีความกล้าเสี่ยง แต่ก็ดำเนินงานด้วยความระมัดระวังรอบคอบ

3. มีความมั่นใจในตนเอง
4. มีความกระตือรือร้นในการทำงานสามารถทำงานที่หนักได้เป็นเวลานาน ๆ และมีความรับผิดชอบสูง
5. มีความสามารถในการมองเห็นอนาคตหรือมองการณ์ไกล มองเห็นโอกาสทางธุรกิจได้ มากกว่าบุคคลอื่น ๆ
6. มีความสามารถในการคัดเลือกพนักงานที่มีความเหมาะสมกับตำแหน่ง
7. คำนึงถึงความสำเร็จของงานมากกว่าเงิน
8. มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา
9. มีมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพที่ดีมีความสามารถในการเข้าสมาคม ใจกว้างและเคารพการ ตัดสินใจของผู้อื่น
10. มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร มีศิลปะในการพูดและการฟังที่ดี
11. มีความรู้ทางด้านเทคนิค และความชำนาญในงานที่ทำ
12. มีความสามารถในการจัดการและวางแผน
13. มีจริยธรรมและจรรยาบรรณต่อวิชาชีพของตนเอง
14. การมีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าหรือบริการที่แปลกใหม่
15. รู้จักพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความชำนาญเพิ่มมากขึ้น

จากความหมายดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของ สมรรถนะของผู้ประกอบการ คือ พฤติกรรมที่เป็นผลมาจากการเรียนรู้ ความสามารถ ทักษะและคุณลักษณะอื่น ๆ ที่ทำให้บุคคลสร้างผลงานได้โดดเด่นเป็นการนำสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

การวัดคุณภาพการบริการ พรภทรวดี วงศ์ปิ่นทะนัน (2557) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริการ ไว้ดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นความสม่ำเสมอของผลงานบริการที่ส่งมอบให้ลูกค้าการรักษาคำมั่นสัญญาและเป็นที่ยึดเหนี่ยวของลูกค้าเมื่อเกิดปัญหา
2. ความน่าเชื่อถือ (Creditability) เป็นความเชื่อใจของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจ พิจารณาจากชื่อเสียง ความซื่อสัตย์ และความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ
3. ความสามารถ (Competence) เป็นความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ของพนักงานที่พร้อมให้บริการแก่ลูกค้า โดยพนักงานจะต้องมีความสามารถที่เหมาะสม
4. รู้สึกจับต้องได้ (Tangibles) เป็นความรู้สึกได้ถึงความพร้อมและความใส่ใจในการให้บริการท่องเที่ยว เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์การให้บริการ เครื่องแบบพนักงาน ความสะอาด เป็นต้น
5. ความสุภาพ (Courtesy) ครอบคลุมถึงการแสดงออกที่เหมาะสมกับกาลเทศะ การบริการด้วยความเต็มใจและจริงใจ ตลอดจนการแสดงความสุขออกมาจากใจ จนลูกค้าสัมผัสได้จากความรู้สึกที่ดี
6. การเข้าถึงได้ (Access) ลูกค้าสามารถเข้าถึงการบริการได้เมื่อต้องการ โดยไม่ต้องเสียเวลารอคอย และมีขั้นตอนที่สะดวกรวดเร็ว
7. ความเข้าใจลูกค้า (Understanding the customer) เพื่อให้การบริการสามารถสร้างความพึงพอใจและความชื่นชมต่อลูกค้า และลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก
8. การติดต่อสื่อสาร (Communication) จะต้องพยายามสร้างความเข้าใจให้กับลูกค้าและพยายามทำความเข้าใจในตัวลูกค้า เพื่อที่จะสามารถให้บริการและแก้ปัญหาอย่างเหมาะสม
9. ความปลอดภัย (Security) จะต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าเขาจะได้รับบริการที่เหมาะสม ไม่เสี่ยงอันตราย ความผิดพลาด หรือเกิดความสูญเสีย

10. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ต้องตอบสนองความต้องการได้ทันที ถูกต้อง รวดเร็ว และ  
เต็มใจ

ในขณะที่ กัตัญญู หิรัญญสมบูรณ์ (2557) ได้อธิบายถึงการวัดคุณภาพการบริการ ไว้ดังนี้

1. การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เป็นการกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกให้สอดคล้องกับพฤติกรรม  
ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ

2. การใช้เครื่องมืออุปกรณ์และวัสดุต่าง ๆ เป็นการกำหนดข่าวของเครื่องใช้ที่กลมกลืนไปกับสิ่งอำนวยความสะดวก  
สะดวกพื้นฐาน

3. การให้ข้อมูลข่าวสารและการติดต่อกับลูกค้า รวดเร็วและเข้าถึงง่าย

4. การบริการหลัก เป็นการบริการที่เป็นหน้าที่หลักของให้ผู้บริการนั้น

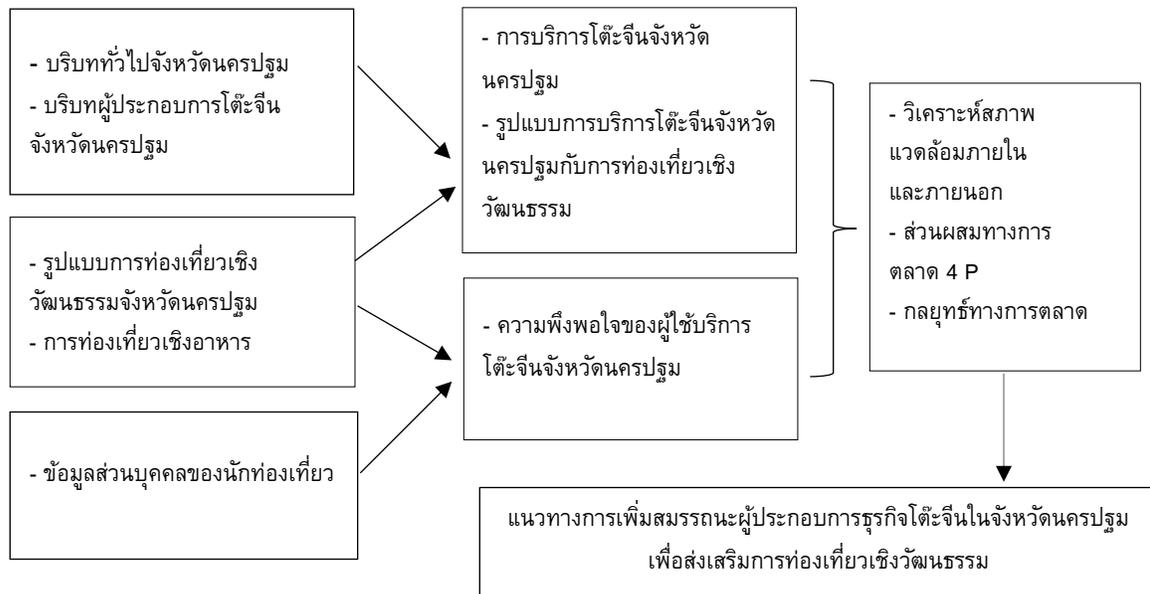
5. การบริการสนับสนุน เป็นการบริการที่สนับสนุนให้การบริการหลักสมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่า การวัดคุณภาพการบริการ คือ การคุณภาพด้านด้านคุณภาพและการบริการในงานที่ทำ ด้านผู้  
ให้บริการ ด้านการบริการหลัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ และด้านการส่งเสริมการขายการให้ข้อมูล  
ข่าวสาร

จากในแนวคิดและทฤษฎีตลอดจนวรรณกรรมข้างต้น การวิจัยนี้จึงกำหนดกรอบแนวคิด สำหรับการศึกษาวิจัยไว้ดังนี้

### กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรที่ศึกษา



รูปที่ 1 : กรอบแนวคิดการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการวิจัย สามารถแบ่งเป็น 3 ประเด็น คือ

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ โดยเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ในงานเทศกาลอาหาร ผลไม้ ของดีจังหวัดนครปฐม และใช้บริการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม จากสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทย ในปี 2560 มีจำนวน 121,647 คน (สำนักงานจังหวัดนครปฐม. 2561) ขนาดกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยกำหนดสัดส่วนประชากรเท่ากับ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามปลายปิด โดยแบ่งประเด็นเนื้อหาออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 คุณภาพการบริการในการบริการอาหารและเครื่องดื่ม

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดปฐม

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากการสอบถาม มาตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องของข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษา สรุป และสังเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป การหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และทำการนำเสนอผลการศึกษาระบบสถิติเชิงพรรณนา

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยพิจารณาคุณภาพการบริการในการบริการอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยว ต่อการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นการบริการอาหารและเครื่องดื่มด้านคุณภาพและการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านมาตรฐานอาหารและเครื่องดื่ม ( $\bar{X} = 3.79$ ) รองลงมาคือรสชาติอาหารและเครื่องดื่ม ( $\bar{X} = 3.78$ ) และความสด ความใหม่ ความร้อน ( $\bar{X} = 3.78$ ) ตามลำดับส่วนรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความสะอาด ( $\bar{X} = 3.72$ ) ดังตารางที่ 1 ดังนี้

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจในการบริการอาหารและเครื่องดื่มด้านคุณภาพและการบริการ

ลำดับ	ด้านคุณภาพและการบริการ	ระดับความพึงพอใจ		แปลผล
		$\bar{x}$	S.D.	
1.	รสชาติอาหารและเครื่องดื่ม	3.78	1.05	มาก
2.	มาตรฐานของอาหารและเครื่องดื่ม	3.79	0.96	มาก
3.	ความหลากหลายของอาหาร	3.76	0.89	มาก
4.	ความสะอาด	3.72	0.87	มาก
5.	ความรวดเร็ว	3.77	0.96	มาก
6.	ความสด ความใหม่ ความร้อน	3.78	0.97	มาก
<b>รวม</b>		<b>3.76</b>	<b>0.94</b>	<b>มาก</b>

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ด้านผู้ให้บริการอาหาร และเครื่องดื่ม โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีความกระตือรือร้นในการบริการ ( $\bar{X} = 3.82$ ) รองลงมาคือให้บริการด้วยความเต็มใจมีรอยยิ้ม ( $\bar{X} = 3.81$ ) และใช้วาจาสุภาพ ( $\bar{X} = 3.80$ ) ตามลำดับ ส่วนรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ แต่งกาย สะอาด สุภาพ ( $\bar{X} = 3.76$ ) ดังตารางที่ 2 ดังนี้

**ตารางที่ 2** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจในการบริการอาหารและเครื่องดื่มด้านผู้ให้บริการอาหาร และเครื่องดื่ม

ลำดับ	ด้านผู้ให้บริการอาหาร และเครื่องดื่ม	ระดับความพึงพอใจ		แปลผล
		$\bar{x}$	S.D.	
1.	แต่งกาย สะอาด สุภาพ	3.76	0.91	มาก
2.	มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	3.79	0.88	มาก
3.	มีความกระตือรือร้นในการบริการ	3.82	0.90	มาก
4.	ใช้วาจาสุภาพ	3.80	0.91	มาก
5.	ให้บริการด้วยความเต็มใจมีรอยยิ้ม	3.81	0.92	มาก
6.	มีความเอาใจใส่ต่อลูกค้า	3.79	0.95	มาก
<b>รวม</b>		<b>3.79</b>	<b>0.86</b>	<b>มาก</b>

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาอาหารเหมาะสมกับรายการอาหาร ( $\bar{X} = 3.89$ ) รองลงมาคือ ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ ( $\bar{X} = 3.84$ ) ตามลำดับ ส่วนรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีความหลากหลายในด้านราคา ( $\bar{X} = 3.58$ ) ดังตารางที่ 3 ดังนี้

**ตารางที่ 3** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจในการบริการอาหารและเครื่องดื่มด้านราคา

ลำดับ	ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ		แปลผล
		$\bar{x}$	S.D.	
1.	ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ	3.84	0.93	มาก
2.	ราคาอาหารเหมาะสมกับรายการอาหาร	3.89	0.94	มาก
3.	มีความหลากหลายในด้านราคา	3.58	1.14	มาก
<b>รวม</b>		<b>3.77</b>	<b>0.86</b>	<b>มาก</b>

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ด้านสถานที่ และอุปกรณ์เครื่องใช้ โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความแข็งแรงของโต๊ะ เก้าอี้ ( $\bar{x} = 3.86$ ) รองลงมาคือจำนวนอุปกรณ์ที่ใช้เพียงพอ ( $\bar{x} = 3.83$ ) และการจัดสถานที่ง่ายต่อการรับประทาน ( $\bar{x} = 3.78$ ) ตามลำดับ ส่วนรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือความสะอาดของสถานที่ทำอาหาร ( $\bar{x} = 3.72$ ) ดังตารางที่ 4 ดังนี้

**ตารางที่ 4** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจในการบริการอาหารและเครื่องดื่มด้านสถานที่ และอุปกรณ์เครื่องใช้

ลำดับ	ด้านสถานที่ และอุปกรณ์เครื่องใช้	ระดับความพึงพอใจ		แปลผล
		$\bar{x}$	S.D.	
1.	ความสะอาดของสถานที่ทำอาหาร	3.72	0.93	มาก
2.	ความสะอาดของโต๊ะ เก้าอี้ สำหรับนั่งรับประทาน	3.76	0.88	มาก
3.	ความแข็งแรงของโต๊ะ เก้าอี้	3.86	1.19	มาก
4.	อุปกรณ์ที่ใช้สะอาด ถูกหลักอนามัย	3.74	0.93	มาก
5.	จำนวนอุปกรณ์ที่ใช้เพียงพอ	3.83	0.94	มาก
6.	การจัดสถานที่ง่ายต่อการรับประทาน	3.78	0.94	มาก
<b>รวม</b>		<b>3.78</b>	<b>0.89</b>	<b>มาก</b>

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การนำเสนอรายการอาหาร ( $\bar{x} = 3.87$ ) รองลงมาคือการเรียงลำดับรายการอาหาร ( $\bar{x} = 3.86$ ) และการประชาสัมพันธ์ ( $\bar{x} = 3.75$ ) ตามลำดับ ส่วนรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือความหลากหลายของรายการอาหาร ( $\bar{x} = 3.79$ ) ดังตารางที่ 5 ดังนี้

**ตารางที่ 5** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจในการบริการอาหารและเครื่องดื่มด้านการส่งเสริมการตลาด

ลำดับ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ		แปลผล
		$\bar{X}$	S.D.	
1.	ความหลากหลายของรายการอาหาร	3.79	0.94	มาก
2.	การจัดวางอาหาร	3.83	0.88	มาก
3.	การนำเสนอรายการอาหาร	3.87	0.92	มาก
4.	การเรียงลำดับรายการอาหาร	3.86	0.91	มาก
5.	ความมีเอกลักษณ์ท้องถิ่น	3.80	0.88	มาก
6.	ความแปลกใหม่	3.80	0.93	มาก
7.	ความรวดเร็ว	3.81	0.91	มาก
8.	ความน่าสนใจ	3.80	0.88	มาก
9.	การประชาสัมพันธ์	3.85	0.91	มาก
	<b>รวม</b>	<b>3.82</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>

## อภิปรายผล

แนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยพิจารณาแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร การเป็นผู้ประกอบการ ควบคู่กับคุณภาพการบริการ ในการให้บริการโต๊ะจีนของผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม โดยพิจารณาจากผลคะแนนค่าเฉลี่ยคุณภาพการบริการในแต่ละด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในแต่ละด้านมาพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 ด้านดังนี้ (1) ด้านคุณภาพและการบริการ ในเรื่อง ความสะอาดของอาหาร ( $\bar{X} = 3.72$ ) (2) ด้านผู้ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ในเรื่อง การแต่งกาย ความสุภาพของพนักงาน ( $\bar{X} = 3.76$ ) (3) ด้านราคาในเรื่องความหลากหลายในด้านราคา ( $\bar{X} = 3.58$ ) (4) ด้านสถานที่ และอุปกรณ์เครื่องใช้ ในเรื่องความสะอาดของสถานที่ทำอาหาร ( $\bar{X} = 3.72$ ) (5) ด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องความหลากหลายของรายการอาหาร ( $\bar{X} = 3.79$ ) ดังนั้น แนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม จึงควรมีการเพิ่มสมรรถนะ 3 ด้าน ตามคะแนนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ (1) ด้านการบริหาร เพื่อช่วยในการวางแผนการทำงาน การตั้งราคา การส่งเสริมการตลาด และออกแบบรายการอาหาร โดยความสามารถในการบริหารงานของผู้ประกอบการจะต้องดำเนินตามภารกิจที่กำหนดไว้ สามารถปฏิบัติได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง โดยใช้ทรัพยากรด้านบุคลากรและอื่น ๆ ที่มีอยู่ โดยผ่านกระบวนการทางการบริหารอย่างมีระบบ เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุตามวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับของกิจการ (2) ด้านทักษะการบริการ ความสะอาดของสถานที่ทำอาหาร ความสะอาดของอาหาร เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนต้องให้ความสำคัญ เพื่อเพิ่มความรู้ด้านการบริการและนำความรู้มาพัฒนาต่อยอดการบริการอาหารและเครื่องดื่มให้เป็นไปตามมาตรฐาน ถูกหลักอนามัย และจะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจธรรมชาติการบริการที่มากขึ้น (3) ด้านความเป็นผู้นำ ผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนจะต้องมีความเป็นผู้นำ นำเสนอในสิ่งที่ถูกต้อง สามารถชักจูงผู้ใต้บังคับ ปฏิบัติในสิ่งที่ถูกต้อง เช่น เรื่องการแต่งกาย และมารยาทใน

การทำงาน อีกทั้งผู้นำจะพัฒนาตนเองอยู่เสมอ เนื่องจากผู้นำเป็นองค์ประกอบหลักที่จะนำพาทีมไปสู่เป้าหมายที่สำคัญของกิจการได้เป็นอย่างดี แต่การเป็นผู้นำที่ดีนั้นจะต้องมีความรับผิดชอบ สามารถกำกับดูแลบุคลากรในทีมให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน รวมไปถึงกล้าตัดสินใจ กล้าคิดกล้านำเสนอและมีวิสัยทัศน์กระบวนการคิดที่ดี ซึ่งผลการวิจัยผลการวิจัยที่ได้พบว่า คุณภาพการบริการ (สรอรรถ ปานอุดมลักษณ์, 2557) มีผลต่อพฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของร้านอาหารแฟรนไชส์ไทยและแฟรนไชส์ต่างประเทศมีความพึงพอใจมากในด้าน ความสุภาพอ่อนโยนและการสื่อสารของพนักงานบริการ รองลงมาคือด้านความปลอดภัย ความสามารถในการเข้าถึงการบริการ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ และ ผู้มาใช้บริการอาหารและเครื่องดื่มยังให้ความสำคัญคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก (ทวีเดช ธวัชณกุล, 2555) โดยเฉพาะในส่วนของ (1) ด้านสถานที่ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ การจัดเตรียมอุปกรณ์รับประทานอาหาร เครื่องแก้วเป็นระเบียบสวยงาม ครบถ้วน (2) ด้านความน่าเชื่อถือในการปฏิบัติงานของพนักงานให้บริการ (3) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ การสร้างความเชื่อมั่น (4) ด้านการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม การแนะนำรายการอาหาร การเสนอแนะและให้คำปรึกษา ในด้านการบริการอื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

## สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยสรุปได้ว่าแนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐมออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านการบริหาร ด้านการบริการ และด้านความเป็นผู้นำแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่มีหลักการบริหารจัดการที่ดี จะมีความสามารถในการปรับตัว เพิ่มอำนาจในการแข่งขัน การคิดค้นรูปแบบการบริการใหม่ ๆ การคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงการสร้างคุณภาพการบริการจะทำให้กิจการมีความมั่นคงยั่งยืน (สิทธิชัย ธรรมเสนห์, 2555) ดังนั้นการจะพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนได้นั้นจะต้องพัฒนาองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านควรพัฒนาไปพร้อม ๆ กัน เพราะทุก ๆ องค์ประกอบทำงานพร้อมกัน ในการให้บริการของผู้ประกอบการโต๊ะจีน จะต้องมีการวางแผนการทำงาน พัฒนาธุรกิจ ต่อยอดการทำงานตลอดเวลาเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม และในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยม และเป็นกิจกรรมรูปแบบหนึ่งที่น่ามาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างดี ที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดที่มีความโดดเด่นทางวัฒนธรรมได้โดยเฉพาะจังหวัดนครปฐม ดังนั้นหากผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนไม่พัฒนาสมรรถนะตนเอง สมรรถนะองค์กร ก็อาจทำให้ธุรกิจอื่น ๆ หรือธุรกิจทางเลือก สามารถเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจรับจัดเลี้ยง ร้านอาหาร และเดลิเวอรี่ ดังนั้นหากผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนไม่พัฒนาสมรรถนะตนเองก็อาจทำให้ธุรกิจที่ไม่พัฒนา เป็นธุรกิจที่ล้าหลังและไม่สร้างผลกำไรในอนาคตอย่างแน่นอน

### ข้อเสนอแนะการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการมีการนำเสนอแนวคิดที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับแนวคิดของผู้ให้บริการ เพราะผู้ให้บริการเป็นผู้ต้องการการตอบสนอง และเป็นผู้เรียกร้องการบริการ หากผู้ประกอบการสนใจแต่การพัฒนารสชาติอาหาร รายการอาหาร แต่ไม่สนใจในการพัฒนาการประกอบธุรกิจที่ให้ความสนใจต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ก็อาจเสียลูกค้ากลุ่มสำคัญไปได้

2. การที่จะทำให้ธุรกิจโตจะเงินคงอยู่ และเจริญเติบโตต่อเนื่องตลอดไปนั้นต้องสร้างความรักในอาชีพก่อน รักในอาชีพการบริการ การประกอบอาหาร การเอาใจใส่ลูกค้า คุณภาพ และบริการต้องพิจารณาในทุก ๆ ด้านเพื่อให้ ดีกว่าเดิม เสริมสร้างบุคลิกภาพในการบริการ คิดอะไรใหม่ ๆ ที่จะทำให้ลูกค้าได้ผลประโยชน์มากอยู่เสมอ ไม่หยุดอยู่กับที่

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. ทำการศึกษาเอกลักษณ์อาหารโตจะเงินจังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
2. แนวทางการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการโตจะเงินจังหวัดนครปฐมกับเกษตรกรจังหวัดนครปฐม เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร

## กิตติกรรมประกาศ

วิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงด้วยความร่วมมือและความช่วยเหลือจากหลายภาคส่วน ผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมในการให้ทุนสนับสนุนในงานวิจัยชิ้นนี้ และขอขอบคุณหอการค้าจังหวัดนครปฐม สมาคมผู้ประกอบการโตจะเงินจังหวัดนครปฐม ในการช่วยเหลือให้ข้อมูล ข้อเสนอแนะ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย ทำให้ งานวิจัยนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

## เอกสารอ้างอิง

- กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2557). *การจัดการการบริการ = Service management*. กรุงเทพฯ : พิมพ์ลักษณ์.  
กรมการท่องเที่ยว. (2557). *แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยว*. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2563, จาก <http://newdot2.samartmultimedia.com/home/details/11/669/2224>
- กำธร แจ่มจรัส. (2556). *พลวัตของธุรกิจรับจัดเลี้ยงแบบโตจะเงิน ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จันทร์เพ็ญ ชาประดิษฐ์และคณะ. (2558). การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการโตจะเงินจังหวัดนครปฐม. *Veridian E-Journal*. 8(2). 1207 – 1222.
- จุไรพร สุธรรมโกศล. (2558). *ความพึงพอใจของผู้รับบริการโตจะเงินต่อผู้ประกอบการธุรกิจโตจะเงินจังหวัดนครปฐม*. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการพัฒนารัฐบาล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทวีเดช ธวัฒน์กุล. (2555). *คุณภาพการบริการอาหารและเครื่องดื่มของแผนกห้องอาหาร โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยดุสิตธานี.
- บัณฑิต อเนกพูนสุข. (2560). *Food on the move*. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2563, จาก <http://www.tatreviewmagazine.com/web/menu-read-tat/menu-2017/menu-12017/762-12017-food-on-the-move>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา.(2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์
- พนมพร สารสิทธิ์ยศ. (2552). *ผู้ไทย: แนวทางการจัดการหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว(โฮมสเตย์)จังหวัดมุกดาหาร*.วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- พยอม ธรรมบุตร. (2549). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรภัทรวดี วงศ์ปิ่นทะนัน และบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2557). *จิตวิทยาและคุณภาพบริการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : เพรินซ์ข้าหลวง พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ภัทรพร พันธุ์. (2558). การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย : *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*. 8(2). 27 – 37.
- ราณี อธิชัยกุล. (2546). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเอกสารการสอนชุดฝึกอบรมทางไกลหลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน*.นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สรอรรถ ปานอุดมลักษณ์. (2557). *ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการระหว่างร้านอาหารแฟรนไชส์ต่างประเทศกับร้านอาหารแฟรนไชส์ประเทศไทย ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2552). *พระบรมราโชวาท พระราชดำรัส เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม*. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2563, จาก <http://www.thaihealth.or.th/Content/21624.html>
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2553). *คู่มือการกำหนดสมรรถนะในราชการพลเรือน: คู่มือสมรรถนะหลัก*. กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พศ.๒๕๖๐ – ๒๕๖๔*. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานจังหวัดนครปฐม. (2561). *แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม (พ.ศ.2561-2565) ฉบับทบทวน*. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2563 จาก [http://www.nakhonpathom.go.th/files/com\\_news\\_develop\\_plan/2019-05\\_fe54f0d4c7dbacd.pdf](http://www.nakhonpathom.go.th/files/com_news_develop_plan/2019-05_fe54f0d4c7dbacd.pdf)
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวรายไตรมาส*. กรุงเทพฯ : เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์
- สิทธิชัย ธรรมเสนห์. (2555). *สมรรถนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการสถานบริการสปา ในจังหวัดชลบุรี*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา สถาบันวิจัยและพัฒนา.
- สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์. (2560). *การเป็นผู้ประกอบการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม. (2559). *งานเทศกาลอาหารและผลไม้*. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2563, จาก <http://www.nkppao.go.th/content-17-248.html>
- อาภรณ์ ภูวิทย์พันธุ์. (2553). *Competency – based training Road Map (TRM)*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์.
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297-305.
- Rylatt,A; & Lohan,K. (1995). *Creating Training Miracles*. Sydney: Lrwin.
- Smith, M., & Richards, G. (2012). *The Routledge Handbook of Cultural Tourism*: Routledge.



วารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการ  
Academic Journal of Management Technology

ISSN 2730-2989 (Online)

คณะเทคโนโลยีการจัดการ  
[www.fmt.surin.rmuti.ac.th](http://www.fmt.surin.rmuti.ac.th)

ที่อยู่ 145 ม.15 ถ.สุรินทร์-ปราสาท ต.นอกเมือง  
อ.เมืองสุรินทร์ จ.สุรินทร์ 32000

