



วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์

สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์

Journal of Management Science Review

Humanities and Social Sciences

ปีที่ 21 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2562

ISSN:1513-1149

เจ้าของ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการพัฒนาผลงานทางวิชาการและวิจัย
2. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและวิจัยของอาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ด้านสาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์
3. เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษาและองค์กรต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ

นโยบายการจัดพิมพ์

วารสารเปิดรับบทความวิจัยเต็มรูปแบบ (Full paper) และบทความวิชาการ (Academic Article) จากภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยโดยบทความดังกล่าวจะต้องไม่เคยเผยแพร่ในวารสารอื่นใดมาก่อน และเป็นข้อคิดเห็นของผู้ส่งบทความเท่านั้น

เกณฑ์การพิจารณาบทความ

บทความจะผ่านการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาไม่น้อยกว่า 2 ท่าน ซึ่งกองบรรณาธิการอาจให้ผู้เขียนปรับปรุงให้เหมาะสมยิ่งขึ้น และทรงไว้ซึ่งสิทธิ์ในการตัดสินใจตีพิมพ์ให้หรือไม่ก็ได้

ระยะเวลาเผยแพร่

วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เป็นวารสารที่เผยแพร่เป็นประจำ ปีละ 2 ฉบับ คือ มกราคม – มิถุนายน และ กรกฎาคม – ธันวาคม

ประเภทของบทความที่จะรับ

บทความวิชาการ (Academic Article) บทความวิจัย (Research Article) โดยรับบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

การนำส่งบทความ

บทความที่จะตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ จะต้องส่งบทความผ่านระบบออนไลน์ได้ที่เว็บไซต์ <http://msjournals.aru.ac.th/index.php/msjournals> เพื่อลงตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ กรณีที่บทความได้รับการพิจารณาให้ตีพิมพ์บรรณาธิการจะแจ้ง ให้ผู้นำเสนอตรวจสอบสถานะของบทความในการพิจารณาให้เผยแพร่ โดยมีรายละเอียดขั้นตอนดังนี้

1. สมัครสมาชิกในระบบออนไลน์วารสาร
2. จัดบทความตามรูปแบบที่วารสารกำหนด
3. ส่งบทความผ่านระบบออนไลน์วารสาร
4. บรรณาธิการกลั่นกรองบทความ เพื่อส่งผู้ทรงคุณวุฒิในการพิจารณาบทความ
5. ตรวจสอบสถานะของบทความที่ส่งออนไลน์ เพื่อแก้ไขหลังผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ
6. ตีพิมพ์เผยแพร่บทความในวารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์

รูปแบบการพิมพ์บทความ

จัดบทความตามรูปแบบที่วารสารกำหนด ดาวน์โหลดได้ที่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/msaru>

ที่อยู่วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์

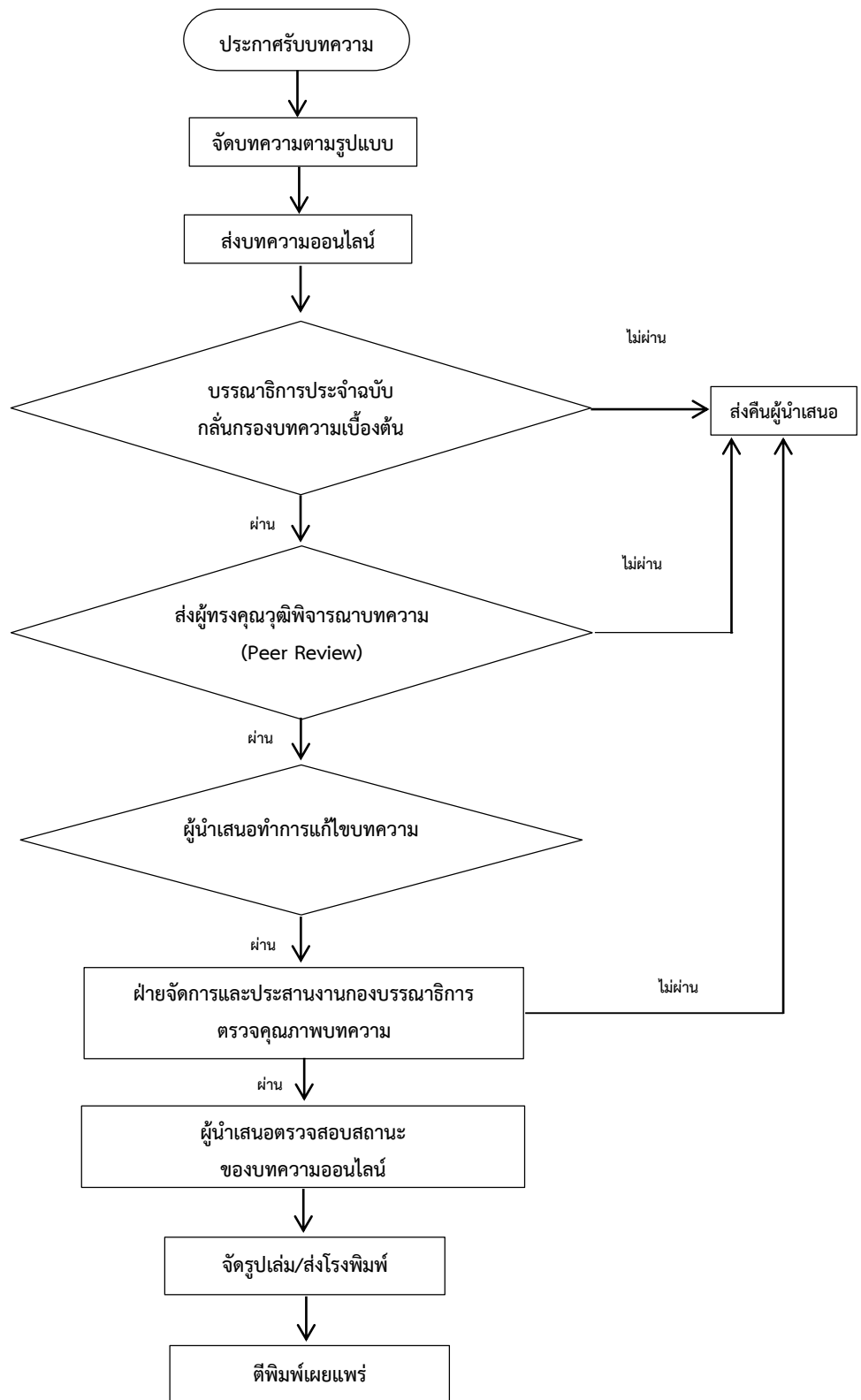
วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

96 ตำบลประตูชัย อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา 13000 โทรสาร/โทรศัพท์ 035-322-085

พิมพ์ที่

ศูนย์เรียนรู้การผลิตและจัดการธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
เลขที่ 1 หมู่ที่ 20 กิโลเมตรที่ 48 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 13180
โทรศัพท์ 02-529-1638, 02-529-4046 โทรสาร 02-529-1638 ต่อ 406 <http://grad.vru.ac.th>

7. ขั้นตอนการดำเนินงานวารสาร แสดงดังรูปข้างล่าง



ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บรรณาธิการ

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

รองบรรณาธิการ

ดร.เมธรัตน์ จันทะนี

กองบรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิ

ศ.ดร.จำนงค์	อดิวัฒนสิทธิ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ศ.ดร.เกรียงศักดิ์	เจริญวงศ์ศักดิ์	สถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนา
ศ.วัฒนะ	จุฑะวิภาต	มหาวิทยาลัยรังสิต
ศ.เสนาะ	ติเยาว์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
รศ.ดร.กุลวดี	โรจน์ไพศาลกิจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
รศ.ดร.ศศิวิมล	มีอำพล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รศ.ดร.อภิรักษ์	จันทะนี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รศ.ดร.สุนันทา	เลาหนันท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
รศ.ชนินทร์	ชุมพวันธ์รักษ์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ผศ.ดร.จันทนา	วัฒนกาญจนะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

รองคณบดีคณะวิทยาการจัดการ ฝ่ายวางแผนและการประกันคุณภาพ

รองคณบดีคณะวิทยาการจัดการ ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รองคณบดีคณะวิทยาการจัดการ ฝ่ายกิจการนักศึกษา

กองบรรณาธิการ

ผศ.ภัทราพร จันทะนี

อาจารย์สวิตา อยู่สุขชี

นางสาววรรณิศา ทองส่งโสม

นางสาวทิพย์วรรณ คล้ายสังข์

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ คณะวิทยาการจัดการ
ปีที่ 21 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2562

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (ภายใน)

- | | |
|---|----------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์จิตติมา อัครธิตินพงศ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.อัญญา หล่อตระกูล | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.วันทนา เนาว์วัน | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิสร ภู่อาระ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิษุกร นาคธน | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ พานสุวรรณ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภทรนันท์ สุรชาติ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธ์พสุตม์ สาธนูวัฒน์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมนา พูลผล | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นาคยา เกตุสมบุญ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรุณกษ เก็จพิรุฬห์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นันท์นฤธิ์ เอ็บอัม | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงรัตน์ โพธิ์เงิน | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทรพร จันตะนี | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 15. ดร.กิตติมา ทามาลี | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 16. ดร.อารมณ เอี่ยมประเสริฐ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 17. ดร.แสงจิตต์ ไต้แสง | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 18. ดร.รุ่งทิพย์ รัตนภาณุศร | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 19. ดร.เมธรัตน์ จันตะนี | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (ภายนอก)

- | | |
|--|--------------------------------------|
| 1. ศาสตราจารย์ ดร.จ่านงค์ อดิวัฒนสิทธิ์ | มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| 2. ศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ | สถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนา |
| 3. ศาสตราจารย์วิวัฒน์ จูทะวิภาต | มหาวิทยาลัยรังสิต |
| 4. ศาสตราจารย์เสนาะ ตีเยาว์ | มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.กุลวดี โรจน์ไพศาลกิจ | มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล มีอำพล | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันตะนี | มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| 8. รองศาสตราจารย์ ดร.สุนันทา เลหาพันธ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา |
| 9. รองศาสตราจารย์ ดร.พนิตสุภา ธรรมประมวล | มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี |
| 10. รองศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ตระกูลชัย | มหาวิทยาลัยรังสิต |

11. รองศาสตราจารย์ ดร.ดารณี พิมพ์ช่างทอง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
12. รองศาสตราจารย์ ดร.วันทนี แสนภักดี	ข้าราชการบำนาญ
13. รองศาสตราจารย์ธีรวัฒน์ ประกอบผล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
14. รองศาสตราจารย์ชนินทร์ ชุนพพันธุ์รักษ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
15. รองศาสตราจารย์สุจิตรา จันทนา	เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
16. รองศาสตราจารย์สุพจน์ ขววิวรรธน์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
17. รองศาสตราจารย์รวงพร อัมผล	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
18. รองศาสตราจารย์ไพฑูรย์ สัมครกิจ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
19. รองศาสตราจารย์ปรางณี ต้นประยูร	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทนา วัฒนกาญจนะ	ข้าราชการบำนาญ
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เทอดศักดิ์ ศรีสุพล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิญญาพัชญ์ นาคภิบาล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธาสินี ศิริโกคาภิรมย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลวรา สุวรรณพิมล	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชิต พระพินิจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกียรติมา เดชอุดม	ในพระบรมราชูปถัมภ์
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกศกมล สุขเกษม	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ครรชิต มาระโกชน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (พิเศษ) ดร.ชนาธิป ชินะนาวิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
30. ดร.วิจิต บุญสนอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
31. ดร.ธงชัย สุรินทร์วรังกูร	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
32. ดร.ปรียา ผาติชล	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์
33. ดร.วริรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์	ผู้พิพากษาประจำศาลฎีกา
34. ดร.ประเสริฐ ฉิมท้วม	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
35. ดร.ปฐมพงศ์ ศุภเลิศ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
36. ดร.ลวัฒน์ มุกดาสนิท	รองผู้อำนวยการสำนักงานบริหารและ
37. ดร.สิริศิษฐ์ ชูรอด	พัฒนาองค์ความรู้
	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
	ในพระบรมราชูปถัมภ์
	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
	โรงเรียนจิระศาสตร์วิทยา
	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
	กองกฎหมาย สำนักงานปลัดกระทรวง
	กระทรวงศึกษาธิการ

สารบัญ

บทความวิจัย	หน้า
การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พิเศษฐ เนตรสว่าง วรรณศิกา ธาณินพวงค์	1
ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เขตอำเภอแก่ง จังหวัดระยอง นรภัทร สถานสถิตย์ จรรยา วังนิยม	11
แนวทางการจัดการขยะแบบบูรณาการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนหมู่ที่ 12 ตำบลคลองห้า อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี วริรัตน์ สัมพันธ์พงศ์ ธนิษฐนันท์ จันทร์แย้ม ถิรนนท์ ทิวาราตรีวิทย์ ภัทรภร พุดพันธ์	23
รูปแบบการบริหารจัดการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชนเพื่อตั้งโครงการโรงไฟฟ้าขนาดใหญ่ จิระศักดิ์ ทุนกิจ สุณีย์ มัลลิกะมาลย์	31
ข้อบัญญัติท้องถิ่นต้นแบบเพื่อบูรณาการการจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านขยะ น้ำเสีย และตลาด วรรณวรางค์ ศุทธชัย สุณีย์ มัลลิกะมาลย์	41
ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของ สถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 ขวัญฤทัย ภู่อาระ นริสนันท์ แมนผดุง อีระวัฒน์ มอนไธสง	51
การจัดการทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจที่ปรึกษาด้านแรงงานในจังหวัดสระบุรี สันติ อุดมฤทธิ์ แสงจิตต์ ไต่แสง	61
เกณฑ์การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่พักแรมสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช กัลยารัตน์ ศิริรัตน์	73
กลยุทธ์ทางการตลาดและนวัตกรรมการส่งออกที่ส่งผลต่อผลการดำเนินการส่งออกธุรกิจ อาหารทะเลขนาดเล็กในประเทศไทย วรเทพ ตริวิจิตร ภัทรพล ชุ่มมี ปรีชา คำมาดี	81
การยอมรับธนาคารบนสมาร์ตโฟน (Mobile banking) ของผู้ค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ วิไลลักษณ์ สร้อยศิริ วราวุธ วัชรธรรม์	89

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย	หน้า
แนวทางในการต่อยอดผลิตภัณฑ์กาแฟดอยหวาน ต.เทพเสด็จ อ.ดอยสะเก็ด สู่ประโยชน์ เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เสกสรรค์ มณีธร วีรศักดิ์ สมยานะ	97
พฤติกรรมทางการเงินเพื่อการกุศลของผู้สูงอายุ ในอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ นันทพร ไม้ทองดี นาดยา แฝงศรีสาร	107
ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร ชนิชา หมอยาศี ชุตีระ ระบอบ	119
ปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลกแบบมีส่วนร่วม: นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ธาดรี มหันตรัตน์ ปิ่นณธร หอมบุญมา	129
การแข่งขันภายใต้ความร่วมมือกันระหว่างหน่วยการตลาดและหน่วยไอทีของเศรษฐกิจเกิดใหม่ Jatuporn Vongmahadlek	137
ความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี สุธาลินี อัมพิลาศัย ญัฐอร มหาทำนุโชค ชยนันท์ จงเจริญชัยสกุล ประสิทธิ์พร เก่งทอง	145
ผลการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมที่มีต่อทักษะ กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ และความคิดสร้างสรรค์ของเด็กปฐมวัย ศิริเพ็ญ กิจกระจ่าง สุภัทรา คงเรือง	155
แนวทางพัฒนาทางการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการขนาดย่อมในระดับท้องถิ่น ปรีชา วรรัตน์ไชย	169
การบริหารโซ่อุปทานของผู้ประกอบการโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบในจังหวัดชุมพร มะโน ปราชญาพิพัฒน์	181
การศึกษาปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 รุ่งนภา สุขสำแดง	191

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิชาการ

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา วัดในพื้นที่ฝั่งธนบุรี มนชนก จุลลิกชี	201
การจัดการการค้าสมัยใหม่ในยุคดิจิทัล นฤมล ญาณสมบัติ เมธรัตน์ จันทะนี	209
การวิเคราะห์ผลการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร พ.ศ. 2558 อภิรักษ์ จันทะนี สิริดา ชื่นโชติภิตติ	219
พลังสื่อมวลชนในสื่อสังคมออนไลน์ พัทธ์พสุตม์ สาธุนวัฒน์	229

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์นี้ เป็นวารสารทางวิชาการ ที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 2 ฉบับนี้เป็นปีที่ 21 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2562 กองบรรณาธิการได้พิจารณาบทความโดยเสนอบทความต่อคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรอง (Peer Review) พิจารณาตรวจแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ของบทความก่อนการลงตีพิมพ์ คัดเลือกและกลั่นกรองบทความให้เกิดความสมบูรณ์และมีคุณภาพมากที่สุด ควรค่าแก่การตีพิมพ์เผยแพร่และเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทางวิชาการและเป็นการพัฒนาศักยภาพทางด้านการสร้างสรรค์ผลงานทางวิชาการ โดยฉบับนี้มีการนำเสนอบทความวิจัยและบทความวิชาการ ซึ่งเนื้อหาสาระในเล่มประกอบด้วยนักวิชาการและเรื่องดังต่อไปนี้

พิเชษฐ เนตรสว่าง บทความเรื่อง “การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” พบว่า ปัญหาและความต้องการของผู้ใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีผลต่อความปลอดภัยในการเดินเรือโดยสารข้ามฟาก ดังนั้น ผู้ให้บริการเรือโดยสารข้ามฟาก จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะมีการปรับปรุงการให้บริการในด้านต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคมองเกิดความพึงพอใจในการบริการและกลับมาใช้บริการได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น แต่ทั้งนี้เองด้วยต้นทุนที่มีมากในการที่จะปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมหรือการอำนวยความสะดวกสบายให้มากยิ่งขึ้น ย่อมส่งผลกระทบต่อผลกำไรที่จะได้รับ เนื่องจากอัตราการให้บริการเรือโดยสารข้ามฟากอยู่ในระดับที่ไม่สูง ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะรองรับกับผู้ใช้โดยสารที่มีรายได้น้อย

วรวิรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์ บทความเรื่อง “แนวทางการจัดการขยะแบบบูรณาการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนหมู่ที่ 12 ตำบลคลองห้า อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี” พบว่า การใช้กิจกรรมการเรียนรู้เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักและการพัฒนาโดยให้ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการจัดการขยะด้วยตนเอง โดยเริ่มจากการคัดแยกขยะ ในครัวเรือน ซึ่งแต่ละชุมชนจะดำเนินการในเรื่องของการคัดแยก การจัดเก็บ การรวบรวม การจำหน่ายการบริหารรายได้จากการจำหน่ายขยะ

จิระศักดิ์ หนูกิจ บทความเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชนเพื่อตั้งโครงการโรงไฟฟ้าขนาดใหญ่” พบว่า ความสำเร็จของการบริหารจัดการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชนมีปัจจัยในกระบวนการวางแผนและดำเนินงาน 7 ปัจจัย คือ การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารโครงการและการมีส่วนร่วม การเวนคืนที่ดินและการชดเชย การพัฒนาพื้นที่โยกย้ายจัดสรร การขนย้ายทรัพย์สินและให้ความช่วยเหลือในระยะข้ามผ่าน การฟื้นฟูอาชีพและชีวิตความเป็นอยู่ กระบวนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทและระบบการจัดการข้อมูลของผู้โยกย้าย

วรรณวรางค์ ศุทธชัย บทความเรื่อง “ข้อบัญญัติท้องถิ่นต้นแบบเพื่อบูรณาการการจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านขยะ น้ำเสีย และตลาด” พบว่า สาเหตุที่ทำให้ท้องถิ่นไม่เป็นเมืองน่าอยู่เพราะขยะ น้ำเสีย และตลาด เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของพื้นที่ร่วมกัน และกฎหมายให้อำนาจจัดการแก่งัดครบกพร่องส่วนท้องถิ่นแต่ไม่กำหนดให้องค์กรประชาชนมีส่วนร่วมจัดการด้วย และกฎหมายที่ใช้บังคับมีลักษณะของกฎหมายแยกฉบับกันทำให้ขาดความต่อเนื่องในการจัดการ การตราข้อบัญญัติท้องถิ่นต้นแบบเพื่อบูรณาการการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านขยะ น้ำเสีย และตลาด มีโครงสร้างประกอบด้วย ลักษณะ 1บททั่วไป ลักษณะ 2 คณะกรรมการจัดการขยะ น้ำเสีย และตลาด ลักษณะ 3 การจัดการขยะ ลักษณะ 4 การจัดการน้ำเสีย และลักษณะ 5 การจัดการตลาด

นรภัทร สถานสถิตย์ บทความเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง” พบว่า ขนาดร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ระยะเวลาการดำเนินงาน ช่วงเวลาในการเปิดดำเนินงาน ลักษณะของกิจการ และ กำไรจากการดำเนินงาน ไม่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันสามารถของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ส่วนค่าใช้จ่ายที่ลูกค้ามาซื้อสินค้าต่อครั้ง มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันสามารถของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ขวัญฤทัย ภู่อาระ บทความเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1” พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา โดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน ประสิทธิผลของสถานศึกษา โดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน และภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวก กับประสิทธิผลของสถานศึกษาในระดับค่อนข้างสูง

สันติ อุทุมฤทธิ์ บทความเรื่อง “การจัดการทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจที่ปรึกษาด้านแรงงานในจังหวัดสระบุรี” พบว่า 1) พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงาน รายได้รวมต่อเดือน ตำแหน่งงาน และ เวลาในการทำงาน ต่างกันมีปัจจัยจูงใจในการทำงาน โดยรวมแตกต่างกัน 2) พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงาน รายได้รวมต่อเดือน ตำแหน่งงาน และ เวลาในการทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยรวมแตกต่างกัน และ 3) ปัจจัยจูงใจในการทำงานโดยรวมมีความสัมพันธ์กับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจที่ปรึกษาด้านแรงงานในจังหวัดสระบุรี โดยรวมในระดับสูง

กัลยารัตน์ ศิริรัตน์ บทความเรื่อง “เกณฑ์การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่พักแรมสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช” พบว่า ธุรกิจที่พักแรมในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราชเป็นโรงแรมร้อยละ 69 เกสเฮาส์ร้อยละ 17 และเป็นรีสอร์ทร้อยละ 14 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมมีการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก มีการจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรอยู่ในระดับปานกลาง การจัดการด้านสังคม และการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก และผู้ประกอบการมีความเห็นในด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการจัดที่พักที่มีการอนุรักษ์ และใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมโดยมีความรับผิดชอบต่อผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในระดับมาก

วรเทพ ตริวิจิตร บทความเรื่อง “กลยุทธ์ทางการตลาดและนวัตกรรมการส่งออกที่ส่งผลต่อการดำเนินการส่งออกธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็กในประเทศไทย” พบว่า พบว่า 1) กลยุทธ์ทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการส่งออก 2) นวัตกรรมการส่งออก ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ ด้านนวัตกรรมพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการส่งออกผลการวิจัยที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาดและการจัดการนวัตกรรมการส่งออกโดยผู้บริหารควรพิจารณาถึงจุดแข็งและจุดอ่อนในประเด็นของความพร้อมด้านการส่งออก เพื่อที่จะสามารถนำจุดแข็งไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและนำจุดอ่อนมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถส่งออกได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วิไลลักษณ์ สร้อยศิริ บทความเรื่อง “การยอมรับธนาคารบนสมาร์ตโฟน (Mobile banking) ของผู้ค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์” พบว่า ผลการศึกษาตัวแบบสมการความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างพบว่าความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ และการยอมรับมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนำไปใช้งานจริง ส่วนความเชื่อมั่นในการใช้งานกลับมีอิทธิพลเชิงลบต่อการนำไปใช้งานจริง

เสกสรรค์ มณีธร บทความเรื่อง “แนวทางในการต่อยอดผลิตภัณฑ์กาแฟดอยหวาน ต.เทพเสด็จ อ.ดอยสะเก็ด สู่ประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” พบว่า กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟดอยหวาน มีศักยภาพสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟคั่วบดในรูปแบบของพอกพาทหรือซองดริป แนวทางในพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์จะมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้ (1) การรับซื้อเมล็ดกาแฟที่ผ่านกระบวนการคั่วสำเร็จตามสูตรที่ต้องการจากกลุ่มเกษตรกร (2) นำเมล็ดกาแฟคั่วสำเร็จตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านกาแฟ (3) จัดส่งเมล็ดพันธุ์ที่ผ่านการคั่วและตรวจสอบรสชาติแล้วไปยังโรงงานเอกชนเพื่อจ้างบดและบรรจุ อัดก๊าซไนโตรเจนในซองเพื่อรักษาคุณภาพของผงกาแฟจนได้ผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปแบบซองพอกพาท หรือซองดริป (4) ดำเนินการขอขึ้นทะเบียนอย. 4 (5) ขนส่งกาแฟที่บรรจุแล้วจัดเก็บในคลังเพื่อรอจำหน่ายต่อไป

นันทพร ไม้ทองดี บทความเรื่อง “พฤติกรรมทางการเงินเพื่อการกุศลของผู้สูงอายุในอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์” พบว่า ปัจจัยที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการบริจาคเงินแบบสมำเสมอของผู้สูงอายุ ได้แก่ ระดับความเคร่งศาสนา อาชีพก่อนอายุครบ 60 ปี และระดับการศึกษา ทั้งนี้ ผู้สูงอายุที่ประเมินว่าตนมีความเคร่งทางศาสนาในระดับปานกลางและในระดับมาก มีโอกาสที่จะบริจาคเงินสมำเสมอ ในขณะที่ผู้สูงอายุที่สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่าจะมีโอกาสเป็นผู้บริจาคเงินสมำเสมอมากกว่าผู้สูงอายุที่จบการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าปริญญาโท

ชนิชา หมอยาดี บทความเรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร” พบว่า ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวจีนคือ ขาดความรู้ความเข้าใจขนบธรรมเนียมประเพณีคนไทย ด้านพฤติกรรม คือ ไม่มีระเบียบและมักสร้างความรำคาญให้กับคนอื่น แนวทางส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสม คือ จัดทำคู่มือส่งเสริมความรู้วัฒนธรรมไทยให้กับนักท่องเที่ยวเผยแพร่ผลการทดสอบสมมติฐานคุณลักษณะผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่างกัันมีทัศนคติต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านการเรียนรู้และพฤติกรรมไม่แตกต่างกัน

ธাত্রี มหันตรัตน์ บทความเรื่อง “ปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลกแบบมีส่วนร่วม นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา” พบว่า 1.สภาพปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลกแบบมีส่วนร่วม นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่สำคัญ มี 6 เรื่อง ประกอบด้วย การบุกรุกพื้นที่ การขาดหน่วยงานหลักและบุคลากรเพื่อเป็นศูนย์กลางการบริหารจัดการพื้นที่ การใช้ที่ดินของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ การเมืองท้องถิ่นภายในพื้นที่ งบประมาณในการบริหารจัดการในพื้นที่ และการบังคับใช้กฎหมาย 2.แนวทางการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลกแบบมีส่วนร่วมฯ ที่สำคัญ ได้แก่ การกำหนดนโยบายและแผนแม่บทสำหรับการอนุรักษ์และจัดการมรดกโลกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติให้มีความชัดเจนและต่อเนื่อง การกำหนดให้มีกฎหมายพิเศษเพื่อใช้บังคับในพื้นที่ การตั้งหน่วยงานพิเศษสำหรับบริหารจัดการพื้นที่เป็นการเฉพาะ และอำนาจจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในการบริหารจัดการพื้นที่ภายใต้กฎหมายพิเศษ

มนชนก จุลสิกขี บทความเรื่อง “แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา วัดในพื้นที่ฝั่งธนบุรี” พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในพื้นที่ของวัด 4 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย และด้านการสนับสนุน ถือเป็นการส่งเสริมให้แต่ละวัดมีศักยภาพและเพื่อเป็นการสืบทอดประเพณี วัฒนธรรมในพื้นที่และที่สำคัญคือเป็นแนวทางการปรับปรุง พัฒนา และประชาสัมพันธ์วัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาต่อไป

Jatuporn Vongmahadlek บทความเรื่อง “การแข่งขันภายใต้ความร่วมมือกันระหว่างหน่วยการตลาดและหน่วยไอทีของเศรษฐกิจเกิดใหม่” พบว่า หลักฐานของความเข้มแข็งของการแข่งขันภายใต้ความร่วมมือจะส่งผลการดำเนินงานขององค์กรทั้งด้านการเงินและไม่ใช้ด้านการเงิน งานวิจัยนี้มีส่วนสนับสนุนการศึกษาด้านการตลาดและการจัดการโดยขยายขอบเขตของทฤษฎีฐานทรัพยากรและทฤษฎีเครือข่ายทางสังคมจากการใช้ทรัพยากรหลักที่สำคัญเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรในระบบเศรษฐกิจเกิดใหม่ สำหรับประโยชน์ต่อนักปฏิบัติ ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรจะส่งเสริมความร่วมมือและจัดการการแข่งขันของการประสานงานกันระหว่างหน่วยงานเพื่อให้ประสิทธิภาพขององค์กรดำเนินการได้อย่างเต็มศักยภาพ

สุราลีณี อัมพิลาศรัย บทความเรื่อง “ความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี” พบว่า แนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างสมรรถนะในการทำงานที่ตรงกับความต้องการของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี ควรจัดให้มีการอบรม ด้านทักษะในแต่ละแผนก จัดกิจกรรมเพื่อให้เกิดความรักความสามัคคี มีการสอนงานจากหัวหน้างานอย่างต่อเนื่อง และมีการประเมินการทำงานตามระยะเวลาที่กำหนด

ศิริเพ็ญ กิจกระจำง บทความเรื่อง “ผลการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมที่มีต่อทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ และความคิดสร้างสรรค์ของเด็กปฐมวัย” พบว่า 1) เด็กปฐมวัยมีทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และความคิดสร้างสรรค์ หลังการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม สูงกว่าก่อนการทดลองอย่าง และ 2) เด็กปฐมวัยมีทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และความคิดสร้างสรรค์ หลังการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม สูงกว่าการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย

ปรีชา วรรัตน์ไชย บทความเรื่อง “แนวทางพัฒนาทางการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการขนาดย่อมในระดับท้องถิ่น” พบว่า แนวทางพัฒนาการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการขนาดย่อมในระดับท้องถิ่นที่เหมาะสมประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อผลสำเร็จทางการตลาด และยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลสำเร็จทางการตลาดโดยส่งผ่านความพึงพอใจของลูกค้า 2) ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางตรงต่อผลสำเร็จทางการตลาด 3) ปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อผลสำเร็จทางการตลาด

มะโน ปราชาญาพิพัฒน์ บทความเรื่อง “การบริหารโซ่อุปทานของผู้ประกอบการโรงงาน สกัดน้ำมันปาล์มดิบในจังหวัดชุมพร” พบว่า การจัดการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของระบบการบริหาร โซ่อุปทานโดยมีเป้าหมายเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายของทั้งระบบให้ต่ำที่สุด ดังนั้นการบริหารห่วงโซ่อุปทาน ด้านการผลิตและการรับประกัน การทำงานอย่างน่าเชื่อถือและการทำงานด้วยความอย่างปลอดภัย การกำหนดวันเวลาที่แน่นอน มีผลต่อความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์แตกต่างกัน

รุ่งนภา สุขสำแดง บทความเรื่อง “การศึกษาปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือ นักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1” พบว่า 1) ปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 ในด้านปัญหาการบริหารงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน ทั้งหมด 5 ด้าน ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง 2) ผลการเปรียบเทียบปัญหา การดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนกับอายุ ตำแหน่ง ประสบการณ์ในการทำงาน และขนาดของ สถานศึกษา ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

นฤมล ญาณสมบัติ บทความเรื่อง “การจัดการการค้าสมัยใหม่ในยุคดิจิทัล” พบว่า การค้า สมัยใหม่ในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย 8 ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้ การกำหนดวัตถุประสงค์ การวิเคราะห์ สถานการณ์ตลาด การสร้างตัวตนบนช่องทางดิจิทัล การสร้างContentบนโลกดิจิทัล การโปรโมท การโฆษณา การใช้ Search Engine การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และการวัดผล ทั้งนี้เพื่อให้ การจัดการการค้าสมัยใหม่ในยุคดิจิทัลประสบความสำเร็จได้ในอนาคต เป็นการเพิ่มช่องทางการตลาด ดิจิทัล และเป็นการเพิ่มกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรวมถึงการดูแลลูกค้าเดิมให้จงรักภักดีต่อตราสินค้าตลอดไป โดยเน้นช่องทางการทำการตลาดดิจิทัล จะทำให้ธุรกิจได้ประโยชน์สูงสุด และมีความยั่งยืนของธุรกิจ ที่แท้จริง

อภิรักษ์ จันตะนี บทความเรื่อง “การวิเคราะห์ผลการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร พ.ศ.2558” พบว่า การปฏิบัติตามตัวบ่งชี้ที่ 1.1 มีปัญหาสำหรับการตีความและปฏิบัติตามในข้อ 2 คุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ข้อ 3 คุณสมบัติของอาจารย์ประจำหลักสูตร ข้อ 4 คุณสมบัติ ของอาจารย์ผู้สอน ซึ่งมีทั้งการใช้เกณฑ์มาตรฐาน 2548 และเกณฑ์มาตรฐาน 2558 สำหรับการประเมิน คุณภาพหลักสูตรในตัวบ่งชี้ที่เป็นกระบวนการ (3.1, 3.2, 4.1, 5.1, 5.2, 5.3 และ 6.1) มีปัญหาเพราะส่วน ใหญ่ไม่สามารถปฏิบัติตามกระบวนการ PDCA ได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้เพราะสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่ ยังประเมินตาม มคอ.7

พัทธ์พสุตม์ สาธนูวัฒน์ บทความเรื่อง “พลังสื่อมวลชนในสื่อสังคมออนไลน์” พบว่า สื่อมวลชนใช้ “สื่อสังคมออนไลน์” เป็นเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น แสร้งความรู้สึก ระหว่างสื่อมวลชนด้วยกัน หรือแสร้งข้อมูลความคิดเห็นกับคนอ่าน อันเป็นเหมือนสภากาแฟในโลกดิจิทัล มีการใช้โทรศัพท์มือถือถ่ายภาพงานข่าวที่เรียกว่า Mojo (Mobile Journalist) เพื่อเพิ่มเรตติ้งก่อให้เกิดปรากฏการณ์หนึ่งๆที่เรียกว่า Emo-Journalism ที่เน้นแต่อารมณ์ ความรู้สึกของผู้เสพข่าวสารเป็นหลัก

กองบรรณาธิการขอขอบคุณคณะกรรมการกลั่นกรองบทความทุกท่านที่กรุณาใช้เวลาให้คำชี้แนะในการปรับปรุงแก้ไขงานของแต่ละท่านให้ออกมาอย่างถูกต้องเป็นประโยชน์ต่อวงการวิชาการ และท้ายสุดขอขอบคุณเจ้าของผลงานทางวิชาการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ทำให้วารสารฉบับนี้มีคุณค่าทางวิชาการ

ด้วยความปรารถนาดี

รศ.ดร.อัจฉรา หล่อตระกูล

บรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์

การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่ง เรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

The Case Study of the Problems and Needs of People in the Use of Transportation Systems for
Ferry Boats around Kor Mueang (Main Island), Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

พิเชษฐ เนตรสว่าง¹ ทรศิกา ธานินพวงศ์²

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ (1) เพื่อศึกษาปัญหาของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและ (2) เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาของผู้ใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยการสำรวจความคิดเห็นจากประชาชน จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามแบบปลายเปิด ด้วยวิธีแบบสอบถามแบบ Research Survey แล้วส่งกลับคืนมายังคณะผู้ศึกษา

ผลวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง 203 คน และมีอายุช่วงระหว่าง 15-29 ปี จำนวน 208 คน ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี รายได้ประจำน้อยกว่า 15,000 บาท อาชีพของประชาชนที่ใช้บริการ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและลูกจ้าง จำนวน 161 คน มีสถานภาพโสด 239 คน ผู้โดยสารส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะประจำทาง มีจำนวน 385 คน มีความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ที่ 6 วัน/สัปดาห์ เหตุผลที่เลือกการเดินทางโดยใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟาก พบว่าส่วนใหญ่คิดว่าเหมาะสมกับการเดินทางของผู้ใช้บริการโดยเฉพาะ ปัญหาที่ประชาชนคิดว่าควรมีการแก้ไขระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้ง 5 ด้าน คือ 1) ด้านสภาพเรือโดยสาร และที่นั่ง 2) ด้านการให้บริการและการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ให้บริการ 3) ด้านปัญหาด้านอัตราค่าโดยสาร 4) ด้านปัญหาในด้านท่าเทียบเรือโดยสารที่ให้บริการ และ 5) ปัญหาที่พบเจอและความต้องการพัฒนาของผู้ใช้บริการเรือโดยสารข้ามฟาก อยู่ในระดับเห็นด้วย ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัญหาและความต้องการของผู้ใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีผลต่อความปลอดภัยในการเดินทางเรือโดยสารข้ามฟาก ดังนั้นผู้ให้บริการเรือโดยสารข้ามฟาก จึงมีความจำเป็นอย่างยั้งที่จะมีการปรับปรุงการให้บริการในด้านต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในการบริการและกลับมาใช้บริการได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น แต่ทั้งนี้เองด้วยต้นทุนที่มีมากในการที่จะปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมหรือการอำนวยความสะดวกสบายให้มากยิ่งขึ้น ย่อมส่งผลต่อผลกำไรที่จะได้รับ เนื่องจากอัตราการให้บริการเรือโดยสารข้ามฟาก อยู่ในระดับที่ไม่สูง ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะรองรับกับผู้ใช้โดยสารที่มีรายได้น้อย

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
E-mail : kobbj@hotmail.com

² อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
E-mail : thatsika@aru.ac.th

จากผลวิจัยในครั้งนี้ ควรนำข้อมูลทั้งหมด ไปปรับปรุงและพัฒนากระบวนการขนส่งทางน้ำในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งระบบ กำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์พัฒนาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในการด้านโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรจะนำการศึกษานี้ ไปแก้ไขปรับปรุงระบบการขนส่งสาธารณะทางน้ำอย่างถูกวิธี ยกกระตือการบริการลูกค้า และในส่วนของผู้ประกอบการ สามารถนำไปปรับปรุงนโยบายการบริหารงาน และการให้บริการการเดินทางเรือให้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการช่วยลดอุบัติเหตุ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายทั้งชีวิตและทรัพย์สิน และช่วยเป็น ข้อมูลในศึกษาวิจัยในด้านอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อคุณภาพโดยรวมของระบบขนส่งของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และแก้ไขปัญหาที่พบเจอได้อย่างแท้จริงต่อไป

คำสำคัญ : ผู้ให้บริการ สภาพปัญหา ความต้องการ ผู้ใช้บริการเรือโดยสาร ชั่วโมงเร่งด่วน ระบบขนส่งเรือโดยสาร ระบบบริการขนส่งทางน้ำ

Abstract

The purpose of this study is to: 1) Study the problems of the people in using the transportation system of ferry boats around the island of Phra Nakhon Si Ayutthaya 2) to study the demand for people in using the ferry transportation system services around the island of Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The research instrument was a questionnaire. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation by surveying opinions from 400 people using open-ended questions by submitting a questionnaire using the research survey form and returning to the study group. The research results were from 203 females and 208 male ages between 15 and 29 years old. Most of them were under-bachelor's degree, with regular income less than 15,000 baht. The occupation of the people who used the service was mostly employees of private companies and the government. Of the people surveyed 161 were of a single status and 239 people were married. Most passengers choose to use the public passenger boat total of 385 people. The frequency of most services is 6 days per week and the reason why they choose to travel by ferry boat transportation is because it fits their everyday life better.

They are five major problems of transportation system of ferry boats around the island of Phra Nakhon Si Ayutthaya that needed to be solved which are 1) the condition of the ferries 2) customer service 3) the issue of fare 4) problems of the available passenger terminals 5) encountered problems and the development needs of ferry passengers.

Most of the problems and needs of the ferry system depend on the safety of the ferry. The hypothesis and the testing results found that the problems and needs of the users of the passenger boat transportation system around the city of Phra Nakhon Si Ayutthaya Province had an effect on the safety of passenger ferries. Therefore, it is necessary to improve services in various areas so that consumers will be satisfied with the service and return to use the service more often. With the high

cost of changing the environment or providing more convenience, the profit will be affected due to the rate of service. In order to accommodate low-income passengers, this research should bring all information to improve and develop the water transportation system in Phra Nakhon Si Ayutthaya province, in order to benefit to the Phra Nakhon Si Ayutthaya Development Strategy for infrastructure and logistics systems.

This study should be used to correct and improve the public water transportation system in a correct way, enhance customer service, and in the part of entrepreneurs, to improve better management policies and services, especially in helping to reduce accidents causing the loss of life and property. This research can contribute to the overall picture of Phra Nakhon Si Ayutthaya's transportation system and can help to solve the problems that can be found in the future.

Keywords: Service providers, problems, needs, boat service passenger, rush hour

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การคมนาคมทางน้ำในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ถือว่ามีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการพัฒนาเพื่อรองรับกับประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีเพิ่มมากขึ้น และหลายฝ่ายต้องเข้ามาควบคุมเพื่อช่วยกันดูแล ปัญหาในการให้บริการเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งในการทำให้คุณภาพชีวิตของผู้โดยสารทางเรือมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น ซึ่งปัจจุบันมีผู้โดยสารเรือในอำเภอพระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 302,048 คนต่อปี (กรมเจ้าท่า, 2561)

การเดินทางและการคมนาคมทางเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีปัญหาส่วนใหญ่ในด้านการบริการของพนักงานขับเรือ ด้านสภาพเรือโดยสารสาธารณะ ด้านราคา ค่าโดยสารทั้งอัตราปกติ และจ้างเหมาที่มีราคาสูง

ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการศึกษาปัญหาและความต้องการของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือข้ามฟาก รอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ควรจะมีการแก้ไขโดยเร็ว ซึ่งทางผู้วิจัยได้กำหนดการทำวิจัยครั้งนี้โดยระบุพื้นที่รอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และจะได้นำไปใช้ปรับปรุงการให้บริการระบบการขนส่งระบบการขนส่งเรือข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาต่อไปในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัญหาของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.2.2 เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาของผู้ใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของพื้นที่และประชากร ดังนี้

1.3.1 ผู้วิจัยได้ใช้แบบแผนการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และได้กำหนดขอบขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการสำรวจพฤติกรรมในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือข้ามฟากรอบเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.3.2 กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้โดยสารเรือในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 302,048 คนต่อปี (กรมเจ้าท่า, 2561)

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 เพศชาย เพศหญิง มีปัญหาและความต้องการของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ไม่แตกต่างกัน

1.4.2 ผู้ที่มีอายุแตกต่างกัน มีปัญหาและความต้องการของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ไม่แตกต่างกัน

1.4.3 ผู้ที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีปัญหาและความต้องการของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ไม่แตกต่างกัน

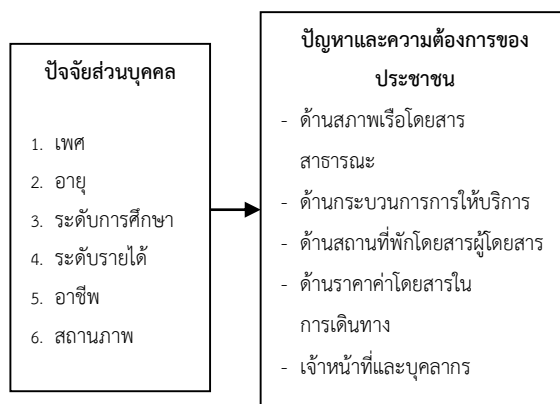
1.4.4 ผู้ที่มีรายได้ ที่แตกต่างกัน ปัญหาและความต้องการของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ไม่แตกต่างกัน

1.4.5 ผู้ที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน ปัญหาและความต้องการของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ไม่แตกต่างกัน

1.4.6 สถานภาพของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน ปัญหาและความต้องการของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ไม่แตกต่างกัน

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



2. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังต่อไปนี้

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง/กลุ่มเป้าหมาย

ประชากรที่อยู่ในขอบเขตการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้โดยสารเรือในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 302,048 คนต่อปี (กรมเจ้าท่า, 2561) การกำหนดกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการค้นหาขนาดตัวอย่างจากวิธีของ Taro Yamane การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

e คือ ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$\begin{aligned} n &= \frac{302,048}{1 + 302,048 (0.05)^2} \\ &= 400 \text{ ชุด} \end{aligned}$$

2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.2.1 การสร้างแบบสอบถาม

การศึกษาในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสอบถามอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ โดยรายละเอียดในแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอน คือ **ส่วนที่ 1** เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพรวม 6 ข้อ **ส่วนที่ 2** เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวม 5 ข้อ **ส่วนที่ 3** ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบและความต้องการในการปรับปรุงการให้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวม 5 ข้อ ซึ่งมี 25 ข้อย่อย

2.2.2 การพัฒนาเครื่องมือ

ทำการรวบรวมแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยใช้แบบสอบถาม และแบบสนทนากลุ่มย่อย โดยนำมาหาคุณภาพของแบบสอบถามโดยการหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิและเชี่ยวชาญที่มีความรู้ความเข้าใจในเฉพาะด้าน จำนวน 5 ท่าน ตามเทคนิค Item Objective Congruence (IOC) โดยข้อคำถามมีค่า IOC มากกว่า 0.60 ทุกข้อนำมาทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคองบาค (Cronbach's Alpha Coefficient— α coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นที่คำนวณมากกว่า 0.8 แสดงได้ว่าเครื่องมือแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ คองบาค (Cronbach, 1990 อ้างอิงใน กัลยา วานิชบัญชา, 2552, หน้า 449)

2.2.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและสถิติที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ การวัดค่ากลางของข้อมูล และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way Analysis of Variance: ANOVA)

2.2.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาสภาพปัญหาของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเพื่อศึกษาความต้องการของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามแต่ละชุดแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชาย 197 คน หญิง 203 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2 และ 50.8 ตามลำดับ และมีอายุช่วงระหว่าง 15-29 ปี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 ช่วงอายุ 30-44 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29 ช่วงอายุ 45-59 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 และอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25

ในด้านของระดับการศึกษาพบว่าประชาชนที่ใช้บริการส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาได้แก่ประชาชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 ต่อมาเป็นประชาชนที่

ระดับการศึกษาปริญญาโทจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ส่วนรายได้ประจำของประชาชนที่ใช้บริการ พบว่าส่วนใหญ่มีช่วงระดับรายได้ประจำอยู่ที่ช่วงระดับรายได้ไม่น้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 รองลงมาคือประชาชนที่มีระดับรายได้ประจำอยู่ที่ประมาณ 15,001 ถึง 30,000 บาท โดยมีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 ต่อมาประชาชนที่มีระดับรายได้ประจำอยู่ที่ประมาณ 30,001 ถึง 45,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 และ ประชาชนที่มีระดับรายได้มากกว่า 45,001 บาท คิดเป็นจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ในด้านของอาชีพของประชาชนที่ใช้บริการ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและลูกจ้าง จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 69 คนคิดเป็นร้อยละ 17.25 ค้าขาย จำนวน 67 คนคิดเป็นร้อยละ 16.75 อาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13 เป็นเจ้าของกิจการหรือประกอบกิจการส่วนตัวจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ประกอบอาชีพอื่นๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้นจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

สถานภาพของประชาชนที่ใช้บริการ พบว่าส่วนใหญ่โสดแล้วจำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.75 มีสถานภาพสมรสจำนวน 150 คนคิดเป็นร้อยละ 37.50 และหย่าร้างจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบเจอและความต้องการพัฒนา ในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากผลวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะประจำทางมีจำนวน 385 คน คิดเป็นร้อยละ 96.25 รองลงมา คือเลือกใช้บริการเรือโดยสารจ้างเหมา 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 และเลือกใช้บริการเรือหางยาวจ้างเหมา 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ด้านความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ที่ 6 วัน/สัปดาห์ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25, มีผู้ใช้บริการทุกวัน จำนวน 157 คนคิดเป็นร้อยละ 39.25 , ความถี่ในการใช้บริการ 5 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 , ความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้ง/เดือน จำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 0.25, ความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้ง/3เดือน จำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 0.25, และสุดท้ายความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้ง/ปี จำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 0.25

ด้านเหตุผลที่เลือกการเดินทางโดยใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟาก พบว่าส่วนใหญ่คิดว่าเหมาะสมกับการเดินทางของผู้ใช้บริการโดยเฉพาะ จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 เหตุผลรองลงมาคือ ประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 ต่อมาคือ มีความสะดวกสบายในการเดินทาง จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 และเหตุผลสุดท้ายมีความปลอดภัยในการเดินทางสูงจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

จากผลสำรวจพบว่าประชาชนผู้ใช้บริการต้องการให้มีการพัฒนาระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากต่อไปจำนวน 400 คนคิดเป็นร้อยละ 100

ส่วนปัญหาที่ประชาชนคิดว่าควรมีการแก้ไขระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากเป็นอันดับแรก ส่วนใหญ่จะเป็นด้านสภาพเรือโดยสาร และที่นั่ง คิดเป็นจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 รองลงมาคือปัญหาด้านการให้บริการและการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ให้บริการ คิดเป็นจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 ตามมาด้วยปัญหาด้านท่าเทียบเรือโดยสารที่ให้บริการ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 และปัญหาด้านอัตราค่าโดยสารจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบเจอและความต้องการพัฒนา ในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าในความคิดเห็นของประชาชน

ผู้ให้บริการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในด้านสภาพ ยานพาหนะโดยสาร และที่นั่ง อยู่ในระดับเห็นด้วย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบเจอและ ความต้องการพัฒนา ในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟาก ในด้านการให้บริการและการปฏิบัติ หน้าที่ของผู้ให้บริการ พบว่าในความคิดเห็นของ ประชาชนผู้ให้บริการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาใน ด้านการให้บริการและการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ให้บริการ อยู่ในระดับเห็นด้วย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบเจอและ ความต้องการพัฒนา ในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากในด้านอัตราค่าโดยสาร พบว่าประชาชน ผู้ให้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาด้านอัตราค่า โดยสารอยู่ในระดับเห็นด้วย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบเจอและ ความต้องการพัฒนา ในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟาก ในด้านท่าเทียบเรือโดยสารที่ให้บริการ พบว่าประชาชนผู้ให้บริการ มีความคิดเห็นปัญหาด้าน ท่าเทียบเรือโดยสารที่ให้บริการอยู่ในระดับเห็นด้วย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบเจอและความ ต้องการพัฒนา ในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสาร ข้ามฟาก ในด้านความต้องการของผู้ใช้บริการเรือโดยสาร ข้ามฟาก พบว่าประชาชนผู้ให้บริการ มีความคิดเห็น เกี่ยวกับปัญหาในด้านความต้องการของผู้ใช้บริการเรือ โดยสารข้ามฟาก อยู่ในระดับเห็นด้วย

2.2.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ศึกษาว่าเพศชาย เพศหญิง มี ปัญหาและความต้องการในการใช้บริการระบบการขนส่ง เรือโดยสารข้ามฟากที่ไม่แตกต่างกัน H_1 : เพศมีผลต่อ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการในการใช้ บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากไม่แตกต่างกัน จากผลการวิเคราะห์ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ ได้ค่า Sig ของ F-test เท่ากับ 0.300 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า α ดังนั้น จึงหมายความว่าค่าความแปรปรวนเกี่ยวกับปัญหา

และความต้องการในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือ โดยสารข้ามฟาก ของเพศชายเท่ากับเพศหญิง ดังนั้นจึง เลือกพิจารณาค่า t-test เท่ากับ -1.882 และค่า Sig เท่ากับ 0.061 ซึ่งค่า Sig มีค่ามากกว่าค่า α ดังนั้นจึงสรุป ได้ว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 สรุปได้ว่าเพศมีผลต่อความ คิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการในการใช้บริการ ระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ศึกษาว่าผู้ที่มีอายุแตกต่างกัน มีปัญหาและความต้องการในการใช้บริการระบบการ ขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากไม่แตกต่างกัน H_2 : อายุมีผลต่อ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการในการใช้ บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากไม่แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ ได้ค่า F = 1.143 และค่า Sig = 0.332 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า α ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า อายุมีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและความ ต้องการในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้าม ฟากไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ศึกษาว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีปัญหาและความต้องการในการใช้บริการ ระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากไม่แตกต่างกัน H_3 : ระดับการศึกษามีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและ ความต้องการในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสาร ข้ามฟากไม่แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ ANOVA ที่ ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ ได้ค่า F = 1.767 และค่า Sig = 0.153 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า α ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ายอมรับ สมมติฐาน H_0 หมายความว่า ระดับการศึกษามีผลต่อ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการในการใช้ บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ศึกษาว่า ผู้ที่มีรายได้ที่ แตกต่างกัน มีปัญหาและความต้องการในการใช้บริการ ระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากไม่แตกต่างกัน H_4 : ระดับรายได้มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและ ความต้องการในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสาร

ข้ามฟากไม่แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ ได้ค่า $F = 3.18$ และค่า $Sig = 0.024$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า α ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ระดับรายได้มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ศึกษาว่า ผู้ที่มีอาชีพที่ต่างกันมีปัญหาและความต้องการในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากแตกต่างกัน H_5 : อาชีพมีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากไม่แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ ได้ค่า $F = 4.109$ และค่า $Sig = 0.001$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า α ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า อาชีพมีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 ศึกษาว่า สถานภาพของผู้ใช้บริการที่ต่างกัน มีปัญหาและความต้องการในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากแตกต่างกัน H_6 : สถานภาพของผู้ใช้บริการมีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากไม่แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ ได้ค่า $F = 7.629$ และค่า $Sig = 0.001$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า α ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า สถานภาพของผู้ใช้บริการมีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากไม่แตกต่างกัน

3. สรุปผลการวิจัย

ในการวิจัยเพื่อศึกษาเรื่อง การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมือง

โบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Search) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ข้อมูลจากประชาชน ผู้ใช้บริการ จำนวน 400 ชุด ซึ่งสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ประชากรศาสตร์

ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชายและหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกัน โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีรายได้ประจำอยู่ในช่วงระดับรายได้ไม่น้อยกว่า 15,000 บาท อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและลูกจ้าง สถานภาพของประชาชนที่ใช้บริการ พบว่าส่วนใหญ่สมรสสถานภาพโสด

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการระบบขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะประจำทาง โดยความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ที่ 6 วัน/สัปดาห์ เหตุผลที่เลือกการเดินทางโดยใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟาก พบว่าส่วนใหญ่คิดเห็นว่าเหมาะสมกับการเดินทางของผู้ใช้บริการโดยเฉพาะ ผู้ใช้บริการต้องการให้มีการพัฒนาระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากต่อไป ส่วนปัญหาที่ประชาชนคิดว่าควรมีการแก้ไขระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากเป็นอันดับแรก คือปัญหาด้านสภาพเรือโดยสาร และที่นั่ง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบเจอและความต้องการพัฒนา ในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ในความคิดเห็นของประชาชนผู้ใช้บริการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในด้านสภาพยานพาหนะโดยสาร และที่นั่ง อยู่ในระดับเห็นด้วย ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในด้านการให้บริการและการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ให้บริการอยู่ในระดับไม่แน่ใจ ความคิดเห็นต่อมา

เกี่ยวกับปัญหาด้านอัตราค่าโดยสารอยู่ในระดับเห็นด้วย ส่วนในเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในด้านท่าเทียบเรือโดยสารที่ให้บริการอยู่ในระดับเห็นด้วย และสุดท้ายความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในด้านความต้องการของผู้ใช้บริการเรือโดยสารข้ามฟาก อยู่ในระดับเห็นด้วย

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากการทดสอบสมมติฐานทางด้านประชากร-ศาสตร์ต่อความคิดเห็นของประชาชนผู้ให้บริการในเรื่องสภาพปัญหาและความต้องการของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นั้น พบว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการ มีผลต่อปัญหาในการใช้บริการแตกต่างกัน ในส่วนของระดับรายได้ อาชีพ และสถานภาพการสมรสที่แตกต่างของผู้ใช้บริการมีผลต่อปัญหาในการใช้บริการแตกต่างกัน

4. อภิปรายผล

ปัญหาและความต้องการของผู้ใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีผลต่อความปลอดภัยในการเดินเรือโดยสารข้ามฟาก ดังนั้นผู้ให้บริการเรือโดยสารข้ามฟาก จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะมีการปรับปรุงการให้บริการในด้านต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคมองเกิดความพึงพอใจในการบริการและกลับมาใช้บริการได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น แต่ทั้งนี้เองด้วยต้นทุนที่มีมากในการที่จะปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมหรือการอำนวยความสะดวกสบายให้มีมากยิ่งขึ้น ย่อมส่งผลต่อผลกำไรที่จะได้รับเนื่องจากอัตราการให้บริการเรือโดยสารข้ามฟาก อยู่ในระดับที่สูง ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะรองรับกับผู้ใช้โดยสารที่มีรายได้น้อย แต่จากผลการวิจัยเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการของประชาชนในการใช้บริการระบบการขนส่งเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นั้น พบว่าผู้ใช้โดยสารส่วนใหญ่จะมีระดับรายได้ที่ปานกลาง จึงมีความต้องการให้พัฒนาในด้านสภาพยานพาหนะโดยสาร

และที่นั่ง ผลการวิจัยนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการเรือโดยสารข้ามฟาก ได้ทราบถึงปัญหาที่ผู้ใช้โดยสารพบเจอ และดำเนินการแก้ไขเฉพาะด้าน เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้บริการเรือข้ามฟากหันมาใช้บริการเรือโดยสารข้ามฟากรอบเกาะเมืองโบราณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากขึ้นด้วย และยังเป็น การส่งเสริมการคมนาคมขนส่งทางน้ำโดยเรือโดยสารข้ามฟากให้มีระบบการบริหารจัดการที่ดียิ่งขึ้นด้วย

5. ข้อเสนอแนะ

จากผลวิจัยในครั้งนี้ ควรนำข้อมูลทั้งหมดไปเป็นพื้นฐานในการปรับปรุงและพัฒนาระบบการขนส่งทางน้ำใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาทั้งระบบ โดยควรกำหนดให้ระบุเป็นยุทธศาสตร์พัฒนาของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาต่อไป ในการด้านโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ ดังนั้นผู้ที่มีสนใจหรือหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควร จะนำการศึกษานี้ ไปไปแก้ไขปรับปรุงระบบการขนส่ง สาธารณะทางน้ำอย่างถูกวิธี ยกระดับการบริการลูกค้า และในส่วนของผู้ประกอบการ สามารถนำไปปรับปรุง นโยบาย การจัดการ การบริหารงาน และการให้บริการ การเดินเรือให้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการช่วยลดอุบัติเหตุ และปัญหาที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหาย ทั้งชีวิตและทรัพย์สินให้ลดน้อยลงหรือให้เกิดปัญหาน้อยที่สุด และช่วยเป็นข้อมูลในศึกษาวิจัยในด้านอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อดูภาพโดยรวมของระบบขนส่งของ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และแก้ไขปัญหาก็พบเจอได้อย่างแท้จริงต่อไป

6. เอกสารอ้างอิง

กรมเจ้าท่า. (2561). รายงานข้อมูลผู้โดยสารเรือใน
อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา. พระนครศรีอยุธยา :
ผู้แต่ง.

- กัลยา วานิชปัญญา. (2552). **การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย Excel**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยยนต์ ชีโนกุล. (2548). **การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์**. กรุงเทพฯ : วีเจ.พรินติ้ง.
- ธำปนา บุญหล้า. (2551). **คู่มือการตรวจประเมินโลจิสติกส์**. กรุงเทพฯ : แอคทีฟ พริน.
- _____. (2551). **คู่มือสัมมนาโลจิสติกส์และซัพพลายเชน**. กรุงเทพฯ : มีสเตอร์ก๊อบบี้ (ประเทศไทย).
- ณัฐกร หิรัญรัตน์. (2553.) **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยา**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกริก.
- ธำนิษฐ์ ศิลป์จารุ. (2548). **คู่มือการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS**. กรุงเทพฯ : วี เอ็นเตอร์ พริน.
- _____. (2551). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 9)**. กรุงเทพฯ : บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2543). **รวมบทความการวิจัย การวัดและประเมินผล** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ศรีอนันต์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2538). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2525** (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2537). **คู่มือการวิจัยเชิงปฏิบัติ** (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี : ม.ป.ท.
- สุวริย์ ภูจินดาตระกูล. (2554). **ความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งทางน้ำโดยเรือไประ :**
กรณีศึกษา บริษัท เอ็ม แอนด์ ที โลจิสติกส์ จำกัด. รายงานการวิจัย. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุชาติ อุดมธารักษ์. (2523). **การศึกษาการขนส่งมวลชนทางน้ำ บริเวณใจกลางกรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2522**. วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบชุมชน, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อุทุมพร จามรมาน. (2536). **คู่มือการเลือกใช้เทคนิคทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ : พันนี้พับลิชชิง.

ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

เขตอำเภอเกล่ง จังหวัดระยอง

Factors Affecting Competition Potential of Traditional Retail Stores of Traditional Retail Stores
in Klaeng District, Rayong Provinceนรภัทร สถานสถิตย์¹ จรรยา วังนิม²

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เขตอำเภอเกล่ง จังหวัดระยอง มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม โดยการสำรวจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจำนวน 400 ร้านค้า ในเขตอำเภอเกล่ง จังหวัดระยอง พบว่า

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอเกล่ง จังหวัดระยอง ส่วนใหญ่ มีขนาดมากกว่า 75 ตารางเมตร ดำเนินเปิดกิจการมา 6-10 ปี ช่วงเวลาในการเปิดดำเนินงาน 8:00-19:00 น. ลักษณะกิจการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว มีกำไรจากการดำเนินงานต่อเดือนเท่ากับ 10,001-15,000 บาท และค่าใช้จ่ายที่ลูกค้ามาซื้อสินค้าเท่ากับ มากกว่า 150 บาทต่อครั้ง

ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันสามารถของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีทั้งสิ้น 30 ปัจจัยโดย สามารถแบ่งออกเป็น 4 ระดับดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันสามารถของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ระดับมาก มี 2 ปัจจัย คือ การมีบริการที่สร้างความประทับใจแก่ลูกค้า และ มีการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพดี

ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันสามารถของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ระดับปานกลาง มี 18 ปัจจัย คือ มีการออกแบบร้านค้าให้มีความทันสมัย มีการจำหน่ายสินค้าหลากหลาย มีการจำหน่ายสินค้าที่มีตราสินค้าเป็นที่รู้จัก มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก สินค้าที่จำหน่ายมีความสดใหม่ตลอดเวลา มีทำเลที่ตั้งร้านที่สามารถเดินทางได้สะดวก มีบริการสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ คนขายมีอัธยาศัยที่ดี มีการบริการส่งสินค้าถึงบ้าน มีการทำระบบลูกค้าสัมพันธ์ มีการขายสินค้าในราคาต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป สินค้าที่จำหน่ายมีภาพชนะหรือบรรจุภัณฑ์ที่สะอาด มีการขายสินค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือหรือสังคมออนไลน์ มีสถานที่จอดรถที่สะดวกสบาย มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การชิงโชค เป็นต้น มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย มีการติดป้ายราคาสินค้าที่ชัดเจน และ มีการให้ความช่วยเหลือสังคมและชุมชน

ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันสามารถของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ระดับน้อย มี 7 ปัจจัย คือ มีการแนะนำและให้ข้อมูลสินค้าที่ชัดเจน มีการระบบสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษจากการซื้อสินค้า มีป้ายโฆษณาเสนอขายสินค้า มีการสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล มีการให้ส่วนลดพิเศษ มีการจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาดตามเทศกาลต่าง ๆ และ มีการแจกสินค้าตัวอย่างฟรี

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

E-mail : norrapat.sat@gmail.com

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

E-mail : air_care123@hotmail.com

ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันสามารถของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ระดับน้อยที่สุด มี 3 ปัจจัย คือ มีการขายสินค้าเป็นเงินสด มีการขายสินค้าแบบเงินผ่อน และ มีการเปิดจำหน่ายสินค้าตลอด 24 ชั่วโมง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ขนาดร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ระยะเวลาการดำเนินกิจการ ช่วงเวลาในการเปิดดำเนินงาน ลักษณะของกิจการ และ กำไรจากการดำเนินงาน ไม่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันสามารถของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ส่วนค่าใช้จ่ายที่ลูกค้ามาซื้อสินค้าต่อครั้ง มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันสามารถของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

คำสำคัญ : การค้าปลีก ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ศักยภาพการแข่งขัน

Abstract

The research entitled factors affecting competition potential of traditional retail stores of traditional retail stores in Klaeng district, Rayong province aims to study the level of opinions about factors affecting competition potential of traditional retail stores by surveying 400 traditional retail stores in Klaeng district, Rayong province. The results are as follows:

Most of traditional retail stores in the district of Klang, Rayong Province, are over 75 square meters, opening for 6-10 years, available from 8:00 a.m. to 7:00 p.m. The nature of the business is a single owner with 10,001-15,000 baht profit per month and customers spend more than 150 baht per time.

There are 30 factors affecting the competition potential of traditional retailers. There are 4 levels as follows:

There are 2 factors affecting the competition potential of traditional retailers at a high level: the impressive customer service and the sale of good quality products.

There are 18 factors affecting the competition potential of traditional retailers at a medium level: the modern design of stores, variety of products, well-known brands, discounts of buying in large quantities, all time fresh products, good location, product orders via phone, service mind, delivery service. customer relationship system, lower price comparing to the market, clean containers or packaging, product sale via mobile phones or social networks, convenient parking lot, sale promotion (such as price cuts, draw), product warranty, clear product price tags and helping society and community.

There are 7 factors affecting the competition potential of traditional retailers at a low level: clear recommendations and product information, membership system and special privileges in purchasing products, advertising banners presenting the products, collecting stamps to redeem rewards, special discounts, special marketing activities in various festivals and distributing free samples.

There are 3 factors affecting the competition potential of traditional retailers at the lowest level: selling on credit, buying on credit, and 24-hour availability.

The hypothesis results are that the traditional retail store size, the opening period, the opening time, the nature of the business and the profit are not significant factors affecting the competition potential of traditional retail stores while the money the customers spend affects the competition potential of traditional retail stores.

Keywords: Retailing Traditional retail Competition potential

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การค้าปลีก (Retailing) เป็นธุรกิจที่มีมายาวนาน ในธุรกิจการค้าของประเทศไทย การค้าปลีก หมายถึง การขายสินค้าให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย โดย การซื้อสินค้านั้นไปเพื่อการบริโภคของตนเอง และครอบครัว หรือหมายถึงกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายเพื่อการใช้ส่วนตัวหรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการโดยตรงแก่ผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อการใช้ส่วนตัวและไม่ใช่เป็นการใช้เพื่อธุรกิจ องค์ประกอบของการค้าปลีกมีดังนี้ 1. เป็นกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือการให้บริการ 2. สินค้าและการบริการ 3. ผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งเป็นผู้ที่ซื้อสินค้าเพื่อการใช้ส่วนตัวหรือใช้ในครอบครัว ไม่ใช่การใช้เพื่อธุรกิจ การค้าปลีกแบ่งออกเป็นหลายประเภทด้วยกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาแบ่งประเภท เนื่องจากร้านค้าปลีกหนึ่ง ๆ อาจจะถูกจัดกลุ่มให้เข้าอยู่ในหลายกลุ่มในหลายประเภท เช่น ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ซึ่งสามารถจัดอยู่ในร้านค้าปลีกแบบร้านสะดวกซื้อก็ได้ เป็นร้านค้าปลีกแบบลูกโซ่ หรือ เป็นร้านค้าปลีกแบบแฟรนไชส์ เป็นต้น

ธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิมของไทยจึงต้องปรับตัวของธุรกิจ เพื่อ ความอยู่รอดของธุรกิจโดยการนำเอามาตรการและกลยุทธ์ต่างๆ มาใช้ในการประกอบธุรกิจเพื่อทำการแข่งขันกับ ธุรกิจค้าปลีกจากต่างประเทศ เช่น การปรับปรุงแบบการบริหารจัดการโดยใช้การจัดการสมัยใหม่

การปรับปรุง ร้านค้าของตนเองตลอดจนการใช้กลยุทธ์ราคา และกลยุทธ์อื่นที่ไม่ใช่ราคาเข้ามาทำการแข่งขัน ดังนั้นบทความนี้ต้องการศึกษาถึงสภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมว่าเป็นเช่นไร ตลอดจน ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจค้าปลีกในไทยว่าเป็นเช่นไร เพื่อต้องการทราบแนวทางในการแก้ไขปัญหา และข้อเสนอแนะถึงแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเป็นธรรม ตลอดจนศึกษาถึงบทบาทของรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวเพื่อกำหนดอนาคตของธุรกิจค้าปลีกที่สามารถ ทำให้เกิดการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมและการดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

การค้าปลีกเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่ามากที่สุดในทุกประเทศ สำหรับประเทศไทยรายได้ของธุรกิจค้าปลีกจัดเป็นอันดับสองรองจากอุตสาหกรรมการผลิต การค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีมาพร้อมกับชุมชน ในปัจจุบันพัฒนาการและเทคโนโลยีการค้าปลีกมีการเปลี่ยนแปลงจากดั้งเดิมมาก โดยการค้าปลีกสมัยใหม่ได้เข้ามามีอำนาจเหนือกว่าการค้าปลีกแบบดั้งเดิมเกือบทุกกรณี ส่งผลให้การค้าปลีกแบบดั้งเดิมประสบปัญหาอย่างรุนแรง ดังนั้น การศึกษาสภาพการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในประเทศไทย จะทำให้สามารถส่งเสริมและพัฒนาการค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจค้าปลีกในปัจจุบันที่ถูกกระแสการค้าเสรี นายทุนขนาดใหญ่ที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทย ทั้งหมดนี้จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของ

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกรณีศึกษาเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้ศึกษาบริบทร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมด้านความสามารถทางการแข่งขันด้านการตลาดและศึกษา วิเคราะห์ หาแนวทางเพื่อพัฒนาศักยภาพและความสามารถทางการแข่งขันด้านการตลาดแก่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

1.3.2 ขอบเขตพื้นที่วิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบกรณีศึกษา ณ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในตลาดสด และในชุมชนต่างๆ ใน 15 ตำบลของอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

1.3.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง จำนวน 400 ร้านค้า

1.3.4 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการทำวิจัย 4 เดือน (มกราคม พ.ศ. 2562 ถึง เมษายน พ.ศ. 2562)

1.3.5 ขอบเขตด้านตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลทั่วไปของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ประกอบด้วย 1.ขนาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม 2.ระยะเวลาในการเปิดดำเนินการ 3.ช่วงเวลาในการเปิดดำเนินการ 4.ลักษณะของธุรกิจ 5.ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้งของลูกค้า 6.กำไรเฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

1.4 สมมติฐานการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมประกอบด้วย ขนาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ระยะเวลาในการเปิดดำเนินการ ช่วงเวลาในการเปิดดำเนินการ ลักษณะของธุรกิจ ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้งของลูกค้า กำไรเฉลี่ยต่อเดือน มีปัจจัยส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยองที่แตกต่างกัน

2. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษารายละเอียดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (SWOT Analysis) และองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง การทบทวนวรรณกรรมทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง สามารถแบ่งเนื้อหาการทบทวนได้ดังนี้ คือ

1. ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

2. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายนอกและภายในของธุรกิจ (SWOT Analysis)

2.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ประชากรในงานวิจัย

กลุ่มผู้ประกอบการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง เนื่องจากจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างมีอยู่เป็นจำนวนมาก จึงไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาตัวอย่างจากสัดส่วนประชากร (กัลยา วานิชปัญญา, 2546:26) กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นจำนวน 400 ตัวอย่างโดยทั้งนี้จะให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกคำตอบเอง (Self-Administered)

ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการแบบสะดวก (Convenience Sampling) คือนำแบบสอบถามไปแจกแก่ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง เพื่อให้แบบสอบถามกระจายอย่างถูกต้องเหมาะสมทั้งหมด 400 ชุด

2.3 เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือและขั้นตอนในการสร้างความน่าเชื่อถือสำหรับงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประยุกต์เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามโดยเนื้อหาในแบบสอบถามแบ่งได้เป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นลักษณะคำถามปลายปิด แบบหลายตัวเลือก Multiple Choices Question จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด แบบระดับความสำคัญ Importance Scale จำนวน 30 ข้อ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด แบบไม่มีโครงสร้าง Unstructured Question จำนวน 1 ข้อ

ผู้วิจัยได้มีการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ กับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง จำนวน

50 ชุด เพื่อหาความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ด้วยการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเป็นค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) สำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 2 จะเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลระดับความต้องการในการศึกษาต่อระดับปริญญาตรีสาขาการจัดการโลจิสติกส์ จำนวน 30 ข้อ ได้ค่า แอลฟา = 0.872

2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามได้นำแบบสอบถามไปสอบถามผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามคือเจ้าของกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ได้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเองภายใต้การควบคุมดูแลและตอบข้อสงสัยจากผู้วิจัย ซึ่งกระบวนการก่อนการกรอกแบบสอบถามได้มีการแนะนำตนเอง และให้ผู้กรอกแบบสอบถามได้มีเวลาในการกรอกแบบสอบถามแบบตัวต่อตัว

2.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

2.5.1 การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยทำการตรวจสอบแบบสอบถามและคัดแบบสอบถาม ที่ไม่สมบูรณ์ออก

2.5.2 นำข้อมูลไปบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

2.5.3 นำข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

1) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย 1.ขนาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม 2.ร้านเปิดมากี่ปี 3.เวลาเปิด-ปิดร้าน 4.ลักษณะของธุรกิจ 5.ลูกค้ามาซื้อสินค้าเฉลี่ยครั้งละกี่บาท 6.กำไรเฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติค่าความถี่ และค่าร้อยละ

2) วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3) การวิเคราะห์สมมติฐาน เป็นการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันของร้านค้า

ปลีกแบบดั้งเดิม ด้วยสถิติโคสแควร์ เพื่อทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

3. สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ขนาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง สรุปได้ว่าส่วนมากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง มีขนาดมากกว่า 75 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 63.00 ร้านมีขนาด 26-50 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 22.50 ร้านมีขนาด 51-75 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 10.80 และร้านมีขนาดต่ำกว่า 25 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 3.80

จำนวนระยะเวลาที่เปิดกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง สรุปได้ว่าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ส่วนใหญ่เปิด กิจการมาแล้ว 6 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.20 เป็นร้านที่เพิ่งเปิดใหม่ต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.20 เป็นร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่เปิดกิจการมานาน 11 – 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.20 และเปิดกิจการมากมกว่า 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.20

ช่วงเวลาที่เปิดดำเนินงาน ของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง สรุปได้ว่าเปิดดำเนินงานเวลา 8:00-19:00 น. คิดเป็นร้อยละ 22.63 เปิดดำเนินงานเวลา 7:00-19:00 น. คิดเป็นร้อยละ 16.42 เปิดดำเนินงานเวลา 6:00-18:00 น. กับ 7:00-18:00 น. คิดเป็นร้อยละ 15.33 เปิดดำเนินงานเวลา 7:00-20:00 น. คิดเป็นร้อยละ 11.31 เปิดดำเนินงานเวลา 8:00-20:00 น. คิดเป็นร้อยละ 10.22 และ เป็นดำเนินงานเวลา 6:00-20:00 น. คิดเป็นร้อยละ 8.76

ลักษณะธุรกิจของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง สรุปได้ว่าร้านค้าปลีกแบบ

ดั้งเดิม ในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยองมีลักษณะของธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว จำนวน 400 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 100

กำไรเฉลี่ยต่อเดือนของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง พบว่าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง มีกำไรเฉลี่ยเดือนละ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.80 กำไรเฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.20 กำไรเฉลี่ยเดือนละ 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.20 กำไรต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และ กำไรเฉลี่ยเดือนละ 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.80

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการซื้อของลูกค้าคิดเป็นบาท : ครั้ง พบว่าลูกค้าของ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ซื้อสินค้ามากกว่า 150 บาท ต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 85.80 ใช้จ่ายครั้งละ 100-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.80 ใช้จ่ายครั้งละ 50-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.50 และ ต่ำกว่า 50 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.00

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพทางการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อศักยภาพการแข่งขันสามารถของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีทั้งสิ้น 30 ปัจจัยโดยสามารถแบ่งออกเป็น 4 ระดับดังนี้

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อศักยภาพการแข่งขันสามารถของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ระดับมาก มี 2 ปัจจัย คือ การมีบริการที่สร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และ มีการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อศักยภาพการแข่งขันสามารถของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ระดับปานกลาง มี 18 ปัจจัย คือ มีการออกแบบร้านค้าให้มีความทันสมัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 การจำหน่ายสินค้าหลากหลาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 มีการจำหน่ายสินค้าที่มีตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อใน

ปริมาณมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 สินค้าที่จำหน่ายมีความสดใหม่ตลอดเวลา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 มีทำเลที่ตั้งร้านที่สามารถเดินทางได้สะดวก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 มีบริการสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 คนขายมีอัธยาศัยที่ดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 มีการบริการส่งสินค้าถึงบ้าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 มีการทำระบบลูกค้าสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 มีการขายสินค้าในราคาต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 สินค้าที่จำหน่ายมีภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์ที่สะอาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 มีการขายสินค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือหรือสังคมออนไลน์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69 มีสถานที่จอดรถที่สะดวกสบาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การชิงโชค เป็นต้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 มีการติดป้ายราคาสินค้าที่ชัดเจน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 และ มีการให้ความช่วยเหลือสังคมและชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62

ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันสามารถของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ระดับน้อย มี 7 ปัจจัย คือ มีการแนะนำและให้ข้อมูลสินค้าที่ชัดเจน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54 มีการระบบสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษจากการซื้อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52 มีป้ายโฆษณาเสนอขายสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 มีการสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.37 มีการให้ส่วนลดพิเศษ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33 มีการจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาดตามเทศกาลต่างๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.25 และ มีการแจกสินค้าตัวอย่างฟรี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.22

ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันสามารถของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ระดับน้อยที่สุด มี 3 ปัจจัย คือ มีการขายสินค้าเป็นเงินเชื่อ มีการขายสินค้าแบบเงินผ่อน และ มีการเปิดจำหน่ายสินค้าตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 ทั้ง 3 ปัจจัย

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ผลการทดสอบสมมติฐาน

ขนาดร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ไม่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันสามารถของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ระยะเวลาการดำเนินการกิจการ ไม่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันสามารถของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ช่วงเวลาในการเปิดดำเนินงาน ไม่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันสามารถของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ลักษณะของกิจการ ไม่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันสามารถของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

กำไรจากการดำเนินงาน ไม่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันสามารถของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ค่าใช้จ่ายที่ลูกค้ามาซื้อสินค้าต่อครั้ง มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันสามารถของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

4. อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ผู้ศึกษาวิจัยได้นำประเด็นมาอภิปรายเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันด้านการตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ได้ดังนี้

4.1 ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดระยองได้มีการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของตนเองเพื่อรักษาสถานะทางการแข่งขันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ด้วยการขยายเวลาการเปิด-ปิดร้าน มากขึ้น เพื่อสามารถสร้างความสะดวกสบายแก่ลูกค้า มีการนำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลายมากขึ้น เน้นการขายสินค้าตามความต้องการของลูกค้า ใช้กลยุทธ์การแบ่งขายสินค้าเพื่อทำให้ราคาขายต่อหน่วยของสินค้าต่ำลง และใช้วิธีการขายสินค้าเป็นเงินเชื่อแก่ลูกค้าประจำ จึงทำให้ความสามารถในการสร้างผลกำไรลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานของเกอูร โยบักกลีน (2552) เรื่องผลกระทบของการขยายตัวร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีต่อ

การดำเนินงานของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ซึ่งผลกระทบที่ได้รับจากการขยายตัวของ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่เกี่ยวกับความคิดเห็น ด้านการปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ผลการศึกษาคือ พฤติกรรมการเลือกซื้อเกิดจากปัจจัย ทางการตลาด ได้แก่ ราคา มีมาตรฐานเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ด้านการจัดจำหน่ายคือตั้งอยู่ใกล้ บ้าน ที่ทำงาน โรงเรียน มหาวิทยาลัยด้านการบริหารจัดการคือการจัดวางสินค้าเลือกหยิบง่าย และ ด้านการบริการคือเวลาการเปิด-ปิดร้าน

4.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับความสามารถทางการแข่งขันด้าน การตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง จากการสำรวจด้วย แบบสอบถามจากมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม พบว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่า ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีความสามารถทางการแข่งขันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้ควรขายสินค้าที่มีคุณภาพ เป็นสินค้าที่ใหม่ ไม่หมดอายุ เป็นสินค้าที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป โดยข้อเสนอแนะที่ผู้บริโภค ต้องการเพิ่มเติมจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมคือ คนขายควรมี อรรถาธิบายที่ดีสม่ำเสมอ พุดจาสุภาพ มีความเต็มใจเสนอขายสินค้า มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน มีป้ายแสดงราคา สิ่งสำคัญคือ ควรมีการเปิดร้านเป็นเวลา อย่างสม่ำเสมอทุกวัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศา นวมครุฑ (2544) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการค้าปลีกของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในจังหวัด เชียงใหม่ที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภค ผลการศึกษา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญในระดับสำคัญมาก ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญในระดับ สำคัญมาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญในระดับสำคัญมาก และเมื่อพิจารณาแต่ละ ปัจจัยเป็นรายข้อ พบว่าปัจจัยที่มีความสอดคล้องกัน ได้แก่ การมีสินค้าตรงตามความต้องการ การมีสินค้า ราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ การลดราคาสินค้าตามเทศกาล

4.3 ปัญหาจากมุมมองของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมคือ การขาดเงินทุนหมุนเวียน เพื่อซื้อสินค้า

มาจำหน่าย ไม่สามารถซื้อสินค้ามาเพื่อรอจำหน่ายได้ จำนวนมาก ทำให้สินค้ามีจำหน่ายไม่เพียงพอต่อการขาย สอดคล้องกับงานวิจัยของไววิทย์ นรพลลภ (2546) ได้ศึกษา เรื่องการ ดำเนินงานและปัญหาของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการวิจัยพบว่า ร้านค้าได้รับผลกระทบทางการเงินมากที่สุดโดยเฉพาะ เรื่องการซื้อสินค้าเข้าร้าน ต้นทุนสินค้าสูงขึ้น ต้นทุน การดำเนินการทางธุรกิจสูงขึ้นตามไปด้วย

4.4 ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมส่วนใหญ่เปิดมาเป็น เวลานานหลายปี ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุ จึงขายสินค้าตามความเคยชิน ขาดเทคนิคความรู้ ด้านการตลาด การบริหารสินค้าคงคลัง การลงบัญชี ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจึงควรให้ความสำคัญ กับหลักการดังกล่าว เพื่อให้สามารถบริหารจัดการร้านให้ ประสบความสำเร็จต่อไปในอนาคต มีความสามารถทาง การแข่งขันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้ สอดคล้องกับงานวิจัย ของสุจินดา เจริญศรีพงษ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัญหาและ แนวทางแก้ไขเพื่ออนาคตการค้าปลีกที่ยั่งยืน” พบว่าปัญหา และอุปสรรคส่วนใหญ่ของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเมื่อมี ร้านค้าปลีกสมัยใหม่เข้ามาคือ การปรับตัวที่ไม่ทันต่อ การเปลี่ยนแปลง ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในขณะที่การพัฒนาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเป็นไปอย่างช้าเพราะกิจการเป็นเจ้าของ คนเดียว ทำให้ขาดศักยภาพในการพัฒนาให้รวดเร็ว ตามความต้องการของลูกค้า และเงินทุน กำลังคนก็มี น้อยกว่า จึงทำให้เกิดข้อเปรียบเทียบระหว่าง ร้านค้าปลีก สมัยใหม่และร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมอย่างชัดเจน และสาเหตุของการปิดกิจการของธุรกิจค้าปลีกคือ การที่ธุรกิจไม่สามารถทำกำไรได้อีก เนื่องจากการแข่งขัน ด้านราคาที่เข้มข้น การตัดราคา การลดราคาต่ำกว่าทุน และความต้องการซื้อลดลง เนื่องจากการให้บริการของ ร้าน (Wrigley and Lowe, 2000) โดยผลกระทบจากธุรกิจ ค้าปลีกข้ามชาติขนาดใหญ่ ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของ ประชาชนในเชียงใหม่พบว่าพฤติกรรมของผู้บริโภค เปลี่ยนไปใช้บริการห้างค้าปลีกข้ามชาติมากขึ้น

เพราะร้านค้าปลีกข้ามชาติมีบริการที่ดีกว่า ให้บริการมากกว่า เช่น มีธนาคาร ร้านอาหาร ที่จอดรถ นอกจากนี้ยังมีบริการหลังการขาย บริการรับชำระเงินโดยใช้เครดิตแทนเงินสด สถานที่สะอาด บรรยากาศดีมีที่นั่งพักผ่อนทำให้ผู้บริโภคมีความพอใจต่อการเข้ามาเปิดบริการร้านค้าปลีกข้ามชาติ (ยโสธรา จวงเจิม, 2546) เหตุผลสำคัญที่ทำให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมประสบปัญหาการแข่งขัน คือร้านสมัยใหม่ขายสินค้าถูกกว่า รูปแบบของร้านไม่ทันสมัยและบริการสู้ไม่ได้ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีจุดอ่อนด้านต้นทุนสินค้าและเทคโนโลยีบริหารจัดการ การปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่สำคัญ คือการให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งกับลูกค้ามากขึ้น เน้นขายสินค้าเฉพาะที่ขายดีและลดราคา

4.5 ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมควรสร้างเอกลักษณ์ (จุดขาย) ที่โดดเด่นแก่ร้านของตนเอง เพื่อสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน และเป็นวิธีการสร้างความสำเร็จให้แก่ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคยุคใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dholakia, 1999; Putrevu & Ratchford, 1977 (as cited in Gordon C. Bruner II, Karen E. James & Paul J. Hensel, 2001, p.366) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ พบว่าความเพิลิตเพิลินเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งของผู้บริโภคในการซื้อสินค้า ผลการวิจัยยังพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเพิลิตเพิลินกับการที่ได้มาทำกิจกรรมร่วมกันที่ร้านค้าปลีกดั้งเดิม ก่อให้เกิดความผูกพันและความสามัคคีภายในชุมชน สอดคล้องกับ Singelis (1994) ที่กล่าวว่า ความเพิลิตเพิลินเป็นปัจจัยสำคัญของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าซึ่งมีความผูกพันและความเกี่ยวข้องกันกับคน ใกล้ชิด และงานวิจัยของ Sproles & Sproles (1990, p.134) กล่าวว่า ผู้บริโภคที่มีความระมัดระวังจะให้ความสำคัญกับการลดราคา และสินค้าประเภทเดียวกันที่มีราคาถูกกว่า และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jones (1999) ที่ศึกษาปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของร้านค้าปลีกที่ส่งผลให้เกิดประสบการณ์ต่อ ผู้บริโภคทั้งในด้านบวกและด้านลบ โดยการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง

ผู้บริโภคจำนวน 400 คน และใช้ เทคนิคการวิเคราะห์ตามสถานการณ์ (Critical Incidence Techniques) พบว่าประสบการณ์ในด้านบวก ของผู้บริโภคเกิดจากความรู้สึกพึงพอใจที่ได้จากการซื้อสินค้าในราคาที่ต่ำกว่าราคาปกติ

4.6 ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ควรนำผลการสำรวจด้วยแบบสอบถามจากผู้บริโภคมาประยุกต์ใช้โดยเริ่มจากการมีอธยาศัยที่จำหน่ายสินค้าดีมีคุณภาพ มีความหลากหลาย ใช้ภาษาบรรจุนสินค้าที่สะอาด ติดป้ายราคาที่ชัดเจน และจำหน่ายสินค้าที่สดใหม่ ไม่หมดอายุ เพื่อเป็นการตอบสนองให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสงบ สิ่งสันจิตร์ (2552) เรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่า ประเภทของสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเป็น ประจำคือ ของใช้ในครัวเรือน เช่น น้ำปลา น้ำมันพืช น้ำตาล นมข้น ชีวภาพ ข้าวสาร และเหตุผลที่ซื้อสินค้าหรือบริการที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเพราะสะดวกในการเดินทาง และในการซื้อสินค้าหรือบริการในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมต่อครั้งเป็นจำนวนเงิน 51- 100 บาท ซึ่งส่วนใหญ่ซื้อไปเพื่อใช้เอง โดยมีความถี่ในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมคือ 1 -2 ครั้งต่อสัปดาห์ และงานวิจัยของฉันทัส เพียรธรรม และวันทนาพร รุ่งวรรณรัตน์ (2555) เรื่อง การปรับตัวของร้านโชห่วยภายใต้กระแสการขยายตัวของร้านสะดวกซื้อสมัยใหม่ สำหรับร้านโชห่วยที่ต้องการจะดำเนินกิจการต่อ ผู้วิจัยเสนอแนะกลยุทธ์แบบ “แก้ไขปรับปรุง” โดยให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ของคนในชุมชน ทั้งกลุ่มคนที่อยู่มาอาศัยมานานและกลุ่มคนที่เป็น แรงงานเข้ามาอยู่ใหม่ที่ต้องการสินเชื่อ แบ่งออกเป็น 3 ประการ ได้แก่ การปรับปรุงลูกค้าสัมพันธ์ การบริหารงาน และการปรับปรุงร้านค้า

ประการแรก การปรับปรุงลูกค้าสัมพันธ์ รักษาฐานลูกค้าประจำและกระชับมิตรกับผู้ซื้อราย ใหม่ ทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจ รู้สึกว่าได้ประโยชน์คุณค่า (Worth)

ใกล้เคียงกันกับมูลค่า (Price) ที่ได้ จากการ ลด แลก แจก แกม ในร้านสะดวกซื้อ อาจเริ่มต้นด้วยการช่วยเหลือ เป็นหูเป็นตา เป็นธุระเล็กๆ น้อยๆ เชื่อเชิญให้เข้ามานั่ง พักเหนื่อยดูทีวีในร้าน ซึ่งจะช่วยสร้างความสนิทสนม อย่างเป็นธรรมชาติ จน ลูกค้ารู้สึกคุ้น ชินที่จะเดินเข้าร้าน โดยไม่อึดอัด

ประการที่สอง การปรับปรุงการบริหารงาน ทั้ง การบริหารงานทั่วไปและงานบริการสินค้ากับลูกค้า ประจำในชุมชนหมู่บ้าน ยกกระดับความสนิทสนมให้ กลายเป็นความภักดี (Loyalty) ในการอุดหนุน ซื้อสินค้า โดยถ้าเป็นร้านโชห่วยที่มีกลุ่มลูกค้าประจำในตลาด ก็ยกกระดับจากลูกค้าให้กลายเป็นคู่ค้า แต่อย่างไรก็ดี การให้สินเชื่อก็มีข้อควรระวังคือ เป็นการสร้างความเสี่ยง ให้กับกิจการ โดยถ้าผู้ซื้อจ่ายช้า จ่ายไม่ครบ อาจทำให้ กิจการยิ่งประสบปัญหาขาดทุน ฉะนั้นการให้เชื่อซื้อ สินค้าจึงต้องทำด้วยความระมัดระวัง เบื้องต้นควรให้ สินเชื่อเฉพาะคนที่รู้จักและให้จดบันทึกเสมอ

ประการที่สาม การปรับปรุงร้านค้า

1) ทำร้านให้สะอาดและสว่างอย่าให้มีมุมมืด หากไม่ได้ติดแอร์ก็ให้มีอากาศถ่ายเท มีที่เก็บของแยก ต่างหาก ไม่วางปนกับของขาย วางโชว์สินค้าบนชั้นให้ มองเห็นง่าย สินค้าสะอาดอยู่เสมอ

2) มีระบบบัญชีที่ดี มีบัญชีงบลงทุน กำไร ขาดทุน บัญชีรายรับ-รายจ่ายประจำเดือน บัญชีค่าใช้จ่ายประจำวัน บัญชีลูกหนี้-หนี้สิน สมุดสินค้าของลูกค้าประจำแต่ละคน เป็นต้น

3) มีระบบจัดการสินค้าที่ดี ทำให้ผู้ซื้อได้รับ สินค้าที่ดีมีคุณภาพ คอยตรวจสอบสินค้าที่รับเข้ามาทุกรายการ ให้ได้มาตรฐาน ไม่มีเสีย บุบ ยุบ ผิด ขาด มีการวางขาย สินค้าเปรียบเทียบให้เป็นหมวดหมู่ เข้าใจง่าย ทำให้ผู้ซื้อ หยิบเปรียบเทียบได้ทันที รวมถึงให้คำแนะนำว่าสินค้านี้ซื้อ ไหนได้รับความพึงพอใจมากที่สุด

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจร้านค้าปลีก แบบดั้งเดิมคือ เรื่องต้นทุนสินค้าที่สูง ความหลากหลาย ของสินค้า ความรู้เรื่องการตลาดค้าปลีกยังมีน้อย ความ เชื่อมั่นต่อคุณภาพ สินค้าของผู้บริโภคสมัยใหม่กับร้านค้า ปลีกสมัยใหม่ การจัดวางสินค้า และการบริการลูกค้า

5.2 ความต้องการพัฒนาตนเองของธุรกิจ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมคือ เสริมความรู้ด้านเทคโนโลยี เกี่ยวกับการค้าปลีก ด้านการตลาดค้าปลีก ด้านเงินทุน และด้านการบริการ

5.3 ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของ ธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม คือ 3.1) ให้รัฐช่วยสร้างแรง สนับสนุนทางกระแสสังคมให้หันมาสนับสนุนร้านค้าปลีก ไทย 3.2) ให้รัฐส่งเสริมด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก 3.3) จัดอบรมด้านเทคโนโลยี เกี่ยวกับการค้าปลีก 3.4) ช่วยเหลือเรื่องเงินทุน และ 3.5) จัดอบรมด้านการบริการ

6. เอกสารอ้างอิง

- เกียรุ ไยบัวกลิ่น. (2552). ผลกระทบของการขยายตัว ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีต่อการดำเนินงาน ของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย). รายงานการวิจัย คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ฉันทัส เพียรธรรม และวันทนาพร รุ่งวรรณรัตน์. (2555). การปรับตัวของร้านโชห่วยภายใต้กระแสการ ขยายตัวของ ร้านสะดวกซื้อสมัยใหม่. วารสารการจัดการสิ่งแวดล้อม ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2555.
- พงศา นวมครุฑ. (2544). ปัจจัยด้านส่วนประสมทาง การค้าปลีกของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ใน จังหวัดเชียงใหม่ที่มีผลต่อการซื้อของ ผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,

สาขาการบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ยโสธรา จวงเจิม. (2546). ผลกระทบของธุรกิจค้าปลีก

ข้ามชาติต่อพฤติกรรมการบริโภคของ
ประชาชนใน จ.เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ ร.ม.,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

ไวยุทธ นรพัลลภ.(2546). การดำเนินงานและปัญหา

ของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สงบ สิงสันจิตร. (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจ

ของผู้ใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมใน
จังหวัดสุราษฎร์ธานี. จาก e-research
ฐานข้อมูลงานวิจัย/วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

สุจินดา เจียมศรีพงษ์. (2553). ปัญหาและแนวทางแก้ไข

เพื่ออนาคตการค้าปลีกที่ยั่งยืน. วารสาร
วิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์
ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 เดือน ตุลาคม 2553 –
มีนาคม 2554.

Bruner, G. C. II, James, K. E. & Hensel, P. J.

(2001). **Marketing Scales Handbook: A
compilation of Multi-Item Measures
Volum III.** Chicago, Illinois : American
Marketing Association.

Singelis, T. M. (1994, October). The

Measurement of Independent and
Interdependent Self-Construals.

**Personality and Social Psychology
Bulletin, 20(5), 580-591.**

Sproles, E. K. & Sproles, G. B. (1990). Consumer

Decision-Making Styles as a Function of
Individual Learning Styles. **Journal of
Consumer Affairs, 24(1), 134-147.**

แนวทางการจัดการขยะแบบบูรณาการโดยการมีส่วนร่วม

ของชุมชนหมู่ที่ 12 ตำบลคลองห้า อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

The Guideline for Integrated Community Waste Management by People's Participation of Moo
12 of Khlong Ha Sub-District, Khlong Luang District,
Pathum Thani Province

วริรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์¹ ธนิษฐนันท์ จันทรแย้ม²

ถิรนนท์ ทิวาราตรีวิทย์³ ภัทรภร พุฒพันธ์⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัย เรื่อง แนวทางการจัดการขยะแบบบูรณาการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนหมู่ที่ 12 ตำบลคลองห้า อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์และการจัดการขยะของชุมชนตำบลคลองห้าในอดีตและปัจจุบัน 2) เพื่อศึกษาปริมาณและประเภทของขยะในชุมชน 3) เพื่อศึกษาแนวทางการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจัดการขยะของชุมชนตำบลคลองห้า 4) เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการขยะแบบบูรณาการ 5) เพื่อศึกษากระบวนการด้านรายได้ของการจัดการขยะของชุมชนตำบลคลองห้า การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมและการสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 12 คน ผลจากการวิจัย พบว่า การใช้กิจกรรมการเรียนรู้เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักและการพัฒนาโดยให้ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการจัดการขยะด้วยตนเอง โดยเริ่มจากการคัดแยกขยะ ในครัวเรือน ซึ่งแต่ละชุมชนจะดำเนินการในเรื่องของการคัดแยก การจัดเก็บ การรวบรวม การจำหน่ายการบริหารรายได้จากการจำหน่ายขยะ รวมถึงเสนอปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการจัดการขยะในฐานะที่ชุมชนเป็นผู้ที่มีความเข้าใจสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชนและให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการควบคุม ป้องกัน ฝัระวังปัญหา มลพิษที่เกิดจากขยะในชุมชนซึ่งส่งผลกระทบทำให้ชุมชนมีแนวทางในการจัดการขยะของชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้ชุมชนน่าอยู่ ทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น ค่าใช้จ่ายลดลงจากการปรับเปลี่ยนค่านิยมในการบริโภค ปริมาณขยะลดลง เกิดแหล่งเรียนรู้ในชุมชนและคนในชุมชนมีคุณภาพและมีแนวร่วมเพิ่มมากขึ้น ชุมชนสามารถดำเนินจัดการแบบพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น โดยการมีผู้นำที่เข้มแข็งและมากความสามารถซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในกระบวนการและชุมชนมีความเข้มแข็งสามารถเรียนรู้และนำองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากประสบการณ์การทำงานร่วมกันไปใช้แก้ปัญหาอื่นๆ ได้

คำสำคัญ : การจัดการขยะ บูรณาการ การมีส่วนร่วม

¹ อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ E-mail : wareerat@vru.ac.th

² อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ E-mail : Thanitnan@vru.ac.th

³ อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ E-mail : Thiranan@vru.ac.th

⁴ อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ E-mail : Phattaraporn@vru.ac.th

Abstract

This research focuses on integrated garbage management guidelines by the participation of the community at Moo 12 Khlong Ha, Khlong Luang, Pathumthani. The following objectives are 1) to study the situation and waste management community of Khlong Ha in the past and at present 2) to study the quantity and types of garbage in the community 3) to study behavioral change, waste management of community Khlong Ha 4) to study the model of integrated garbage management 5) to study the revenue side of the waste management community at Khlong Ha. This research is a participatory action research from discussion groups. In-depth interviews are conducted with 12 key informants.

Results from the study showed that the use of learning activities is an important tool in creating awareness and understanding which can be developed by the community as the operator of a waste management manually by the start of the separation of garbage in the household. Each community will proceed in the matter of selection, storage, collection, distribution, administration, the garbage. Both the issues and solutions to problems are involving garbage management by community who understand the conditions and needs of the community, and community participation in control. The prevented problems of pollution from garbage in the community affect a community approach in the community's waste management effectively and make the community livable and make the environment better. The expenses are decreased by adjusting the pattern in consumption which causes garbage reduction. There is a learning community and the community quality and alignment increase. The community action can handle more self-reliant by having strong and more capable leaders which is an important factor in the process that can strengthen the community and create the learning process. Some new knowledge will arise from experience to work together to solve other problems.

Keywords: garbage management; integrated; participation

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ปัจจุบันคนไทยกว่า 60 ล้านคนสามารถสร้างขยะได้มากถึง 14 ล้านตันต่อปีแต่ความสามารถในการจัดเก็บขยะกลับมีไม่ถึงร้อยละ 70 ของขยะที่เกิดขึ้น จึงทำให้เกิดปริมาณมูลฝอยตกค้างตามสถานที่ต่างๆ หรือมีการนำไปกำจัดโดยวิธีกองบนพื้นซึ่งไม่ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาลก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม ได้แก่ อากาศเสีย เกิดจาก

การเผาขยะมูลฝอยกลางแจ้งทำให้เกิดควัน และสารมลพิษทางอากาศ น้ำเสียเปิดจากการทิ้งขยะลงในแม่น้ำลำคลองทำให้เกิดมลพิษทางน้ำ และน้ำเสียที่เกิดจากการกองมูลฝอยที่ตกค้างบนพื้น เมื่อฝนตกจะเกิดน้ำเสียซึ่งไหลลงสู่แม่น้ำ ทำให้เกิดมลภาวะหรือมลพิษทางน้ำ แหล่งพาหนะนำโรคจากมูลฝอยตกค้างบนพื้นและเป็นแหล่งเพาะพันธุ์หนู และแมลงวัน ซึ่งเป็นพาหนะนำโรคติดต่อ ทำให้มี

ผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของประชาชน เป็นต้น (ดวงใจ ปินตามูล, 2556)

ปัจจุบันพื้นที่ชุมชน หมู่ที่ 12 ตำบลคลองห้า อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี เป็นชุมชนที่เกิดขึ้นจากการขยายตัวของเมือง เพื่อให้เกิดการกระจายของประชากร และเพื่อลดความหนาแน่นของประชากรในเมืองหลวง ดังนั้น พื้นที่ดังกล่าวจึงเป็นชุมชนที่รวมตัวกันจากประชากรที่มาจากความหลากหลายในด้านถิ่นกำเนิด และมาจากความแตกต่างด้านภูมิภาค ทำให้ประชากรในพื้นที่มีความแตกต่างด้านวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ หากแต่เมื่อมีการอยู่ร่วมกันเป็นชุมชน ย่อมมีการเกิดการปฏิสัมพันธ์กัน โดยทางตรงและทางอ้อม ซึ่งทำให้เกิดผู้นำชุมชน และการอยู่ร่วมกันในชุมชน เมื่อเกิดชุมชนย่อมมีสังคมตามมา ซึ่งสังคมนั้นเป็นสังคมที่มีความหลากหลายทางด้านอาชีพ เกิดผู้นำของสังคมชุมชน เกิดผู้ตามของสังคมชุมชน และส่งผลกระทบต่อในด้านกติกาในการอยู่ร่วมกันในสังคมชุมชน พร้อมกันนั้นทำให้เกิดระเบียบในการดำรงชีวิตประจำวัน มีทั้งข้อดี และข้อเสียของการใช้กฎระเบียบ กติกาในการอยู่ร่วมกันในสังคมชุมชน

ท่าอย่างไรที่จะรณรงค์ให้ประชาชนในชุมชนเห็นการเปลี่ยนแปลงในเหตุการณ์ ที่ก่อให้เกิดปัญหาขยะมูลฝอยชุมชนทั้งในปัจจุบันและอนาคตมาร่วมกันคิดหาวิธีการและแนวทางในการแก้ปัญหา โดยคำนึงถึงความจำเป็นและความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการขยะเพื่อเลือกแนวทางที่เป็นรูปธรรมที่ดีที่สุด และเหมาะสมที่สุด ซึ่งเป็นกระบวนการที่ทำให้ประชาชนในชุมชนเห็นคุณค่าและเกิดจิตสำนึกในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และร่วมด้วยช่วยกันในการจัดการขยะมูลฝอยในชุมชนที่ตนเองอาศัยอยู่ให้เหลือน้อยที่สุดการปลูกฝังจิตสำนึกให้กับประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย โดยการคัดแยกขยะตามประเภท และสามารถนำขยะไปใช้ประโยชน์ในด้านอื่นๆโดยการเลือกใช้วัสดุที่สามารถเพิ่มมูลค่าได้ รวมถึงการทิ้งขยะให้ถูกที่ เป็นต้น จึงทำให้ผู้วิจัยศึกษาแนวทางการจัดการขยะแบบบูรณาการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนหมู่ที่ 12 ตำบลคลองห้า อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

รวมถึงจัดการขยะในพื้นที่เพื่อร่วมหาแนวทางในการวางแผนการจัดการขยะที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาสถานการณ์และการจัดการขยะของชุมชนตำบลคลองห้าในอดีตและปัจจุบัน

1.2.2 เพื่อศึกษาปริมาณและประเภทของขยะในชุมชน

1.2.3 เพื่อศึกษาแนวทางการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจัดการขยะของชุมชนตำบลคลองห้า

1.2.4 เพื่อศึกษาหารูปแบบการจัดการขยะแบบบูรณาการ

1.2.5 เพื่อศึกษากระบวนการด้านรายได้ของการจัดการขยะของชุมชนตำบลคลองห้า

1.3 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดสำคัญที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้นำแนวคิดการจัดการขยะโดยชุมชน ประกอบด้วย 1) การคัดแยกขยะ ณ แหล่งกำเนิด หัวใจสำคัญของการแก้ปัญหาขยะที่ทุกคนสามารถทำได้เป็นสิ่งที่ชุมชน นำมาใช้และจัดการคัดแยกขยะอย่างเป็นระบบ โดยคัดแยกขยะมูลฝอยออกเป็นขยะอินทรีย์ ขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย และดำเนินการรีไซเคิลครบวงจรอย่างมีประสิทธิภาพ ถือหลักการกำจัดขยะจากแหล่งกำเนิดต้นทาง ลดปริมาณขยะ และนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ หรือเรียกว่าขยะรีไซเคิล เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนอีกด้วย 2) การลดขยะที่ตัวเราเอง ปัญหาขยะไม่ได้เกิดขึ้นเพราะเทคโนโลยี แต่เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากเราทุก 3) การเพิ่มมูลค่าให้กับสิ่งของที่เราไม่ต้องการ แนวคิดเปลี่ยนขยะให้เป็นเงินนี้เป็นการปลูกฝังให้ประชาชนมองเห็นมูลค่าขยะของร้านศูนย์บาท ศูนย์สวัสดิรีไซเคิลกลุ่มอาชีพชาเล้ง ชุมชนอ่อนนุช 14 ไร่ เขตประเวศ กรุงเทพฯ 4) ระบบมัดจำ-คืนเงิน เป็นระบบที่ประเทศไทยใช้มานาน และเราค้นเคยกันเป็นอย่างดีกับการจ่ายคืนค่าขวดเปล่าให้กับผู้บริโภค และให้ผู้ค้าส่งจ่ายค่าขวดให้กับผู้ค้าปลีก ซึ่งประเทศไทยสามารถขยายขอบข่ายการครอบคลุมผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นๆ เพิ่มขึ้น

แนวคิดที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การมีส่วนร่วมของประชาชนนับว่าเป็นส่วนที่มีความสำคัญยิ่ง เพราะประชาชนเป็นผู้ได้รับประโยชน์และโทษโดยตรงจากการบริหารงานของหน่วยงานภาครัฐ ความร่วมมือของประชาชนเริ่มตั้งแต่ “ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมทำ (ร่วมรับผิดชอบ) ร่วมตรวจสอบ และร่วมรับประโยชน์” ถ้าประชาชนให้ความร่วมมือถือได้ว่างานนั้นๆ สำเร็จไปแล้วครึ่งหนึ่ง ดังนั้น การทำงานใดๆ ถ้าให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมจะทำให้งานนั้นสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย เนื่องจากประชาชนจะเกิดความภาคภูมิใจที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นองค์กรหลักในระดับท้องถิ่นที่ต้องเข้ามามีบทบาทในการดำเนินการเพื่อการจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล ดังนั้นหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ต้องเข้าใจมิติทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน

1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยฐานชุมชนหรือการวิจัยท้องถิ่น (Community Based Research หรือ CBR) ซึ่งเน้นการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างสมาชิกชุมชนและนักวิจัย โดยในระหว่างดำเนินการวิจัย นักวิจัยได้เรียนรู้เกี่ยวกับท้องถิ่นของสมาชิกชุมชน ในขณะที่สมาชิกชุมชนได้รับความรู้และปฏิบัติการวิจัย สมาชิกชุมชนมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการวิจัย (พัสรินทร์ พันธุ์แน่น และคณะ, 2558)

ชุมชน ตำบลคลองห้า อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดแนวทางการจัดการขยะแบบบูรณาการ
ที่มา: (วรรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์ และคณะ, 2561)

2. วิธดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมโดยสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักโดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่หมู่ที่ 12 ตำบลคลองห้า อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยผู้วิจัยมีขั้นตอนในการดำเนินการ คือ

2.1.1 สำรวจพื้นที่เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันเกี่ยวกับปริมาณขยะที่เกิดขึ้นในหมู่บ้าน

1) พฤติกรรมการทิ้งขยะของคนในชุมชน

2) การเก็บขยะตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน

3) การจัดการขยะ โดยศึกษาชนิดของขยะ ปริมาณขยะและประเภทขยะ

2.1.2 ชี้แจงรายละเอียดโครงการวิจัยและสำรวจข้อมูลบริบทชุมชน

2.1.3 สัมภาษณ์และชวนคุยกับคนในชุมชน

2.1.4 จัดทำเครื่องมือชุมชน ได้แก่ แผน
ที่เดินดิน ไร่ชีวิต และ Timeline

2.1.5 อบรมให้ความรู้เรื่องประเภทขยะ
การคัดแยกขยะ

2.1.6 อบรมการแปรรูปขยะเพื่อสร้าง
รายได้ เช่น การทำปุ๋ย การทำน้ำหมักเพื่อใช้ในการเกษตร

2.1.7 การคืนข้อมูล โดยการประชุมกลุ่ม
นักวิจัยและเชิญตัวแทนวิชาการมาร่วมแลกเปลี่ยนและ
คืนข้อมูลให้แก่ชุมชน

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย
แบบสัมภาษณ์ แผนชุมชน ไร่ชีวิต และการถอดบทเรียน

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
ตามขั้นตอนดังนี้

จัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ข้อมูล
ถึงนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคลองห้าพร้อมแบบ
สัมภาษณ์ไปยังองค์การบริหารส่วนตำบลคลองห้า อำเภอ
คลองหลวง จังหวัดปทุมธานี เพื่อขอความอนุเคราะห์
และขอร่วมมือในการจัดเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้นัดหมาย
กับผู้นำชุมชน คือ ผู้ใหญ่บ้านเพื่อขออนุญาตสัมภาษณ์
กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในพื้นที่หมู่ที่ 12 ตำบลคลองห้า
อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

2.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์
จะใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research)
โดยการวิเคราะห์เชิงอธิบาย (Explanatory Analysis) ซึ่ง
อาศัยข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์ประกอบกับนำ
ข้อมูลที่ได้มาจัดหมวดหมู่หาความเชื่อมโยงเพื่อทดสอบปัจจัย
ด้านความ เข้าใจ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมของ
ประชาชนในการจัดการขยะของชุมชนตำบลคลองห้า
ภายหลังจากการลงพื้นที่เพื่อศึกษาสถานการณ์ และ
การจัดการขยะของชุมชนตำบลคลองห้า

3. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการขยะแบบ
บูรณาการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลคลองห้า
อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยสามารถสรุป
ผลได้ ดังนี้

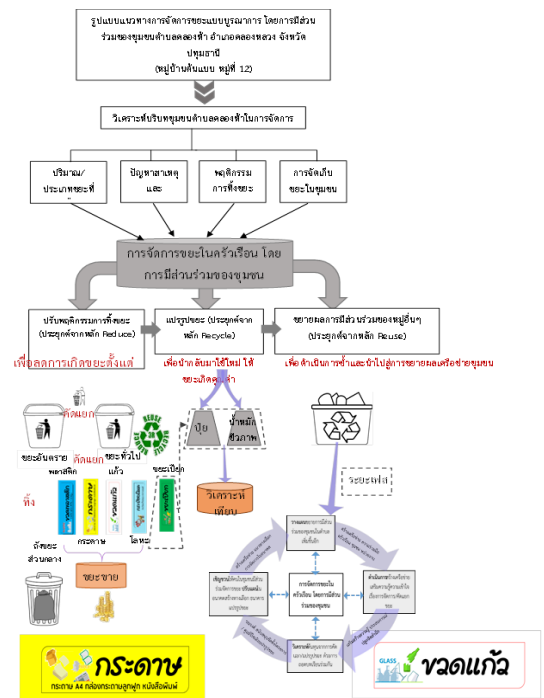
3.1 เพื่อศึกษาสถานการณ์และการจัดการขยะ
ของชุมชนตำบลคลองห้าในอดีตและปัจจุบัน จากการ
ลงพื้นที่เพื่อสำรวจข้อมูลและศึกษาบริบทของชุมชน และ
พูดคุยกับนักวิจัยชาวบ้านถึงสถานการณ์และการจัดการ
ขยะของชุมชนตำบลคลองห้าในอดีตและปัจจุบัน โดยใช้
เครื่องมือชุมชน คือ Time Line พบว่าในพื้นที่ตำบล
คลองห้า อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยบริบท
ของชุมชนคลองห้าในอดีตชาวบ้านจะขุดหลุมเผาขยะเอง
ไม่มีการแยกขยะ และมีบางส่วนที่ทิ้งขยะลงในแม่น้ำ
เนื่องจากไม่มีความรู้ในการจัดการขยะแต่ในปัจจุบันจะ
เป็นพื้นที่เกษตรกรรม เป็นหมู่บ้านจัดสรร เป็นพื้นที่ของ
ตนเองตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษ และเป็นที่ตั้งของโรงงาน
อุตสาหกรรม ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ
เกษตรกรรม รับจ้าง ค้าขาย แม่บ้าน ผู้สูงอายุที่ไม่มี
รายได้ และเป็นประชากรแฝง ซึ่งในตำบลคลองห้าส่วนใหญ่
ปัญหาที่เกิดจากขยะมาจากการทิ้งขยะของคนใน
หมู่บ้านจัดสรรมีปริมาณสะสม ขยะจากแม่ค้าเร่ การทิ้ง
ขยะลงในแม่น้ำ และการทิ้งขยะของโรงงานอุตสาหกรรม

3.2 เพื่อศึกษาปริมาณและประเภทของขยะใน
ชุมชน โดยนักวิจัยจะดำเนินการให้นักวิจัยชาวบ้านที่เก็บ
ข้อมูลจากการจดบันทึกข้อมูลจากสมุดจดบันทึกปริมาณ
ขยะในชุมชน ประสานข้อมูลปริมาณและประเภทขยะใน
ชุมชนคลองห้าจากองค์การบริหารส่วนตำบลคลองห้า
เพื่อได้ข้อมูลปริมาณและประเภทของขยะในชุมชน ซึ่ง
ขยะประเภทเศษอาหารและอินทรีย์สาร พลาสติก
กระดาษ ของแห้ง โลหะ มีอัตราที่ลดลง เนื่องจากการ
จัดการระบบขยะนั้นสามารถนำไปทำประโยชน์ได้ แต่มี
ขยะประเภทไม้ หนั ง ฝ ้า ของเสียอันตราย ที่มีแนวโน้ม

เพิ่มขึ้นเนื่องจากขยะในส่วนนี้เป็นในส่วนที่ชาวบ้านในชุมชนได้เคยเก็บไว้เพื่อทำกิจกรรมทางการเกษตร

3.3 เพื่อศึกษาแนวทางการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการจัดการขยะของชุมชนตำบลคลองหานักวิชาการลงพื้นที่พูดคุยกับชาวบ้านเพื่อทราบพฤติกรรมในการจัดการขยะของชุมชนตำบลคลองหานี้และให้ความรู้และสร้างเข้าใจเพื่อเป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการจัดการขยะของชุมชนตำบลคลองหานี้ โดยชุมชนได้รับความรู้เกี่ยวกับประเภทขยะว่ามีทั้งหมด 7 ประเภท ประกอบด้วย ขยะเปียก ขยะทั่วไป ขยะอันตราย กระดาษ กระป๋องโลหะ ขวดแก้ว ขวดพลาสติก และอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับการนำขยะที่ใช้แล้วนำกลับมาใช้ซ้ำโดยใช้หลัก 3R : Reduce Reuse Recycle ทั้งนี้ชุมชนนำความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับประเภทขยะมาเป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมโดยในแต่ละครัวเรือนสามารถคัดแยกขยะได้ และสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากการคัดแยกขยะ ตลอดจนนำขยะที่ใช้แล้วมาใช้ซ้ำได้อีก

3.4 เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการขยะแบบบูรณาการ โดยนักวิชาการได้ดำเนินการวิเคราะห์บริบทชุมชนตำบลคลองหานในการจัดการขยะปัจจุบัน ประกอบด้วย ปริมาณ/ประเภทขยะที่เกิดขึ้นในครัวเรือน ปัญหาสาเหตุและผลกระทบ และพฤติกรรมทางขยะในครัวเรือน โดยการจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสามารถขยายผลไปสู่ชุมชนข้างเคียงอื่นๆ และเป็นการสร้างเครือข่ายชุมชนเพื่อสามารถนำไปจัดตั้งเป็นธนาคารขยะในอนาคต และจัดทำเป็นโมเดลการจัดการขยะได้ ดังภาพ



ภาพที่ 2 รูปแบบการจัดการขยะแบบบูรณาการ
ที่มา (วรริรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์ และคณะ, 2561)

3.5 เพื่อศึกษากระบวนการด้านรายได้ของการจัดการขยะของชุมชนตำบลคลองหานักวิชาการได้ดำเนินการจัดกิจกรรมเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการจัดการขยะของชุมชนตำบลคลองหานี้เพื่อลดปริมาณขยะและส่งเสริมการคัดแยกขยะที่ต้นทาง โดยใช้หลักการ 3Rs (Reused Reduce Recycle) โดยใช้กระบวนการส่งเสริมให้เกิดกลไกในการคัดแยกขยะที่สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ โดยมีกิจกรรมด้านการจัดการขยะ ได้แก่ กิจกรรมด้านการให้ความรู้ในการนำขยะอันตรายไปทำน้ำหมักชีวภาพ และการขุดหลุมทำปุ๋ยหมัก ส่งผลทำให้ชุมชนคลองหานี้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการนำขยะไปแปรรูปเป็นน้ำหมักชีวภาพและทำปุ๋ยหมัก และเป็นชุมชนต้นแบบในการจัดการขยะในชุมชนให้กับชุมชนใกล้เคียงอื่นๆ ได้

4. อภิปรายผล

ผลการวิจัย เรื่อง แนวทางการจัดการขยะแบบบูรณาการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนหมู่ที่ 12 ตำบลคลองห้า อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี สามารถอภิปรายผลในการวิจัยได้ดังนี้ ทีมนักวิชาการจะใช้กิจกรรมการเรียนรู้เป็นเครื่องมือในการสร้างความรู้ความเข้าใจ ความตระหนักและการพัฒนาโดยให้ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการจัดการขยะด้วยตนเอง เริ่มจากการคัดแยกขยะในครัวเรือน ซึ่งแต่ละชุมชนจะดำเนินการในเรื่องของการคัดแยก การจัดเก็บ การรวบรวม การจำหน่าย การบริหารรายได้จากการจำหน่ายขยะ ชุมชนสามารถดำเนินการจัดการแบบพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (รักชนรินทร์ แก้วมีศรี และคณะ, 2555) กล่าวว่า จากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้วิถีชีวิตของประชาชนเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย การขยายตัวของความเป็นเมือง รวมถึงโรงงาน สถานประกอบการ ห้างเช่า / หอพัก เป็นจำนวนมาก ประกอบกับจำนวนประชากรในพื้นที่และประชากรแฝงรวมทั้งนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ผลกระทบที่ตามมาคือปัญหาขยะข้ามแดน สืบเนื่องจากปัญหาขยะระดับครัวเรือน ในชุมชน และสถานประกอบการนับวันจะมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (พัชรินทร์ พันธุ์แน่น และคณะ, 2558) การวิจัยแนวทางการจัดการขยะของเด็กและเยาวชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านมั่นคงชุมชนบางบัว เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสถานการณ์ขยะในชุมชน บทเรียนการจัดการขยะของชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการขยะ ซึ่งเป็นการวิจัยเพื่อท้องถิ่น (Community-Based Research : CBR) โดยผลลัพธ์ที่คาดหวังให้เกิดขึ้น คือ การปฏิบัติการของเด็กและเยาวชนในการแก้ไขปัญหาขยะชุมชน และการสร้าง

ความสามารถของชุมชน โดยพบว่า ชุมชนนี้ตั้งมานานกว่า 80 ปี มีการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ชนบทนาข้าวเป็นชุมชนเมือง ที่เริ่มจากเป็นชุมชนแออัด แล้วปรับมาเป็นบ้านมั่นคงที่มีระบบระเบียบและความถูกต้องของกรรมสิทธิ์ในพื้นที่ ปริมาณขยะที่เกิดขึ้นในชุมชนครัวเรือนละประมาณ 4.7 กิโลกรัมต่อวัน ครัวเรือนหนึ่งมีสมาชิกประมาณ 3-4 คน หรือกล่าวได้ว่าคนหนึ่งจะสร้างขยะเฉลี่ยประมาณ 1-1.6 กิโลกรัมต่อวันขยะมีหลากหลายชนิด โดยส่วนใหญ่เป็นชนิดที่สามารถแยกขายและทำประโยชน์ได้ มีส่วนน้อยที่ทิ้ง ที่ผ่านมาการจัดการขยะยังไม่ประสบความสำเร็จ เพราะขาดความร่วมมือจากประชาชน

5. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานวิจัยในครั้งต่อไปผู้วิจัยควรเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายให้เป็นชุมชนอื่น โดยพิจารณาจากความร่วมมือของผู้นำชุมชนนั้นๆและความพร้อมในการให้ข้อมูลและการปฏิบัติการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องการวิจัย รวมทั้งประสานงานกับองค์กรหรือหน่วยงานภายนอก เพื่อให้ความรู้เชิงปฏิบัติการที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน เช่น การอบรมการแปลงขยะให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถจำหน่ายได้หรือให้ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงที่จะทำให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ ทั้งนี้สิ่งสำคัญที่ผู้นำชุมชนจะต้องพยายามทำให้เกิดขึ้น คือ การสร้างความสามัคคีและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

6. เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงมหาดไทย. (2541). **แนวทางการดำเนินงานตามนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง**. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน.
- ดารา ทีปะปาล. (2553). **การสื่อสารการตลาด Marketing Communication**. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.

ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2544). **Strategic IMC = กล**

ยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบครบวงจร.

กรุงเทพฯ : ทิปปิงพอยท์.

นงเยาว์ อินทะชัย. (2551). **การพัฒนาเศรษฐกิจ**

ชุมชน กรณีศึกษา: อำเภอเมือง จังหวัด

ลำพูน. เชียงใหม่ : คณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ไพรัตน์ เตชะรินทร์. (2547). **นโยบายการมีส่วนร่วม**

ของชนบทในยุทธศาสตร์การพัฒนาใน

ปัจจุบัน. กรุงเทพฯ : ศูนย์การศึกษานโยบาย

สาธารณสุขมหาวิทยาลัยมหิดล.

พัสรินทร์ พันธุ์แน่น และคณะ. (2558). **รายงานการ**

วิจัยเพื่อท้องถิ่นเรื่องแนวทางการจัดการขยะ

ของเด็กและเยาวชน โดยการมีส่วนร่วมของ

ชุมชนบ้านมั่นคงชุมชนบางบัว. กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยเกริก.

Heizer, J. and Remder, B. (2004).

Operation Management (7th ed.).

New Jersey : Pearson Education.

Jonjoubson, L. (2008). **An Integrated**

Knowledge Management Model for

Community Enterprises : A CaseStudy

of a Rural Community Enterprise in

Thailand. (Doctoral dissertation,

Victoria University of Wellington).

Retrieved May 18, 2018, from

[http://thailip-db.car.chula.ac/dao/
detail.nsp](http://thailip-db.car.chula.ac/dao/detail.nsp).

Teahan, Bernard. (2006). **Community**

Enterprise : Enduring Institutions for

a Newer World. (Doctoral dissertation,

Victoria University of Wellington).

Retrieved July 27, 2018, from

[http://thailipdb.car.chula.ac/dao/
detail.nsp](http://thailipdb.car.chula.ac/dao/detail.nsp).

รูปแบบการบริหารจัดการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชนเพื่อตั้งโครงการโรงไฟฟ้าขนาดใหญ่

Model of Resettlement Management for Power Plant Project

จิระศักดิ์ หนูกิจ¹ สุนีย์ มัลลิกะมาลย์²

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารจัดการการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชนเพื่อตั้งโครงการโรงไฟฟ้าขนาดใหญ่ กำหนดขอบเขตการวิจัยเฉพาะโครงการไฟฟ้าหงสา เมืองหงสา แขวงไชยบุรี สปป.ลาว โดยใช้วิธีการทางวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก การระดมความคิดเห็นด้วยการสนทนากลุ่มเจาะจง และการรับฟังความคิดเห็น

ข้อค้นพบผลการวิจัย คือ ความสำเร็จของการบริหารจัดการการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชน มีปัจจัยในกระบวนการวางแผนและดำเนินงาน 7 ปัจจัย คือ การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารโครงการและการมีส่วนร่วม การเวนคืนที่ดิน และการชดเชย การพัฒนาพื้นที่โยกย้ายจัดสรร การขนย้ายทรัพย์สินและให้ความช่วยเหลือในระยะข้ามผ่าน การฟื้นฟูอาชีพและชีวิตความเป็นอยู่ กระบวนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท และระบบการจัดการข้อมูลของผู้โยกย้าย

การวิจัยเสนอแนะให้นำข้อค้นพบไปใช้ในโครงการขนาดใหญ่ของไทยโดยให้กำหนดเป็นนโยบายระดับประเทศ ระดับโครงการ และระดับปฏิบัติการเพื่อป้องกันปัญหาความขัดแย้งกับการต่อต้านโครงการและก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ประชาชนในผลประโยชน์ที่จะได้จากโครงการ ข้อเสนอแนะหัวข้อวิจัยต่อ คือ “การพัฒนาคุณภาพชีวิตภายหลังการโยกย้าย และการเฝ้าระวังผลกระทบต่อสุขภาพประชาชนจากโรงไฟฟ้าภายหลังการโยกย้าย”

คำสำคัญ: โครงการขนาดใหญ่, การโยกย้ายถิ่นฐาน, การพัฒนา, การฟื้นฟูชีวิตความเป็นอยู่, การไกล่เกลี่ยข้อพิพาท

Abstract

The objective of this research is to create the model of resettlement management for power plant project. The research focuses on Hongsa Power Plant Project, Xayaboury, Lao PDR. The research methodology is a qualitative research including documentary research, in-depth interview, focus group, and hearing.

The research found out that the effectiveness of the resettlement management comprising of 7 factors of a process including disclosure of project information and public participation; land

¹ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิติรัฐกิจและการบริหาร คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-Mail : atitaya.kh@spu.ac.th

² อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม E-Mail : sunee.ma@spu.ac.th

acquisition and compensation; development of resettlement site; physical relocation and transitional support; livelihoods restoration and rehabilitation; grievance redress; and baseline data management of the re-settlers.

The research recommendation is to comply with the research findings in Thailand by setting up policy at the national level, and operational level in order to prevent the conflict and project resistance and providing satisfaction from the benefit of the project. Further research recommendation is “The Improvement of Quality of Lives of the Re-settlers after Relocation”; and “Health Surveillance from Power Plant of the Re-settlers after Relocation”.

Keywords: Mega project, Resettlement, Development, Rehabilitation, Grievance Redress

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่และโครงการด้านพลังงานของประเทศไทยที่ผ่านมา พบว่ามีปัญหาทางสังคมและชุมชนในพื้นที่ รวมถึงปัญหามลพิษเกิดขึ้นอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นก่อนและหลังก่อสร้างโครงการ ซึ่งส่งผลให้การพัฒนาโครงการใหม่ที่เกิดขึ้นได้ยาก หรือบางโครงการไม่สามารถเกิดขึ้นได้ดังที่ปรากฏเป็นข่าวอยู่เสมอ ในขณะที่การพัฒนาของประเทศไทยยังคงต้องดำเนินการต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาพลังงานไฟฟ้า ทั้ง ๆ ที่ทุกคนยอมรับว่าพลังงานไฟฟ้ามีความจำเป็นต่อการพัฒนาในทุกด้าน และแม้ว่าเจ้าของโครงการได้พยายามหามาตรการต่าง ๆ เพื่อชดเชยเยียวยา แต่ก็ไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนได้ (การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, 2560)

ความต้องการที่จะสร้างโรงไฟฟ้าแต่ถูกต่อต้านจากประชาชน ทำให้กลุ่มธุรกิจเอกชนวางแผนหาพื้นที่พัฒนาโครงการโรงไฟฟ้าจากประเทศเพื่อนบ้านที่มีความเหมาะสม และเห็นว่า สปป.ลาว มีความเหมาะสมที่สุด เพราะมีทรัพยากรถ่านหินสำรองมาก และพื้นที่โครงการอยู่ไม่ไกลจากชายแดนไทยทางจังหวัดน่าน ดังนั้น ปี พ.ศ. 2548 บริษัทบ้านปูเพาเวอร์จำกัดได้รับอนุญาตจากรัฐบาลลาวในการสำรวจพื้นที่ศึกษาความเป็นไปได้ ศึกษาผลกระทบต่อ

สิ่งแวดล้อมและสังคม และวางแผนโยกย้ายถิ่นฐานประชาชน จนกระทั่งได้รับสัญญาสัมปทานจากรัฐบาลลาว โดยผ่านสภานิติบัญญัติแห่งชาติในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2554 ในการก่อสร้างและผลิตไฟฟ้าเชิงพาณิชย์ (ศูนย์อาเซียน สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (FTI ASEAN Center Thailand – FACT), 2017)

การพัฒนาคโครงการด้านพลังงานใน สปป.ลาว มีประเด็นการพัฒนาทางสังคมเป็นพันธะหลักที่ต้องปฏิบัติตามข้อตกลงระหว่างผู้พัฒนาโครงการ (Project Developer) กับรัฐบาลลาว ในรูปแบบของสัญญาสัมปทานที่ต้องระบุรายละเอียดไว้ในสัญญาสัมปทาน เช่น การเวนคืนที่ดิน การจ่ายเงินชดเชย การโยกย้ายชุมชน การพัฒนาพื้นที่หมู่บ้านโยกย้ายจัดสรรใหม่ รูปแบบของการสร้างบ้านหลังใหม่ การก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน และการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิต รวมถึงการฟื้นฟูชีวิตความเป็นอยู่และส่งเสริมอาชีพทางเลือกให้กับประชาชนที่โยกย้าย (Rehabilitation and Livelihoods Restoration) ซึ่งมีเป้าหมายหลัก คือ ประชาชนที่โยกย้ายต้องมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (Improve Quality of Life) โดยการกำหนดเป้าหมายการเพิ่มขึ้นของรายได้ และระยะเวลาของการฟื้นฟูชีวิตความเป็นอยู่และส่งเสริมอาชีพทางเลือกได้อย่างชัดเจนซึ่งบริษัทไฟฟ้าหงสาจำกัด ได้ดำเนินงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและประสบผลสำเร็จในการโยกย้ายประชาชนในกลางปี พ.ศ. 2555 ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญที่จะวิจัย

เพื่อหาคำตอบในปัจจุบันที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินการสร้างความพึงพอใจแก่ประชาชนที่ได้รับผลกระทบโดยไม่มีข้อพิพาทหรือโต้แย้งใด ๆ เกิดขึ้น จึงน่าจะเป็นประโยชน์ที่จะนำมาประยุกต์ใช้ เป็นแนวทางสำหรับโครงการขนาดใหญ่ของไทยที่มีข้อขัดแย้งและคัดค้านอย่างรุนแรงจนบ่อยครั้งที่ทำให้ไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ ทั้ง ๆ ที่เป็นโครงการที่เป็นประโยชน์และจำเป็นต่อการพัฒนาประเทศ เช่น โครงการไฟฟ้า เป็นต้น คำตอบของการวิจัยจะได้มาซึ่งรูปแบบการบริหารจัดการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติได้ (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมและโยกย้ายจัดสรรขั้นศูนย์กลาง, 2553)

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อวิจัยสภาพปัญหาและผลกระทบจากการก่อสร้างและดำเนินงานโครงการด้านพลังงานที่ใช้ถ่านหินเป็นเชื้อเพลิง

1.2.2 เพื่อจัดทำรูปแบบการบริหารจัดการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชนเพื่อตั้งโครงการโรงไฟฟ้าขนาดใหญ่

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้ศึกษาถึงรูปแบบบริหารจัดการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชนเพื่อตั้งโครงการโรงไฟฟ้าขนาดใหญ่ โครงการไฟฟ้าหงสา เมืองหงสา แขวงไชยบุรี สปป.ลาว กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่รัฐในระดับท้องถิ่น ผู้ได้รับผลกระทบที่โยกย้าย และผู้พัฒนาโครงการไฟฟ้าหงสา ที่อยู่ในเมืองหงสา แขวงไชยบุรี สปป.ลาว

1.4 สมมติฐานการวิจัย

การพัฒนาที่มีโครงการขนาดใหญ่เกิดขึ้นจะมีปัญหาติดตามมา ก็คือ การต่อต้านจากประชาชน โดยเฉพาะเจ้าของหรือผู้ครอบครองที่ดินที่จะต้องถูกโยกย้ายออกไป ซึ่งส่งผลกระทบอย่างมากในการต้องเปลี่ยนวิถีชีวิต การทำมาหากิน ในพื้นที่อยู่อาศัยจากที่เดิมไปสู่ที่พื้นที่ใหม่ ซึ่งไม่มั่นใจว่าจะดีเท่ากับที่อยู่เก่า การจะสร้างความมั่นใจและยอมรับจากประชาชนเมื่อต้องมีการโยกย้ายออกไป ต้องมี

รูปแบบการบริหารจัดการที่ดี ประกอบด้วย การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารโครงการ การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การเวนคืนที่ดินและการชดเชยค่าเสียหาย การพัฒนาพื้นที่ชุมชนใหม่ ที่เป็นพื้นที่อยู่อาศัย ก่อสร้างบ้านทดแทนหลังใหม่ รวมถึงการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภคของชุมชนการจัดหาพื้นที่ทำกินใหม่ รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในพื้นที่ การขนย้ายบ้านเรือน ทรัพย์สิน และการช่วยเหลือเบื้องต้นในระยะข้ามผ่าน การฟื้นฟูชีวิตความเป็นอยู่และส่งเสริมอาชีพทางเลือก การติดตามและประเมินผลคุณภาพชีวิตภายหลังการโยกย้ายถิ่นฐาน การไกล่เกลี่ยข้อพิพาท และระบบการจัดการข้อมูลของผู้ได้รับผลกระทบเพื่อนำมาใช้ในการติดตามและประเมินผลในการโยกย้าย และการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทที่อาจจะเกิดขึ้น

2. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการรวบรวมเอกสาร (Documentary Research) ประกอบด้วย ทัศนคติ หลักการ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องของ สปป.ลาว เช่น พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยมาตรฐานความยากจนและมาตรฐานการพัฒนา พ.ศ. 2552 พระราชกฤษฎีกาและระเบียบข้อบังคับว่าด้วยการทดแทนค่าเสียหายและการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชนจากการพัฒนาโครงการ พ.ศ. 2548 และหลักการวางแผนงานโยกย้ายถิ่นฐานประชาชน (Resettlement Action Plan/RAP) จากการพัฒนาโครงการ หน่วยงาน International Finance Corporation พ.ศ. 2545 (บริษัทไฟฟ้าหงสาจำกัด, 2548)

นอกจากนี้ ยังใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ประชากรสัมภาษณ์ คือ ผู้ได้รับผลกระทบที่โยกย้าย จำนวน 50 คน โดยมีประเด็นสัมภาษณ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับปัญหา ผลกระทบ ความต้องการของชุมชน และความพอใจต่อมาตรการที่นำมาใช้ การสนทนากลุ่มเจาะจง (Focus Group) ประชากรสนทนากลุ่ม คือเจ้าหน้าที่ระดับท้องถิ่น และผู้พัฒนาโครงการไฟฟ้าหงสา จำนวน

18 คน เมื่อได้คำตอบของการวิจัยและรูปแบบการบริหารจัดการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชนเพื่อตั้งโครงการโรงไฟฟ้าขนาดใหญ่แล้ว จึงนำไปสู่และการรับฟังความคิดเห็น (Hearing) ของประชากรที่เกี่ยวข้อง โดยจัดที่มหาวิทยาลัยศรีปทุม กรุงเทพมหานคร เพื่อรับฟังการวิพากษ์และข้อเสนอแนะเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบูรณาการข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาตามวิธีวิทยาการวิจัยที่กำหนดไว้

3. สรุปผลการวิจัย

การนำเอาการบริหารจัดการของโครงการโรงไฟฟ้าขนาดใหญ่ของเมืองหงสา แขวงไชยบุรี สปป.ลาว ที่มีกระบวนการวางแผนและการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพทำให้การบริหารจัดการที่ดี ไม่ส่งผลกระทบและเป็นที่ยอมรับของประชาชนในพื้นที่ มาเป็นแนวทางสำหรับประเทศไทย จึงเป็นอีกวิธีหนึ่งที่เป็นทางเลือกในการป้องกันและแก้ไขปัญหาได้ โดยการบริหารจัดการมีปัจจัยสำคัญที่ประกอบด้วยกระบวนการวางแผนและดำเนินงานแบบมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะผู้ได้รับผลกระทบในการเวนคืนที่ดิน การโยกย้ายถิ่นฐานประชาชน และการจัดการข้อขัดแย้งหรือการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท การใช้ระบบข้อมูลทางภูมิศาสตร์และระบบจัดการฐานข้อมูลของผู้ได้รับผลกระทบ การฟื้นฟูชีวิตความเป็นอยู่และส่งเสริมอาชีพทางเลือก การพัฒนาชุมชนภายหลังการโยกย้าย รวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเฝ้าระวังและติดตามผลกระทบจากโครงการ จะทำให้ได้รูปแบบการบริหารจัดการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชนในพื้นที่เพื่อตั้งโครงการขนาดใหญ่ที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย

4. อภิปรายผล

โครงการไฟฟ้าหงสาได้ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชนที่สอดคล้องกับหลักการและแนวทางดำเนินงานของการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชนที่ให้ความสำคัญกับกระบวนการ (Process) ในการวางแผนงาน (Planning) การดำเนินงาน (Implementation) การติดตาม (Monitoring) และการประเมินผล (Evaluation) ว่าเป็นมาตรฐานชัดเจน โดยปัจจัยที่มีความสำคัญกับการบริหารจัดการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชนที่เป็นกระบวนการ (Process) ในการวางแผน (Planning) การดำเนินงาน (Implementation) การติดตาม (Monitoring) และการประเมินผล (Evaluation) แยกตามองค์ประกอบ ดังนี้

4.1 การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารโครงการและการมีส่วนร่วมของประชาชน (Project Information Disclosure and People Participation) สิ่งที่ต้องคำนึงในการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารโครงการ ได้แก่ประเภทของข้อมูลข่าวสารขอบเขตของการเปิดเผย และสถานะการรับรู้ของประชาชนที่จะรับรู้ ดังนั้นประเภทของข้อมูลจึงไม่เน้นเทคนิควิชาการ แต่จะเน้นกรอบหลักการและระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจโรงไฟฟ้า การก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น ผลการศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อมและสังคม ร่างแผนงานโยกย้ายถิ่นฐานชุมชน (RAP) ช่องทางและกลไกในการร้องเรียนของประชาชนเมื่อเกิดกรณีข้อพิพาท ฯลฯ ส่วนการมีส่วนร่วมต้องมีการดำเนินการในทุกระดับ ตั้งแต่การมีส่วนร่วมรับรู้ข้อมูลข่าวสารโครงการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น มีส่วนร่วมพิจารณาและตัดสินใจ มีส่วนร่วมดำเนินกิจกรรม มีส่วนร่วมติดตามตรวจสอบ และมีส่วนร่วมรับผลจากกิจกรรม

ดังนั้น ผู้พัฒนาโครงการต้องมีความจริงจังและโปร่งใสเพื่อสร้างความเข้าใจพร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการออกแบบพัฒนาโครงการ ถึงแม้ว่าจะมีต้นทุนและระยะเวลาเพิ่มขึ้น แต่เป็นการลดความเสี่ยงในระยะยาว ถ้าผู้พัฒนาโครงการไม่ให้ความสำคัญจะก่อให้เกิดประเด็นปัญหาในการต่อต้านของประชาชนในพื้นที่ ซึ่งถ้าประชาชนในพื้นที่ที่มีความเข้าใจใน

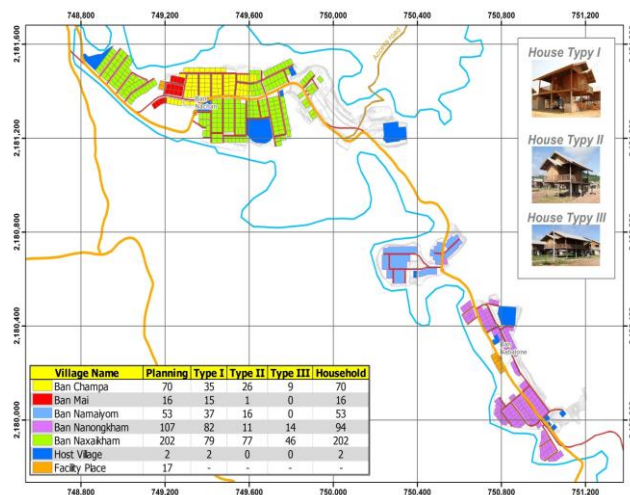
ผลกระทบ มาตรการแก้ไขเพื่อลดผลกระทบและมาตรการส่งเสริมผลประโยชน์จากโครงการ ประชาชนกลุ่มนั้นสามารถเป็นกระบอกเสียงให้กับโครงการได้เป็นอย่างดี (กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2560)

4.2 การเวนคืนที่ดินและการชดเชย (Land Acquisition and Compensation) มีรูปแบบขั้นตอนที่เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ตั้งแต่การจัดประชุมผู้ได้รับผลกระทบเพื่อบรรยายและอธิบายขั้นตอนของการสำรวจรังวัดที่ดิน คำนวณมูลค่าชดเชยตามอัตราค่าชดเชยที่ได้กำหนดไว้ในข้อกำหนด (Entitlement Matrix) การจัดประชุมผู้ได้รับผลกระทบเพื่อรับทราบผลคำนวณและค่าชดเชย ในกรณีที่ผู้ได้รับผลกระทบไม่ยอมรับในค่าชดเชย มีการสำรวจรังวัดพื้นที่อีกครั้ง หากปรากฏว่าผู้ได้รับผลกระทบยังไม่ยอมรับก็สามารถยื่นเรื่องเข้าสู่กระบวนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทได้ ส่วนผู้ที่พอใจในขณะที่ยื่นขอชดเชยก็จะฝึกอบรมการทำบัญชีครัวเรือนพื้นฐานให้กับผู้ได้รับผลกระทบและจัดพิธีมอบเงินชดเชยอย่างเป็นทางการภายหลังโอนเงินชดเชยเข้าบัญชีธนาคารแล้ว และขั้นตอนสุดท้ายคือการจัดเก็บข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเวนคืนที่ดินและการชดเชยไว้ในระบบฐานข้อมูลเพื่อใช้ในการติดตามผลการดำเนินงานและไกล่เกลี่ยข้อขัดแย้ง

การเวนคืนที่ดินและการชดเชยต้องอยู่บนหลักการสำคัญ ได้แก่ ข้อกำหนดของกฎหมาย วัตถุประสงค์ของการเวนคืนเพื่อการอันเป็นสาธารณะประโยชน์ และจ่ายค่าชดเชยที่เป็นธรรม (พระราชบัญญัติว่าด้วยการเวนคืนอสังหาริมทรัพย์ พ.ศ. 2530)

4.3 การพัฒนาพื้นที่ใหม่เพื่อรองรับผู้โยกย้าย (Development of Resettlement Site) มีรูปแบบและกระบวนการโดยสรุป คือ จัดประชุมผู้ได้รับผลกระทบที่จะโยกย้ายและสำรวจพื้นที่ที่จะพัฒนาเป็นหมู่บ้าน สอบถามความพึงพอใจของประชาชนที่จะต้องโยกย้าย มีการจัดทำโครงสร้างพื้นฐานระบบสาธารณูปโภคและ

อื่น ๆ ที่จำเป็น ให้สิทธิในการเลือกแบบบ้านที่จัดทำไว้แล้ว 3 แบบ ที่จะทดแทน จัดสร้างบ้านหลังใหม่ตามที่ได้รับผลกระทบที่จะโยกย้ายเสนอมาและนำแบบบ้านหลังใหม่ผ่านการประชุมของชุมชนเสนอขออนุมัติจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง สำหรับพื้นที่ในการปลูกบ้านหลังใหม่ใช้วิธีการจัดประชุมกลุ่มที่ได้รับผลกระทบเพื่อคัดเลือกพื้นที่ดินปลูกสร้างบ้านหลังใหม่ ซึ่งแต่ละครอบครัวสามารถแลกเปลี่ยนพื้นที่ดินได้ตามความสมัครใจโดยการยินยอมทั้ง 2 ฝ่าย ผู้พัฒนาโครงการและหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องอำนวยความสะดวกในการทำพิธีกรรมทางศาสนาและความเชื่อของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ ก่อนก่อสร้าง ผู้พัฒนาโครงการดำเนินงานก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นและบ้านหลังใหม่ และในกรณีไม่พอใจในการคัดเลือกพื้นที่ดินหรือผลการก่อสร้างบ้านหลังใหม่ ผู้ได้รับผลกระทบสามารถร้องเรียนและเข้าสู่กระบวนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทได้



ภาพที่ 1 แผนที่จัดสรรพื้นที่ดินปลูกสร้างสำหรับที่อยู่อาศัยให้กับกลุ่มผู้ได้รับผลกระทบที่โยกย้ายครอบครัวละ 450 ตารางเมตร
ที่มา : Phusuwan, S. Xyalath, L. Pongpa-ngan. (2015).

หลักการพัฒนาพื้นที่ชุมชนโยกย้ายจัดสรรต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของพื้นที่ที่เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ การก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่จำเป็น และการส่งเสริมให้มีการทำหน้าที่ของการเป็นศูนย์กลางชุมชนโดยอาศัยแนวคิดของการเชื่อมโยงที่เรียกว่าระบบชุมชน ใช้กระบวนการเปิดเผยข้อมูลโครงการ การมีส่วนร่วมของชุมชน และการใช้นโยบายของรัฐเป็นกรอบของการพัฒนาพื้นที่ (International Finance Corporation (IFC), 2017)

4.4 การขนย้ายบ้านเรือนทรัพย์สินและให้ความช่วยเหลือในระยะข้ามผ่าน (Physical Relocation and Transitional Support) มีรูปแบบและกระบวนการโดยสรุปคือ เมื่อแล้วเสร็จการก่อสร้างบ้านหลังใหม่ จัดประชุมและพาผู้ได้รับผลกระทบที่โยกย้ายไปดูบ้านหลังใหม่ว่าถูกต้องตามที่ต้องการหรือไม่หรือ ต้องปรับปรุงอะไรบ้างภายใต้กรอบที่ตกลงกัน ถ้าผู้ได้รับผลกระทบที่โยกย้ายพอใจจัดประชุมเพื่อส่งมอบบ้านหลังใหม่และร่วมวางแผนการขนย้ายบ้านเรือนและทรัพย์สินจากพื้นที่เก่ามายังพื้นที่ใหม่ ผู้พัฒนาโครงการและหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องจัดทำพิธีทางศาสนาและความเชื่อก่อนออกจากหมู่บ้านเก่าและก่อนย้ายเข้าหมู่บ้านใหม่ และในระหว่างการขนย้ายต้องรับประกัน

ความปลอดภัยอย่างสูงสุด หลังจากการขนย้ายให้เริ่มรื้อบ้านหลังเก่าและสิ่งปลูกสร้างอื่น ๆ ที่อยู่ในพื้นที่เดิม โดยผู้พัฒนาโครงการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งทุกอย่าง จัดประชุมร่วมกับกลุ่มผู้ได้รับผลกระทบที่โยกย้าย เพื่อรับฟังความคิดเห็นและให้คำแนะนำในการฟื้นฟูอาชีพและชีวิตความเป็นอยู่ พร้อมทั้งแนะนำเจ้าหน้าที่สนามที่อยู่ประจำอยู่ในแต่ละหมู่บ้าน หลังจากนั้น ผู้พัฒนาโครงการให้ความช่วยเหลือทางด้านอาหาร ซึ่งจะเป็นเงินหรือสิ่งของ ในระยะฟื้นฟูชีวิตความเป็นอยู่ ตามอัตราและระยะเวลาที่ได้ตกลงกันกับผู้ได้รับผลกระทบที่โยกย้าย และในกรณีที่ได้รับผลกระทบที่โยกย้ายไม่พอใจ เช่น ทรัพย์สินเสียหาย ฯลฯ ผู้ได้รับผลกระทบนั้นสามารถร้องเรียนและเข้าสู่กระบวนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทได้

การขนย้ายบ้านเรือนทรัพย์สินและการให้ความช่วยเหลือในระยะข้ามผ่านมีความสำคัญและละเอียดอ่อนเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นจุดเปลี่ยนของการเริ่มต้นชีวิตใหม่ในพื้นที่อยู่อาศัยและพื้นที่ทำกินแห่งใหม่ซึ่งไม่คุ้นเคยและห่างไกล ถึงแม้พื้นที่หมู่บ้านจัดสรรใหม่จะมีระบบโครงสร้างพื้นฐานระบบสาธารณูปโภคและความสะดวกสบายก็ตาม ดังนั้น ผู้ได้รับผลกระทบที่โยกย้ายถิ่นที่สูญเสียรายได้และ

การดำเนินชีวิตควรได้รับการช่วยเหลือจนกว่าระดับรายได้และเงื่อนไขของการดำเนินชีวิตที่มั่นคง (IFC, 2017)

4.5 การฟื้นฟูอาชีพและชีวิตความเป็นอยู่ (Livelihoods Restoration and Rehabilitation) ปัจจุบันนี้ได้รวมถึงกลุ่มคนที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ (Vulnerable People) ได้แก่ กลุ่มคนพิการ กลุ่มแม่ค้า กลุ่มผู้ติดเชื้อ ผู้พัฒนาโครงการต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่และอาชีพดั้งเดิมของชุมชนก่อนการโยกย้าย การวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ชุมชนจัดสรรใหม่และพื้นที่ทำการผลิตใหม่ วิเคราะห์อาชีพทางเลือกและกระบวนการสร้างความเข้มแข็งกลุ่มอาชีพ และการเข้าถึงกลไกตลาด ซึ่งต้องมีการวางแผนร่วมกันระหว่างผู้ได้รับผลกระทบที่โยกย้าย หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง และผู้พัฒนาโครงการ เช่น วางแผนกำหนดแนวทาง ตัวชี้วัดของผลสำเร็จตามเกณฑ์มาตรฐานความจำเป็นพื้นฐานระยะเวลาของการฟื้นฟูชีวิตความเป็นอยู่ และแหล่งรายได้จากการส่งเสริมอาชีพทางเลือกทั้งภาคเกษตรนอกภาคเกษตร อาชีพธุรกิจบริการที่ต่อเนื่อง รวมถึงการให้ความสำคัญกับการจัดจ้างแรงงานที่มาจากครอบครัวผู้ได้รับผลกระทบที่โยกย้าย โดยมีเป้าหมายของการฟื้นฟูอาชีพให้มีรายได้เพิ่มขึ้นภายในระยะเวลาที่กำหนดภายหลังการโยกย้าย

การฟื้นฟูอาชีพและชีวิตความเป็นอยู่เป็นงานที่ยากมาก เนื่องจากการเริ่มต้นชีวิตความเป็นอยู่ในสภาพแวดล้อมและบริบททางสังคมที่ไม่คุ้นเคย อยู่ในภาวะความวิตกกังวลและไม่แน่ใจว่าชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองและครอบครัวจะเหมือนเดิมหรือเท่ากับระยะก่อนมีโครงการเกิดขึ้น หรือลดลงกว่าเดิม และต้องใช้ระยะเวลานานเพียงใดที่จะฟื้นฟูชีวิตความเป็นอยู่ให้กลับมามีสภาพเหมือนเดิมหรือดีขึ้น (IFC, 2017)

4.6 การติดตามและประเมินผลคุณภาพชีวิตภายหลังการโยกย้าย (Monitoring and Evaluation of Improved Quality Life) ตัวชี้วัดของการติดตามและ

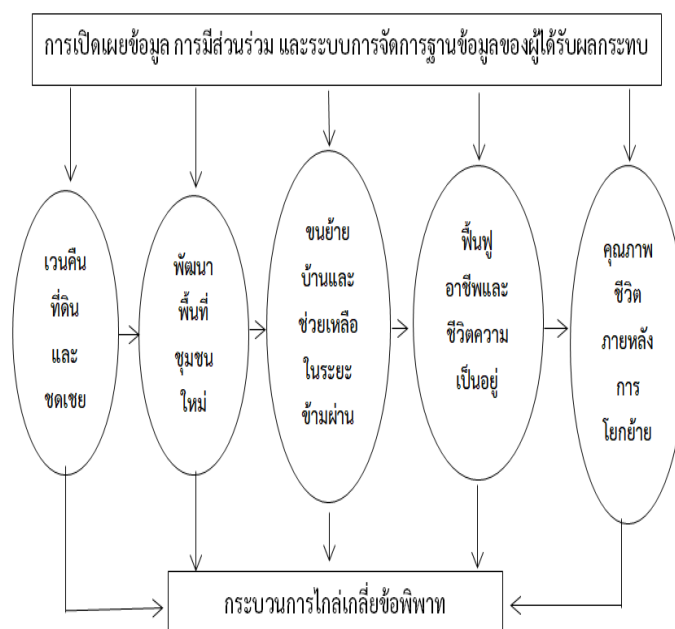
ประเมินผลการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ได้รับผลกระทบภายหลังสำเร็จการโยกย้ายถิ่นฐานต้องเชื่อมโยงกันในทุกมิติของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) และครอบคลุมประเด็น ได้แก่ ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจและรายได้ การเข้าถึงระบบการศึกษาขั้นพื้นฐาน การเข้าถึงระบบสาธารณสุขและอนามัยสิ่งแวดล้อม การเข้าถึงระบบโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคของหมู่บ้าน การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน และความเข้มแข็งทางด้านสังคมและวัฒนธรรมระหว่างชุมชนที่โยกย้ายและชุมชนที่รองรับการพัฒนาเป็นหมู่บ้านจัดสรร และประเด็นระยะเวลาของการติดตามและประเมินคุณภาพชีวิตก็มีความสำคัญควรมีการตกลงกันระหว่างผู้พัฒนาโครงการและรัฐบาลอย่างชัดเจนและเป็นลายลักษณ์อักษร

4.7 การไกล่เกลี่ยข้อพิพาท (Grievance Redress) ท้องถิ่นต้องเป็นหน่วยงานหลักในกระบวนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทและควรใช้เวลาที่สั้นและรัดกุม ผู้ได้รับผลกระทบจากโครงการไม่พอใจต่อการดำเนินงานสามารถส่งข้อร้องเรียนไปที่คณะกรรมการไกล่เกลี่ยในระดับหมู่บ้าน เพื่อตรวจสอบข้อร้องเรียนภายใต้นโยบายหลักการกระบวนการและสิทธิผลประโยชน์ตามที่ได้ระบุไว้ในแผนงานโยกย้ายจัดสรร (RAP) ก่อนที่จะส่งต่อไปหาคณะกรรมการไกล่เกลี่ยข้อขัดแย้งในระดับเมือง (อำเภอ) เพื่อตรวจสอบและจัดประชุมกับหน่วยงานรัฐที่รับผิดชอบและผู้ร้องเรียน ภายหลังการตัดสินใจ คณะกรรมการฯ ในระดับเมือง และแจ้งผลการตัดสินใจให้กับผู้ได้รับผลกระทบและผู้พัฒนาโครงการ กรณีที่ผู้ร้องเรียนไม่พอใจในผลการตัดสินใจของคณะกรรมการฯ ระดับเมือง สามารถร้องเรียนไปที่คณะกรรมการไกล่เกลี่ยข้อขัดแย้งในระดับแขวง (จังหวัด) ได้ คณะกรรมการฯ ระดับแขวงตรวจสอบและจัดประชุมกับหน่วยงานรัฐที่รับผิดชอบและผู้ร้องเรียนเพื่อตัดสินใจและต้องแจ้งผลการตัดสินใจให้กับผู้ได้รับผลกระทบและผู้พัฒนาโครงการ ผลการตัดสินใจของคณะกรรมการฯ ระดับแขวงอาจมีการอุทธรณ์ไปยังศาลโดยสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

การตรวจสอบของศาลจะมีผลผูกพันกับผู้พัฒนาโครงการและหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง และเมื่อศาลตัดสินแล้วไม่สามารถโต้แย้งได้อีก (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมและโยกย้ายจัดสรรชั้นศูนย์กลาง, 2554)

4.8 ระบบการจัดการข้อมูลของผู้ได้รับผลกระทบ (Management of Information System) เป็นเครื่องมือสำคัญของการบริหารจัดการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชนและเป็นการลดความเสี่ยงของการก่อสร้างและดำเนินงานโครงการในภาพรวม ดังนั้น ภายหลังจากเวนคืนที่ดินและจ่ายค่าชดเชยอย่างเป็นทางการแล้ว เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ควรเก็บรักษาไว้ในรูปแบบ Hard Copy และ Soft Copy โดยจัดทำเป็นระบบการจัดการข้อมูลผู้ได้รับผลกระทบโดยเฉพาะ

รูปแบบการบริหารจัดการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชนเพื่อตั้งโครงการโรงไฟฟ้าขนาดใหญ่ควรตั้งอยู่บนหลักการที่ว่าถ้าไม่สามารถหลีกเลี่ยงการโยกย้ายได้ ผู้ได้รับผลกระทบควรได้รับการชดเชยค่าเสียหายจากการสูญเสียพื้นที่ดินและทรัพย์สินอย่างเต็มรูปแบบและยุติธรรม และควรเป็นโอกาสของการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ได้รับผลกระทบ ซึ่งกระบวนการวางแผนและดำเนินงานต้องให้ความสำคัญกับปัจจัย 8 ปัจจัยสามารถปรับนำไปใช้ให้เหมาะสมกับประเทศไทย ดังแผนภูมิด้านล่างนี้



ภาพที่ 2 รูปแบบการบริหารจัดการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชนเพื่อตั้งโครงการโรงไฟฟ้าขนาดใหญ่

5. ข้อเสนอแนะ

ข้อค้นพบจากผลการวิจัยที่ได้รูปแบบการบริหารจัดการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชนเพื่อตั้งโครงการ

โรงไฟฟ้าขนาดใหญ่ หากจะนำไปสู่ประยุกต์ใช้ในประเทศไทยแล้ว มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 ด้านนโยบายระดับประเทศและระดับโครงการ

5.1.1 การตรวจสอบ วางแผน และจัดทำกฎหมายที่มีอยู่หรือเพิ่มเติมเพื่อรองรับการบริหารจัดการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชน เพื่อการพัฒนาโครงการขนาดใหญ่

5.1.2 การกำหนดตัวชี้วัดในการติดตามและประเมินผลคุณภาพชีวิตครอบครัวครอบคลุมประเด็นการเข้าถึงระบบการศึกษาขั้นพื้นฐาน การเข้าถึงระบบสาธารณสุขและอนามัยสิ่งแวดล้อม การเข้าถึงระบบโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคของหมู่บ้าน การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ด้านความเข้มแข็งด้านสังคม และวัฒนธรรมระหว่างชุมชนที่โยกย้าย และชุมชนที่รองรับการพัฒนาเป็นหมู่บ้านโยกย้าย

5.2 ด้านบริหารจัดการในระดับปฏิบัติการ

5.2.1 การให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารทางด้านกฎหมายและระเบียบแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชน ควรดำเนินงานโดยหน่วยงานในระดับท้องถิ่นอย่างสม่ำเสมอ

5.2.2 การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารโครงการการรับฟังความคิดเห็น และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากโครงการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ได้รับผลกระทบที่อยู่ในพื้นที่ ควรเริ่มตั้งแต่การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ การวางแผน การก่อสร้าง และการดำเนินงานภายหลังการก่อสร้าง โดยผู้พัฒนาโครงการ และหน่วยงานในส่วนท้องถิ่น ส่วนภูมิภาค และส่วนกลาง

5.3 ข้อเสนอแนะประเด็นวิจัยต่อไป

เพื่อให้รูปแบบการบริหารจัดการโยกย้ายถิ่นฐานประชาชนเพื่อการพัฒนาโครงการขนาดใหญ่มี

ความครบถ้วนสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น การวิจัยจึงเสนอหัวข้อที่ควรจะได้มีการวิจัยต่อ คือ

5.3.1 การพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้โยกย้ายภายหลังการโยกย้าย

5.3.2 การเฝ้าระวังผลกระทบต่อสุขภาพประชาชนจากโรงไฟฟ้าภายหลังการโยกย้าย

6. เอกสารอ้างอิง

การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. (2560). โครงการ

โรงไฟฟ้าทดแทนโรงไฟฟ้าแม่เมาะ เครื่องที่

4-7. ค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2560, จาก

[https://www.egat.co.th/index.php?](https://www.egat.co.th/index.php?option=com_tags&view=tag&id=71-maemoh-power-plant)

[option=com_tags&view=tag&id=71-](https://www.egat.co.th/index.php?option=com_tags&view=tag&id=71-maemoh-power-plant)

[maemoh-power-plant](https://www.egat.co.th/index.php?option=com_tags&view=tag&id=71-maemoh-power-plant).

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2560).

ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและ

สิ่งแวดล้อมเรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ

ระเบียบวิธีปฏิบัติและแนวทางการจัดทำ

รายงานการวิเคราะห์ผลกระทบทางสังคม. ค้น

เมื่อ 14 กันยายน 2561, จาก

[http://www.thailawforum.com/database1/](http://www.thailawforum.com/database1/Ministry-of-Resources-and-Environment-10.html)

[Ministry-of-Resources-and-Environment-](http://www.thailawforum.com/database1/Ministry-of-Resources-and-Environment-10.html)

[10.html](http://www.thailawforum.com/database1/Ministry-of-Resources-and-Environment-10.html).

บริษัทไฟฟ้าหงสาจำกัด. (2548, 7 กรกฎาคม). ดำรัสว่า

ด้วยการทดแทนค่าเสียหาย และการโยกย้าย

จัดสรรประชาชนจากโครงการพัฒนา.

เอกสารเลขที่ 192/นย. แปลโดยฝ่ายพัฒนา

สังคม บริษัทไฟฟ้าหงสาจำกัด.

(2548, 11 พฤศจิกายน). ข้อกำหนดว่าด้วย

การจัดตั้งปฏิบัติทดแทนค่าเสียหายและ

การโยกย้ายจัดสรรประชาชนจากโครงการ

พัฒนา. เอกสารเลขที่ 2432/อวตส-สนก.

แปลโดยฝ่ายพัฒนาสังคม. บริษัทไฟฟ้าหงสา

จำกัด.

(2551, 5 มีนาคม). ข้อตกลงว่าด้วยการ

แต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม

โยกย้ายจัดสรรประชาชน ขึ้นศูนย์กลาง

สำหรับโครงการไฟฟ้าพลังงานความร้อน

หงสา. เอกสารเลขที่ 25/นย. แปลโดยฝ่าย

พัฒนาสังคม. บริษัทไฟฟ้าหงสาจำกัด.

_____. (2552, 30 พฤศจิกายน). สัญญาสัมปทานโครงการไฟฟ้าพลังงานความร้อนหงสา ระหว่างรัฐบาลแห่ง สปป ลาว และ บริษัทไฟฟ้าหงสาจำกัด. เอกสารเลขที่ 25/นย. แปลโดยฝ่ายพัฒนาสังคม. บริษัทไฟฟ้าหงสาจำกัด.

พระราชบัญญัติว่าด้วยการเวนคืนอสังหาริมทรัพย์ พ.ศ. 2530 หัวหน้าคณะกรรมการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมและโยกย้ายจัดสรรขั้นศูนย์กลาง. (2553). ข้อกำหนดว่าด้วยนโยบายการโยกย้ายจัดสรร ทดแทนค่าเสียหาย และฟื้นฟูอาชีพผู้ได้รับผลกระทบจากโครงการไฟฟ้าพลังงานความร้อนหงสา. เอกสารเลขที่ 180/จข.ชย. แปลโดยฝ่ายพัฒนาสังคม. บริษัทไฟฟ้าหงสาจำกัด.

ไฟฟ้าหงสา. (2558). บทนำเสนอ Best Practice: การโยกย้ายจัดสรร และฟื้นฟูอาชีพประชาชนผู้ได้รับผลกระทบโครงการไฟฟ้าหงสา เมืองหงสา แขวงไชยະบุรี สปป ลาว. ม.ป.ท.

ศูนย์อาเซียน สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (F.T.I ASEAN Center Thailand – FACT). ข้อมูลการค้าการลงทุนลาว. ค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2560, จาก <http://www.fact.fti.or.th/th/ภาพรวมประเทศ-ลาว/>

สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ เวียงจันทน์. (2560). ข้อมูลเกี่ยวกับ สปป ลาว และความร่วมมือไทย-ลาว. ค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2560, จาก <http://vientiane.thaiembassy.org/th/about/>

สุรธานี ภูสุวรรณ. (2558). เส้นทางพัฒนาชุมชนเมืองหงสา สู่อุตสาหกรรมพลังงาน: โครงการไฟฟ้าหงสาโครงการแรกใน สปป

ลาว ที่ใช้พลังงานความร้อนจากถ่านหิน (The Development Journey of Hongsa Communities towards Graduation from the Least Development Countries. สปป.ลาว : ไฟฟ้าหงสา.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมและโยกย้ายจัดสรรขั้นศูนย์กลาง. (2554). ข้อกำหนดว่าด้วยการจัดตั้งและการเคลื่อนไหวของหน่วยงานคุ้มครองการโยกย้ายจัดสรร และฟื้นฟูชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากโครงการไฟฟ้าพลังงานความร้อนหงสา. ใน เอกสารเลขที่ 890/จข.ชย. แปลโดยฝ่ายพัฒนาสังคม. บริษัทไฟฟ้าหงสา จำกัด.

International Finance Corporation (IFC). (2017) Handbook for Preparing a Resettlement Action Plan. Retrieved from <http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/22ad720048855b25880cda6a6515bb18/Resettlement-Handbook.PDF?MOD=AJPERES>.

Phusuwan, S. Xayalath, L. Pongpa-ngan. (2015). Challenging Hongsa Resettlement and Livelihoods The First Mine-Mouth Power Plant Project in Lao PDRS. Retrieved from [http://conferences.iaia.org/2015/Final-Papers/Phusuwan, Suranee-Challenging Hongsa Resettlement and Livelihoods.pdf](http://conferences.iaia.org/2015/Final-Papers/Phusuwan,%20Suranee-Challenging%20Hongsa%20Resettlement%20and%20Livelihoods.pdf)

ข้อบัญญัติท้องถิ่นต้นแบบเพื่อบูรณาการการจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านขยะ น้ำเสีย และตลาด Local Regulation Model for the Integration of Environmental Management on Garbage, Waste Water, and Market

วรรณวรางค์ ศุทธชัย¹ สุณีย์ มัลลิกะมาลัย²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำข้อบัญญัติท้องถิ่นเป็นกฎหมายต้นแบบเพื่อบูรณาการการจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านขยะ น้ำเสียและตลาด ให้ท้องถิ่นเป็นเมืองน่าอยู่ โดยใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพประกอบด้วยการวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก การมีส่วนร่วมออกแบบ-ร่วมออกแบบ และการรับฟังความคิดเห็น

การวิจัยพบว่าสาเหตุที่ทำให้ท้องถิ่นไม่เป็นเมืองน่าอยู่เพราะขยะ น้ำเสีย และตลาด เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของพื้นที่ร่วมกัน และกฎหมายให้อำนาจจัดการแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ไม่กำหนดให้องค์กรประชาชนมีส่วนร่วมจัดการด้วย และกฎหมายที่ใช้บังคับมีลักษณะของกฎหมายแยกฉบับกันทำให้ขาดความต่อเนื่องในการจัดการ การตราข้อบัญญัติท้องถิ่นต้นแบบเพื่อบูรณาการการจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านขยะ น้ำเสีย และตลาด มีโครงสร้างประกอบด้วย ลักษณะ 1 บททั่วไป ลักษณะ 2 คณะกรรมการจัดการขยะ น้ำเสีย และตลาด ลักษณะ 3 การจัดการขยะ ลักษณะ 4 การจัดการน้ำเสีย และลักษณะ 5 การจัดการตลาด

การวิจัยเสนอแนะให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดทำข้อบัญญัติท้องถิ่นเพื่อบูรณาการการจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านขยะ น้ำเสีย และตลาดตามแนวทางของข้อบัญญัติท้องถิ่นต้นแบบ และข้อเสนอแนะประเด็นวิจัยต่อไป คือ การบังคับใช้ข้อบัญญัติท้องถิ่นว่าด้วยการจัดการ ขยะ น้ำเสีย และตลาด เพื่อให้ท้องถิ่นเป็นเมืองน่าอยู่

คำสำคัญ : เมืองน่าอยู่ การจัดการสิ่งแวดล้อม ขยะ น้ำเสีย ตลาด ข้อบัญญัติท้องถิ่น

Abstract

The objective of this research is to create the model of resettlement management for power plant project. The research focuses on Hongsa Power Plant Project, Xayaboury, Lao PDR. The research methodology is a qualitative research including documentary research, in-depth interview, focus group, and hearing.

The research found out that the effectiveness of the resettlement management comprising of 7 factors of a process including disclosure of project information and public participation; land acquisition and compensation; development of resettlement site; physical relocation and transitional

¹ นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม E-Mail: matharin46@hotmail.com

² อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม E-Mail: sunee.ma@spu.ac.th

support; livelihoods restoration and rehabilitation; grievance redress; and baseline data management of the re-settlers.

The research recommendation is to comply with the research findings in Thailand by setting up policy at the national level, and operational level in order to prevent the conflict and project resistance and providing satisfaction from the benefit of the project. Further research recommendation is “The Improvement of Quality of Lives of the Re-settlers after Relocation”; and “Health Surveillance from Power Plant of the Re-settlers after Relocation”.

Keywords: Mega project, Resettlement, Development, Rehabilitation, Grievance Redress

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ในความปกครองดูแลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เป็นเมืองน่าอยู่นั้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถจัดการแก้ไขปัญหใน 3 ด้าน คือ การมีสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและที่อยู่สะอาด มีชุมชนเข้มแข็งช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ไม่เอารัดเอาเปรียบกัน และประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนด ควบคุม ตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องที่มีผลกระทบต่อสุขภาพ ซึ่งปัญหาทั้ง 3 ด้านนี้ประกอบด้วยปัญหาขยะ ปัญหาน้ำเน่าเสีย และปัญหาความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของตลาด ปัญหาเหล่านี้จัดว่าเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในเมืองทุกแห่งของประเทศ และเป็นปัญหาที่อยู่ในอำนาจหน้าที่โดยตรงขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่จะต้องดำเนินการจัดการแก้ไขเพื่อสร้างพื้นที่ในปกครองให้มีสิ่งแวดล้อมที่ดีอันจะทำให้ท้องถิ่นนั้น ๆ ความเป็นเมืองน่าอยู่

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้สภาพปัญหาของการเป็นเมืองไม่น่าอยู่ในชุมชนเมืองแต่ละแห่งล้วนแต่มีสภาพปัญหาที่ไม่แตกต่างกันมากนัก กล่าวคือ ปัญหาทางกายภาพทางด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งมีปัญหที่สำคัญอยู่ 3 ด้าน ได้แก่ ปัญหาการจัดการขยะ ปัญหาน้ำเสียจากชุมชน และปัญหาความสะอาดและเป็นระเบียบ

เรียบร้อยของตลาด ซึ่งเป็นปัญหาที่สะท้อนให้เห็นถึงความไม่สะอาด ความไม่ระเบียบเรียบร้อยของเมือง ซึ่งหากต้องการจัดการให้เมืองมีความเป็นเมืองน่าอยู่นั้น มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องจัดการกับปัญหาทางกายภาพดังกล่าวมานั้นซึ่งเป็นอำนาจหน้าที่โดยตรงขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามหลักการกระจายอำนาจจากราชการส่วนกลาง เช่น การจัดการขยะ และการจัดระเบียบตลาด ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 กำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้บังคับใช้กฎหมาย การจัดการน้ำเสียชุมชน ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2535 และ พระราชบัญญัติจัดตั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใน 5 รูปแบบ แต่สิ่งที่เป็นปัญหาก็คือ แม้กฎหมายจะให้อำนาจและหน้าที่แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการกับปัญหาทั้ง 3 ด้านก็ตามแต่การใช้อำนาจหน้าที่ลงไปสู่การปฏิบัติหรือการบังคับใช้กฎหมายยังมีความจำเป็นที่จะต้องมีความหมายระดับท้องถิ่นที่จะรองรับการใช้อำนาจ ในการกำหนดรายละเอียด ขอบเขตแห่งอำนาจหน้าที่ กับกระบวนการดำเนินการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมทั้งกำหนดให้เป็นหน้าที่ของประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการด้วย และอย่างไรก็ตามแม้ว่าใน

ปัจจุบันจะมีข้อบัญญัติท้องถิ่นว่าด้วยการจัดการปัญหา ทั้ง 3 ด้านก็ตาม แต่ก็ยังคงมีลักษณะเฉพาะที่ไม่มีรายละเอียดที่ชัดเจน และมีลักษณะของกฎหมายแยกฉบับกันทำให้ขาดความต่อเนื่องในการจัดการ ทั้ง ๆ ที่ปัญหาทั้ง 3 ด้านเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกันและเป็นปัญหาการจัดการเพื่อความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย และการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชนซึ่งส่งผลให้ชุมชนมีความน่าอยู่

ในการวิจัยนี้มีเป้าหมายคือการจัดทำข้อบัญญัติท้องถิ่นต้นแบบเพื่อบูรณาการการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านขยะ น้ำเสีย และตลาด เพื่อให้เป็นกฎหมายระดับท้องถิ่นที่เป็นต้นแบบสำหรับเทศบาลหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น ที่สามารถนำไปใช้เป็นแบบอย่างหรือประยุกต์ใช้ได้หากมีความประสงค์ที่จะทำให้พื้นที่ปกครองในความดูแลได้พัฒนาให้มีความเป็นเมืองน่าอยู่ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาและวิจัยบทบาทและอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นให้มีความน่าอยู่

1.2.2 เพื่อจัดทำข้อบัญญัติท้องถิ่นต้นแบบเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านขยะ น้ำเสีย และตลาด

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยกำหนดขอบเขตการศึกษาและวิเคราะห์เฉพาะ ปัญหาขยะจากครัวเรือน ปัญหาน้ำเสียชุมชน และการจัดระเบียบตลาด โดยพื้นที่ศึกษาเป็นเทศบาลเมืองขอนแก่น ซึ่งมีสภาพปัญหาไม่แตกต่างจากเทศบาลอื่น ๆ ทั่วประเทศ เป็นพื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ และกำหนดขอบเขตคำตอบการวิจัยเป็นการจัดทำข้อบัญญัติท้องถิ่นต้นแบบว่าด้วยการจัดการขยะ น้ำเสีย และตลาด คำว่า “ขยะ” ในการวิจัยนี้ หมายรวมถึงมูลฝอยตามที่กำหนดในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

2.วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีวิทยาการวิจัยที่ใช้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) แยกเป็นการวิจัยเอกสาร (Documentary research) ประกอบด้วย ทฤษฎีหลักการ และกฎหมายของประเทศไทย และต่างประเทศ คือ สาธารณรัฐสิงคโปร์ Environmental Protection and Management Act,1999, Environmental Public Health Act,1987 Sewerage and Drainage Act,1999. และ ออสเตรเลีย Local Government Act, 1993, Environment Protection Act, 1997 Environment Protection and Biodiversity Conservation Act, 1999, National Environment Protection Council Act 1994 และผลงานวิจัยของไทยและของต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เป็นการสัมภาษณ์ประชากรเชิงลึก จำนวน 10 คน การมีส่วนร่วมออกแบบ-ร่วมออกแบบ (Participatory design, Co-design) กลุ่มประชากรผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง (Stakeholders) จำนวน 16 และการรับฟังความคิดเห็น (Hearing) จากผู้ที่เกี่ยวข้อง เมื่อได้ผลการวิจัยเพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่นำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขให้วิจัยมีความสมบูรณ์มากขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบูรณาการจากการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก การมีส่วนร่วมออกแบบ และการรับฟังความคิดเห็นเพื่อให้ได้คำตอบสำหรับการจัดทำเป็นข้อบัญญัติท้องถิ่นต้นแบบ (Local Regulation Model) เพื่อบูรณาการการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านขยะ น้ำเสีย และตลาด

3. สรุปผลการวิจัย

การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ท้องถิ่นเป็นเมืองน่าอยู่นั้น มีข้อพิจารณา 3 ด้าน คือ

3.1 องค์การจัดการ การวิจัยพบว่าสิงคโปร์มี องค์การด้านสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ (National Environment Agency) และเครือรัฐออสเตรเลียมี Environment Protection Authority:EPA ทั้งในระดับเครือรัฐและระดับท้องถิ่น ส่วนในประเทศไทยนั้น องค์การที่มีอำนาจหน้าที่ในการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านขยะ น้ำเสียและตลาด มีความสำคัญเนื่องจาก เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ในการดำเนินการเพื่อจัดการขยะ น้ำเสีย และตลาด ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ดังนั้น จึงต้องเป็นองค์กรในระดับท้องถิ่น ได้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และ คณะกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านขยะ น้ำเสีย และ ตลาด ซึ่งเป็นคณะกรรมการที่เพิ่มเติมขึ้นจากกฎหมายเดิม เพื่อทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ควบคุม ตรวจสอบ และดูแลการจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3.2 มาตรการจัดการ มาตรการในการจัดการกับปัญหาสิ่งแวดล้อมทั้ง 3 ด้าน ได้แก่

1) ปัญหาขยะ สิงคโปร์มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ Environmental Protection and Management Act,1999 และ Environmental Public Health Act,1987 ส่วนเครือรัฐออสเตรเลียนั้น มีการประกาศนโยบายขยะ และมีกฎหมายที่เกี่ยวกับการจัดการขยะ ได้แก่ Environment Protection Act, 1997 และ National Environment Protection Council Act 1994 ส่วนการจัดการขยะในประเทศไทยนั้นมีมาตรการที่กำหนดไว้ในกฎหมายปัจจุบันกำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีอำนาจหน้าที่ในการเก็บ ขน และกำจัดขยะ และกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบการและประชาชนให้มีส่วนร่วมในการจัดการขยะ โดยการเก็บรวบรวม และ นำขยะมาทิ้งในภาชนะหรือตามจุดที่กำหนดไว้เพื่อรอการเก็บ ขน นำไปกำจัด แต่ไม่มีมาตรการที่กำหนดให้มีการคัดแยกขยะ และเก็บรวบรวมขยะตามประเภทขยะ ซึ่งเป็นมาตรการที่สามารถช่วยลดปริมาณขยะที่เกิดขึ้นและต้องกำจัด

2) ปัญหาน้ำเสีย สิงคโปร์มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ Environmental Protection and Management Act,1999 และเครือรัฐออสเตรเลียมี Environment Protection and Biodiversity Conservation Act, 1999 ส่วนในประเทศไทยปัจจุบันผู้ประกอบการและประชาชนต่าง ๆ มีหน้าที่จัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียตามลักษณะและประเภทของอาคารบ้านเรือนของตนตามที่กำหนด ไว้ในกฎหมายควบคุมอาคาร และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่กำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยในการบำบัดน้ำเสียที่มาจากอาคาร บ้านเรือนและสถานที่ต่าง ๆ ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น พบว่า มีระบบบำบัดน้ำเสียรวมซึ่งทำหน้าที่ในการบำบัดน้ำเสียจากที่ต่าง ๆ ให้น้ำเสียเหล่านั้นเป็นน้ำทิ้งที่มีค่ามาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด โดยระบบบำบัดน้ำเสียรวมบางแห่งต้องรองรับน้ำเสียจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น ๆ ที่อยู่ใกล้เคียง เนื่องจากปัจจุบันนี้้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบางแห่งยังไม่มีระบบบำบัดน้ำเสียรวม

3) ปัญหาตลาด เนื่องจากกิจกรรมต่าง ๆ ของตลาดทุกแห่ง ล้วนแต่เป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดขยะ และน้ำเสีย ซึ่งสิงคโปร์มีกฎหมายที่เกี่ยวกับการจัดการตลาด ได้แก่ Environmental Public Health Act,1987 ส่วนในประเทศไทยนั้นมีการทรวางว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ. 2551 ซึ่งพบว่ากฎหมายที่เกี่ยวข้องในปัจจุบันที่เกี่ยวกับการจัดการขยะ และน้ำเสียของตลาดยังขาดมาตรการที่เหมาะสมในการจัดการให้ตลาดเกิดความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย

4) การมีส่วนร่วมของประชาชน เนื่องจากปัญหาสิ่งแวดล้อมทั้ง 3 ด้าน เป็นปัญหาที่ประชาชนเป็นผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง ทั้งในฐานะผู้ที่ก่อให้เกิดขยะ น้ำเสียและตลาด ทั้งยังเป็นผู้ได้รับผลกระทบโดยตรงจากปัญหาของขยะ น้ำเสียและตลาด ดังนั้น หากให้โอกาสแก่ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการจะทำให้การจัดการปัญหาทั้ง 3 ด้าน

เกิดประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการของผู้ที่ได้รับผลกระทบ

3.3 สภาพบังคับตามกฎหมาย ผลการศึกษาพบว่าในประเทศไทยนั้นกฎหมายที่ใช้จัดการสิ่งแวดล้อมด้านขยะ น้ำเสีย และตลานั้นมีบัญญัติไว้ในกฎหมายหลายฉบับ ทำให้มีลักษณะการจัดการแบบต่างคนต่างทำ และขาดความต่อเนื่องในการจัดการ ทั้ง ๆ ที่การจัดการขยะ น้ำเสียและตลานั้น เป็นการจัดการโดยมีเป้าหมายเดียวกันคือ เพื่อให้เกิดความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของพื้นที่

ผลการวิจัยพบว่าเมืองที่มีสิ่งแวดล้อมที่ดี สะอาด และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เป็นองค์ประกอบประการหนึ่งของความเป็นเมืองน่าอยู่ ซึ่งสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่เกี่ยวข้องและแสดงถึงความเป็นเมืองน่าอยู่นั้นมีอยู่ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านขยะ น้ำเสีย และตลานั้น ซึ่งปัจจุบันนี้แม้สิ่งแวดล้อมทั้ง 3 ด้าน จะมีความเกี่ยวเนื่องกันในลักษณะที่ถ้ามีการจัดการที่ไม่ดีแล้ว จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้ง 3 ด้าน ทำให้เกิดความไม่สะอาด ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย และทำให้เป็นเมืองไม่น่าอยู่ ซึ่งปัญหาเหล่านี้เกิดขึ้นในแทบจะทุกท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทศบาล เนื่องจากเทศบาลเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่งที่เป็นชุมชนขนาดใหญ่ และแม้ว่าจะจะมีการออกกฎหมายระดับท้องถิ่นให้ท้องถิ่นใช้ในการดำเนินการเพื่อจัดการกับปัญหาสิ่งแวดล้อมทั้ง 3 ด้าน ก็เป็นในลักษณะของกฎหมายที่ไม่มีความเชื่อมโยงเกี่ยวเนื่องกัน ทั้ง ๆ ที่ปัญหาทั้ง 3 ด้านนั้น เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบในเรื่องเดียวกันคือ ทำให้เกิดความไม่สะอาด ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย และทำให้เป็นเมืองไม่น่าอยู่

คำตอบที่ได้มาจากการวิจัยดังกล่าวจะทำให้การจัดการสิ่งแวดล้อมทางกายภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเกิดประสิทธิภาพที่จะทำให้อาณาเขตต่าง ๆ มีความเป็นเมืองน่าอยู่ คำตอบที่ได้มาจึงนำไปสู่การจัดทำเป็นข้อบัญญัติท้องถิ่นเพื่อการบูรณา

การการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านขยะ น้ำเสีย และตลานั้น

โครงสร้างของข้อบัญญัติท้องถิ่นเพื่อการบูรณาการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านขยะ น้ำเสีย และตลานั้น ประกอบด้วยบทบัญญัติจำนวน 21 ข้อ แบ่งเป็น 5 ลักษณะ โดยเป็นส่วนนำมี 4 ข้อ ลักษณะ 1 บททั่วไป 1 ข้อ ลักษณะ 2 คณะกรรมการจัดการขยะ น้ำเสีย และตลานั้น 4 ข้อ ลักษณะ 3 การจัดการขยะ 5 ข้อ ลักษณะ 4 การจัดการน้ำเสีย 2 ข้อ และลักษณะ 5 การจัดการตลานั้น 5 ข้อ

4. อภิปรายผล

การจัดการสิ่งแวดล้อมด้านขยะ น้ำเสีย และตลานั้นในต่างประเทศ เช่น สาธารณรัฐสิงคโปร์ บรูไนดารุสซาลาม เจนีวา และคณะ (2558) อธิบายในกฎหมายของประเทศ สิงคโปร์และข้อมูลกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสังคม วัฒนธรรม การเมือง และความมั่นคงของประเทศ สิงคโปร์ ว่าสิงคโปร์แม้จะเป็นประเทศที่เป็นเกาะขนาดเล็ก มีพื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติจำกัด แต่เนื่องจากการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี ทำให้สิงคโปร์เป็นประเทศที่ได้รับการยกย่องว่ามีความสะอาดมาก เนื่องจากมีหน่วยงานรัฐบาลที่ดูแลรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อมคือ องค์การด้านสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ (National Environment Agency: NEA) มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม คือ Environmental Protection and Management Act 1999 (Chapter 94A) และ Environmental Public Health Act (Chapter 95) 1987 การจัดการขยะในประเทศสิงคโปร์อยู่ภายใต้การควบคุมของหน่วยงาน Waste Management Department ของรัฐบาล มีการกำหนดเป้าหมายไว้ในอนาคตสิงคโปร์จะต้องเป็นเมืองที่ปราศจากขยะ มีการจัดการที่เรียกว่า Singapore Green Plan โดย รมรณรงค์ให้ประชาชนตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม และช่วยกันลดปริมาณขยะด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การคัดแยกขยะ และให้ความสำคัญของการมีส่วนร่วม

ร่วมของประชาชนในการจัดเก็บและคัดแยกขยะกันตั้งแต่ภายในครัวเรือน และเสียค่าธรรมเนียมในการจัดขยะให้กับทางรัฐบาล

การจัดการน้ำเสียในประเทศสิงคโปร์ NEA ได้มีการควบคุมมลพิษทางน้ำและคุณภาพในระบบท่อน้ำทิ้งของสิงคโปร์เช่นเดียวกับแหล่งน้ำและพื้นที่ชายฝั่งทะเล โดยน้ำเสียทั้งหมดจะต้องถูกล่อยในระบบท่อน้ำทิ้งสาธารณะ ทั้งนี้ การปล่อยน้ำเสียลงท่อระบายน้ำเปิดคลอง และแม่น้ำ จะอยู่ภายใต้การควบคุมโดย Environment Protection and Management Act 1999 (EPMA) และ NEA's Pollution Control Department (PCD) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับระบบท่อน้ำและการระบายน้ำหรือของเสียทางท่อในสิงคโปร์คือ Sewerage and Drainage Act 1999

การจัดการ ตลาดในประเทศสิงคโปร์นั้น NEA ได้ดูแลจัดการและควบคุมการจัดการโดย ออกมาตรการบังคับใช้อย่างเข้มงวด เช่น ค่าปรับ ถ้ามีการทำผิดกฎรักษาความสะอาดกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาด ได้แก่ Environmental Public Health Act 1987 กฎหมายฉบับนี้มุ่งเน้นการปกป้องสิ่งแวดล้อมในชุมชน โดยมีบทบัญญัติที่ห้ามมิให้มีการตั้งร้านค้า แผงลอย หรือหาบเร่เพื่อจำหน่ายอาหารหรือสินค้าในที่สาธารณะหรือบนถนน

เครือรัฐออสเตรเลียมีการจัดการขยะ และน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพจนเมืองในออสเตรเลีย เช่น ซิดนีย์ได้รับการจัดอันดับให้เป็นเมืองที่น่าอยู่ติดต่อกันหลายปี การปกครองแบ่งออกเป็น 3 ระดับได้แก่ การปกครองในระดับสหพันธรัฐ (Federal) ระดับมลรัฐ (State of Territory) และระดับท้องถิ่น (Local administration) โดยการปกครองระดับมลรัฐและระดับท้องถิ่นมีกฎหมายเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมและการมีส่วนร่วมของประชาชนของตนเองภายใต้ขอบเขตที่ได้รับมอบอำนาจและอยู่ภายใต้การควบคุมกำกับของสหพันธรัฐ ในแต่ละมลรัฐหรือเขตปกครองมีการตั้ง

หน่วยงานรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อม (Environment Protection Authority: EPA)

ประเทศออสเตรเลียมีการประกาศนโยบายเกี่ยวกับขยะแห่งชาติ (The National Waste Policy) ซึ่งพัฒนามาจากแนวคิดเกี่ยวกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญกับการนำขยะกลับมาใช้ใหม่หรือใช้ซ้ำ มีการกำหนดวิธีการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพและมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และมีการจัดตั้งแผนการจัดการขยะและกู้คืนทรัพยากรจนถึงปี ค.ศ.2020 ซึ่งเป็นการดำเนินงานด้วยความร่วมมือของรัฐบาลทั้งในระดับสหพันธรัฐ และระดับรัฐ กฎหมายเกี่ยวกับการจัดการขยะของประเทศออสเตรเลีย นั้น มีกฎหมายหลักของรัฐบาลกลาง ได้แก่ พระราชบัญญัติป้องกันสิ่งแวดล้อม ค.ศ.1997 (Environment Protection Act 1997) โดยกฎหมายฉบับนี้กำหนดให้ทุกมลรัฐมีคณะกรรมการจัดการขยะ (Waste Management Committee) ทำหน้าที่ในการประสานกับบุคลากรที่เกี่ยวข้อง และชุมชนซึ่งต้องมีส่วนร่วมทั้งท้องถิ่น ในการลดขยะและนำกลับมาใช้ใหม่โดย Environment Protection Act 1997 เป็นกฎหมายที่ใช้บังคับกับทั้งประเทศ ส่วนในระดับมลรัฐมีกฎหมายที่เกี่ยวกับการจัดการขยะของแต่ละมลรัฐที่กำหนดกระบวนการวิธีในการดำเนินการจัดการขยะ

การจัดการน้ำเสียในออสเตรเลียมีกฎหมายและกลไกการจัดการน้ำเสียทั้งในระดับรัฐบาลกลาง และรัฐบาลท้องถิ่น โดยมี Environment Protection and Biodiversity Conservation Act 1999 ซึ่งกำหนดกรอบการป้องกันและการจัดการด้านทรัพยากรธรรมชาติ และ National Environment Protection Council Act 1994 เป็นกฎหมายที่กำหนดมาตรการคุ้มครองประชาชนจากปัญหามลพิษ โดยในกฎหมายนี้กำหนดให้สภาคุ้มครองสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ มีหน้าที่กำหนดมาตรการควบคุมคุณภาพน้ำให้สะอาดอยู่เสมอ อีกทั้งในระดับมลรัฐก็มีกฎหมายของตนเองในการจัดการน้ำ

เช่น มลรัฐนิวเซาท์เวลส์ ซึ่งมีเมืองหลวงคือ ซิดนีย์ที่ได้รับ การจัดอันดับว่าเป็นเมืองน่าอยู่ของโลก มีกฎหมาย เช่น Local Government 1993 ซึ่งกำหนดให้สภาท้องถิ่นมีหน้าที่จัดเก็บค่าบริการในการให้บริการจัดการของเสีย ของที่ดินแต่ละแปลง รวมถึงมีการกำหนดหน้าที่ในการให้บริการของสภาท้องถิ่น และการจัดการของเสีย การจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการระบายน้ำ หรือของเสีย

การจัดการปัญหาขยะในประเทศไทยนั้น มีองค์กรที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับปัญหามลพิษในประเทศไทย คือ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการกำหนดนโยบายและวางแผนในการจัดการปัญหามลพิษ และมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการมลพิษ ได้แก่ พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ซึ่งได้กำหนดให้ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานหลักที่มีอำนาจหน้าที่ในการจัดการขยะมูลฝอยภายในเขตอำนาจของตน และให้มีอำนาจออกข้อบัญญัติท้องถิ่นของตนเพื่อกำหนด รายละเอียด ขั้นตอน และวิธีการดำเนินการในการเก็บ ขน และกำจัดมูลฝอย ส่วนการจัดการน้ำเสียนั้นกฎหมายจัดตั้งองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นทั้ง 5 ประเภท คือ เทศบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล เมืองพัทยา และกรุงเทพมหานคร ได้กำหนดให้แต่ละท้องถิ่นมีอำนาจในการจัดให้มีน้ำสะอาด และควบคุมให้อาคารสถานที่ต่าง ๆ มีระบบบำบัดน้ำเสียตามลักษณะและประเภทของอาคารที่กำหนดในกฎกระทรวง และในส่วนของการจัดการตลาด ซึ่งในการวิจัยนี้มุ่งไปที่การจัดการเฉพาะด้านมูลฝอย และน้ำเสีย มีมาตรการทางกฎหมาย ได้แก่ กฎกระทรวงว่าด้วย สุขลักษณะของตลาดพ.ศ. 2551 ที่กำหนดให้ตลาดต้องจัดให้มีสถานที่ทิ้งขยะ และมีระบบบำบัดน้ำเสียตามขนาดและประเภทของตลาด

เมื่อเปรียบเทียบการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านมูลฝอย น้ำเสียและตลาดของต่างประเทศกับของ

ประเทศไทยแล้ว พบว่าการจัดการสิ่งแวดล้อมทั้ง 3 ด้านของต่างประเทศ มีหน่วยงานที่รับผิดชอบทั้งในระดับรัฐบาลกลางและระดับท้องถิ่น เช่นเดียวกับประเทศไทย ส่วนกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการนั้นทุกประเทศรวมทั้งประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องในระดับรัฐบาลกลางและระดับท้องถิ่น มีเพียงสาธารณรัฐสิงคโปร์ที่ไม่มีกฎหมายในระดับท้องถิ่น เนื่องจากสิงคโปร์เป็นประเทศขนาดเล็กที่มีการปกครองระดับรัฐบาลกลางเท่านั้น ส่วนมาตรการในการจัดการที่มีในต่างประเทศทุกประเทศได้แก่ การคัดแยกมูลฝอย การลดปริมาณมูลฝอย การนำกลับมาใช้ใหม่ และมูลฝอยเป็นศูนย์ ในขณะที่ประเทศไทยมีเพียงมาตรการเดียวที่กำหนดไว้ในกฎหมาย คือ การห้ามทิ้งมูลฝอยในที่สาธารณะ และแม้ว่าจะมีการออกกฎหมายระดับท้องถิ่นให้ท้องถิ่นใช้ในการดำเนินการเพื่อจัดการกับปัญหาสิ่งแวดล้อมทั้ง 3 ด้าน ก็เป็นในลักษณะของกฎหมายที่ไม่มีความเชื่อมโยงเกี่ยวเนื่องกัน ทั้ง ๆ ที่ปัญหาทั้ง 3 ด้านนั้น เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบในเรื่องเดียวกันคือ ทำให้เกิดความไม่สะอาด ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย และทำให้เป็นเมืองไม่น่าอยู่ จึงนำไปสู่การวิจัยเพื่อให้ได้คำตอบที่จะใช้ในการจัดทำเป็นข้อบัญญัติท้องถิ่นเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านขยะ น้ำเสีย และตลาด เพื่อให้ท้องถิ่นต่าง ๆ สามารถนำไปใช้ในการบูรณาการเพื่อการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมด้านมูลฝอย น้ำเสีย และตลาด ของท้องถิ่น ให้เกิดความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย และเป็นท้องถิ่นที่น่าอยู่

5. ข้อเสนอแนะ

จากผลของการวิจัยสรุปได้ว่าข้อบัญญัติท้องถิ่นต้นแบบเพื่อบูรณาการการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านขยะ น้ำเสีย และตลาด ที่จัดทำขึ้นมาเพื่อให้เป็นต้นแบบของกฎหมายให้แก่องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นต่าง ๆ ในการจัดการกับสิ่งแวดล้อมทั้ง 3 ด้านใน

เชิงบูรณาการการจัดการโดยให้องค์กรภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการจัดการด้วยซึ่งก็จะส่งผลต่อการทำให้พื้นที่ปกครองเป็นเมืองน่าอยู่ได้ และในการจัดการนั้นการวิจัยเสนอแนะให้ดำเนินการดังนี้

5.1 การให้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องสภาพปัญหาขยะ น้ำเสียและตลาดที่ส่งผลต่อการเป็นเมืองน่าอยู่ให้องค์กรเอกชนและประชาชนพึงจะได้รับรู้เพื่อเป็นการสร้างความตระหนักให้เกิดขึ้นโดยมีเป้าหมายคือการสร้างจิตสำนึกรักษาพื้นที่เพื่อนำไปสู่การส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการด้วย

5.2 กำหนดแนวทางและขั้นตอนของการมีส่วนร่วมขององค์กรเอกชน โดย เริ่มจากการคัดแยกขยะตามประเภทขยะ การ reuse และ recycle ขยะ เพื่อดำเนินการจัดจำหน่ายให้เป็นรายได้ของเจ้าของขยะหรือเป็นรายได้ของชุมชน ซึ่งอาจจัดทำเป็นกองทุนขยะสำหรับเป็นเงินได้ชุมชนในการนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาชุมชนให้เป็นเมืองน่าอยู่ต่อไป การจัดการน้ำเสีย การให้เอกชนจัดการตลาดด้านขยะและน้ำเสีย

5.3 การบังคับใช้กฎหมาย เนื่องจากกฎหมายเกี่ยวกับการจัดการปัญหาขยะ น้ำเสีย และตลาดมีการกำหนดสภาพบังคับทางกฎหมาย คือ มีทั้งโทษปรับ โทษจำคุก หรือทั้งจำทั้งปรับ ตามบทบัญญัติกฎหมายระดับพระราชบัญญัติแต่ขอบเขตแห่งอำนาจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีได้เพียงการใช้อำนาจทางปกครองลงโทษปรับกรณีที่มีการฝ่าฝืนหรือละเมิดไม่ปฏิบัติตามข้อบัญญัติท้องถิ่นเท่านั้น จึงเป็นปัญหาของประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมายที่ส่งผลให้ประชาชนไม่เกรงกลัวกฎหมาย การวิจัยจึงมีข้อเสนอแนะให้มีการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายระดับพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องนั้นก็คือพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ.2535 และพระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ.2535 ในหมวดว่าด้วยบทกำหนดโทษโดยการเพิ่มบทบัญญัติให้ใช้มาตรการทาง

สังคมแทนการลงโทษปรับหรือจำ เช่น การให้ทำงานเพื่อสาธารณประโยชน์ เช่นลงโทษด้วยการกวาดพื้นที่ หรือคอยเฝ้าระวังมิให้มี การกระทำความผิดเกิดขึ้น เป็นต้น ซึ่งหากมีการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายดังกล่าวแล้วย่อมหมายความว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นก็สามารถที่จะจัดทำเป็นข้อบัญญัติ ท้องตามที่กฎหมายกำหนดไว้

5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป คือ ควรมีการทำการวิจัยการบังคับใช้ ข้อบัญญัติท้องถิ่นต้นแบบเพื่อการบูรณาการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านขยะ น้ำเสีย และตลาด ซึ่งเป็นคำตอบที่ได้จากการวิจัยเพื่อจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นให้เกิดประสิทธิภาพ จึงควรให้มีการทำการวิจัยแนวทางในการนำข้อบัญญัติท้องถิ่นท้องถิ่นฉบับนี้ไปสู่การบังคับใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการจัดการสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของท้องถิ่นให้มีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย ซึ่งจะส่งผลให้เป็นท้องถิ่นที่น่าอยู่

6. เอกสารอ้างอิง

ไชยยันตร์ กัมปนาทแสนยากร. (2538). เมืองน่าอยู่.

กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาสน์การพิมพ์.

บุญวรา ฐะมะโน เจนพิงพร และคณะ. (2558). รายงาน

ฉบับสมบูรณ์ เรื่อง “กฎหมายของประเทศสิงคโปร์และข้อมูลกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสังคม วัฒนธรรม การเมือง และความมั่นคงของประเทศสิงคโปร์. กรุงเทพฯ :

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

มูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย. (2558). ถอดรหัสเมือง

น่าอยู่. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แสงสว่างการพิมพ์.

สุนีย์ มัลลิกะมาลย์. (2545). การบังคับใช้กฎหมาย

สิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา (ประเทศไทย).

(2560). **กฎหมายและการจัดการ**

สิ่งแวดล้อมของเครือรัฐออสเตรเลีย.

สืบค้น เมื่อ 2 พฤศจิกายน 2560, จาก

[https://lawforasean.com/blog/2017/0](https://lawforasean.com/blog/2017/09/environmentalawa)

[9/environmentalawa](https://lawforasean.com/blog/2017/09/environmentalawa)

A. Kiss and D. Shelton, **Manual of European**

Environmental Law (Cambridge,

England: Grotius, 1993), pp. 26-28;

and United Nations Environment

Mostafa Kamal Tolba, **Evolving**

Environmental Perception from

Stockholm to Nairobi (London:

Butterworths, 1988),

Programme, The Stockholm Declaration, 1972 .

Retrieved December 11, 2019, from

<http://unep.org/Documents>.

Multilingual/Default.as

p?documentid=97&articleid=

1503.

Rimmer, P. J. and Howard, D. (2009). **The City**

in Southeast Asia. Singapore :

National University of Singapore

Press.

**ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของ
สถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1**
The Relationship between Creative Leadership of School Administrators and Effectiveness
of Schools under the Supervision of Phranakhon Si Ayutthaya Primary Education
Service Area Office 1

ขวัญฤทัย กุ์สาระ¹ นรินันท์ แมนผดุง² ชีระวัฒน์ มอนไธสง³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา 2) ประสิทธิผลของสถานศึกษา และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ครู จำนวน 348 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ที่มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเท่ากับ .98 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามประสิทธิผลของสถานศึกษา เท่ากับ .95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา โดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการมีวิสัยทัศน์ รองลงมา คือ ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์ 2) ประสิทธิผลของสถานศึกษา โดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาในสถานศึกษารองลงมา คือ ด้านความสามารถปรับเปลี่ยนและพัฒนาสถานศึกษา และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านความสามารถในการผลิตนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง และ 3) ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลของสถานศึกษาในระดับค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านที่มีความสัมพันธ์สูงสุด คือ ด้านการทำงานเป็นทีม รองลงมา คือ ด้านการมีความยืดหยุ่นและปรับตัว และด้านที่มีความสัมพันธ์ต่ำสุด คือ ด้านการมีวิสัยทัศน์

คำสำคัญ : ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ประสิทธิผลของสถานศึกษา

¹ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail : kwan_pusara@hotmail.com

² อาจารย์ ดร. สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

³ อาจารย์ ดร. สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

Abstract

This research was aimed to study 1) creative leadership of school administrators; 2) school effectiveness, and 3) the relationship between creative leadership of school administrators and school effectiveness. The study was conducted with 348 teachers working at schools under the supervision of Phranakhon Si Ayutthaya Primary Education Service Area Office 1. The sample group was acquired by a stratified sampling. The research instrument employed in this study was a five-rating scale questionnaire with a reliability to measure the creative leadership of school administrators at .98 and a reliability of the questionnaire to measure the school effectiveness at .95. Statistics employed in this research included mean, standard deviation, and Pearson Product Moment Correlation Coefficient.

The findings revealed that 1) creative leadership of school administrators overall and in each aspect were found in a high level. The highest mean score was found on vision, followed by individualism. The lowest mean score was found on creativity; 2) effectiveness of schools in overall and in each aspect were found in a high level. The highest mean score was found on the ability to solve problems in school and followed by the ability to make a change to and develop the school. The lowest mean score was found on the ability to enable students to acquire high learning efficiency, and 3) the creative leadership of school administrators showed positive relationship with effectiveness of schools in a high level at a statistical significant level of .01. The creative leadership of the school administrators showed the highest relationship on teamwork, followed by flexibility and adaptation. The lowest score of relationship was found on vision of the administrators.

Keywords: Creative leadership, Effectiveness of schools

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ภาวะผู้นำหรือความเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพนั้นมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรในอันที่จะดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้เป็นอย่างดี (สมคิด บางโม, 2555, หน้า 218) ดังนั้นสถานศึกษาจึงจำเป็นต้องอาศัยผู้นำที่ก้าวหน้าทันสมัย สร้างสรรค์ ตามทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกและสังคมพร้อมทั้งผลักดันให้คนอื่น ๆ ในสังคมร่วมมือและทำไปพร้อมกัน โดยภาวะผู้นำที่พูดถึงเรื่องคุณลักษณะ พฤติกรรม สถานการณ์ และเปลี่ยนสภาพหรือแลกเปลี่ยน คือ ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ (กิตติกาญจน์ ปฏิพันธ์, 2556, หน้า 34) โดยภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ คือ การติดต่อประสานงานกับบุคคลที่มีความคิดเห็นตรงกัน และกับบุคคลที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน เพื่อให้เกิดความสร้างสรรค์ในทุกสถานที่ และทุกระดับ (Harris, 2009, p. 12) แต่อย่างไร

ก็ตาม จากการสำรวจและวิเคราะห์ปัญหาของวิมล จันทร์แก้ว (2555, หน้า 1) กลับพบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาส่วนใหญ่ยังขาดภาวะผู้นำในด้านการสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพ ไม่ได้พัฒนาตนเองให้ปฏิบัติงานอย่างสร้างสรรค์ และกลัวการเปลี่ยนแปลงไม่ยอมรับสิ่งใหม่ ๆ ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา และการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาโดยภาพรวม

ดังที่กล่าวมาแล้วว่าภาวะผู้นำของผู้บริหารมีความสำคัญอย่างยิ่งในการบริหารงานให้สัมฤทธิ์ผล โดยภาวะผู้นำเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นว่าหน่วยงานนั้นมีลักษณะการปฏิบัติงานอย่างไร มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียงใด ซึ่งงานวิจัยของ สุภาพ ฤทธิ์บำรุง (2556, หน้า 3) ชี้ให้เห็นว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาและความมีประสิทธิภาพของโรงเรียน มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก โดยทุกด้านมีความสัมพันธ์กันในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความสำเร็จหรือประสิทธิผลของสถานศึกษาเป็นตัวบ่งชี้ หรือนำไปสู่ความสำเร็จของการจัดการศึกษา แต่อย่างไรก็ตาม แนวคิดประสิทธิผลขององค์กรยังไม่มีเกณฑ์ใดที่เป็นสากล และสามารถประเมินประสิทธิผลขององค์กรได้อย่างเหมาะสมในทุกสถานการณ์ และทุกองค์กร การประเมินประสิทธิผลจึงควรเลือกใช้ให้เหมาะสมกับองค์กรนั้น ๆ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดการประเมินประสิทธิผลสถานศึกษาจากฮอย และมิสเกล (Hoy & Miskel) (อ้างถึงใน พัฒนะสีหามู, 2553, หน้า 31) ซึ่งประกอบด้วยเกณฑ์การประเมิน 4 ด้าน คือ 1) ความสามารถผลิตนักเรียนให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง 2) ความสามารถในการพัฒนานักเรียนให้มีทัศนคติทางบวก 3) ความสามารถปรับเปลี่ยนและพัฒนาสถานศึกษา และ 4) ความสามารถในการแก้ปัญหาภายในสถานศึกษา

จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจที่จะวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางให้ผู้บริหารสถานศึกษาได้ปรับเปลี่ยนกระบวนการบริหารจัดการ และพัฒนาตนเองให้มีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ให้ทันต่อสภาวะความเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ส่งผลต่อประสิทธิผลสถานศึกษาที่ดี โดยที่ผู้เรียนมีความรู้ความสามารถตามมาตรฐานการศึกษาและพัฒนาสู่มาตรฐานสากลได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1

1.2.2 เพื่อศึกษาประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1

1.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของ

สถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 จำนวน 2,654 คน และ กลุ่มตัวอย่างใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 จำนวน 348 คน ได้มาโดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง กรณิทราบจำนวนประชากรของ ยามาเน (Yamane, 1973, p.126) แล้วสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling)

1.3.2 ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น ได้แก่ ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การมีวิสัยทัศน์ 2) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล 3) การมีความยืดหยุ่นและปรับตัว 4) การมีความคิดสร้างสรรค์ และ 5) การทำงานเป็นทีม

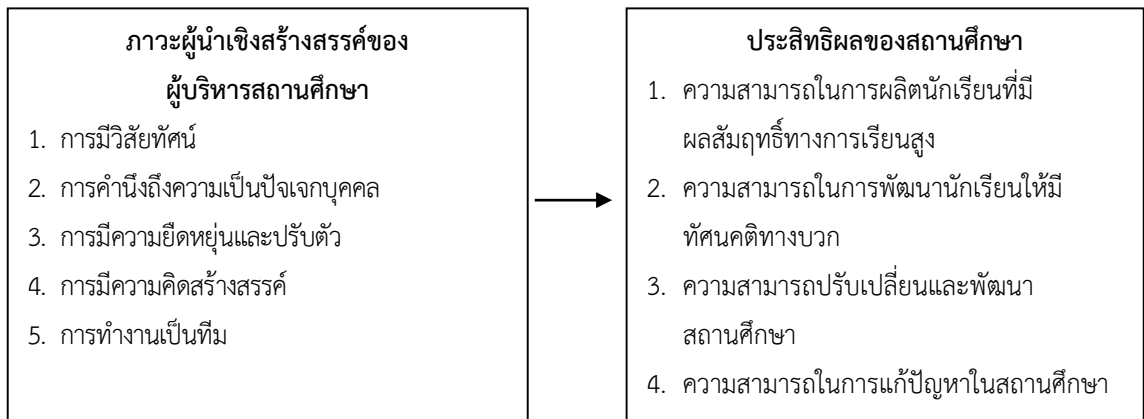
ตัวแปรตาม ได้แก่ ประสิทธิผลของสถานศึกษา ประกอบด้วย 4 เกณฑ์ คือ 1) ความสามารถผลิตนักเรียนให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง 2) ความสามารถในการพัฒนานักเรียนให้มีทัศนคติทางบวก 3) ความสามารถปรับเปลี่ยนและพัฒนาสถานศึกษา และ 4) ความสามารถในการแก้ปัญหาภายในสถานศึกษา

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การมีวิสัยทัศน์ 2) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล 3) การมีความยืดหยุ่นและปรับตัว 4) การมีความคิดสร้างสรรค์ และ 5) การทำงานเป็นทีม ตามแนวคิดของ กิตติกาญจน์ปฎิพันธ์ (2555, หน้า 35) และ เดลิช และโบรเนย์น (Delich & Broneyn, 2010, เว็บไซต์) และกำหนดกรอบแนวคิดประสิทธิผลของสถานศึกษา ซึ่งประกอบด้วยเกณฑ์การประเมิน 4 ด้าน

คือ 1) ความสามารถผลิตนักเรียนให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง 2) ความสามารถในการพัฒนานักเรียนให้มีทัศนคติทางบวก 3) ความสามารถปรับเปลี่ยนและพัฒนาสถานศึกษา และ 4) ความสามารถในการแก้ปัญหาภายในสถานศึกษา จากแนวคิดและงานวิจัยของ ฮอยและมิสเกล (Hoy & Miskel, 2001, p.398)

และ กนกวรรณ อินทร์น้อย (2553, หน้า 104) แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 จำนวน 2,654 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1, 2562, เว็บไซต์)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 จำนวน 348 คน ซึ่งผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการกำหนดตัวอย่าง กรณีทราบจำนวนประชากรของ ยามาเน (Yamane, 1973, p.126)

การสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) โดยนำจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ จำนวน 348 คน มาแบ่งสัดส่วนโดย

จำแนกตามอำเภอ แล้วจึงใช้การสุ่มแบบง่ายด้วยวิธีการจับสลาก

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้าง และพัฒนาขึ้น โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามแนวของ ลิเคิร์ท (Likert) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยมีเนื้อหาแบ่งเป็น 5 องค์ประกอบ จำนวน 38 ข้อ ได้แก่ 1) การมีวิสัยทัศน์ จำนวน 8 ข้อ 2) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล จำนวน 8 ข้อ

3) การมีความยืดหยุ่นและปรับตัว จำนวน 8 ข้อ 4) การมีความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 7 ข้อ 5) การทำงานเป็นทีม จำนวน 7 ข้อ ที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.8 - 1.0 และมีค่าความเชื่อมั่น 0.98

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิผลของสถานศึกษา มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามแนวของลิเคิร์ท (Likert) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยมีเนื้อหาแบ่งเป็น 4 เกณฑ์ จำนวน 25 ข้อ ได้แก่ 1) ความสามารถในการผลิตนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง จำนวน 7 ข้อ 2) ความสามารถในการพัฒนานักเรียนให้มีทัศนคติทางบวก จำนวน 7 ข้อ 3) ความสามารถปรับเปลี่ยนและพัฒนาสถานศึกษา จำนวน 6 ข้อ 4) ความสามารถในการแก้ปัญหาในโรงเรียน จำนวน 5 ข้อ ที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.8 - 1.0 และมีค่าความเชื่อมั่น 0.95

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากครู โดยส่งแบบสอบถามด้วยตนเองพร้อมหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามไปยังสถานศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 15 - 30 มิถุนายน พ.ศ.2562 และได้รับกลับมา 348 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

2.4.1 วิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน ด้วยการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ

2.4.2 ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา และประสิทธิผลของสถานศึกษา โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2.4.3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของสถานศึกษา โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product - moment correlation coefficient)

3. สรุปผลการวิจัย

3.1 ผลการวิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 แสดงดังตาราง 1

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ของผู้บริหารสถานศึกษา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ การปฏิบัติ
1. ด้านการมีวิสัยทัศน์	4.14	0.60	มาก
2. ด้านการคำนึงถึง ความเป็นปัจเจกบุคคล	4.11	0.64	มาก
3. ด้านการมีความยืดหยุ่น และปรับตัว	4.07	0.62	มาก
4. ด้านการมีความคิด สร้างสรรค์	4.00	0.74	มาก
5. ด้านการทำงานเป็นทีม	4.07	0.63	มาก
รวมเฉลี่ย	4.08	0.60	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการมีวิสัยทัศน์ รองลงมา คือ ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์

3.2 ผลการวิเคราะห์ประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 แสดงดังตาราง 2

ประสิทธิผลของสถานศึกษา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ การปฏิบัติ
1. ด้านความสามารถใน การผลิตนักเรียนที่มี ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง	3.95	0.51	มาก
2. ด้านความสามารถใน การพัฒนานักเรียนให้ มีทัศนคติทางบวก	3.99	0.48	มาก

ประสิทธิผลของสถานศึกษา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ การปฏิบัติ
3. ด้านความสามารถ ปรับเปลี่ยนและ พัฒนาสถานศึกษา	4.07	0.47	มาก
4. ด้านความสามารถใน การแก้ปัญหาใน สถานศึกษา	4.08	0.56	มาก
รวมเฉลี่ย	4.03	0.44	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ประสิทธิผลของสถานศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาในสถานศึกษา รองลงมา คือ ด้านความสามารถปรับเปลี่ยนและพัฒนาสถานศึกษา และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านความสามารถในการผลิตนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง

3.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 แสดงดังตาราง 3

ภาวะ ผู้นำ เชิง สร้างสรรค์	ประสิทธิผลของสถานศึกษา				
	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	รวม
X ₁	.451*	.428*	.547*	.650*	.598*
	*	*	*	*	*
X ₂	.513*	.481*	.526*	.717*	.646*
	*	*	*	*	*
X ₃	.518*	.480*	.528*	.774*	.666*
	*	*	*	*	*
X ₄	.508*	.486*	.461*	.763*	.643*
	*	*	*	*	*
X ₅	.592*	.542*	.582*	.714*	.699*
	*	*	*	*	*
รวม	.555*	.520*	.565*	.779*	.698*
	*	*	*	*	*

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

X₁ คือ ด้านการมีวิสัยทัศน์

X₂ คือ ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล

X₃ คือ ด้านการมีความยืดหยุ่นและปรับตัว

X₄ คือ ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์

X₅ คือ ด้านการทำงานเป็นทีม

Y₁ คือ ด้านความสามารถในการผลิตนักเรียนที่มี

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง

Y₂ คือ ด้านความสามารถในการพัฒนานักเรียนให้

มีทัศนคติทางบวก

Y₃ คือ ด้านความสามารถปรับเปลี่ยนและพัฒนา

สถานศึกษา

Y₄ คือ ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาในสถานศึกษา

จากตาราง 3 พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา กับประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวก อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($r = .698$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาด้านที่มีความสัมพันธ์สูงสุด คือ ด้านการทำงานเป็นทีม ($r = .699$) รองลงมา คือ ด้านการมีความยืดหยุ่นและปรับตัว ($r = .666$) และด้านที่มีความสัมพันธ์ต่ำสุด คือ ด้านการมีวิสัยทัศน์ ($r = .598$)

4. อภิปรายผล

4.1 ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรทางการศึกษา โดยเฉพาะผู้บริหารสถานศึกษา โดยกำหนดเป้าประสงค์ ให้ผู้บริหารสถานศึกษา มีความเป็นเลิศส่วนบุคคล คิดเชิงกลยุทธ์และนวัตกรรม มีภาวะผู้นำทางวิชาการ มีสำนึกความรับผิดชอบ (Accountability) และการบริหารแบบร่วมมือ จึงทำให้ผู้บริหารสถานศึกษาในฐานะผู้นำจะต้องตระหนักถึง

ความก้าวหน้าทันสมัย สร้างสรรค์ ตามทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกและสังคมพร้อมทั้งผลักดันให้คนอื่น ๆ ในสังคมร่วมมือและทำไปพร้อมกันได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐชนันท์ พูลแก้ว (2558, หน้า 83) เรื่อง ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 7 พบว่าระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การ ศึกษาประถมศึกษา นครราชสีมา เขต 7 ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและข้าราชการครู โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

4.2 ประสิทธิภาพของสถานศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก นโยบายการจัดการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ทำให้ผู้บริหารสถานศึกษาส่วนใหญ่เน้นแนวทางบริหารแบบบูรณาการมาดำเนินการจัดการศึกษาในสถานศึกษาของตน โดยมุ่งให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดกับสถานศึกษา ทั้งในแง่ของความสามารถในการผลิตนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้สูง ความสามารถในการพัฒนาทัศนคติทางบวกนักเรียน ความสามารถในการแก้ไขปัญหาภายในสถานศึกษา และความสามารถในการปรับเปลี่ยนและพัฒนาสถานศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์พิชชา เมืองอินทร์ (2555, บทคัดย่อ) เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงรายเขต 4 อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย พบว่า ประสิทธิภาพของโรงเรียนในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก

4.3 ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของสถานศึกษา ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวก อยู่ในระดับค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้เนื่องจาก ภาวะผู้นำของผู้บริหารมีความสำคัญอย่างยิ่งในการบริหารงานให้สัมฤทธิ์ผลความสำเร็จในผลงานมีความสัมพันธ์กับความสามารถของผู้บริหารหรือผู้นำ ภาวะผู้นำเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นว่าหน่วยงานนั้น มีลักษณะการปฏิบัติงานอย่างไร

มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียงใด สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพ ฤทธิ์บำรุง (2556, หน้า 83) เรื่อง ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อความมีประสิทธิภาพของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 30 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาและประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 30 โดยภาพรวม มีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ทุกด้านมีความสัมพันธ์กันในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

5.1.1 ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านการมีวิสัยทัศน์ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ผู้บริหารสถานศึกษามีการวิเคราะห์เชิงนโยบายทั้งระดับท้องถิ่น ระดับเขตพื้นที่การศึกษาและระดับประเทศ เพื่อกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนของสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศ ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาควรให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์เชิงนโยบายทั้งระดับท้องถิ่น ระดับเขตพื้นที่การศึกษาและระดับประเทศในการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีของสถานศึกษา โดยการจัดประชุมและเน้นการมีส่วนร่วมของครู บุคลากร และชุมชน

5.1.2 ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ผู้บริหารสถานศึกษาสร้างบรรยากาศในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนรู้ระหว่างครูด้วยกัน ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาควรให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศองค์กร ซึ่งบรรยากาศมีผลต่อการจูงใจในการปฏิบัติงานและความพึงพอใจในงานที่ได้รับมอบหมายด้วย หากผู้บริหารสถานศึกษาสามารถสร้างบรรยากาศในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้เกิดขึ้นในสถานศึกษาได้การปฏิบัติงานใด ๆ ก็จะมีประสิทธิภาพ

5.1.3 ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านการมีความยืดหยุ่นและปรับตัว ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญในการตัดสินใจกับครูและบุคลากรที่ไม่ขัดต่อกฎระเบียบของทางราชการ ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาควรให้ความสำคัญกับการให้ความสำคัญในการตัดสินใจของครูและบุคลากร โดยทำหน้าที่ในการชี้แนะ เมื่อครูต้องการความช่วยเหลือ ทั้งนี้จะต้องไม่ขัดต่อกฎระเบียบด้วย ซึ่งผู้บริหารสถานศึกษาจำเป็นต้องศึกษากฎระเบียบด้วย

5.1.4 ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ผู้บริหารสถานศึกษาส่งเสริมบรรยากาศแห่งการค้นคว้าการประดิษฐ์คิดค้นการทดลอง และกล้าคิดกล้าทำในสิ่งใหม่ ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมบรรยากาศแห่งการค้นคว้าการประดิษฐ์คิดค้นการทดลอง โดยสนับสนุนงบประมาณวัสดุอุปกรณ์ รวมถึงการให้โอกาสในการแสวงหาความรู้และพัฒนาตนเองของครูด้วย

5.1.5 ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านการทำงานเป็นทีม ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ผู้บริหารสถานศึกษาส่งเสริมให้ทีมงานมีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาควรจัดประชุม จัดอบรม จัดกิจกรรมที่ทำให้ครูได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อยู่เสมอ

5.1.6 ประสิทธิภาพของสถานศึกษา ด้านความสามารถในการผลิตนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ นักเรียนชั้นสูงสุดสามารถสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในสถานศึกษาที่มีการแข่งขันสูงเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาควรส่งเสริมให้ครูมีการพัฒนาด้านการจัดการเรียนรู้ที่สามารถส่งเสริมให้นักเรียนมีความสามารถทางวิชาการ

5.1.7 ประสิทธิภาพของสถานศึกษา ด้านความสามารถในการพัฒนานักเรียนให้มีทัศนคติทางบวก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ นักเรียนมีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองได้ ดังนั้นผู้บริหาร

สถานศึกษาควรให้ความสำคัญกับทักษะการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองของนักเรียน โดยส่งเสริมให้ครูจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นหลัก และจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ที่ส่งเสริมทักษะการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองของนักเรียน

5.1.8 ประสิทธิภาพของสถานศึกษา ด้านความสามารถปรับเปลี่ยนและพัฒนาสถานศึกษา ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สถานศึกษามีการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีทางการศึกษามาใช้ปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอนได้อย่างเหมาะสม ผู้บริหารสถานศึกษาควรให้ความสำคัญกับการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีทางการศึกษามาใช้ปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอน ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาควรจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอต่อการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีทางการศึกษามาใช้ แต่ถ้าไม่มีงบประมาณเพียงพอ ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถระดมทรัพยากรทั้งเงิน และอุปกรณ์จากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชนได้

5.1.9 ประสิทธิภาพของสถานศึกษา ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาในสถานศึกษา ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถให้คำปรึกษาและแก้ปัญหการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาควรให้ความสำคัญกับการเป็นที่ปรึกษาที่ดี ที่สามารถเสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหาให้ครูได้ โดยการวางตัวเป็นดั่งกัลยาณมิตรที่ไม่ใช้ผู้บังคับบัญชา

5.1.10 ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิภาพของสถานศึกษา โดยจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิภาพของสถานศึกษา ที่พบว่า มีความสัมพันธ์ทางบวก อยู่ในระดับค่อนข้างสูง แสดงให้เห็นว่า ถ้าผู้บริหารสถานศึกษามีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ก็จะทำให้ประสิทธิภาพของสถานศึกษาสูงตามไปด้วยเช่นกัน และในทางตรงข้ามถ้าผู้บริหารสถานศึกษามีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ต่ำ ย่อมทำให้ประสิทธิภาพของสถานศึกษาไม่ดีขึ้นไปด้วย ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาควรตระหนักถึงความมีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของตนให้มีการพัฒนาขึ้นจึงจะนำพาสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพที่ดี

5.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.2.1 ควรมีการศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา ในองค์ประกอบด้านอื่น ๆ ด้วย เช่น ด้านจินตนาการ ด้านการแก้ปัญหา ด้านการสร้างมนุษยสัมพันธ์ ด้านการสร้างเครือข่าย เป็นต้น

5.2.2 ควรมีการศึกษาประสิทธิภาพผลของสถานศึกษาโดยใช้เกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพด้านอื่น ๆ เช่น ความพึงพอใจในการทำงานของครู การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ เป็นต้น

6. เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ อินทร์น้อย. (2553). กระบวนการการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของโรงเรียนเอกชนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- กิตติกาญจน์ ปฏิพันธ์. (2555). โมเดลสมการโครงสร้างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาอาชีวศึกษา. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ณัฐชนันท์ พูลแก้ว. (2558). ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 7. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ.
- พัฒนา สีหาม. (2553). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของโรงเรียนขนาดเล็กสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- พิมพ์พัชรา เมืองอินทร์. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิภาพโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 4. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยพะเยา.
- วิมล จันทร์แก้ว. (2555). รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 3. ดุษฎีนิพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1. (2562). ข้อมูลพื้นฐานโรงเรียน สังกัดสพป.พระนครศรีอยุธยา เขต 1. ค้นเมื่อ 9 มกราคม 2562, จาก https://data.bopp-obec.info/emis/school.php?Area_CODE=1401.
- สุภาพ ฤทธิ์บำรุง. (2556). ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อความมีประสิทธิภาพของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 30. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Delich, V. (2010). The impact of mercosur's sanitary and phitosanitary regime on its members' institutional dynamics. *Journal of CMA Management*, 79(2), 3-3.Harris, 2009.
- Hoy, W.K. & Miskel, C.G. (2001). *Educational administration theory research and practice* (4th ed.). Singapore : McGraw-Hill. .
- Yamane, T. (1973). *Statistic: an introductory analysis* (3rd ed.). New York : Harper & Row.

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจที่ปรึกษาด้านแรงงานในจังหวัดสระบุรี Human Resources Management of Labor Consultancy in Saraburi Province

สันติ อุดมฤทธิ์¹ แสงจิตต์ ไต้แสง²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 2) เปรียบเทียบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจในการทำงาน กับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานที่ทำงานภายในบริษัทที่ปรึกษาด้านแรงงานในอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 358 คน ได้มาด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ที่มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.96 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีแอลเอสดี และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงาน รายได้รวมต่อเดือน ตำแหน่งงาน และ เวลาในการทำงาน ต่างกันมีปัจจัยจูงใจในการทำงาน โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงาน รายได้รวมต่อเดือน ตำแหน่งงาน และเวลาในการทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ปัจจัยจูงใจในการทำงานโดยรวม มีความสัมพันธ์กับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจที่ปรึกษาด้านแรงงานในจังหวัดสระบุรี โดยรวมในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ธุรกิจที่ปรึกษาด้านแรงงาน

Abstract

The purpose of this research was to 1) compare the motivation factors of employees classified by personal factors; 2) compare human resource management classified by personal factors and 3) study the relationship between motivation factors in work and human resource management. The samples used in the research were 358 employees working in the labor consulting firm in the cement industry in Saraburi province. acquired by accidental sampling the instrument used in the research was a questionnaire with a rating scale of 5 levels with the reliability of the questionnaire equal to 0.96. Statistics used in data analysis were percentage, mean, standard deviation. T-test and

¹ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail : santi udomrit_1419@hotmail.co.th.

² อาจารย์ ดร. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail : phdpoo@hotmail.com

one-way analysis of variance perform a double test with LSD. and Pearson's correlation coefficient by setting the significant level at .05.

The results showed that 1) Employees with work experience total income per month, job position and working time different factors have motivations to work overall different with statistical significance at the level of .05; 2) Staff with work experience total income per month, job positions and working hours differ. have opinions on human resource management overall different with statistical significance at the level of .05; and 3) Motivations factors for overall work relating to human resource management of labor consulting business in Saraburi Province at a high level with statistical significance at .01 level.

Keyword: Human resource management, Labor consultancy

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ปัจจุบันการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นหัวใจหลักของหลายองค์กร เนื่องจากทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร ซึ่งทุกองค์กรมุ่งที่จะให้ทรัพยากรมนุษย์ของตนมีความรู้ความสามารถและเต็มใจปฏิบัติงานอยู่ตลอดเวลา การดำเนินงานขององค์กรต่าง ๆ จะประสบความสำเร็จมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบในระดับใดก็ขึ้นอยู่กับคุณภาพของคน เรียงลำดับความสำคัญตั้งแต่ผู้นำสูงสุดขององค์กร ผู้บริหาร หัวหน้าหน่วยงาน และผู้ปฏิบัติงานทุกคน ซึ่งจะส่งผลให้ถึงการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมให้มีความเจริญเติบโตอย่างมั่นคง และด้วยเห็นว่ามนุษย์เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าสูงสุดเพราะคนเป็นกลไกทำให้เกิดงานที่มีคุณภาพต้องเกิดจากคนที่มีคุณภาพ (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2560, หน้า 1)

ธุรกิจการให้บริการที่ปรึกษาด้านแรงงานเป็นการจัดจ้างบริษัทภายนอกเพื่อช่วยในการบริหารจัดการด้านบุคคลตั้งแต่กระบวนการสรรหาพนักงาน พัฒนาฝึกอบรมพนักงาน รวมถึงการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการต่าง ๆ เนื่องจากธุรกิจที่ปรึกษาด้านแรงงานเป็นธุรกิจการให้บริการดังนั้นจึงยึดหลักการบริหารงานเพื่อให้เป็นที่พึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า มีการจัดการเพื่อเตรียมความพร้อม

แก่พนักงานทั้งในส่วนของพนักงานที่บรรจุใหม่และพนักงานประจำที่ปฏิบัติงานตามหน่วยงานต่าง ๆ แต่ธุรกิจที่ปรึกษาด้านแรงงานก็จะมุ่งเน้นให้ผลประโยชน์กับผู้ว่าจ้างเป็นสำคัญ จึงทำให้ประสบปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการพนักงานพอสมควรทำให้พนักงานของบริษัทที่ปรึกษาด้านแรงงานเกิดการเปรียบเทียบเกี่ยวกับค่าจ้างและสวัสดิการที่ได้รับและพนักงานเกิดความไม่มั่นคงในการทำงานและความก้าวหน้ากับงานที่ทำอยู่หรือการยอมรับจากหัวหน้างาน (อาบทิพย์ กรดศรีใหม่, 2556, หน้า 2)

ผู้วิจัยในฐานะเป็นผู้จัดการของบริษัทที่ปรึกษาด้านแรงงานซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจนี้จึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ของธุรกิจที่ปรึกษาด้านแรงงาน (Consultancy) ในจังหวัดสระบุรี เนื่องจากการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ในรูปแบบต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับบริบทและโครงสร้างขององค์กรด้านการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพโดยการปรับกลยุทธ์ในการจ้างงานและการวางแผนการดำเนินงานทางธุรกิจให้สอดคล้องกับเป้าหมายและยุทธศาสตร์ขององค์กรสูงสุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงานที่ทำงานภายในธุรกิจที่ศึกษาด้านแรงงานในจังหวัดสระบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1.2.2 เพื่อศึกษาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจที่ศึกษาด้านแรงงานในจังหวัดสระบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจในการทำงาน กับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจที่ศึกษาด้านแรงงานในจังหวัดสระบุรี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานที่ทำงานภายในบริษัทที่ศึกษาด้านแรงงานในอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 3,370 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานที่ทำงานภายในบริษัทที่ศึกษาด้านแรงงานในอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 358 คน โดยใช้สูตรการกำหนดตัวอย่าง กรณีทราบจำนวนประชากรของ ยามาเน (Yamane, 1973, p.125) ที่ความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05 ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

1.3.2 ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน ประกอบด้วย เพศ อายุ ประสบการณ์การทำงาน สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้รวมต่อเดือน ตำแหน่งงาน และ เวลาในการทำงาน และ 2) ปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงานที่ทำงานภายในธุรกิจที่ศึกษาด้านแรงงาน ประกอบด้วย 2.1) ปัจจัยจูงใจ มี 5 ด้าน คือ ด้านลักษณะงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับ ด้านความรับผิดชอบ และด้านความก้าวหน้า และ 2.2) ปัจจัยอนามัย มี 5 ด้าน คือ ด้านนโยบายบริษัท ด้านการบังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านสภาพการทำงาน และ ด้านความมั่นคงในงาน

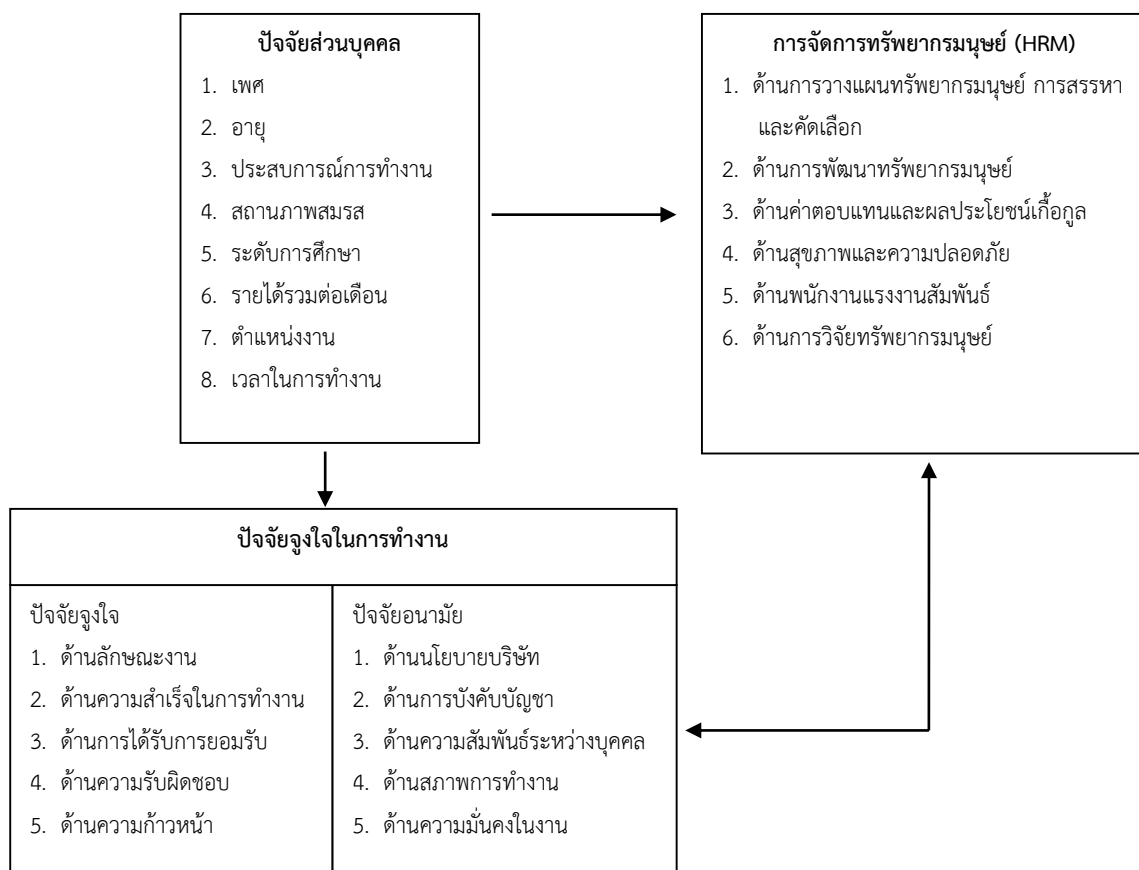
ตัวแปรตาม ได้แก่ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HRM) ประกอบด้วย 1) ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหา และคัดเลือก 2) ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 3) ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์เกื้อกูล 4) ด้านสุขภาพและความปลอดภัย 5) ด้านพนักงานแรงงานสัมพันธ์ และ 6) ด้านการวิจัยทรัพยากรมนุษย์

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดปัจจัยจูงใจตามทฤษฎีของ เฮอร์ซเบิร์ก (Herzberg, 1959, p.56) ดังนี้ 1) ปัจจัยจูงใจ (Motivation factors) มี 5 ด้าน คือ ด้านลักษณะงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับ ด้านความรับผิดชอบ และด้านความก้าวหน้า และ 2) ปัจจัยอนามัย (Hygiene factors) มี 5 ด้าน คือ ด้านนโยบายบริษัท ด้านการบังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านสภาพการทำงาน และ ด้านความมั่นคงในงาน และกรอบแนวคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ตามแนวคิดของ มอนดี้ และโน (Mondy & Noe, 2005, p.4-6) ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาและคัดเลือกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ค่าตอบแทนและผลประโยชน์เกื้อกูล สุขภาพและความปลอดภัย พนักงานและแรงงานสัมพันธ์ การวิจัยทรัพยากรมนุษย์ แสดงดังภาพที่ 1

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.5 สมมุติฐานการวิจัย

1.5.1 พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีปัจจัยจิตใจในการทำงานแตกต่างกัน

1.5.2 พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจที่ปรึกษาด้านแรงงานในจังหวัดสระบุรีแตกต่างกัน

1.5.3 ปัจจัยจิตใจในการทำงานมีความสัมพันธ์กับการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจที่ปรึกษาด้านแรงงานในจังหวัดสระบุรี

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานที่ทำงานภายในบริษัทที่ปรึกษาด้านแรงงานในอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 3,370 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานที่ทำงานภายในบริษัทที่ปรึกษาด้านแรงงานในอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 358 คน โดยใช้สูตรการกำหนดตัวอย่าง กรณิทรานจำนวนประชากรของ ยามาเน (Yamane, 1973, p.125) ที่ความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05 ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยชิ้นตอนนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างและพัฒนาขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์การทำงาน สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้รวมต่อเดือน ตำแหน่งงาน และ เวลาในการทำงาน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยจิตใจในการทำงาน มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามแนวของลิเคิร์ต (Likert) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยมีข้อคำถาม จำนวน 54 ข้อ ประกอบด้วย ปัจจัยจิตใจด้านแรก ได้แก่ ด้านลักษณะงาน จำนวน 5 ข้อ ด้านความสำเร็จในการทำงาน จำนวน 5 ข้อ ด้านการได้รับการยอมรับ จำนวน 5 ข้อ ด้านความรับผิดชอบ จำนวน 6 ข้อ และ ความก้าวหน้า จำนวน 5 ข้อ และ ปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ด้านนโยบายบริษัท จำนวน 5 ข้อ ด้านการบังคับบัญชา จำนวน 5 ข้อ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล จำนวน 5 ข้อ ด้านสภาพการทำงาน จำนวน 7 ข้อ ด้านความมั่นคงในงาน จำนวน 5 ข้อ ซึ่งเป็นแบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1.0 และ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.96 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลได้

ตอนที่ 3 แบบสอบถามการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามแนวของ ลิเคิร์ต (Likert) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยมีข้อคำถาม จำนวน 34 ข้อ ประกอบด้วย ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาและคัดเลือก จำนวน 6 ข้อ ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 6 ข้อ ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ผูกมัด จำนวน 6 ข้อ ด้านสุขภาพและความปลอดภัย จำนวน 6 ข้อ ด้านพนักงานแรงงานสัมพันธ์ จำนวน 5 ข้อ และ ด้านการวิจัยทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 5 ข้อ ซึ่งเป็นแบบสอบถามมีค่าดัชนี

ความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1.0 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.96 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลได้

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปดำเนินการแจกให้พนักงานที่ทำงานภายในบริษัทที่ศึกษาด้านแรงงานในอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ในจังหวัดสระบุรี ด้วยตนเองจนครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง และได้รับคืน จำนวน 358 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

2.4.1 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์การทำงาน สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้รวมต่อเดือน ตำแหน่งงาน และ เวลาในการทำงาน ด้วยการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ

2.4.2 วิเคราะห์ปัจจัยจิตใจในการทำงานและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2.4.3 เปรียบเทียบปัจจัยจิตใจในการทำงานและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ จำแนกตามเพศ และ เวลาในการทำงาน โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test for independent samples)

2.4.4 เปรียบเทียบปัจจัยจิตใจในการทำงานและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ จำแนกตามอายุ ประสบการณ์การทำงาน สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้รวมต่อเดือน และ ตำแหน่งงาน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way analysis of variance ; ANOVA) และการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's least significant difference (LSD)

2.4.5 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตใจในการทำงานกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ของธุรกิจที่ศึกษาด้านแรงงานในจังหวัดสระบุรี โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correlation) ตามวิธีของเพียร์สัน (Pearson)

3. สรุปผลการวิจัย

3.1 ผลการศึกษาปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล แสดงดังตาราง 1

ตาราง 1 ผลการศึกษาปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยจูงใจในการทำงาน ของพนักงาน	เพศ		อายุ		ประสบการณ์ การทำงาน		สถานภาพ สมรส		ระดับ การศึกษา		รายได้รวม ต่อเดือน		ตำแหน่งงาน		เวลาในการ ทำงาน	
	t	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	t	Sig.
ปัจจัยจูงใจ																
1. ด้านลักษณะงาน	-0.29	0.77	0.93	0.93	3.70	0.00*	2.51	0.08	0.38	0.82	5.58	0.00*	3.86	0.00*	4.35	0.00*
2. ด้านความสำเร็จใน การทำงาน	0.22	0.82	0.00*	0.00*	7.06	0.00*	2.41	0.09	2.30	0.06	9.06	0.00*	6.26	0.00*	3.76	0.00*
3. ด้านการได้รับการ ยอมรับ	-0.89	0.38	0.13	0.13	4.02	0.00*	1.33	0.27	1.52	0.19	9.68	0.00*	4.45	0.00*	4.93	0.00*
4. ด้านความรับผิดชอบ	0.17	0.87	0.01*	0.01*	5.52	0.00*	1.81	0.17	3.46	0.01*	14.77	0.00*	8.82	0.00*	3.65	0.00*
5. ด้านความก้าวหน้า	-0.19	0.85	0.2	0.20	2.29	0.05*	0.25	0.78	3.36	0.01*	5.70	0.00*	6.04	0.00*	3.83	0.00*
ปัจจัยอ้อม																
1. ด้านนโยบายบริษัท	-0.98	0.33	1.72	0.16	2.87	0.01*	1.18	0.31	2.10	0.08	11.37	0.00*	6.09	0.00*	3.55	0.00*
2. ด้านการบังคับบัญชา	-0.88	0.38	1.22	0.30	1.82	0.11	0.23	0.80	0.68	0.60	6.20	0.00*	5.90	0.00*	3.28	0.00*
3. ด้านความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล	-0.17	0.86	1.16	0.33	2.56	0.03*	0.92	0.40	3.39	0.01*	8.58	0.00*	2.54	0.02*	3.74	0.00*
4. ด้านสภาพการทำงาน	-0.97	0.34	1.02	0.38	3.54	0.00*	0.85	0.43	0.65	0.63	8.27	0.00*	7.82	0.00*	4.91	0.00*
5. ด้านความมั่นคง ในงาน	-0.28	0.78	1.43	0.23	3.95	0.00*	0.42	0.66	2.32	0.06	9.57	0.00*	7.68	0.00*	2.76	0.01*
โดยรวม	-0.54	0.59	0.87	0.45	4.20	0.00*	0.96	0.39	1.55	0.19	12.55	0.00*	7.57	0.00*	4.80	0.00*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 1 พบว่า พนักงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพ สมรส และระดับการศึกษา ต่างกันมีปัจจัยจูงใจในการทำงาน โดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนพนักงานที่มี ประสบการณ์การทำงาน รายได้รวมต่อเดือน ตำแหน่งงาน

และ เวลาในการทำงาน ต่างกันมีปัจจัยจูงใจในการทำงาน โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 ผลการเปรียบเทียบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล แสดงดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลการเปรียบเทียบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยจูงใจในการทำงาน ของพนักงาน	เพศ		อายุ		ประสบการณ์ การทำงาน		สถานภาพ สมรส		ระดับ การศึกษา		รายได้รวม ต่อเดือน		ตำแหน่งงาน		เวลาในการ ทำงาน	
	t	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	t	Sig.
1. ด้านการวางแผนทรัพยากร มนุษย์การสรรหาและ คัดเลือก	0.67	0.51	0.38	0.77	3.66	0.00*	0.28	0.76	2.03	0.09	6.96	0.00*	5.39	0.00*	2.12	0.03*
2. ด้านการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์	0.49	0.63	0.25	0.86	1.98	0.08	0.12	0.89	1.98	0.10	9.50	0.00*	5.48	0.00*	3.97	0.00*
3. ด้านค่าตอบแทนและ ผลประโยชน์เกื้อกูล	2.49	0.01*	0.57	0.64	1.29	0.27	1.46	0.23	2.09	0.08	9.29	0.00*	4.43	0.00*	2.28	0.02*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 2 พบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า พนักงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส และ ระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วน พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงาน

รายได้รวมต่อเดือน ตำแหน่งงาน และ เวลาในการทำงาน ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.3 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยมุ่งใจในการทำงาน กับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ของธุรกิจที่ปรึกษา ด้านแรงงานในจังหวัดสระบุรี แสดงดังตาราง 3

ตาราง 3 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยมุ่งใจในการทำงาน กับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ของธุรกิจที่ปรึกษาด้านแรงงานในจังหวัดสระบุรี

ปัจจัยมุ่งใจในการทำงาน	การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์						
	ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์การสรรหาและคัดเลือก	ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่น ๆ	ด้านสุขภาพและความปลอดภัย	ด้านพนักงานแรงงานสัมพันธ์	ด้านการวิจัยทรัพยากรมนุษย์	โดยรวม
ปัจจัยมุ่งใจ							
1. ด้านลักษณะงาน	.60**	.68**	.61**	.60**	.61**	.57**	.71**
2. ด้านความสำเร็จในการทำงาน	.55**	.62**	.46**	.58**	.45**	.44**	.60**
3. ด้านการได้รับการยอมรับ	.47**	.58**	.46**	.51**	.44**	.39**	.55**
4. ด้านความรับผิดชอบ	.34**	.47**	.30**	.37**	.30**	.23**	.39**
5. ด้านความก้าวหน้า	.68**	.74**	.65**	.51**	.53**	.58**	.72**
ปัจจัยอื่น							
1. ด้านนโยบายบริษัท	.67**	.75**	.60**	.54**	.60**	.56**	.72**
2. ด้านการบังคับบัญชา	.68**	.76**	.61**	.56**	.63**	.60**	.75**
3. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	.56**	.65**	.41**	.61**	.48**	.45**	.61**
4. ด้านสภาพการทำงาน	.67**	.76**	.62**	.68**	.64**	.59**	.77**
5. ด้านความมั่นคงในงาน	.76**	.77**	.69**	.65**	.73**	.69**	.83**
โดยรวม	.74**	.84**	.67**	.69**	.67**	.63**	.82**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 3 พบว่า ปัจจัยจูงใจในการทำงานโดยรวม มีความสัมพันธ์กับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยรวม ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัย โดยมีความสัมพันธ์สูงที่สุดกับ ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการวางแผน ทรัพยากรมนุษย์การสรรหาและคัดเลือก ด้านสุขภาพ และความปลอดภัย ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ เกื้อกูล ด้านพนักงานแรงงานสัมพันธ์ และด้านการวิจัย ทรัพยากรมนุษย์ ตามลำดับ

4. อภิปรายผล

4.1 จากวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงานที่ทำงานภายในธุรกิจที่ปรึกษา ด้านแรงงานในจังหวัดสระบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล มีประเด็นในการอภิปรายผลได้ว่า

4.1.1 พนักงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษา ต่างกันมีปัจจัยจูงใจในการทำงาน โดยรวมไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจาก พนักงานไม่ว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษาแบบใด ย่อมต้องการแรงจูงใจในการทำงานเหมือนกันใน สิ่งแวดล้อมแบบเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ โอภาส เจริญสุข (2558, บทคัดย่อ) พบว่า พนักงานที่มี เพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจในการทำงานในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ มนตรี เขียนดวงจันทร์ (2551, หน้า 114) พบว่า พนักงานที่มีสถานภาพโสด สมรส หรือ หย่าร้าง มีแรงจูงใจโดยรวมในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

4.1.2 พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงาน รายได้รวมต่อเดือน ตำแหน่งงาน และ เวลาในการทำงาน ต่างกันมีปัจจัยจูงใจในการทำงาน โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ อาจ เนื่องมาจาก แรงจูงใจอย่างเดียวกันอาจทำให้เกิด พฤติกรรมต่างกัน ดังจะเห็นได้จากการทดสอบเป็นรายคู่ ซึ่งชี้ให้เห็นว่า พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงาน

ยาวนานกว่า จะมีปัจจัยจูงใจในการทำงาน มากกว่า พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานน้อยกว่า พนักงานที่มี รายได้รวมต่อเดือนมากกว่าจะมีปัจจัยจูงใจในการทำงาน มากกว่าพนักงานที่มีรายได้รวมต่อเดือนน้อยกว่า ตำแหน่งงานที่ต่างกันอาจเป็นแรงจูงใจที่ทำให้พนักงาน ต่างกัน และพนักงานที่เข้างานในเวลาปกติก็จะมีแรงจูงใจ มากกว่าพนักงานที่เข้ากะหมุนเวียน พนักงานที่อาจจะคิด ว่ามีคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นที่พึงพอใจแล้ว สอดคล้องกับ งานวิจัยของ เขมิกา กิตติพงศ์ (2558, บทคัดย่อ) พบว่า พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีความ คิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงาน ในภาพรวม และด้านลักษณะในการทำงานแตกต่างกัน งานวิจัยของ อติธยา เสนะวงศ์ (2555, บทคัดย่อ) พบว่า บุคลากรที่มี เงินเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยจูงใจในการทำงาน ด้าน ปัจจัยค่าจ้างในการทำงานที่แตกต่างกัน และงานวิจัยของ การณียภาส การเกต (2559, บทคัดย่อ) พบว่า พนักงาน ที่มีตำแหน่งงานต่างกัน มีระดับแรงจูงใจแตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2 จากวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบการจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ ของธุรกิจที่ปรึกษาด้านแรงงานใน จังหวัดสระบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล มีประเด็นใน การอภิปรายผล ดังนี้

4.2.1 พนักงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส และ ระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ โดยรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจ เนื่องมาจาก พนักงานทั้งชายและหญิง ทุกช่วงอายุต่างก็ ทำงานในสภาพแวดล้อมที่ใกล้เคียงกัน บริษัทที่ปรึกษาด้าน แรงงานในอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ในจังหวัดสระบุรี จะปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ส่วนประสบการณ์การใน การทำงานทำให้ทัศนคติต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ไม่เหมือนกัน ในทำนองเดียวกันพนักงานที่มีเงินเดือน มากกว่ามักจะทำงานในระดับที่สูงกว่าจึงทำให้มุมมองหรือ ทัศนคติต่อการบริหารจัดการทรัพยากรต่างออกไป และบริษัทที่ปรึกษาด้านแรงงานในอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ ในจังหวัดสระบุรี ให้ความสำคัญกับพนักงานไม่ว่าระดับ

การศึกษาได้อย่างเสมอภาค สอดคล้องกับงานวิจัยของ เยาวเรศ กาทองทุ่ง (2556, บทคัดย่อ) พบว่า พนักงานที่มี เพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีการจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ ของมหาวิทยาลัยไม่แตกต่างกัน

4.2.2 พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงาน รายได้รวมต่อเดือน ตำแหน่งงาน และ เวลาในการทำงาน ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ประสบการณ์การในการทำงาน รายได้รวมต่อเดือน ตำแหน่งงาน และ เวลาในการทำงาน ทำให้ทัศนคติต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ไม่เหมือนกัน ในทำนองเดียวกันพนักงานที่มีเงินเดือนมากกว่ามักจะ ทำงานในระดับที่สูงกว่าจึงทำให้มุมมองหรือทัศนคติ ต่อการบริหารจัดการทรัพยากรต่างออกไป สอดคล้อง กับงานวิจัยของ อิสเรศร์ ไชยะ (2553, บทคัดย่อ) เรื่อง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ของบุคลากรสถาบัน การพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า บุคลากรที่มีประสบการณ์ในการทำงาน และรายได้รวม ต่อเดือนต่างกัน

4.3 ปังจยงูใจในการทำงานโดยรวม มีความสัมพันธ์ กับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ของธุรกิจที่ปรึกษา ด้านแรงงานในจังหวัดสระบุรี โดยรวม ในระดับสูง อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่า ถ้าพนักงานมีปังจยงูใจในการทำงานมาก ก็จะทำให้การจัดการทรัพยากร มนุษย์ มากตามไปด้วย ในทางตรงกันข้าม ถ้าพนักงาน มีปังจยงูใจในการทำงานน้อย ก็จะทำให้การจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ น้อยตามไป ดังนั้นถ้าบริษัทที่ปรึกษา ด้านแรงงานในอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ในจังหวัดสระบุรี ต้องการให้การจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีประสิทธิภาพ ควรเพิ่มปังจยงูใจในการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประคอง ศักดิ์ปิรุณ (2558, บทคัดย่อ) พบว่า ปังจยงูใจ และปังจยงูใจในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กัน ทางบวกกับความพึงพอใจในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ของครูและบุคลากรสถานศึกษาอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงาน

คณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน เขต 3 กรุงเทพมหานครภาพรวมอยู่ในระดับสูงมาก อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

5.1 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปังจยงูใจ

5.1.1 ด้านลักษณะงาน ผู้บริหารบริษัทควรให้ ความสำคัญกับการส่งเสริมให้พนักงานได้รับความก้าวหน้า มีการจัดอบรม ติวงานเพื่อเสริมประสบการณ์การใหม่ ๆ ให้พนักงานอยู่เสมอ

5.1.2 ด้านความสำเร็จในการทำงาน ผู้บริหาร บริษัทควรสร้างแรงจูงใจให้พนักงาน โดยทำให้พนักงานรู้สึก ว่าพวกเขาเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของบริษัท รับฟังความคิดเห็นของพวกเขา หรือให้รางวัลแก่คนที่ทำงานหนัก

5.1.3 ด้านการได้รับการยอมรับ ผู้บริหารบริษัท ควรให้ความสำคัญกับการยกย่องชมเชยพนักงานที่ ปฏิบัติงานได้ดี โดยอาจจะมอบรางวัลสำหรับพนักงานดีเด่น ประจำเดือน

5.1.4 ด้านความรับผิดชอบ ผู้บริหารบริษัทควร ปรับปรุงคุณภาพของระบบงาน การบริหารเวลา ปรับปรุง เรื่องการสื่อสาร จัดเรียงอันดับความสำคัญก่อน-หลัง หรือ แม้แต่การโฟกัสและพุ่งเป้าไปยังเรื่องใดเรื่องหนึ่งเพื่อให้งาน มีคุณภาพยิ่งขึ้น

5.1.5 ด้านความก้าวหน้า ผู้บริหารบริษัทควร เปิดโอกาสให้พนักงานได้รับความก้าวหน้าในชีวิต พัฒนา ความรู้ความสามารถในการทำงาน และควรเลื่อน ตำแหน่งตามความสามารถของพนักงาน

5.1.6 ด้านนโยบายบริษัท ผู้บริหารบริษัทควร เปิดโอกาสให้พนักงานพัฒนาความรู้ความสามารถที่พนักงาน มีติดตัวอยู่แล้ว ด้วยการดึงศักยภาพนั้นมาใช้ให้เกิด ประโยชน์สูงสุด เนื่องจากพนักงานบางคน มีความรู้ ความสามารถแต่ไม่กล้านำมาใช้เพราะกลัวความผิดพลาด การเปิดโอกาสให้พนักงานได้ลองใช้ความสามารถที่มี

วางแผนและลงมือปฏิบัติ และแก้ปัญหาด้วยตนเอง จะช่วยให้พนักงานกล้าลงมือทำตามความรู้ที่ได้เรียนมา และรู้จักแก้ปัญหาจากการปฏิบัติงานจริง หากเกิดความผิดพลาดหัวหน้างานควรจะให้คำปรึกษาหรือช่วยแนะนำในการแก้ปัญหา จะยังทำให้พนักงานพัฒนาความรู้ได้เร็วยิ่งขึ้น

5.1.7 ด้านการบังคับบัญชา หัวหน้างานควรสร้างแรงจูงใจให้พนักงานโดยการให้รางวัล ซึ่งอาจจะเป็นโบนัสปลายปีสำหรับคนที่ปฏิบัติหน้าที่ตามเป้าหมาย และควรปฏิบัติให้เท่าเทียมกัน

5.1.8 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ผู้บริหารบริษัทควรจัดประชุมเพื่อช่วยกันแก้ปัญหาในการทำงานอย่างเป็นระบบ

5.1.9 ด้านสภาพการทำงาน ผู้บริหารบริษัทควรกำหนดนโยบายในการทำความสะอาดพื้นที่ทำงาน เช่น กิจกรรม 5ส ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานการบริหารคุณภาพ ที่จะช่วยสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในที่ทำงานให้เกิดบรรยากาศที่น่านำทำงาน เกิดความสะอาดเรียบร้อยในสำนักงาน ถูกสุขลักษณะ ทำให้พนักงานสามารถใช้ศักยภาพของตนเองได้อย่างเต็มความสามารถ สร้างทัศนคติที่ดีของพนักงานต่อหน่วยงาน

5.1.10 ด้านสภาพการทำงาน ผู้บริหารบริษัทควรเปิดโอกาสให้พนักงานมีความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

5.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์

5.2.1 ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์การสรรหาและคัดเลือก ผู้บริหารบริษัทควรให้ความสำคัญกับการสอบคัดเลือกคนเข้าทำงานเพื่อความเสมอภาค

5.2.2 ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ผู้บริหารบริษัทควรปรับปรุงการทำงานด้วยการนำเอาเทคนิคใหม่ ๆ มาใช้ และควรฝึกทักษะใหม่ ๆ เหล่านี้ให้กับพนักงานด้วย

5.2.3 ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์แก่กุล ผู้บริหารบริษัทควรจัดสวัสดิการ โบนัส ค่าตอบแทนอย่างเหมาะสม

5.2.4 ด้านสุขภาพและความปลอดภัย ผู้บริหารบริษัทควรจัดให้มีห้องน้ำ ห้องส้วม สำหรับพนักงานอย่างเพียงพอ

5.2.5 ด้านพนักงานแรงงานสัมพันธ์ ผู้บริหารบริษัทควรให้ความสำคัญกับการโยกย้ายงานอย่างเป็นธรรม

6. เอกสารอ้างอิง

- การณียภาส การเกิด. (2559). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท อาบีโก อมตะ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.**
- เขมิกา กิตติพงศ์. (2558, กรกฎาคม - ธันวาคม). ปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทไทยธุรกิจบริการ จำกัด สำนักงานใหญ่ อาคารสุขุมวิท. **วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี**, 2 (2), 51 - 62.
- ประคอง ศักดิ์บริบูรณ์. (2558). **ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดปทุมธานี. ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยธนบุรี.**
- มนตรี เขียนดวงจันทร์. (2551). ปัจจัยด้านสถานภาพ ส่วนบุคคล ที่มีผลกระทบต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในอุตสาหกรรมผลิตและส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปจังหวัดสมุทรสาคร. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี**, 2 (1), 104 - 118.
- เยาวเรศ กาทองทุ่ง. (2556). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของพนักงานมหาวิทยาลัยสายบริการในกำกับของรัฐ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา (รายงานผลการวิจัย). พะเยา : มหาวิทยาลัยพะเยา.**

สำนักนายกรัฐมนตรี. (2560). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 - 2564**. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

อติตยา เสนะวงศ์. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรระดับปฏิบัติการและระดับหัวหน้างานที่คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัย M. การศึกษาค้นคว้า ด้วยตนเองบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากร มนุษย์, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.**

อาบทิพย์ กรดศรีใหม่. (2556). **ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทบริการรับเหมาแรงงานแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.**

อิศเรศร์ ไชยะ. (2553). **การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสถาบันการพลศึกษากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.**

โอภาส เจริญสุข. (2558). **แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานในอุตสาหกรรมโครงสร้างเหล็กกรณีศึกษา บริษัท เอ จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.**

Herzberg, F. (1959). **The motivation to work** (2nd ed.). New York : John Wiley.

Mondy, R.W., Noe, R.M., & Premeaux, S.R. (1999). **Human resource management** (7th.ed.). Upper Saddle River, NJ : Simon & Schuster.

Yamane, T. (1973). **Statistics: An introductory analysis** (3th ed.). New York : Harper and Row.

เกณฑ์การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่พักแรมสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
ในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช
Eco-friendly Service Criteria of Accommodation for Sustainable Tourism
in Nakhon Si Thammarat Municipality

กัลยารัตน์ ศิริรัตน์¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายคือ เพื่อศึกษาเกณฑ์การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่พักแรมสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้ประกอบการที่พักแรมในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จำนวน 36 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลวิจัยสรุปได้ดังนี้ ธุรกิจที่พักแรมในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราชเป็นโรงแรมร้อยละ 69 เกสเฮ้าส์ร้อยละ 17 และเป็นรีสอร์ทร้อยละ 14 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมมีการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก มีการจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรอยู่ในระดับปานกลาง การจัดการด้านสังคม และการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก และผู้ประกอบการมีความเห็นในด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการจัดที่พักที่มีการอนุรักษ์ และใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมโดยมีความรับผิดชอบต่อผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในระดับมาก

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, การจัดการที่พักแรม, เกณฑ์การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

Abstract

The objective of this research is to study the eco-friendly service criteria of accommodation for sustainable tourism in Nakhon Si Thammarat municipality. The population consists of 36 persons of the accommodation owners in Nakhon Si Thammarat municipality. The questionnaires were used as the tools. Data was collected and analyzed by software analysis. The statistics were percentage, frequency and standard deviation.

The research results showed that 69% of accommodation were hotels, 17% were guesthouses and 14% were resorts. The business accommodation owners arranging environmental and facilities management was in high level, the quality of environment and resources was in middle level, and social and local participation management was in high level. The business owners agreeing

¹ สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช E-mail : kstourism@gmail.com

with sustainable tourism, particularly the eco-friendly accommodation and the appropriate ways of resource use with the responsibility on environment was in high level.

Keywords: Sustainable Tourism, Accommodation Management, Eco-friendly Service Criteria

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ทางสังคม วัฒนธรรม ธรรมชาติ เมื่อมนุษย์เดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัย และสถานที่ทำงานตามปกติ เพื่อใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยว ทำธุรกิจ หรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ ในระหว่างที่พักแรมในจุดหมายปลายทาง อาจมีการพักแรมอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปีอย่างต่อเนื่อง และมีการซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยไม่ทำงานหาเงิน และเดินทางกลับสู่ถิ่นที่อยู่ปกติ (พยอม ธรรมบุตร, 2560)

ธุรกิจที่เข้ามาเกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว คือธุรกิจที่พักแรม นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการที่พักแรมได้ตามความต้องการในด้านของรูปแบบ และด้านบริการ ธุรกิจที่พักแรมจึงเติบโตไปพร้อม ๆ กับอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง หนึ่งในรูปแบบ ที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเพิ่มขึ้นคือการพักแรม กับที่พักแรมที่มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ในปี พ.ศ. 2558 องค์การสหประชาชาติได้จัด ประชุมที่มหานครนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา นานา ประเทศที่เข้าร่วมประชุมได้มีเป้าหมายการพัฒนาาร่วมกันคือ Sustainable Development Goals (SDGs) เพื่อให้เกิด ความต่อเนื่องในการพัฒนา องค์การสหประชาชาติจึง กำหนดเป้าหมายการพัฒนาเป็นมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้มีความเชื่อมโยงกัน เรียกว่าเป้าหมาย การพัฒที่ยั่งยืน (UNDP, 2017, website)

จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากร ทางด้านการท่องเที่ยวที่น่าสนใจเป็นจำนวนมาก และมีความ หลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจให้ นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด

นครศรีธรรมราชเพิ่มมากขึ้นในทุกปี พ.ศ. 2559 มีจำนวน นักท่องเที่ยวจำนวน 2,565,745 คน (กระทรวงการ ท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) จำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามา ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช ทำให้ มีการเปิดให้บริการธุรกิจที่พักแรมจำนวน 36 แห่งในเขต เทศบาลนครนครศรีธรรมราช (กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา, 2560)

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าเกณฑ์การบริการที่เป็น มิตรกับสิ่งแวดล้อม ของธุรกิจที่พักแรมที่มีผลต่อ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช นั้นต้องมีเกณฑ์การบริการห้องพักที่ชัดเจน ซึ่งการประเมิน บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของสถานประกอบการ ประเภทโรงแรมมักจะมีเกณฑ์บางข้อที่ทางผู้ประกอบการไม่ ผ่านมาตรฐาน (ปิยะดา วิชระวงศกร และอุษณีย์ ทิมสูงเนิน, 2558, หน้า 99-113) เพื่อส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราชให้สอดคล้องกับ เป้าหมายการพัฒนาประเทศไทยตามยุทธศาสตร์ ด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับเป้าหมาย การพัฒที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาเกณฑ์การบริการที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาเฉพาะพื้นที่ในเขตเทศบาลนคร นครศรีธรรมราช

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

เกณฑ์ของการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย นโยบายและมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการของเสีย ประสิทธิภาพของการใช้พลังงานและน้ำ

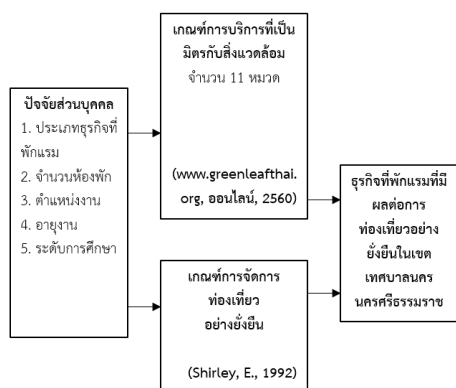
การจัดซื้อ คุณภาพอากาศภายในอาคาร มลพิษทางอากาศ มลพิษทางเสียง คุณภาพน้ำ การเก็บรักษา และการจัดการ เชื้อเพลิง แก๊ส และสารพิษ ผลกระทบต่อระบบนิเวศ และ การมีส่วนร่วมกับชุมชนและองค์กรท้องถิ่น

เกณฑ์ การจัดการ ห้องที่เยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ลด การบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็น รักษาและ ส่งเสริมความหลากหลายทางธรรมชาติ สังคม และ วัฒนธรรม ประสานการพัฒนาการห้องที่เยว การใช้ การห้องที่เยวขยายฐานเศรษฐกิจของท้องถิ่น การมีส่วนร่วม และสร้างเครือข่าย การประชุมหรือปรึกษาหารือกับ ผู้เกี่ยวข้อง การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ การจัดเตรียม ข้อมูลหรือคู่มือบริการข่าวสาร และการประเมินผล การ ตรวจสอบ และการวิจัยอย่างต่อเนื่อง

1.3.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือเจ้าของสถาน ประกอบการธุรกิจที่พักแรมทั้ง 36 แห่ง จำนวน 36 คน

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามจากเจ้าของสถาน ประกอบการธุรกิจที่พักแรมทั้ง 36 แห่งในเขตเทศบาลนคร นครศรีธรรมราช จึงใช้ประชากรในการทำวิจัยครั้งนี้ทั้ง 36 คน

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.2.1 การศึกษาเอกสารได้แก่ เอกสารการ เกี่ยวกับเกณฑ์การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หนังสือ ด้านการจัดการที่พัก การห้องที่เยวอย่างยั่งยืน เว็บไซต์ และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.2 แบบสอบถามเชิงปริมาณประกอบด้วย คำถาม 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ด้าน ประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิง พรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วยประเภทของ ธุรกิจที่พักแรม จำนวนห้องพัก ระยะเวลาของการดำเนิน ธุรกิจที่พักแรม และรูปแบบของสถานประกอบการธุรกิจที่ พักแรม ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) โดยใช้เกณฑ์คะแนนเป็นร้อยละของประชากรทั้งหมด

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเกณฑ์การบริการที่ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยการจัดการ สภาพแวดล้อมทางกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก การ จัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร การจัดการด้าน สังคมและการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น ลักษณะคำถามเป็น แบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) มีตัวเลือก เป็น 5 ระดับคือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการห้องที่เยวอย่าง ยั่งยืน ประกอบด้วยหลักการห้องที่เยวอย่างยั่งยืน ลักษณะ คำถามเป็นแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) มีตัวเลือกเป็น 5 ระดับคือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

2.3 วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ

2.3.1 ตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Content Validity) โดยนำเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และนำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ของเนื้อหา และครบถ้วนตามวัตถุประสงค์การทำวิจัยครั้งนี้

2.3.3 นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับกลุ่มคน 10 คน เพื่อนำคำตอบมาหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการทดสอบโดยเก็บข้อมูลจริงโดยวัดความคลาดคล้อยภายใน (Internal Consistency) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบรัช (Cronbach's alpha coefficient) เมื่อได้หาค่าความเชื่อมั่นแล้ว ผลปรากฏว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นที่ 0.978 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.71 ดังนั้นผู้วิจัยจึงถือว่าแบบสอบถามนี้เป็นเครื่องมือที่ได้มาตรฐาน ให้นำไปเก็บข้อมูลกับประชากรต่อไป

2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามจำนวน 36 ชุดไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของสถานประกอบการธุรกิจที่พักแรมในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช

2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

2.5.1 รวบรวมแบบสอบถาม ตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถาม

2.5.2 บันทึกข้อมูลที่ได้ลงในคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

2.5.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และ การวิเคราะห์ข้อมูลของเกณฑ์การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และเกณฑ์การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในการทำวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการแบ่งช่วงการแปรผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class interval) โดยระดับการให้คะแนนเฉลี่ยได้ใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของชั้น (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557) ซึ่งแปลความหมายของข้อมูลได้ดังนี้

4.21-5.00 มีความคิดเห็นต่อเกณฑ์มากที่สุด

3.41-4.20 มีความคิดเห็นต่อเกณฑ์มาก

2.61-3.40 มีความคิดเห็นต่อเกณฑ์ปานกลาง

1.81-2.60 มีความคิดเห็นต่อเกณฑ์น้อย

1.00-1.80 มีความคิดเห็นต่อเกณฑ์น้อยที่สุด

3. สรุปผลการวิจัย

3.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า

ธุรกิจที่พักในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช เป็นโรงแรมเป็นร้อยละ 69 เกสต์เฮาส์เป็นร้อยละ 17 และ รีสอร์ทเป็นร้อยละ 14 ตามลำดับ

จำนวนห้องพักตั้งแต่ 31-100 ห้องเป็นร้อยละ 47 มีห้องพักต่ำกว่า 30 ห้องเป็นร้อยละ 39 และมีห้องพักต่ำกว่า 30 ห้องเป็นร้อยละ 14 ตามลำดับ

ระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจที่พักแรม 6-10 ปี ร้อยละ 38 ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจที่พักแรม 16-20 ปี ร้อยละ 20 และระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจที่พักแรม 21 ปีขึ้นไป เป็นร้อยละ 17 ตามลำดับ

รูปแบบสถานประกอบการธุรกิจที่พักแรมเป็น เจ้าของคนเดียว ร้อยละ 50 เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 47 และเป็นบริษัทจำกัดร้อยละ 3 ตามลำดับ

3.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับเกณฑ์การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวม พบว่า

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกณฑ์การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรายด้าน

เกณฑ์การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	μ	S.D.	ระดับ
การออกแบบและก่อสร้างอาคาร	3.31	0.67	ปานกลาง
การเดินทางเข้าถึงสถานประกอบการที่สะดวกและปลอดภัย	3.48	0.54	ปานกลาง
การจัดการสภาพแวดล้อมพื้นฐานของสถานประกอบการ	3.44	0.45	มาก
การปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัดในการใช้พื้นที่และอาคาร	3.38	0.85	ปานกลาง
การจัดให้มีที่จอดรถที่เพียงพอและปลอดภัย	3.27	0.80	ปานกลาง
การจัดภูมิทัศน์ของพื้นที่	3.92	0.58	มาก
การจัดให้มีการบริการที่หลากหลายและระบบสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ	2.92	0.94	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	4.10	0.50	มาก

จากตาราง 1 พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมมีการจัดการสภาพแวดล้อมทางกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียดของพฤติกรรมในแต่ละข้อดังต่อไปนี้

การออกแบบและก่อสร้างอาคารพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมมีการออกแบบก่อสร้างที่มั่นคงแข็งแรงตามมาตรฐานทางวิศวกรรม และมีวิศวกรลงนามรับรองกำกับการออกแบบในระดับมากที่สุด เป็นร้อยละ 33.3

การเดินทางเข้าถึงสถานประกอบการที่เหมาะสมและปลอดภัยพบว่าผู้ประกอบการที่พักแรมมีทางเข้าออกที่ได้รับการปรับปรุงดูแลให้มีความปลอดภัยในระดับมากที่สุด เป็นร้อยละ 44.4

การจัดการสภาพแวดล้อมพื้นฐานของสถานประกอบการพบว่าผู้ประกอบการที่พักแรมมีการติดตั้ง

ป้ายแสดงชื่อของสถานประกอบการที่เห็นได้อย่างชัดเจนในระดับมากที่สุด เป็นร้อยละ 27.8

การปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัดในการใช้พื้นที่และอาคารพบว่าผู้ประกอบการที่พักแรมไม่มีเขตที่ดินหรือการปลูกสร้างรุกล้ำที่ดินสาธารณะ ในระดับมากเป็นร้อยละ 44.4

การจัดให้มีที่จอดรถที่เพียงพอและปลอดภัยพบว่าผู้ประกอบการที่พักแรมมีที่จอดรถได้มากกว่าร้อยละ 15 ของจำนวนห้องพักทั้งหมด ในระดับมากเป็นร้อยละ 38.9

การจัดภูมิทัศน์ของพื้นที่พบว่าผู้ประกอบการที่พักแรมมีพื้นที่ว่างหรือพื้นที่ไม่มีอาคารคลุมมากกว่าร้อยละ 30 ของพื้นที่โครงการ ในระดับมาก เป็นร้อยละ 25.0

การจัดให้มีการบริการที่หลากหลายและระบบสื่อสารที่มีประสิทธิภาพพบว่าผู้ประกอบการที่พักแรมมีให้บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ในระดับมากเป็นร้อยละ 25.0

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม ทรัพยากร

การจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร	μ	S.D.	ระดับ
การประหยัดพลังงาน	3.07	1.01	ปานกลาง
การจัดการน้ำที่มีประสิทธิภาพ	3.52	0.61	มาก
การจัดการระบายน้ำ	3.53	0.80	มาก
การบำบัดน้ำเสีย	3.40	0.80	ปานกลาง
การจัดการขยะมูลฝอย	3.54	0.65	มาก
การจัดการอากาศและเสียง	3.41	0.88	ปานกลาง
การจัดการด้านสาธารณสุขและการส่งเสริมสุขภาพ	3.53	0.63	มาก
เฉลี่ยรวม	3.48	0.61	ปานกลาง

จากตาราง 2 พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจที่มีการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีรายละเอียดของพฤติกรรมในแต่ละข้อ ดังนี้ การประหยัดพลังงาน พบว่าผู้ประกอบการที่แพคเกจเลือกใช้เทคโนโลยี หรืออุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ประหยัดพลังงานในสถานประกอบการในระดับมาก เป็นร้อยละ 13.9

การจัดการน้ำที่มีประสิทธิภาพ พบว่าผู้ประกอบการที่แพคเกจเลือกใช้มาตรการที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการประหยัดน้ำใช้ หรือลดการสูญเสียในในพื้นที่โครงการที่มีความหลากหลายในระดับมาก เป็นร้อยละ 16.7

การจัดการระบายน้ำ พบว่าผู้ประกอบการที่แพคเกจเลือกใช้มาตรการที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการระบายน้ำในพื้นที่โครงการ จัดให้มีพื้นที่บ่อ ถัง หรือลักษณะใด ๆ เพื่อระบายน้ำจากน้ำฝน พื้นที่โครงการเพื่อเก็บกักน้ำฝนไว้ในพื้นที่ ชะลอการไหลออกสู่ภายนอกในระดับมาก เป็นร้อยละ 30.6 การบำบัดน้ำเสีย พบว่าผู้ประกอบการที่แพคเกจเลือกใช้มาตรการตรวจสอบคุณภาพน้ำทิ้งอยู่ในสภาพดีสำหรับกรณีระบบบำบัดน้ำเสียขั้นต้นหรือระบบขนาดเล็ก หรือมีผลการตรวจสอบค่าคุณภาพน้ำทิ้งอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดในกรณีของคุณลักษณะของระบบกำหนดมาตรฐานให้ติดตามตรวจสอบไว้ ในระดับมาก เป็นร้อยละ 19.4 การจัดการขยะมูลฝอย พบว่าผู้ประกอบการที่แพคเกจเลือกใช้มาตรการในการจัดการขยะมูลฝอยที่ดี ในระดับมาก ร้อยละ 19.4 การจัดการอากาศและเสียง พบว่า ผู้ประกอบการที่แพคเกจเลือกใช้มาตรการกำหนดมาตรการพื้นที่ป้องกันฝุ่นละอองจากภายนอกเข้าสู่สถานประกอบการ ในระดับมาก เป็นร้อยละ 22

การจัดการด้านสาธารณสุขและการส่งเสริมสุขภาพ พบว่าผู้ประกอบการที่แพคเกจเลือกใช้มาตรการกำหนดพื้นที่และติดป้ายห้ามสูบบุหรี่ตามกฎหมายการรณรงค์ลดการสูบบุหรี่ทั้งพนักงาน และผู้ให้บริการอย่างชัดเจน ในระดับมาก เป็นร้อยละ 13.9 การจัดการป้องกันและระงับอัคคีภัย พบว่าผู้ประกอบการที่แพคเกจเลือกใช้มาตรการติดตั้งอุปกรณ์ส่งสัญญาณเตือนเพลิงไหม้เพื่อให้หนีไฟ สามารถ

ส่งเสียงทั่วถึงในบริเวณสถานประกอบการ ในระดับมาก เป็นร้อยละ 22.2 การรักษาความปลอดภัย พบว่าผู้ประกอบการที่แพคเกจเลือกใช้มาตรการเพื่อดูแลความปลอดภัยของผู้เข้าพัก และทรัพย์สินทั่วบริเวณตลอด 24 ชั่วโมง ในระดับมาก ร้อยละ 30.6

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกณฑ์การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การจัดการด้านสังคมและการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นรายด้าน

เกณฑ์การจัดการด้านสังคม และการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นรายด้าน	μ	S.D.	ระดับ
การเป็นส่วนหนึ่งของท้องถิ่น	3.99	0.59	มาก
การมีส่วนร่วมเป็นสมาชิกที่ดีของชุมชน	3.45	0.83	ปานกลาง
ภาพลักษณ์การบริหารจัดการธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.48	0.73	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.64	0.61	มาก

จากตาราง 3 พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจที่มีการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การจัดการด้านสังคม และการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียดของพฤติกรรมในแต่ละข้อ ดังนี้

การเป็นส่วนหนึ่งของท้องถิ่น พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจที่แพคเกจเลือกใช้มาตรการที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมของท้องถิ่นในด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ในระดับมาก เป็นร้อยละ 27.8

การมีส่วนร่วมเป็นสมาชิกที่ดีของชุมชน พบว่าผู้ประกอบการที่แพคเกจเลือกใช้มาตรการที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมของท้องถิ่นในด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ในระดับมาก เป็นร้อยละ 13.9

ภาพลักษณ์การบริหารจัดการธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พบว่าผู้ประกอบการที่แพคเกจเลือกใช้มาตรการที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมของท้องถิ่นในด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ในระดับมาก เป็นร้อยละ 22.2

3.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยรวม พบว่าผู้ประกอบการที่พักแรมมีการอนุรักษ์ และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี โดยมีความรับผิดชอบต่อผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ในระดับมาก เป็นร้อยละ 11.1

4. อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “เกณฑ์การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่พักแรมสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช” ผู้วิจัยขออภิปรายผลดังต่อไปนี้

ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมมีการออกแบบก่อสร้างที่มั่นคง แข็งแรงตามมาตรฐานทางวิศวกรรม และมีวิศวกรลงนามรับรองการออกแบบ ผู้ประกอบการที่พักแรมมีทางเข้าออกที่ได้รับการปรับปรุงดูแลให้มีความปลอดภัย ที่พักแรมมีการติดตั้งป้ายแสดงชื่อของสถานประกอบการที่เห็นได้อย่างชัดเจน ไม่มีเขตที่ดินหรือการปลูกสร้างรุกล้ำที่ดินสาธารณะ มีที่จอดรถได้มากกว่าร้อยละ 15 ของจำนวนห้องพักทั้งหมด มีพื้นที่ว่างหรือพื้นที่ไม่มีอาคารคลุมมากกว่าร้อยละ 30 ของพื้นที่โครงการ มีการให้บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เลือกใช้เทคโนโลยี หรืออุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ประหยัดพลังงานภายในสถานประกอบการที่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวัลลี ธีรานันตชัย (2547) ที่ว่าพฤติกรรม การอนุรักษ์ไฟฟ้าในโรงพยาบาลทั่วไปใช้มาตรการที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการประหยัดน้ำใช้หรือลดการสูญเสียในพื้นที่โครงการที่มีความเหมาะสมซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสายันท์ ปัญญาทรง (2545) ที่ว่าการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์แม่น้ำมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมอนุรักษ์แม่น้ำที่ถูกต้องในพื้นที่ที่มีการหน่วงน้ำในพื้นที่โครงการจัดให้มีพื้นที่บ่อ ถัง หรือลักษณะใด ๆ เพื่อหน่วงน้ำจากน้ำฝนในพื้นที่โครงการเพื่อเก็บกักน้ำฝนไว้ในพื้นที่ ชะลอการไหลออกสู่ภายนอก มีผลการตรวจสอบคุณภาพน้ำทั้งอยู่ในสภาพดี

สำหรับกรณีระบบบำบัดน้ำเสียขั้นต้นหรือระบบขนาดเล็ก หรือมีผลการตรวจสอบค่าน้ำทั้งอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดในกรณีของคุณลักษณะของระบบ กำหนดมาตรฐานให้ติดตามตรวจสอบไว้ ให้ความสำคัญในการจัดการขยะมูลฝอยที่ดี ออกแบบก่อสร้างและกำหนดมาตรการพื้นที่ป้องกันฝุ่นละอองจากภายนอกเข้าสู่สถานประกอบการ มีการกำหนดพื้นที่และติดป้ายห้ามสูบบุหรี่ตามกฎหมาย การรณรงค์ลดการสูบบุหรี่ทั้งพนักงานและผู้ใช้บริการอย่างชัดเจน ติดตั้งอุปกรณ์ส่งสัญญาณเตือนเพลิงไหม้เพื่อให้หนีไฟ สามารถส่งเสียงทั่วถึงในบริเวณสถานประกอบการ ผลการศึกษาการรักษาความปลอดภัยพบว่า ผู้ประกอบการที่พักแรมมีมาตรการรักษาความปลอดภัยของผู้เข้าพักและทรัพย์สินทั่วบริเวณตลอด 24 ชั่วโมง เป็นเจ้าของหรือมีผู้ร่วมลงทุนธุรกิจอย่างน้อยหนึ่งคนเป็นคนท้องถิ่นหรืออยู่ในพื้นที่สถานประกอบการตั้งอยู่ ส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมของท้องถิ่นในด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของธีชวัน ญาณอุดม (2544) ที่พบว่าการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์มีผลต่อพฤติกรรมอนุรักษ์ของประชาชนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการที่พักแรมไม่มีลักษณะหรือพฤติกรรมการให้บริการที่ส่อไปในทางเป็นแหล่งมั่วสุมหรือขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดี มีการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี โดยมีความรับผิดชอบต่อผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของฤทธิ วัฒนชัยยิ่งเจริญ (2551) ที่พบว่าทางรีสอร์ตมีการดำเนินการได้แก่การปลูกจิตสำนึกของประชากรในชุมชน การควบคุม การดูแล การอนุรักษ์ การส่งเสริม และการทดแทนเพื่อให้มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมต่อไป

5. ข้อเสนอแนะ

ควรนำผลวิจัยครั้งนี้ไปประยุกต์ในการพัฒนา ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการที่พักภายในจังหวัด

นครศรีธรรมราช ที่สามารถสนับสนุนเป็นที่พักแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเฉพาะเกณฑ์การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และเกณฑ์ของการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรมีแนวทางการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ เรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้กับธุรกิจที่พักแรมต่าง ๆ ควรมีการจัดอบรม จัดทำคู่มือเพื่อให้ความรู้ จัดทำบอร์ดเพื่อประชาสัมพันธ์ในที่พักแรม จัดกิจกรรมรณรงค์การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดกระบวนการสร้างจิตสำนึกในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ

6. เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560).

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2

(พ.ศ. 2560 - 2564). กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและวิเคราะห์

ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS

(พิมพ์ครั้งที่ 5). นนทบุรี : เอสอาร์.พรินติ้ง.

ธีชวัน ญาณอุดม. (2544). พฤติกรรมการอนุรักษ์

ป่าชายเลนของประชาชนในท้องถิ่น:

กรณีศึกษา ตำบลหงาว อำเภอเมือง จังหวัด

ระนอง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสังคมศาสตร์สิ่งแวดล้อม,

มหาวิทยาลัยมหิดล.

ปิยะดา วชิระวงศ์กร และอุษณีย์ ทิมสูงเนิน. (2558).

การประเมินการบริการที่เป็นมิตรกับ

สิ่งแวดล้อมของสถานประกอบการประเภท

โรงแรมในเขตภาคเหนือตอนล่าง.

Journal of Environmental

Management, 11(1), 99-113.

พยอม ธรรมบุตร. (2560). เอกสารประกอบการเรียน

การสอนเกี่ยวกับองค์ประกอบของการ

ท่องเที่ยว. พะเยา : วิทยาลัยการจัดการ,
มหาวิทยาลัยพะเยา.

มูลนิธิใบไม้เขียว. (2560). มาตรฐานโรงแรม

ใบไม้เขียว. ค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2560,

จาก <http://www.greenleafthai.org>.

ฤทธิ์ วัฒนชัยยิ่งเจริญ. (2551). ชีวิตกับสิ่งแวดล้อมมี

ชีวิตกับกระบวนการดำรงชีวิต. กรุงเทพฯ :

อักษรเจริญทัศน์.

วัลลี อีรณันตชัย. (2547). พฤติกรรมการอนุรักษ์

พลังงานไฟฟ้าของบุคลากรโรงพยาบาล

จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตร

มหาบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อม,

มหาวิทยาลัยมหิดล.

สายันท์ ปัญญาทรง. (2545). พฤติกรรมการอนุรักษ์

แม่น้ำของอาสาสมัครพิทักษ์แม่น้ำน้อยใน

จังหวัดสิงห์บุรี. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร

มหาบัณฑิต สาขาวิชาเวชศาสตร์ชุมชน,

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Shirley, E. (1992). My travels around the

world. Newton Aycliffe, UK:

Heinemann.

UNDP. (2017). Sustainable Development

Goals. Retrieved March 5, 2017,

form <http://www.undp.org>.

กลยุทธ์ทางการตลาดและนวัตกรรมการส่งออกที่ส่งผลต่อผลการดำเนินการส่งออกธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็กในประเทศไทย

Marketing Strategy and Export Innovation on Export Performance of Seafood Small Business in Thailand

วรเทพ ตีร์วิจิตร¹ ภัทรพล ชุ่มมี² ปรีชา คำมาดี³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดและนวัตกรรมการส่งออกที่ส่งผลต่อการดำเนินการส่งออกธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็กในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารของธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็ก จำนวน 255 บริษัท สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณผลการวิจัยพบว่า 1) กลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการส่งออก 2) นวัตกรรมการส่งออก ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ ด้านนวัตกรรมพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการส่งออกผลการวิจัยที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาดและการจัดการนวัตกรรมการส่งออกโดยผู้บริหารควรพิจารณาถึงจุดแข็งและจุดอ่อนในประเด็นของความพร้อมด้านการส่งออก เพื่อที่จะสามารถนำจุดแข็งไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและนำจุดอ่อนมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถส่งออกได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

คำสำคัญ : กลยุทธ์ทางการตลาด นวัตกรรมการส่งออก ผลการดำเนินการส่งออก ธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็ก

Abstract

The purposes of this research were to study marketing strategy and export innovation affecting export performance of small seafood business in Thailand by using a questionnaire as an instrument for collecting data from the executives of small seafood business from 255 samples. The statistics used for analyzing the collected data were multiple correlation and multiple regression analysis. The result showed that 1) the marketing strategy in the aspects of product strategy, price strategy, place strategy and promotion strategy affected the export performance and 2) export innovation in aspects of product innovation, process innovation and behavioral innovation affected the export performance. The research results can be used as

¹ นักศึกษาปริญญาเอก บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

E-mail.com : worathep@saha.ac.th

² อาจารย์ที่ปรึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

³ อาจารย์ที่ปรึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

a guideline for planning of marketing and export innovation management. The management should consider the strengths and weaknesses in the issue of export in order to be able to make the most of the strengths and to use the weaknesses to improve and to export more efficiently.

Keywords: Marketing Strategy, Export Innovation, Export Performance, Small Seafood Business

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) เป็นช่วงที่ประเทศไทยยังคงประสบกับภาวะแวดล้อมของการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกประเทศ เช่น กระแสการเปิดเศรษฐกิจเสรี ความท้าทายของเทคโนโลยีใหม่ๆ ประกอบกับสถานการณ์ด้านต่างๆ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศ เนื่องจากประเทศไทยมีระบบเศรษฐกิจที่ต้องพึ่งพาการส่งออกเป็นหลัก การปรับเปลี่ยนที่รวดเร็วด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการผลิตและการค้า ซึ่งภาคการผลิตต้องมีการปรับตัวหากภาคการผลิตปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีไม่ทันหรือขาดการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันลดลงด้วย

ปัจจุบันการตลาดเป็นแบบแนวคิดการสื่อสารการตลาด เชิงบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) ดังนั้นธุรกิจจึงให้ความสำคัญในการแสวงหากลยุทธ์ทางการตลาดที่จะต้องนำมาปรับใช้เป็นเครื่องมือเพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขัน อันนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ซึ่งกลยุทธ์ทางด้านราคาจะต้องมุ่งให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาให้ผู้บริโภคมองว่าคุ้มค่ากับสินค้าและยินดีจ่าย และกลยุทธ์ทางด้านการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าจะต้องอำนวยความสะดวกต่อพฤติกรรม การซื้อหาของลูกค้า

รวมถึงกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่ธุรกิจต้องใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์เพื่อจูงใจและดึงดูดความสนใจที่จะซื้อสินค้าในที่สุด

นวัตกรรมทางการส่งออกกับผลดำเนินการส่งออกจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า นวัตกรรมทางการส่งออกมีความสัมพันธ์กับผลดำเนินการส่งออก เช่น งานวิจัยของ Hult (2004) และ Guan (2003) เป็นต้น เนื่องจากนวัตกรรมทางการส่งออกเปรียบเสมือนปัจจัยที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จและเป็นแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญในอนาคต องค์กรจำเป็นต้องสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อรองรับสภาพการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดและนวัตกรรมทางการส่งออกที่ส่งผลต่อผลการดำเนินการส่งออกธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็กในประเทศไทยเพื่อทราบปัจจัยใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินการส่งออกธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็กในประเทศไทย เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยไปพัฒนาการส่งออกธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็กในประเทศไทยต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดและนวัตกรรมทางการส่งออกที่ส่งผลต่อผลการดำเนินการส่งออกธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็กในประเทศไทย

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา โดยกำหนดขอบเขตในการวิจัย ดังต่อไปนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สังเคราะห์จากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสรุปเป็นตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัย ดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่

1. ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 2) กลยุทธ์ด้านราคา 3) กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย และ 4) กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

2. ปัจจัยด้านนวัตกรรมการส่งออก ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ 2) ด้านนวัตกรรมกระบวนการ และ 3) ด้านนวัตกรรมพฤติกรรม

ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลการดำเนินการส่งออก ประกอบด้วย 1) ด้านผลดำเนินการส่งออกทางการเงิน 2) ด้านผลดำเนินการส่งออกเชิงกลยุทธ์ และ 3) ด้านความพึงพอใจในการส่งออก

ขอบเขตด้านพื้นที่

ธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็กที่ตั้งอยู่ในทุกภูมิภาคของประเทศไทย

ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยในเดือน มิถุนายน 2561 – เมษายน 2562

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 กลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการส่งออก

1.4.2 นวัตกรรมการส่งออกมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการส่งออก

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงโมเดลของกลยุทธ์ทางการตลาด นวัตกรรมการส่งออก และผลการดำเนินการส่งออก

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ประชากรและขนาดตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็ก จำนวน 505 ราย (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 2560) ทั้งนี้การกำหนดขนาดตัวอย่างในการวิเคราะห์เส้นทาง จำนวนตัวอย่างควรมีขนาดเป็น 20 เท่า ของตัวแปร (Golob, 2003 ; Hair, Black, Babin, Anderson and Tatham, 2010) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสาเหตุและตัวแปรผลลัพธ์ เท่ากับ 10 ตัวแปร ดังนั้นขนาดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ควรมีอย่างน้อย เท่ากับ $10 \times 20 = 200$ ตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูลผู้วิจัยจึงเก็บขนาดตัวอย่างทั้งหมด 505 ราย โดยมีการตอบกลับของชุดข้อมูลที่มีความสมบูรณ์เท่ากับ 255 ชุด คิดเป็นอัตราในการตอบกลับ ร้อยละ 50.50 ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามเงื่อนไขที่กำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 200 ตัวอย่าง

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่งงานในปัจจุบัน ประสบการณ์ในการทำงาน (Check list) 2) แบบสอบถาม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด นวัตกรรม การส่งออก และ ผลการดำเนินการส่งออกเป็นแบบสอบถาม มาตราส่วนประมาณ ค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ 3) แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะ

2.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการสร้างและพัฒนาเครื่องมือสำหรับการ วิจัยนี้มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ที่มีส่วน เกี่ยวข้องกับด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านนวัตกรรม การส่งออก และด้านผลการดำเนินการส่งออก จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไป ปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหา และนำไป หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำเครื่องมือไปทดลอง ใช้กับ กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้บริหารของบริษัท ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็กจำนวน 30 คน โดยการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดได้ค่าอำนาจ จำแนก (r) ระหว่าง 0.712-0.778 นวัตกรรมส่งออก ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) ระหว่าง 0.601-0.786 และ ผลการดำเนินการส่งออกได้ค่าอำนาจจำแนก (r) ระหว่าง 0.678-0.765 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อเกิน 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ และค่าความเชื่อมั่นของ แบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตาม วิธี ของ ครอน บาค (Cronbach) ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาด มีค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.878-0.879 นวัตกรรมส่งออก มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.888-0.889 และ ผลการดำเนินการส่งออก มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ ระหว่าง 0.880-0.881 ซึ่งสอดคล้องกับ สมบัติ ท้ายเรือ คำ (2551) กล่าวว่า เกณฑ์การพิจารณาค่าอำนาจจำแนก ของแบบสอบถาม 0.40 ขึ้นไป ถือว่ามีคุณภาพในระดับดี มาก

2.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ พหุคูณและการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อ ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดและนวัตกรรมการส่งออกที่ ส่งผลต่อผลการดำเนินการส่งออกธุรกิจอาหารทะเล ขนาดเล็กในประเทศไทย ซึ่งเขียนเป็นสมการดังนี้

$$1) \text{Export Performance} = \beta_{01} + \beta_{11}\text{MKS1} + \beta_{21}\text{MKS2} + \beta_{31}\text{MKS3} + \beta_{41}\text{MKS4} + \varepsilon$$

$$2) \text{Export Performance} = \beta_{02} + \beta_{12}\text{EPI1} + \beta_{22}\text{EPI2} + \beta_{32}\text{EPI3} + \varepsilon$$

3. สรุปผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย คิดเป็น ร้อยละ 60.45 มีอายุระหว่าง 41-50 ปีมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 38.85 มีตำแหน่งเป็นกรรมการผู้จัดการมากที่สุดคิด เป็นร้อยละ 80.90 มีประสบการณ์ในการทำงาน 10-15 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 51.35

2. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของกลยุทธ์ทางการตลาด กับผลการดำเนินการส่งออกโดยรวมของธุรกิจอาหารทะเล ขนาดเล็กในประเทศไทย

ตัวแปร	EPP	MKS1	MKS2	MKS3	MKS4	VIF
$\bar{X}$	4.02	4.24	4.16	3.98	4.14	
S.D.	0.50	0.47	0.51	0.55	0.43	
EPP		0.743*	0.724*	0.653*	0.641*	
MKS1			0.766*	0.541*	0.588*	3.663
MKS2				0.628*	0.724*	3.411
MKS3					0.591*	1.868
MKS4						1.815

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมี ความสัมพันธ์กัน ณ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่ง อาจจะทำให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปร อิสระ (Multicollinearity) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ ด้วยค่า VIF พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระ กลยุทธ์ทาง การตลาดกับผลการดำเนินการส่งออก โดยรวม มีค่าตั้งแต่ 1.815-3.663 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมี ความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ทำให้เกิดปัญหา (Black, 2006)

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ กลยุทธ์ทางการตลาดในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามผลการดำเนินการส่งออกโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.641-0.743 จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ตาราง 2 สัมประสิทธิ์ถดถอยของกลยุทธ์ทางการตลาดกับผลการดำเนินการส่งออกโดยรวมของธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็กในประเทศไทย

กลยุทธ์ทางการตลาด	ผลการดำเนินการส่งออกโดยรวม		T	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.432	0.235	2.978	0.000*
กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (MKS1)	0.440	0.025	4.517	0.000*
กลยุทธ์ด้านราคา (MKS2)	0.077	0.063	0.885	0.000*
กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (MKS3)	0.352	0.045	6.111	0.000*
กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด (MKS4)	0.011	0.018	0.312	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสร้างสมการพยากรณ์กลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวม

$$EPP=0.432+0.440MKS1+0.077MKS2+0.352MKS3+0.011MKS4$$

ตาราง 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของนวัตกรรมการส่งออกกับผลการดำเนินการส่งออกโดยรวมของธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็กในประเทศไทย

ตัวแปร	EPP	EPI1	EPI2	EPI3	VIF
$\bar{X}$	4.03	4.16	4.19	3.86	
S.D.	0.50	0.49	0.51	0.56	
EPP		0.633*	0.609*	0.542*	
EPI1			0.571*	0.674*	3.684
EPI2				0.509*	3.232
EPI3					1.782

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ณ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งอาจจะทำให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปร

อิสระ (Multicollinearity) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบด้วยค่า VIF พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระ นวัตกรรมการส่งออกกับผลการดำเนินการส่งออกโดยรวม มีค่าตั้งแต่ 1.782-3.684 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ทำให้เกิดปัญหา (Black, 2006)

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ นวัตกรรมการส่งออกในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามผลการดำเนินการส่งออกโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.542-0.633 จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ตาราง 4 สัมประสิทธิ์ถดถอยของนวัตกรรมการส่งออกกับผลการดำเนินการส่งออกโดยรวมของธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็กในประเทศไทย

นวัตกรรมการส่งออก	ผลการดำเนินการส่งออกโดยรวม		T	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.555	0.361	8.226	0.000*
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (EPI1)	0.332	0.502	7.643	0.000*
นวัตกรรมกระบวนการ (EPI2)	0.338	0.479	7.631	0.000*
นวัตกรรมพฤติกรรม (EPI3)	0.432	0.041	7.849	0.000*

F = 134.152 AdjR² = 0.543

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 พบว่า นวัตกรรมการส่งออกด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ และด้านนวัตกรรมพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสร้างสมการพยากรณ์นวัตกรรมการส่งออกโดยรวม

$$EPP = 1.555+0.332EPI1+0.338EPI2+0.432EPI3$$

4. อภิปรายผล

จากผลการวิจัย กลยุทธ์ทางการตลาดและนวัตกรรมการส่งออกที่ส่งผลต่อผลการดำเนินการส่งออกธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็กในประเทศไทยผู้วิจัยเห็นว่าประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายผลดังนี้

4.1 ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาด (MKS)

ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการส่งออก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 นั่นคือ ถ้าธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็กในประเทศไทย มีการบริหารจัดการ ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดีย่อมส่งผลให้ผลการดำเนินการส่งออกเพิ่มขึ้น กลยุทธ์ทางการตลาดถือเป็นกุญแจสำคัญของผลการดำเนินการส่งออกของกิจการหากกิจการมีการออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดีมีประสิทธิภาพ โดยมีนโยบายเน้นการสร้าง ความแตกต่างก็จะส่งผลให้กิจการมีผลการดำเนินการส่งออกที่ดีเหนือกว่าคู่แข่งชั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของวิเศษ ชัยเวช (2561) กล่าวว่า การสร้างความแตกต่างที่การตลาด (Marketing Differentiation) มีฐานแนวคิดจากการแข่งขันทางด้านราคา การพัฒนาตราหือ การควบคุมการจัดจำหน่าย การโฆษณา และนวัตกรรมของเทคนิคการตลาด และสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler & Armstrong (1993) กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วย กิจกรรมการสร้าง ความแตกต่าง อาทิ กิจกรรมการสร้าง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด

4.2 ปัจจัยนวัตกรรมการส่งออก (EPI)

ปัจจัยนวัตกรรมการส่งออกมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการส่งออก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 นั่นคือ หากธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็กในประเทศไทยมีการคิดค้นผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ โดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ประกอบกับบุคลากรในองค์กรตั้งแต่เจ้าหน้าที่จนถึงผู้บริหารระดับสูงมีการทำงานเป็นทีมก็จะส่งผลให้กิจการมีผลการดำเนินการส่งออกที่ดีเหนือกว่าคู่แข่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hult (2004) และ Guan (2003) โดยการพัฒนารุรกิจให้เป็นเลิศนั้น ต้องมีการนำแนวความคิดนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ กล่าวคือ ปัจจัยที่ทำให้แนวคิดด้านนวัตกรรม การส่งออกสามารถนำมาประยุกต์ในองค์กรให้ประสบ

ความสำเร็จนั้นต้องมีการนำแนวความคิดด้านการมุ่งเน้นการตลาดมาใช้ร่วมกันจึงจะประสบความสำเร็จสอดคล้องกับ Slater (1995) อธิบายว่า นวัตกรรม การส่งออกต้องมีการปรับกลยุทธ์การมุ่งเน้นการตลาดในด้านของการให้ความสำคัญกับลูกค้า คู่แข่ง รวมถึงการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานขององค์กรถึงจะสามารถสร้างผลดำเนินงานทางธุรกิจได้ในที่สุด โดย Hult (2004) ทำการศึกษาการสร้างนวัตกรรมและผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท พบว่า องค์กรมีการสร้างนวัตกรรมเพื่อให้องค์กรอยู่รอดในสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันที่สูง นวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพ การส่งออก ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเพราะปัจจุบันองค์กรต้องมีความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยองค์กรต้องมีการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้นมาเพื่อจะทำให้องค์กรมีจุดยืนที่มั่นคงได้ในปัจจุบัน

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

5.1.1 ผู้บริหารบริษัทควรมีแนวคิดด้านนวัตกรรมใหม่ ๆ อยู่เสมอ เช่น การจัดจำหน่ายสินค้าและบริการใหม่ ๆ มีกระบวนการดำเนินงานใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในต่างประเทศและให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

5.1.2 ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านการตลาดโดยเน้นผลิตสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้าและตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ต้นทุนต่ำ เพื่อทำให้การกำหนดราคาสินค้าที่ไม่สูงจนเกินไป อีกทั้งการไม่โฆษณาสินค้าและบริการที่เกินความเป็นจริง

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเพิ่มเติมด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้บริหารระดับสูงของธุรกิจ และหาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ผู้บริหารระดับสูงควรให้ความสำคัญในการพิจารณาและใช้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็กในประเทศไทย

6. เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2560). กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2560, จาก www.ditp.go.th
- บุญเลิศ พริ้งเจริญ. (2560). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิต ในประเทศไทย. ดุสิตนิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิต บัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.
- วิยะดา ชัยเวช. (2561, มกราคม – มีนาคม). กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขันของบริษัทผู้ส่งออกลำไยสดของไทยในตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 11(1), 151-166.
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2551). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กอสนิษฐ์ : ประสานการพิมพ์
- Golob, T. F. (2003). Review structural equation modeling for travel behavior research. *Transportation Research*. 37, 1-25.
- Guan, J. & Ma, N. (2003). Innovative capability and export performance of Chinese firms. *Technovation*, 23(9), 737-747
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson,
- R. E. & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (7th ed.). New Jersey : Pearson.
- Hult, G. T. M., Hurley, R. F. & Knight, G. A. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33, 429-438.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (1993). *Marketing: An introduction*. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice – Hall.
- Lin. C. Y. (2007). An examination of implementing customer relationship management by Chinese-Owned SMEs. New Zealand : Lincoln University.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed). New York : McGraw-Hill.
- Salavou, H. E. & Halikias, J. (2009). *Strategy Types of Exporting Firms: A View on the Basis of Competitive Advantage*. *European Business Review*, 21(2), 144.
- Salavou, H. E. & Sergaki, P. (2013). Generic Business Strategies in Greece: Private Food Firms versus Agricultural Cooperatives. *Journal of Rural Cooperation*, 41(1), 44-59.
- Schermerhorn, J. R. (2002). *Management* (7th ed). New York : John Wiley & Sons.
- Slater, S. F. & Narver, J. C. (1995, July). *Market orientation And The learning Organization*. *Journal of Marketing*, 59, 63-74.

การยอมรับธนาคารบนสมาร์ตโฟน (Mobile banking) ของผู้ค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

Technology Acceptance on Mobile Banking of the Retailers in Muang District,
Nakhon Sawan Province

วิไลลักษณ์ สร้อยศิริ¹ วราวุธ วัชรธรรม²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาปัจจัยการรับรู้และการยอมรับธนาคารบนสมาร์ตโฟน (Mobile banking) ที่มีผลต่อการนำไปใช้ของผู้ค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์จำนวน 230 ราย ด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย เลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยสถิติไคสแควร์ การวิเคราะห์ One way ANOVA และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุด้วยการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ค้าปลีกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30-39 ปี การศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ประกอบกิจการร้านอาหาร/ขนม ตั้งอยู่ในอาคารพาณิชย์ ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้งานพบว่าส่วนใหญ่เลือกใช้งานกว่า 1 แอปพลิเคชัน โดยเป็นการตัดสินใจใช้งานทันทีที่มีการเปิดให้ใช้แอปพลิเคชัน มีความถี่ในการใช้งานน้อยกว่าเดือนละ 30 ครั้ง ผลการศึกษาตัวแบบสมการความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างพบว่าความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ และการยอมรับมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำไปใช้งานจริง ส่วนความเชื่อมั่นในการใช้งานกลับมีอิทธิพลเชิงลบต่อการนำไปใช้งานจริง ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้แทนกรมสรรพากรที่พบว่าผู้ค้าปลีกส่วนใหญ่เกรงว่าการโอนเงินผ่านบัญชีจะเป็นช่องทางในการตรวจสอบการหลีกเลี่ยงภาษีและนำไปสู่การจับปรับของสรรพากร ส่วนการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ต่อการยอมรับ Mobile banking พบว่าอายุ 20-49 ปี และการศึกษาสูงกว่าระดับชั้นมัธยมต้นมีการรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน และการนำไปใช้จริงมากกว่ากลุ่มอื่น แต่ประเภทและที่ตั้งของกิจการไม่ส่งผลต่อการยอมรับ Mobile banking ดังนั้นการวางแผนเชิงนโยบายควรให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจกับผู้ค้าปลีกตามระดับอายุและการศึกษาเป็นลำดับต้น ๆ โดยเฉพาะอายุ 50 ปีขึ้นไปและการศึกษาดำรงระดับชั้นมัธยมต้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อการใช้แอปพลิเคชันว่าก่อให้เกิดประโยชน์ต่อกิจการและไม่ได้มีส่วนเชื่อมโยงกับการดำเนินการทางกฎหมายต่อผู้หลีกเลี่ยงภาษีหรืออยู่นอกระบบภาษีของสรรพากร

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ธนาคารบนสมาร์ตโฟน ผู้ค้าปลีก

¹สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ E-mail : wilailaksana.s@nsru.ac.th

²สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ E-mail : warawut.w@nsru.ac.th

Abstract

The purpose of this research is to study perception factors and acceptance of mobile banking technology affecting the intention tendency to use of the retailers in Muang district, Nakhon Sawan province. Data were collected by questionnaires with 230 samples of retailers in Muang district, Nakhon Sawan province. Data were analyzed by descriptive statistics such as frequency, percentage, arithmetic means, standard deviation. Chi-square test, one-way ANOVA, and multiple regression with structural equation model (SEM) were used to test the hypothesis in this study.

The results showed that most retailers were female, age between 30-39 years, education level is high school with food/snack shops locating in the building. They also use more than one mobile banking application at first launch and less than 30 times per month. The results from multiple regression with SEM found that three latent variables: the perceived usefulness, the perceived ease of use, and confidence, positively correlated with the intension to use. Moreover, the results also found that the intension to use was positively correlated with the real use while confidence was negatively correlated with the real use. This is in line with the interview with the revenue department representatives who found that most retailers fear that the transfer of money through accounts will be a way to investigate tax evasion and lead to the arrest of the revenue department. As for the comparative study of the different demographic factors on mobile banking acceptance, it is found that different ages and studies affect the perceived benefits. The ease of use and the actual implementation is different but the type and location of the business does not affect the acceptance of mobile banking. The policy planning should give priority to understanding retailers based on age and education, especially those aged 50 and older and education below junior high school level in order to create confidence in the use of the application that is beneficial to the business and is not associated with legal proceedings against tax evaders or outside the tax system of the revenue department.

Keywords: Technology acceptance, e-Payment, Mobile banking, Retailers

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ กับสถาบันการเงินในการนำระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment system) มาใช้ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2558 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพโครงสร้างพื้นฐานการ

ชำระเงิน ซึ่งสมาคมธนาคารไทยได้ประมาณการไว้ว่าระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์นี้สามารถลดต้นทุนที่ไม่จำเป็นจากการทำธุรกรรมเงินสดได้มากกว่า 1 แสนล้านบาทต่อปี และก่อให้เกิดความโปร่งใสในการตรวจสอบและติดตามความเคลื่อนไหวในบัญชีธนาคาร จึงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีของรัฐบาลจากการหลบและเลี่ยงภาษีได้เป็นอย่างดี (สมาคมธนาคารไทย, 2560) นอกจากนี้ยังจะ

เป็นกลไกสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน สร้างความมั่นคงให้กับระบบบริหารจัดการการเงินการคลัง และจะมีส่วนช่วยในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศทั้งในด้านขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย อันับความยาก-ง่ายในการประกอบธุรกิจ และดัชนีการพัฒนามนุษย์ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2015) ผลของการดำเนินโครงการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติคู่ขนานแบบบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการเงินพบว่าจำนวนบัตร/บัญชีของระบบ e-Payment เพิ่มขึ้นจาก 31.07 ล้านบัญชีในปี 2558 มาเป็น 53.17 ล้านบัญชีในปี 2560 จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Internet banking เพิ่มมากขึ้นเกือบ 3 เท่าตัว กล่าวคือ จาก 6,645,161 บัญชีในปี 2555 มาเป็น 20,480,268 บัญชีในปี 2560 ในขณะที่จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Mobile banking เพิ่มมากขึ้นเกือบ 4 เท่าตัว กล่าวคือ จาก 864,312 บัญชีในปี 2555 มาเป็น 41,184,456 บัญชีในปี 2561 สวนทางกับการโอนเงิน/ชำระเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็มและการโอนเงินรายย่อยข้ามธนาคารผ่านสาขา ซึ่งมีอัตราการลดลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้สืบเนื่องจากการประกาศยกเลิกค่าธรรมเนียมการโอนเงิน/ชำระเงินต่างธนาคารผ่านช่องทางออนไลน์ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ผ่านมาจะเป็นการศึกษาเพียงระบบงานย่อยชนิดเดียวผ่านมุมมองของผู้ประกอบการหรือผู้บริโภค เช่น การใช้ QR Code หรือ PromptPay และมักจะศึกษาในจังหวัดใหญ่ที่เป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ปริมณฑล หรือเชียงใหม่ (อภิชาติ เทศสวัสดิ์วงศ์, 2553; พิมพ์ปริยต์ เอกสุภักดิ์, 2558 และ จิตพิพรรค์ หงสกุล, 2559) โดยผลการศึกษาผ่านมุมมองของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะได้ผลคล้ายคลึงกันว่า ปัจจัยอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ อัตราการพึงพิงในครัวเรือน มีผลต่อความไว้วางใจในการใช้บริการผ่านระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนปัจจัยอื่น ๆ

เช่น ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และปัจจัยด้านความง่ายต่อการใช้งานมีผลต่อการยอมรับในการใช้บริการผ่านระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผลการศึกษาผ่านมุมมองของผู้ประกอบการค้าปลีกและอาชีพอิสระและการจัดเก็บรายได้ของรัฐบาลยังมีจำนวนไม่มากนัก ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้พัฒนาโจทย์งานวิจัยนี้เพื่อศึกษาในมุมมองของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ค้าปลีก เพื่อให้ได้ผลที่สามารถนำไปพัฒนาและปรับปรุงระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้ประกอบการค้าปลีกได้อย่างเหมาะสม

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ค้าปลีกในเขต อ.เมือง จ.นครสวรรค์

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาข้อมูลจากผู้ค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ระหว่างเดือนมีนาคมถึงกรกฎาคม 2562

1.4 สมมติฐานการวิจัย

H₁: ปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์

H₂: ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการยอมรับ

H₃: ปัจจัยด้านการยอมรับมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความเชื่อมั่น

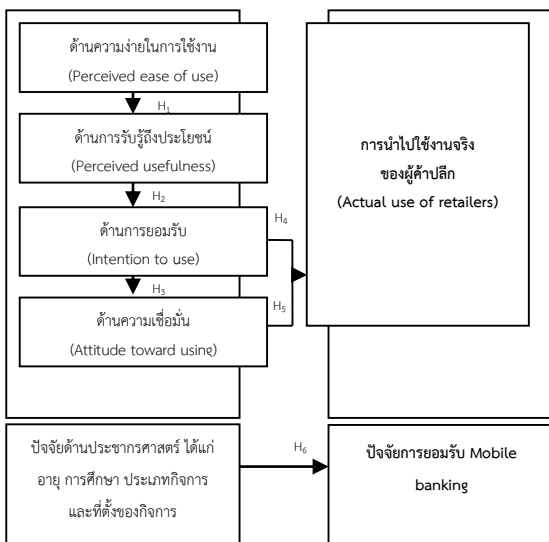
H₄: ปัจจัยด้านการยอมรับมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการนำไปใช้งานจริง

H₅: ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการนำไปใช้งานจริง

H₆: ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทกิจการ และที่ตั้งของกิจการที่แตกต่างกันมีการยอมรับในการใช้งาน Mobile banking ที่แตกต่างกัน

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเทคโนโลยี Mobile banking มาใช้จริงของผู้ค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยผู้วิจัยประยุกต์แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) เพื่อใช้ในการอธิบายปัจจัยยอมรับเทคโนโลยีในบริบทต่าง ๆ โดยสร้างเป็นกรอบแนวคิดงานวิจัยได้ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและปรับพฤติกรรมของผู้ค้าปลีกต่อการใช้จ่ายผ่าน Mobile banking เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือผู้ค้าปลีกในเขต อ.เมือง จ.นครสวรรค์ที่มีการใช้ Mobile banking ในกิจการ โดยคำนวณตัวอย่างจาก G*Power ซึ่งกำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 อำนาจการทดสอบที่ 0.80 และมี large effect size ที่ 0.50 จากจำนวนตัวแปรตามกรอบแนวคิดการวิจัยจำนวน 20 ตัวแปร ได้จำนวนตัวอย่างขั้นต่ำเท่ากับ 226 ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลแบบสอบถามตัวอย่างผู้ค้าปลีกมาทั้งหมดจำนวน 230 ตัวอย่าง ซึ่งในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ 1) ข้อมูลทาง

ประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของกิจการ และสถานที่ตั้งของกิจการ ใช้ความถี่และร้อยละในการอธิบายผลการศึกษา 2) พฤติกรรมการใช้งาน ได้แก่ จำนวนแอปพลิเคชันที่เลือกใช้ สถาบันการเงินที่เลือกทำธุรกรรมมากที่สุด ระยะเวลาที่ตัดสินใจเลือกใช้ Mobile banking ประเภทของธุรกรรมที่เลือกใช้งาน และความถี่ที่ได้รับการใช้บริการจากลูกค้าในแต่ละเดือน ใช้ค่าความถี่และร้อยละในการอธิบายผลการศึกษา 3) ปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลต่อการยอมรับ Mobile banking มาใช้งานจริงของผู้ค้าปลีก เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับตามวิธีการของลิเคิร์ต (Likert scale) ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ค่าน้ำหนัก
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยมากที่สุด	5

นำค่าน้ำหนักของแต่ละด้านมาหาค่าเฉลี่ยแล้วเปรียบเทียบกับเกณฑ์เฉลี่ย โดยที่ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 คือเห็นด้วยน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.51 -2.50 คือเห็นด้วยน้อย ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 คือเห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 คือเห็นด้วยมาก และค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 คือเห็นด้วยมากที่สุด

สอบถามปัจจัยทั้งหมด 5 ด้าน ด้านละ 3 ข้อ รวม 15 ข้อ ประกอบด้วย 1) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ 2) ด้านความง่ายในการใช้งาน 3) ด้านการยอมรับ 4) ด้านความเชื่อมั่น และ 5) ด้านการนำมาใช้งานจริง โดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ด้วยการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (SEM) ในการศึกษา และใช้ F-test ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับปัจจัยในการยอมรับ Mobile banking ไปใช้งานจริง

3. สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ค้าปลีก พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 65.2) อายุระหว่าง 30-39 ปี (ร้อยละ 45.7) ระดับการศึกษาสูงสุดคือมัธยมศึกษาตอนปลาย (ร้อยละ 37.4) ประกอบกิจการร้านอาหาร/ขนม (ร้อยละ 51.3) ตั้งอยู่ในอาคารพาณิชย์ (ร้อยละ 61.3) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งาน Mobile

banking พบว่าผู้ค้าปลีกส่วนใหญ่เลือกใช้แอปพลิเคชันมากกว่า 1 แอปพลิเคชัน (ร้อยละ 62.6) เป็นของธนาคารกสิกรไทย (ร้อยละ 57.8) โดยตัดสินใจที่จะใช้ Mobile banking แทนที่ที่มีการนำเสนอโดยสถาบันการเงิน (ร้อยละ 85.7) มีความถี่น้อยกว่าเดือนละ 30 ครั้ง (ร้อยละ 53.9)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุด้วยการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรแฝง	beta	S.D.	t	p-value
การรับรู้ถึงประโยชน์	ความง่ายในการใช้งาน	0.632	0.096	6.577	0.01
การยอมรับ	การรับรู้ถึงประโยชน์	1.038	0.175	5.945	0.01
ความเชื่อมั่น	การยอมรับ	0.807	0.127	6.348	0.01
การนำไปใช้จริง	การยอมรับ	1.387	0.239	5.809	0.01
การนำไปใช้จริง	ความเชื่อมั่น	-0.375	0.157	-2.392	0.05

ข้อมูลจากตารางที่ 1 สามารถอธิบายได้ว่า 1) ความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ 0.632 2) การรับรู้ถึงประโยชน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการยอมรับด้วยค่าสัมประสิทธิ์ 1.038 3) การยอมรับมีความสัมพันธ์เชิงบวก

ต่อความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์ 0.807 และ 4) การยอมรับมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการนำไปใช้งานจริงด้วยค่าสัมประสิทธิ์ 1.387 แต่กลับพบว่าความเชื่อมั่นมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการนำไปใช้งานจริงด้วยค่าสัมประสิทธิ์ -0.375

ตารางที่ 2 ค่าอิทธิพลทางตรง (DE) ค่าอิทธิพลทางอ้อม (IE) และค่าอิทธิพลรวม (TE) ของปัจจัยด้านต่าง ๆ ในตัวแบบ

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล											
	การรับรู้ถึงประโยชน์			ความเชื่อมั่นในการใช้งาน			การยอมรับ			การนำไปใช้จริง		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ความง่ายในการใช้งาน	0.899	-	0.899	-	0.568	0.568	-	0.801	0.801	-	0.685	0.685
การรับรู้ถึงประโยชน์	-	-	-	0.632	-	0.632	0.891	-	0.891	-	0.762	0.762
ความเชื่อมั่น	-	-	-	-	-	-	0.709	-	0.709	-0.337	-	-0.337
การยอมรับ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.094	-0.239	0.855
R ²	0.809			0.503			0.794			0.788		

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

ข้อมูลจากตารางที่ 2 พบว่า ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติ (DE = 0.899) การรับรู้ถึงประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

(DE = 0.632) ความเชื่อมั่นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการยอมรับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (DE = 0.709) แต่มีอิทธิพลเชิงลบ ต่อการนำไปใช้งานจริง (DE = -0.337) การยอมรับมีอิทธิพล เชิงบวกต่อการนำ Mobile banking ไปใช้งานจริงอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ (DE = 1.094) ทั้งนี้ความแปรปรวนของ การใช้งานจริงได้รับการอธิบายจากอิทธิพลของความง่ายใน การใช้งาน ความเชื่อมั่น การรับรู้ประโยชน์ และการยอมรับ ร้อยละ 78.8

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความแปรปรวนระหว่างปัจจัย การยอมรับ Mobile banking จำแนกตามปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์ของผู้ค้าปลีก

ปัจจัย	การรับรู้ถึงประโยชน์		ความง่ายในการใช้งาน	
	F	Sig.	F	Sig.
อายุ	4.371**	0.001	5.421**	0.000
ระดับการศึกษา	8.681**	0.000	4.625**	0.004
ประเภทของกิจการ	2.463**	0.046	0.893	0.469
ที่ตั้งของกิจการ	4.587**	0.011	0.766	0.466
ปัจจัย	ความเชื่อมั่น		การยอมรับ	
	F	Sig.	F	Sig.
อายุ	2.972**	0.013	2.530**	0.030
ระดับการศึกษา	0.557	0.644	1.017	0.386
ประเภทของกิจการ	2.264	0.063	3.431**	0.010
ที่ตั้งของกิจการ	0.392	0.676	4.577**	0.011
ปัจจัย	การนำไปใช้จริง			
	F	Sig.		
อายุ	4.276**	0.001		
ระดับการศึกษา	8.137**	0.000		
ประเภทของกิจการ	3.326**	0.011		
ที่ตั้งของกิจการ	3.565**	0.030		

หมายเหตุ: **Sig. ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ข้อมูลจากตารางที่ 3 พบว่า 1) อายุที่ต่างกันมี การรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน และการ นำไปใช้จริงแตกต่างกัน โดยพบว่าโดยส่วนใหญ่ผู้ค้าปลีก ที่อายุระหว่าง 50 ปีขึ้นไป จะมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ถึง ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานน้อยกว่ากลุ่มคนที่ อายุต่ำกว่า กลุ่มผู้ค้าปลีกอายุต่ำกว่า 20 ปี จะเชื่อมั่น และยอมรับในการใช้งานมากที่สุด ในขณะที่กลุ่มอื่น ๆ เห็นไม่ต่างกัน และกลุ่มผู้ค้าปลีกอายุต่ำกว่า 20 ปีมี การนำ Mobile banking ไปใช้จริงมากที่สุด ในขณะที่ กลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไปมีการนำไปใช้จริงน้อยที่สุด 2) ระดับ

การศึกษาที่ต่างกันมีการรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายใน การใช้งาน และการนำไปใช้จริงที่แตกต่างกัน แต่ไม่ส่งผล ต่อความเชื่อมั่นและการยอมรับ โดยพบว่า ผู้ค้าปลีกที่จบ ปริญญาตรีจะมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายใน การใช้งาน และการนำ Mobile banking ไปใช้จริงสูง ที่สุด ในขณะที่การศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะ รับรู้ประโยชน์น้อยที่สุด 3) ประเภทของกิจการและที่ตั้ง ของกิจการที่แตกต่างกันมีการรับรู้ถึงประโยชน์ การ ยอมรับ และการนำไปใช้จริงแตกต่างกัน ไม่ได้ส่งผลต่อ ความง่ายในการใช้งานและความเชื่อมั่น โดยพบว่ากิจการ อื่น ๆ มีการรับรู้ถึงประโยชน์ การยอมรับ และการนำ ไป ใช้งานจริงสูงที่สุด ส่วนกิจการประเภทอื่น ๆ ไม่เห็นว่า แตกต่างกัน 4) สถานที่ตั้งกิจการที่ต่างกันมีการรับรู้ถึง ประโยชน์ การยอมรับ และการนำไปใช้จริงแตกต่างกัน โดยพบว่ากิจการที่ตั้งในห้างสรรพสินค้ามีการรับรู้ถึง ประโยชน์ การยอมรับ และการนำไปใช้จริงสูงที่สุด ในขณะที่กิจการที่ตั้งในตลาด/ตลาดนัดมีการรับรู้ถึง ประโยชน์และการนำไปใช้จริงต่ำที่สุด

4. อภิปรายผล

4.1 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับของ ผู้ค้าปลีกต่อการใช้จ่ายผ่าน Mobile banking ซึ่งพบว่า ความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ถึง ประโยชน์ การรับรู้ถึงประโยชน์มีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อการยอมรับ การยอมรับมีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อความเชื่อมั่น และการยอมรับมีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อการนำไปใช้งานจริงสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญชัย อัครผาติ (2557) ที่พบว่า การรับรู้ประโยชน์จาก การใช้งานการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และทัศนคติต่อ การใช้งานมีผลต่อการเลือกใช้ระบบบัญชีออนไลน์ผ่าน เทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติงของผู้ทำบัญชี แต่กลับพบว่า ความเชื่อมั่นมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการนำไปใช้งานจริง ซึ่งแตกต่างไปจากการศึกษางานอื่น ๆ ก่อนหน้านี้ อาจ เป็นไปได้ว่าช่วงที่กำลังศึกษาเป็นช่วงที่มีการบังคับใช้

พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 48) พ.ศ. 2562 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 21 มีนาคม 2562 ให้สถาบันการเงิน สถาบันการเงินเฉพาะทาง และผู้ให้บริการการเงินอิเล็กทรอนิกส์นำส่งข้อมูลการฝากหรือรับโอนเงินทุกบัญชีรวมกันตั้งแต่สามพันครั้งขึ้นไป หรือ การฝากหรือรับโอนเงินทุกบัญชีรวมกันตั้งแต่สัปดาห์ครั้งและมียอดรวมของธุรกรรมฝากหรือรับโอนเงินรวมกันตั้งแต่สองล้านบาทขึ้นไป ส่งผลให้เกิดผลทางจิตวิทยาต่อผู้ค้าปลีกซึ่งอาจจะเป็นผู้ที่อยู่นอกระบบภาษีหรือไม่ได้รายงานตัวเลขจริงของการประกอบกิจการเกรงกลัวต่อการต้องนำส่งภาษีสูงขึ้น (วันสิริ อึ้งเกษม, 2562)

1) การศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ต่อการยอมรับ Mobile banking พบว่าอายุและการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน และการนำไปใช้จริงแตกต่างกัน โดยกลุ่มคนอายุ 20-49 ปี และการศึกษาสูงกว่าชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นจะรับรู้ถึงประโยชน์ความง่ายในการใช้งาน และการนำไปใช้จริงมากกว่ากลุ่มคนอายุอื่น ๆ และระดับการศึกษาอื่น ๆ ส่วนประเภทและที่ตั้งของกิจการไม่ส่งผลต่อการยอมรับ Mobile banking สอดคล้องกับการศึกษาของอรรถัย เลื่อนวัน (2555) ที่พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศและรายได้ต่อเดือนมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการรับรู้ด้านความง่ายในการใช้งาน และระดับการศึกษามีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการรับรู้ประโยชน์

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะโดยทั่วไปด้านการวางแผนนโยบาย

ผลการศึกษาสำคัญที่พบว่าความเชื่อมั่นมีอิทธิพลทางลบต่อการนำไปใช้งานจริงของผู้ค้าปลีก สอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้แทนสรรพากรพื้นที่นครสวรรค์ที่ว่า ผู้ค้าปลีกอาจจะมีกังวลใจต่อการตรวจสอบเส้นทางการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลให้ต้องชำระภาษี

สูงขึ้นกว่าเดิม ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องและสถาบันการเงินควรร่วมมือกันสร้างความเชื่อมั่นและความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับผู้ค้าปลีกว่าการเข้าสู่ระบบภาษีที่ถูกต้องจะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างไรทั้งต่อตนเอง สังคม และประเทศ

5.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาค้างต่อไป

การศึกษาค้างต่อไปควรนำตัวแปรด้านประชากรศาสตร์เข้ามารวมในแบบจำลองการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุด้วยสมการเชิงโครงสร้าง และนำผลการจัดเก็บรายได้จากผู้ค้าปลีกของสรรพากรและองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นมารวบรวมพิจารณาด้วย

6. เอกสารอ้างอิง

- จิรวัดณ์ วงศ์ธงชัย. (2555). ปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติของผู้ใช้งานกลุ่มเจเนอเรชันวาย. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ชาญชัย อรรถผาดี. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการยอมรับในเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้งเพื่อประยุกต์ใช้ในการให้บริการระบบบัญชีออนไลน์ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในมุมมองของผู้ทำบัญชี. วิทยานิพนธ์บัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile banking และ Internet banking. ค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2562, จาก https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/ReportPage.aspx?reportID=688&language=th.

ธิตีพรดี หงอสกุล. (2559). **ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับโปรแกรมประยุกต์ระบบธุรกรรมการเงินบนสมาร์ทโฟน: กรณีศึกษา ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล.** การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). **รายงานธุรกรรมการชำระเงินประจำไตรมาส 2 ปี 2561.** ค้นเมื่อ 24 กรกฎาคม 2562, จาก https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/PaymentSystem_Reports/Q2_2561.pdf.

พิมพ์นริญต์ เอกสุภักดิ์. (2558). **พฤติกรรมและความเชื่อมั่นในการใช้บริการหัตถ์คิวอาร์ทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน).** วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วันสิริ ฮีเกษม. (2562, สิงหาคม 7). **นักวิชาการภาษี ชำนาญการพิเศษ. สรรพการพื้นที่นครสวรรค์. สัมภาษณ์.**

ศราวุธ ไชยศิริ. (2550). **พฤติกรรมการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีการสื่อสารของกลุ่มเจนเอแซ่นายในกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2562). **ไทยขึ้นแท่นแชมป์โลกสัดส่วนผู้ใช้บริการ Mobile banking สูงสุดของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วประเทศ.** สืบค้นออนไลน์จาก

<https://droidsans.com/thailand-mobile-banking-2019-to-cashless-society/>. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2562.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2015). **ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์.** สืบค้นออนไลน์จาก <https://www.etda.or.th/content/e-payment.html>. สืบค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2561.

สมาคมธนาคารไทย. (2560). **Cashless Society: เตรียมพร้อมเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ.** ค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2561, จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/2602>.

อภิชาติ เทสสวัสดิ์วงศ์. (2553). **ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.**

สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อรัญญ์ เลื่อนวัน. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ: กรณีศึกษา**

กรมการพัฒนาชุมชนศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ.

การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี.

แนวทางในการต่อยอดผลิตภัณฑ์กาแฟดอยหวาน ต.เทพเสด็จ อ.ดอยสะเก็ด สู่ประโยชน์เชิงพาณิชย์ และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Ways to Develop Doi-Whan Coffee Products, Doi Saket District, Thap Saket Subdistrict, for
Commercial and Public Benefits Under the ASEAN Economic Community (AEC)

เสกสรรค์ มณีธร¹ วีรศักดิ์ สมยานะ²

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์กาแฟดอยหวาน ต.เทพเสด็จ อ.ดอยสะเก็ด สู่ประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟดอยหวาน มีศักยภาพสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟควบคู่ในรูปแบบของพกพาหรือซองดริป ผลการวิจัยพบแนวทางในพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์จะมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้ (1) การรับซื้อเมล็ดกาแฟที่ผ่านกระบวนการคั่วสำเร็จตามสูตรที่ต้องการจากกลุ่มเกษตรกร (2) นำเมล็ดกาแฟคั่วสำเร็จตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านกาแฟ (3) จัดส่งเมล็ดพันธุ์ที่ผ่านการคั่วและตรวจสอบรสชาติแล้วไปยังโรงงานเอกชนเพื่อจ้างบดและบรรจุ อัดก๊าซไนโตรเจนในซองเพื่อรักษาคุณภาพของผงกาแฟจนได้ผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปแบบซองพกพาหรือซองดริป (4) ดำเนินการขอขึ้นทะเบียนอย. 4 (5) ขนส่งกาแฟที่บรรจุแล้วจัดเก็บในคลังเพื่อรอจำหน่ายต่อไป เมื่อดำเนินการทั้งกระบวนการแล้วเสร็จ กาแฟผงสำเร็จรูปแบบซองพกพา ขนาด ซอง 8 กรัม จำนวน 7,000 ซอง จะมีต้นทุนอยู่ที่ 22,189.6 บาท ต่อ 1 ซอง และมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการรวมทั้งสิ้น 5,350 บาท จำนวนเงินที่ต้องใช้ลงทุนพัฒนาผลิตภัณฑ์ฯ ขนาด 8 กรัม จำนวนการผลิตขั้นต่ำที่ 7,000 ซอง จะมียอดเงินที่ใช้ในการลงทุนรวมทั้งสิ้น 160,677.2 บาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

คำสำคัญ : การต่อยอดผลิตภัณฑ์ ประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การแปรรูปกาแฟ

Abstract

This research aims to find ways to develop Doi-Whan coffee products, Doi Saket District, Thap Saket Subdistrict, for commercial and public benefits under the ASEAN economic community (AEC). The results from the data analysis found that farmer groups who plant Doi Whan coffee have the potential to develop roasting coffee products in the form of a portable bag or a coffee drip bag. The data analysis brought the researchers the ways to develop the products as following processes; (1) Purchasing roasting coffee has already done the processes according to the required formula as

¹ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ E-mail : S.maneetorn@gmail.com

² สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ E-mail : w.somyana@gmail.com

requested from farmer groups. (2) Roasting coffee seeds were brought for a quality check by a coffee specialist. (3) Sending coffee seeds that have already been roasted and tasted to a private factory to mash and put into a bag as well as fill nitrogen into the bag to help maintain its quality. (4) Granting the registration from The Food and Drug Administration (No.4) (5) Transporting the by-products into the inventory to be ready for selling. When all the processes were done, the 8-gram size of a portable instant coffee in total 7,000 bags have the cost at 22.1896 baht per 1 bag and the total cost for all of the procedures is 5,350 baht. The minimum investment amount of the 8-gram size of a portable instant coffee is 7,000 bags which the total cost for the investment was 160,677.2 baht, the value added tax (VAT) has already been added.

Keywords: Development of the products, commercial and public benefits, the ASEAN Economic Community (AEC)

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการเกษตรในลำดับต้นๆของประเทศไทย มีพื้นที่ทั้งหมดกว่า 12 ล้านไร่ มีความอุดมสมบูรณ์ของผืนดินและภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการทำเกษตร โดยมีพืชเศรษฐกิจสำคัญและเป็นที่ต้องการของตลาด อาทิ อะโวคาโด สตรอเบอร์รี่ กาแฟ ชา อุ่น ข้าวโพดหวาน ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ผักสลัด ผักปลอดสาร และผลไม้เมืองหนาว แต่ผลิตผลทางการเกษตรในพื้นที่โดยส่วนใหญ่ยังเป็นผลิตผลทางการเกษตรต้นน้ำที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่หรือปรับเปลี่ยนกระบวนการบริหารจัดการด้านการผลิตในรูปแบบผู้ประกอบการให้เกิดการต่อยอดไปสู่เชิงพาณิชย์ได้มากนัก จากงานวิจัยของ เสกสรรค์ มณีธร (2562) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิจัยเพื่อต่อยอดภาคการเกษตรชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในการดำเนินการวิจัยดังกล่าว ได้มีการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนและวิเคราะห์สถานการณ์ภาคการเกษตรในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ต่อการแข่งขัน

และการปรับตัวในอาเซียน โดยจัดทำเป็นโครงการก่อนการวิจัยจริง (Pre-research) โดยมีหน่วยงานเข้าร่วมมากกว่า 40 หน่วยงาน ทั้งภาครัฐ เอกชน รัฐวิสาหกิจ และชุมชนเกษตร รวมถึงท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสามารถสรุปปัญหาที่เกิดขึ้นกับภาคเกษตรของท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำคัญ คือ ปัญหากลุ่มเกษตรกรไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรต้นน้ำให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ยกกระตือรือร้นการผลิต ให้สามารถแข่งขันได้ในเชิงอุตสาหกรรมเพื่อต่อยอดให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นพื้นที่ที่มีสภาพภูมิอากาศเหมาะสมต่อการปลูกกาแฟ โดยเฉพาะกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้า ซึ่งต้องเพาะปลูกบนพื้นที่สูงได้เงาร่มไม้ และมีอากาศเย็นเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์กาแฟที่มีคุณภาพพื้นที่ ต.เทพเสด็จ อ.ดอยสะเก็ด เป็นพื้นที่หนึ่ง ที่มีการเพาะปลูกกาแฟและมีจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟจำนวนมาก แต่จากการลงพื้นที่ของผู้วิจัย พบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นการเพาะปลูกเพื่อผลิตเมล็ดกาแฟส่งจำหน่ายไปยังพ่อค้าคนกลาง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เกษตรต้นน้ำมูลค่าต่ำ

ด้วยเหตุนี้ นักวิจัย จึงได้จัดทำโครงการวิจัยเรื่อง “แนวทางในการต่อยอดผลิตภัณฑ์กาแฟดอยหวาน

ต.เทพเสด็จ อ.ดอยสะเก็ด สู่ประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ สนับสนุนให้เกษตรกรสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ พัฒนาจากผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรต้นน้ำไปสู่ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปปลายน้ำ เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มโอกาสและรายได้ให้กับเกษตรกร สร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นในชุมชน สามารถนำแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นี้ไปปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่นหรือในชุมชนอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์กาแฟดอยหวาน ต.เทพเสด็จ อ.ดอยสะเก็ด สู่ประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

โดยงานวิจัยในครั้งนี้จะเป็นการศึกษาปัญหาและผลกระทบที่จะเกิดขึ้น รวมถึงการวิจัยเพื่อหาแนวทางในการต่อยอดผลิตภัณฑ์กาแฟดอยหวาน ต.เทพเสด็จ อ.ดอยสะเก็ด สู่ประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยอาศัยวิธีการแบบมีส่วนร่วม (PAR) เพื่อสะท้อนปัญหาและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับการพัฒนาชุมชนเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ ทำการคัดเลือกกลุ่มเกษตรกรที่มีความพร้อม และดำเนินการหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รูปแบบใหม่ที่ได้มาตรฐาน สามารถแข่งขันได้ ปรับวิธีการดำเนินการจากการผลิตสินค้าเกษตรกรรมต้นน้ำ ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาสู่ผลิตภัณฑ์ปลายน้ำ สามารถส่งต่อผลิตภัณฑ์ไปสู่ผู้บริโภคขั้นสุดท้าย เมื่อได้ต้นแบบแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ จึงสามารถนำเสนอแนวทาง ในการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ต่อกลุ่มเกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นี้ไปปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่น หรือในชุมชนอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง/ผู้เข้าร่วมการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีความต้องการเข้าร่วมโครงการ ใช้วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified sampling) จาก 25 อำเภอ ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

ขั้นตอนที่ 2 ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยมีผู้เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 20 ชุมชน แต่มีชุมชนที่สนใจเข้าร่วมโครงการ จำนวน 4 ชุมชน ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพาะเห็ดองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหลวง อำเภอแม่ฮ้อย กลุ่มชุมชนประมงท้องถิ่นตำบลชมพู อำเภอสารภี กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันก้อเกิด อำเภอสันป่าตอง และกลุ่มผู้ปลูกกาแฟดอยหวาน ตำบลเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด เมื่อทำการวิเคราะห์ศักยภาพทั้งด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของเกษตรกรแต่ละกลุ่ม พบเพียง 1 ชุมชน คือ กลุ่มผู้ปลูกกาแฟดอยหวานตำบลเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด ที่มีศักยภาพสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อต่อยอดให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะภายใต้ประชาคมอาเซียน ได้ในช่วงระยะเวลาของการดำเนินการวิจัย

2.2 ข้อมูลและเครื่องมือในการวิจัย

2.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการสำรวจ สอบถาม และสัมภาษณ์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 25 อำเภอ

2.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสาร งานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาศักยภาพชุมชนเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยและพัฒนาศักยภาพภาคการเกษตรของชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ ในประเด็นการต่อยอดภาคการเกษตรของชุมชนให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสร้างสรรค์ บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

2.2.3 ชนิดเครื่องมือการประเมิน เครื่องมือที่สำคัญคือ แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต และแบบประเมินที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ และทำการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย

มีการแบ่งวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็นสองส่วน ได้แก่ ส่วนที่หนึ่ง คือการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษาบริบทของเกษตรกรที่สนใจเข้าร่วมโครงการ ทำการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค เพื่อวิเคราะห์ถึงศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาศักยภาพเพื่อต่อยอดให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ส่วนที่สอง คือการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อศึกษารูปแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลิตผลทางการเกษตรที่เหมาะสมแก่เกษตรกรโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญ ด้านผลิตภัณฑ์ หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้องมาร่วมให้ข้อมูล

ส่วนการตรวจสอบเครื่องมือ ใช้วิธีการสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลผู้ศึกษาที่วิจัยได้นำนั้นถูกต้องหรือไม่ ได้แก่ แหล่งเวลา หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่งสถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่ และแหล่งบุคคล หมายถึง ถ้าหากตัวผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ (สุภาภักดิ์ จันทวานิช, 2547 : 129-130) ซึ่งพบว่า ผลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละด้านเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนของการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ (1) นำข้อมูลที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้อง วิเคราะห์เนื้อหา และจำแนกกลุ่มข้อมูล และ เรียบเรียงข้อมูลและจัดลำดับตามเนื้อหาที่ต้องการศึกษาวิจัย (2) นำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาผนวกกับแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงทำการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้ให้เกิดรูปแบบของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ นักออกแบบ ผู้ประกอบการภาคเอกชน ภาครัฐ รวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจกาแฟ เพื่อหาแนวทางในการต่อยอดภาคการเกษตรของชุมชนให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสร้างสรรค์ บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงต่อไป

3. สรุปผลการวิจัย

3.1 การวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนเกษตรในพื้นที่ 25 อำเภอ ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

จากการจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างความเข้าใจและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มเกษตรกรจาก 25 อำเภอ ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ทีมวิจัย ผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจ และหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ในประเด็นการต่อยอดภาคการเกษตรของชุมชนให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสร้างสรรค์ บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ในวันที่ 10 เมษายน 2562 พบว่า มีกลุ่มเกษตรกรที่สนใจเข้าร่วมโครงการ รวมทั้งสิ้น 4 ชุมชน ได้แก่ 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพาะเห็ดทองคำการบริหารส่วนตำบลบ้านหลวง อำเภอแม่อาย 2) กลุ่มชุมชนประมงท้องถิ่นตำบลชมพู อำเภอสารภี 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอกเกิดอำเภอสันป่าตอง และ 4) กลุ่มผู้ปลูกกาแฟดอยหวาน ตำบลเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด แต่จากการวิเคราะห์ถึงศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรทั้ง 4 ราย พบว่า กลุ่มเกษตรกรที่มีความพร้อมด้านผลิตภัณฑ์สามารถต่อยอดให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะได้ในช่วงระยะเวลาของการดำเนินการวิจัยพบเพียง 1 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ปลูกกาแฟดอยหวาน ตำบลเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรในด้านจุดแข็งและ พบว่า ผู้นำกลุ่มมีความเชี่ยวชาญด้านการผลิตกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้าพันธุ์สูง สามารถแปรรูปผลิตภัณฑ์กาแฟตั้งแต่การเก็บเกี่ยวเมล็ดกาแฟสดผ่านกระบวนการหมักด้วยน้ำที่มีจุลินทรีย์ตามธรรมชาติ ทำการตากและเข้าสู่กระบวนการขัดสีจนกลายเป็นกาแฟที่มีคุณภาพสูง ผ่านการตรวจวิเคราะห์คุณภาพสารกาแฟเพื่อรับรองผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัย จากบริษัทห้องปฏิบัติการกลาง (ประเทศไทย) จำกัด พื้นที่ของตำบลเทพเสด็จเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติเหมาะแก่การปลูกกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้า ในส่วนของโอกาส ทางกลุ่มฯ มีหน่วยงานที่คอยให้ความช่วยเหลือ

ด้านความรู้แก่กลุ่มเกษตรกร สินค้าเกษตรของกลุ่มมีความต้องการในระดับประเทศและต่างประเทศ ในด้านของจุดอ่อน กลุ่มยังไม่สามารถควบคุมปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรได้ตามเป้าของผู้บริโภค ขาดเงินทุนที่ใช้ในการจัดซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์ในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ กลุ่มขาดความรู้ในเรื่องของการจัดการธุรกิจ การออกแบบผลิตภัณฑ์และการจัดการด้านการตลาด ในด้านของอุปสรรคเนื่องจากกาแฟเป็นที่นิยมในการบริโภค จึงมีการแข่งขันในอุตสาหกรรมสูง มีคู่แข่งจำนวนมาก โดยสรุปการวิเคราะห์ถึงศักยภาพของผลิตภัณฑ์ ที่ประชุมกลุ่มมีทัศนคติไปในทิศทางเดียวกันว่า ถึงแม้ทางกลุ่มฯ จะมีข้อจำกัดในด้านของเงินทุน เครื่องจักร อุปกรณ์ที่ใช้ในการแปรรูป ขาดองค์ความรู้ในด้านการบริหารจัดการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการด้านการตลาด แต่ทุกข้อที่กล่าวมาข้างต้น สามารถพึ่งพาหน่วยงานภายนอกเพื่อผลักดันให้เกิดผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ โดยให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมทั้งในส่วนของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ กระบวนการผลิตที่ต้องใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐานโดยวิธีการจ้างผลิตในบางขั้นตอน การจัดการด้านการขนส่ง และการจัดการด้านการตลาด จัดอุปสรรคและข้อจำกัดต่าง ๆ เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ต่อยอดภาคการเกษตรของชุมชนให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสร้างสรรค์ บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงต่อไป

3.2 ข้อสรุปจากการประชุมเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต่อยอดให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ

จากการประชุมร่วมกันระหว่าง ทีมวิจัยผู้เชี่ยวชาญด้านกาแฟ และผู้นำกลุ่มเกษตรกร พบว่าในปัจจุบันความนิยมบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคมีแนวโน้มที่สูงขึ้น ซึ่งเห็นได้จากการที่ผู้ประกอบการหันมาให้ความสนใจพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟในรูปแบบใหม่ลงสู่ตลาดในหลายช่องทางอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม กาแฟสำเร็จรูปอีก

รูปแบบหนึ่งที่เริ่มเป็นที่นิยม สร้างความสะดวกให้ผู้บริโภคสามารถดื่มกาแฟสดได้ทุกที่ทุกเวลา คือ กาแฟคั่วบดในรูปแบบของพกพาหรือซองตริป ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวและผู้ต้องการชงกาแฟสดดื่มได้สะดวกในทุกสถานที่ และจากการวิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ปลูกกาแฟดอยหลวงตำบลเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด ที่ประชุมมีทัศนคติไปในทางเดียวกันว่ามีผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟของกลุ่มฯ มีความพร้อมที่จะพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์กาแฟคั่วบดในรูปแบบของพกพาหรือซองตริป

ในส่วนกระบวนการและวิธีการในการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ จะมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้ (1) การรับซื้อเมล็ดกาแฟที่ผ่านกระบวนการคั่วสำเร็จตามสูตรที่ต้องการจากกลุ่มเกษตรกร (2) นำเมล็ดกาแฟคั่วสำเร็จตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านกาแฟ (3) จัดส่งเมล็ดพันธุ์ที่ผ่านการคั่วและตรวจสอบรสชาติแล้วไปยังโรงงานเอกชนเพื่อจ้างบดและบรรจุ อัดก๊าซไนโตรเจนในซองเพื่อรักษาคุณภาพของผงกาแฟจนได้ผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปแบบของพกพา หรือซองตริป โดยต้องเป็นโรงงานที่ได้มาตรฐานการผลิตอาหารปลอดภัยเพื่อให้สามารถส่งออกเพื่อจำหน่ายในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (4) ดำเนินการขอขึ้นทะเบียน อย. 4 (5) ขนส่งกาแฟที่บรรจุแล้วจัดเก็บในคลังเพื่อรอจำหน่ายต่อไป ในส่วนขั้นตอนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามจะมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้ (1) ประชุมกลุ่มเพื่อออกแบบตราสินค้าและภาพพื้นหลัง รายละเอียดที่จำเป็นต่าง ๆ ในซองบรรจุภัณฑ์ (2) หลังจากนั้นส่งมอบข้อสรุปถึงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการไปยังบริษัทรับออกแบบ (3) เมื่อได้แบบที่ต้องการแล้วจัดส่งแบบไปยังโรงพิมพ์ซองบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ได้ซองบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบลวดลายบนซองตามที่ต้องการ (4) หลังจากม้วนฟอยล์บรรจุภัณฑ์ผลิตเสร็จแล้วทางโรงงานผู้ผลิตจัดส่งม้วนฟอยล์บรรจุภัณฑ์ไปยังโรงงานรับบดและบรรจุผงกาแฟให้เป็นของสำเร็จรูปต่อไปซึ่งทั้ง 4 ขั้นตอนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์จะนำเนินการควบคู่ไปกับกระบวนการให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ และเสร็จ

สิ้นในกระบวนการ 3 คือกระบวนการจัดส่งเมล็ดพันธุ์ที่ผ่านการคัดเลือกไปยังโรงงานเอกชนเพื่อจ้างบดและบรรจุอัดก๊าซไนโตรเจนในซองเพื่อรักษาคุณภาพของผงกาแฟจนได้ผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปแบบซองพกพาหรือซองดริป

จากการวิเคราะห์กระบวนการในแนวทางในการต่อยอดผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ จะมีขั้นตอน วิธีการ และการวิเคราะห์ต้นทุนของผลิตภัณฑ์ และมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1) ในส่วนของการวิเคราะห์ต้นทุนเมล็ดกาแฟกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟดอยหวาน จะดำเนินการผลิตคัดเลือกเมล็ดกาแฟตามสูตรที่ผู้เชี่ยวชาญด้านกาแฟกำหนดทำการบรรจุเมล็ดกาแฟที่ผ่านการคัดเลือกในถุงฟรอยส์จำหน่ายในราคา กิโลกรัมละ 1,000 บาท ค่าต้นทุนต่อกรัม คิดเป็นต้นทุนกรัมละ 1 บาท

2) ในส่วนของการจ้างบรรจุต้นทุนค่าบรรจุบริษัท เดอะ คอฟฟี่ บีน โรสตติ้ง จำกัด จะมีค่าบริการบดเมล็ดกาแฟ และบรรจุผงกาแฟที่ผ่านการบดแล้วบรรจุลงในถุงอัดก๊าซไนโตรเจนเพื่อคงคุณภาพของผงกาแฟซิลปิดถุง โดยคิดค่าบริการต่อถุง เท่ากับ 7.5 บาท เมื่อรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7% จะมีต้นทุนค่าบดและบรรจุเท่ากับ 8.02 บาท ในส่วนของค่าบริการขึ้นทะเบียนอาหารและยา หรือ ออย. บริษัทฯ คิดค่าบริการจำนวน 2,000 บาท เมื่อรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7% จะมีค่าใช้จ่ายเท่ากับ 2,140 บาท ต่อ 1 ผลิตภัณฑ์ ใช้เวลาดำเนินการประมาณ 14 วัน ในส่วนของการค่าใช้จ่ายในการยื่นจดทะเบียนอาหาร หรือ ออย. เป็นต้นทุนในส่วนของการดำเนินการจึงไม่สามารถป้อนส่วนเข้าไปในต้นทุนสินค้าขายได้ (บริษัท ฯ ได้กำหนดจำนวนขั้นต่ำที่ต้องผลิตต่อรอบเท่ากับ 50 กิโลกรัม บรรจุซองละ 8 กรัม จำนวนขั้นต่ำที่ต้องผลิต 7,000 ซอง)

3) ค่าซองฟรอยส์บรรจุ บริษัท ทีพีไอ จำกัด (มหาชน) คิดค่าบริการผลิต ม้วนละ 23,000 บาท โดย 1 ม้วน สามารถผลิตกาแฟบรรจุของสำเร็จรูปได้เท่ากับ 4,000 ซอง ผลิตขั้นต่ำที่ 2 ม้วนขึ้นไป รวมเป็นต้นทุนเท่ากับ 46,000 บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%

จะมีต้นทุนเท่ากับ 49,220 คิดเป็นต้นทุนต่อซองเท่ากับ 6.15 บาท (ซองฟรอยส์ที่เหลือสามารถนำไปบรรจุต่อได้)

4) ค่าออกแบบบรรจุภัณฑ์ บริษัท เอ แปค สองศรีเอช จำกัด คิดค่าบริการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ด้านหน้าและด้านหลัง จำนวน 3,000 บาท ต่อ 1 งาน เมื่อรวมภาษีมูลค่าเพิ่มจะมีค่าใช้จ่ายเท่ากับ 3,210 บาท ต้นทุนในส่วนนี้เป็นต้นทุนในส่วนของการดำเนินการจึงไม่สามารถป้อนส่วนเข้าไปในต้นทุนสินค้าขายได้

5) ในส่วนของการขนส่งที่ใช้ในการดำเนินการจะแบ่งเป็นค่าบริการขนส่งเมล็ดกาแฟที่คัดเลือกแล้ว ไปยังบริษัท เดอะ คอฟฟี่ บีน โรสตติ้ง จำกัด กรุงเทพมหานคร และเมื่อทำการบรรจุในรูปแบบของสำเร็จรูปเสร็จสิ้นจะขนส่งกลับมายังกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งทั้งเที่ยวไป และเที่ยวกลับ มีค่าใช้จ่ายที่เหมือนกัน คือค่าบริการขนส่งต่อเที่ยว น้ำหนัก 50 กิโลกรัม แบ่งบรรจุกล่องละ 25 กิโลกรัม จำนวน 2 กล่อง มีค่าบริการขนส่งเท่ากับ 200 บาท ต่อ กล่อง คิดเป็น 400 บาท ราคากล่องบรรจุเมล็ดกาแฟจำนวน 2 กล่อง ราคากล่องละ 45 บาท รวมเป็นเงินเท่ากับ 90 บาท รวมต้นทุนในการขนส่งต่อเที่ยวเท่ากับ 490 บาท เมื่อทำการเฉลี่ยต้นทุน คิดเป็นต้นทุนค่าขนส่ง ต่อเที่ยว ต่อกิโลกรัม เท่ากับ 9.8 บาท คิดเป็นต้นทุนต่อกรัม เท่ากับ 0.0098 บาท ดังนั้นเมื่อรวมค่าขนส่งทั้งเที่ยวไปและเที่ยวกลับจะมีต้นทุนค่าขนส่งกิโลกรัมละ 19.6 บาท คิดเป็นต้นทุน การขนส่งรวมต่อกรัมเท่ากับ 0.0196 บาท (ค่าขนส่งเป็นต้นทุนที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว และในส่วนของการจัดส่งอ้างอิงจาก บริษัท นิ้มเอ็กซ์เพรส จำกัด ที่เปิดเผยค่าบริการขนส่ง)

เมื่อดำเนินการทั้งกระบวนการแล้วเสร็จจากผงสำเร็จรูปแบบซองพกพา ขนาดของ 8 กรัม จำนวน 7,000 ซอง ต่อหนึ่งรอบการผลิต เมื่อรวมต้นทุนในการผลิตสินค้าทั้งหมดเข้าด้วยกัน จะมีต้นทุนอยู่ที่ 22.1896 บาท ต่อ 1 ซอง และมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการดำเนินการรวมทั้งสิ้น 5,350 บาท (ค่าบริการขึ้นทะเบียนอาหารและยา และค่าออกแบบบรรจุภัณฑ์, เป็นราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว)

เมื่อรวมเงินลงทุนที่เกษตรกรต้องใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปในรูปแบบของพกพา หรือซองตริป ขนาด 8 กรัม จำนวนการผลิตขั้นต่ำที่ 7,000 ซอง จะมียอดเงินที่ใช้ในการลงทุนรวมทั้งสิ้น 160,677.20 บาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

การกำหนดอัตราส่วนกำไรขั้นต้นเพื่อให้เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร จะกำหนดโดยคิดจากต้นทุนของสินค้า (Markup on Cost) และทำการกำหนดราคาขายสินค้าโดยอ้างอิงจากราคาขายสินค้าชนิดเดียวกันในท้องตลาด (สุตาพร กุณทลบุตร, 2558 : 189) จากการสำรวจตลาด พบกาแฟสำเร็จรูปแบบซองพกพาหรือแบบซองตริปที่ไม่ได้เป็นกาแฟออแกนิกจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กาแฟคาเฟอีนผสมนม จำหน่ายซองละ 24 บาท, ดีโอโร่ คอฟฟี่ ตริฟ มิเดียมเฮาส์ เบลนด์ จำหน่ายซองละ 24 บาท, กาแฟ VINZ DRIP COFFEE จากดอยช้าง จำหน่ายซองละ 30 บาท, กาแฟแบล็คแคนยอนตริป จำหน่ายซองละ 24 บาท, ในส่วนของกาแฟออแกนิกสำเร็จรูปแบบซองพกพา พบจำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กาแฟ SOD Coffee จำหน่ายซองละ 35 บาท, กาแฟดอยตุงคอฟฟี่ จำหน่ายซองละ 45 บาท เนื่องจากกาแฟที่ผลิตจากกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟดอยหวาน ต.เทพเสด็จ เป็นกาแฟที่ผ่านการตรวจวิเคราะห์คุณภาพเพื่อรับรองผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัย จึงจัดอยู่ในหมวดของกาแฟเพื่อสุขภาพ ดังนั้นราคาที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ จึงควรมีราคาขายเท่ากับ 35 บาท ต่อ 1 ซอง อัตราส่วนในการกำหนดกำไรที่เหมาะสมจึงอยู่ที่ 57.7315 % จะได้กำไรจากการขายสินค้าเท่ากับ 12,810.4 บาท

3.3 การต่อยอดไปสู่การดำเนินการด้านการตลาดและการขายในช่องทางออนไลน์และตัวแทนจำหน่าย

ในด้านการตลาด เมื่อทราบต้นทุนและสามารถกำหนดราคาขายสินค้าได้แล้ว ต้องเร่งดำเนินการสำรวจตลาด วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป ในกลุ่มแรก คือกลุ่มธุรกิจบริการและจัดเลี้ยงที่มีผลิตภัณฑ์กาแฟเป็นวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการให้บริการ เช่น กลุ่ม ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท กลุ่มธุรกิจภัตตาคาร

และจัดเลี้ยง กลุ่มที่สอง คือกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เช่น ห้างสรรพสินค้าริมปิง ของ บริษัท ต้นตราภัณฑ์ซูเปอร์มาเก็ต (1994) จำกัด ซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าท้องถิ่นที่พร้อมสนับสนุนสินค้าจากเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ และเป็นธุรกิจค้าปลีกที่มีชื่อเสียง มีที่ตั้งของสาขาครอบคลุมแหล่งเศรษฐกิจในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มที่ 2 คือกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจในผลิตภัณฑ์ การเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มนี้ สามารถดำเนินการได้ 3 ช่องทางคือ 1 ช่องทางการออกร้านเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าในงานจัดแสดงสินค้าทางการเกษตรที่ทางภาครัฐจัดขึ้น หรือในพื้นที่เป้าหมายต่าง ๆ ที่คาดว่าจะมีกลุ่มลูกค้าอยู่ เช่น บริเวณจุดจำหน่ายกาแฟในห้างสรรพสินค้า เพื่อให้การจัดกิจกรรมสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากที่สุด ในส่วนของช่องทางที่ 2 คือ การประชาสัมพันธ์และการขายสินค้าผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยการสร้างร้านค้าในช่องทาง Facebook และ Instagram เน้นการสร้างเรื่องราว การนำเสนอสินค้าให้มีความสวยงามและน่าสนใจ มีความต่อเนื่องในการลงโฆษณา กระตุ้นยอดการติดตามเพจให้เพจมีความน่าเชื่อถือ ทำการโปรโมทเพจและโพสต์สำคัญที่ต้องการให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายทราบ กำหนดการรณรงค์โฆษณา ช่วงเวลาในการโฆษณากำหนดระยะเวลาและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อให้งบประมาณที่ใช้ในการตลาดและการประชาสัมพันธ์เกิดประโยชน์สูงสุด ช่องทางที่ 3 คือ การกำหนดราคาสมาชิกที่สั่งซื้อเป็นประจำ เมื่อสมัครสมาชิกจะมีส่วนลดซองละ 2 บาท และการขายผ่านตัวแทนจำหน่าย โดยรับสมัครตัวแทนจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ มีการกำหนดส่วนลดการค้าให้กับตัวแทนใน 3 ระดับ ได้แก่ ตัวแทนรายเล็ก ตัวแทนรายกลาง และตัวแทนรายใหญ่ แบ่งระดับขึ้นของตัวแทนด้วยยอดขายสั่งซื้อตามช่วงระยะเวลาที่กำหนด การขายผ่านช่องทางตัวแทนจะสามารถเพิ่มยอดขายและทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

3.4 ได้ต้นแบบขยายผลไปสู่ชุมชนอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อต่อยอดให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

หากเกษตรกรสามารถศึกษา ทำความเข้าใจ และดำเนินการตามแนวทางดังกล่าว จะทำให้เกษตรกรสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำเกษตรที่มุ่งเน้นเฉพาะการผลิตสินค้าต้นน้ำ ไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยให้องค์กรภายนอกเข้ามามีส่วนช่วยสนับสนุนให้เกษตรกรสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ ลดข้อจำกัดในด้านเงินทุนที่ต้องใช้ในการปรับปรุงกระบวนการผลิต ปรับแนวคิดจากเกษตรกรผู้ผลิตไปสู่การคิดแบบผู้ประกอบการ ผลิตสินค้าในรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นน้ำ พัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์กลางน้ำ ส่งตรงสินค้าที่ผลิตได้ไปยังผู้บริโภคในชั้นปลายน้ำด้วยการจัดการด้านการตลาดอย่างเหมาะสม ต่อยอดให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สามารถนำแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นี้ไปปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่น หรือในชุมชนอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

4. อภิปรายผล

จากการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้แนวทางในการต่อยอดผลิตภัณฑ์กาแฟดอยหวาน ตำบลดอยสะเก็ด ให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ คือ การพัฒนาสินค้าทางการเกษตรให้มีคุณภาพและคุณค่าโดยใช้ทุนทางปัญญาและวัฒนธรรมที่ตนเองมีอยู่ซึ่งสามารถต่อยอดให้เกิดการสร้างรายได้เพิ่มให้แก่กลุ่ม ด้านประโยชน์เชิงสาธารณะ คือ ตามแนวทางในการวิจัยนี้ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ได้มาตรฐาน เกษตรกรจำเป็นต้องสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรภายนอกให้เข้ามามีส่วนช่วยสนับสนุนให้เกษตรกรสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ ลดข้อจำกัดในด้านเงินทุนที่ต้องใช้ในการปรับปรุงกระบวนการผลิต ปรับแนวคิดจากเกษตรกรผู้ผลิตไปสู่การคิดแบบผู้ประกอบการ ผลิตสินค้าในรูปแบบ

ผลิตภัณฑ์ต้นน้ำ พัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์กลางน้ำ ส่งตรงสินค้าที่ผลิตได้ไปยังผู้บริโภคในชั้นปลายน้ำด้วยการจัดการด้านการตลาดอย่างเหมาะสม สามารถนำแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นี้ไปปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่น หรือในชุมชนอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงเกษตรที่พยายามส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและการดำเนินงานของเกษตรกรที่จะต่อยอดการดำเนินงานด้านการเกษตรให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์โดยพยายามพัฒนาคุณภาพของสินค้าทางการเกษตรให้มีคุณภาพมีความปลอดภัยเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด และสอดคล้องกับอรพินธ์ บุญสิน (2557) การต่อยอดการผลิตสินค้าและบริการให้เกิดความสร้างสรรค์โดยอาศัยทุนทางปัญญา คือ ความรู้ ความสามารถที่ตนเองมีอยู่ตลอดจนทุนด้านวัฒนธรรมและทุนความสัมพันธ์ที่ตนเองสามารถสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้อื่นในอันที่จะส่งเสริมและผลักดันให้เกิดการต่อยอดของสินค้าและบริการให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ได้

ในส่วนของ การนำเอาหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เข้ามาใช้ในการดำเนินงานเพื่อต่อยอดภาคการเกษตรให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ในประเด็นของความรู้และคุณธรรมโดยพยายามนำเอาองค์ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่นเข้ามาใช้ในการผลิตและการต่อยอดการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมกล่าวคือ มุ่งเน้นการผลิตสินค้าทางการเกษตรในรูปแบบใหม่ที่มีคุณภาพไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมสอดคล้องกับหลักพื้นฐานของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในประเด็นของความรู้ที่จะต้องรับขนขวายและมีความรอบคอบในอันที่จะนำเอาความรู้มาใช้ให้เกิดประโยชน์กับการดำเนินการ การมีคุณธรรม ความซื่อสัตย์ต่อการประกอบกิจการสอดคล้องกับงานของ กาญจนา สุระ (2551) การเพิ่มศักยภาพของคนในชุมชนเพื่อยกระดับเศรษฐกิจและสังคมของคนในชุมชนสอดคล้องกับ McClelland (1973) ัญญลักษณ์ วีระสมบัติ (2546) ศักยภาพคือความรู้ความสามารถของแต่ละบุคคลที่มีความแตกต่างกันไปแต่

หากองค์กรต้องการประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน จำเป็นจะต้องมีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรภายในองค์กรเพื่อที่จะได้ช่วยทำให้ให้บุคลากรมีศักยภาพ มีความรู้และความสามารถเพิ่มขึ้น อันจะช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

การพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ผู้นำกลุ่มมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงาน หากผู้นำกลุ่ม ไม่มีความรู้ความสามารถ ไม่เปิดใจ ขาดวิสัยทัศน์ และยังคงยึดมั่นกับแนวทางในการเกษตรดั้งเดิมที่เน้นการผลิตสินค้าทางการเกษตรในรูปแบบต้นน้ำราคาต่ำ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ตามแนวทางในการวิจัยนี้คงไม่สามารถเกิดขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับ จักรี ศรีจารุเมธีญาณ (2562) ที่กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความเข้มแข็งแก่ชุมชน คือ ปัจจัยด้านผู้นำที่เป็นผู้มีความรู้มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์ มีคุณธรรม มุ่งมั่นในการทำงาน เปิดใจกว้าง มีความเป็นกันเองและมีมนุษยสัมพันธ์ ดังนั้นทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้คงอยู่ยืนยาวท่ามกลางกระแสการแข่งขัน ดังนั้นองค์กรจำเป็นต้องมีการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุเป้าหมาย

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 เกษตรกรควรปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำเกษตรที่มุ่งเน้นการผลิตสินค้าต้นน้ำ ไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยให้องค์กรภายนอกเข้ามามีส่วนช่วยสนับสนุนให้เกษตรกรสามารถพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ลดข้อจำกัดในด้านเงินทุนที่ต้องใช้ในการปรับปรุงกระบวนการผลิต ซึ่งจากแนวทางในการวิจัยนี้ทำให้เห็นว่า หากกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟดอยหลวง ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟที่มีอยู่เดิมให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ จำเป็นต้องพึ่งพาองค์กรภายนอกเข้ามาช่วยในด้านของเทคโนโลยีและมาตรฐานการผลิต การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้ มีมาตรฐานที่สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

5.2 จากการลงพื้นที่ดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ พบว่าเกษตรกรในพื้นที่ ต.ดอยหลวง ต.เทพเสด็จ อ.ดอยสะเก็ด มีความเชี่ยวชาญในด้านของการผลิต แต่ยังขาดองค์ความรู้ด้านการตลาดและการขาย โดยเฉพาะการตลาดในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นการศึกษาเพิ่มเติมองค์ความรู้ในด้านการตลาดและการขาย จะช่วยให้เกษตรกรสามารถส่งตรงสินค้าที่ผลิตได้ไปยังผู้บริโภคในชั้นปลายน้ำด้วยการจัดการด้านการตลาดและการขายที่เหมาะสมสามารถสร้างยอดขาย นำมาซึ่งรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาโอกาสในการพัฒนาช่องทางการตลาดและการขายของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่พัฒนาแล้วตามแนวทางในการวิจัยนี้ เพื่อให้ทราบถึงวิธีการในการดำเนินการตลาดที่เหมาะสม ช่วยให้เกษตรกรสามารถขายสินค้าได้จริง และเป็นต้นแบบในการพัฒนาด้านการตลาดและการขายให้กับชุมชนเกษตรอื่นในพื้นที่ต่อไป

6. เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา สุระ. (2551). การจัดการเรียนรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ต่อการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมของภาคชนบทและชุมชนเมืองจังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.).
- จักรี ศรีจารุเมธีญาณ. (2562). ภาวะผู้นำกับการพัฒนาชุมชน [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร ปีที่ 6 ฉบับพิเศษ, หน้า 527 – 538.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2558). ก.เกษตรฯ MOUวิจัยเกษตรสู่เชิงพาณิชย์. ค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2562, จาก <http://www.ftawatch.org>.

สุดาพร กุณฑลบุตร. (2558). **หลักการตลาดสมัยใหม่**
(พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

สุภางค์ จันทวานิช. (2547). **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ**
(พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

เสกสรรค์ มณีธร. (2562). **การวิจัยเพื่อต่อยอดภาค**
การเกษตรชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ให้เกิด
ประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. กรุงเทพฯ :
สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.).

อรพินท์ บุญสิน. (2557). **แนวทางการสร้างผลลัพธ์การผลิต**
สินค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับ ผู้ประกอบการ
วิสาหกิจชุมชน ในภาคอุตสาหกรรม. กาญจนบุรี
: มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี.

พฤติกรรมการบริจาคเงินเพื่อการกุศลของผู้สูงอายุ ในอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ Charitable Donation Behavior of the Elderly in Muang District, Nakhon Sawan

นันทพร ไม้ทองดี¹ นาทยา แพร่งศรีสาร²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจ สังคม ลักษณะจิตใจภายในของผู้สูงอายุที่บริจาคเงิน ซึ่งได้แก่ ความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อ ความมั่นคงทางการเงิน และความเคร่งทางศาสนา (2) พฤติกรรมการบริจาคเงินให้กับวัดและมูลนิธิการกุศล (3) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะดังกล่าวกับพฤติกรรมการบริจาคเงิน ซึ่งพิจารณาจากความถี่ในการบริจาคเงิน (โดยไม่คำนึงถึงจำนวนเงินที่บริจาค) ของผู้สูงอายุ โดยขอบเขตพื้นที่การวิจัยคือ อำเภอเมืองนครสวรรค์ด้วยมีความหนาแน่นของผู้สูงอายุมากที่สุดในจังหวัดนครสวรรค์ กลุ่มตัวอย่างคือผู้สูงอายุที่บริจาคเพื่อการกุศลจำนวน 390 คนจากวิธีสุ่มแบบตามสะดวก วิธีการวิจัยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานด้วยการทดสอบไคสแควร์และการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกเพื่อวิเคราะห์ลักษณะของผู้สูงอายุที่มีความสัมพันธ์และมีผลกับพฤติกรรมการบริจาคเงินแบบสมำเสมอ ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 60-64 และประเมินตนว่าเคร่งศาสนาและมีความมั่นคงทางการเงินในระดับปานกลาง ในขณะที่ประเมินความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อในระดับมาก ตัดสินใจบริจาคเงินให้วัดมากที่สุดและรองลงมาคือมูลนิธิเพื่อการศึกษา จากการทดสอบไคสแควร์ ปัจจัยที่พบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริจาคแบบสมำเสมอ คือ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ จำนวนคนในครอบครัวที่อยู่บ้านเดียวกันและความเคร่งศาสนา เหตุจูงใจสำคัญ 3 ประการต่อการบริจาค ได้แก่ การเป็นเหตุการณ์สำคัญ ความสุขใจจากการให้แม้ไม่มีใครรู้ และความเชื่อในอาณิสัญญาจากการให้

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกพบว่า ปัจจัยที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการบริจาคเงินแบบสมำเสมอของผู้สูงอายุ ได้แก่ ระดับความเคร่งศาสนา อาชีพก่อนอายุครบ 60 ปี และระดับการศึกษา ทั้งนี้ ผู้สูงอายุที่ประเมินว่าตนมีความเคร่งทางศาสนาในระดับปานกลางและในระดับมากมีโอกาที่จะบริจาคเงินสมำเสมอ ในขณะที่ผู้สูงอายุที่สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่าจะมีโอกาสเป็นผู้บริจาคเงินสมำเสมอมากกว่าผู้สูงอายุที่จบการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าปริญญาโท

คำสำคัญ : ผู้สูงอายุ พฤติกรรมการบริจาค ลักษณะของผู้บริจาค เหตุจูงใจต่อการบริจาค การบริจาคเงินแบบสมำเสมอ

¹ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

E-mail: nantaporn.m@nsru.ac.th

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

E-mail: nataya_11@hotmail.com

Abstract

The three purposes of this study were to investigate (1) demographic, socio-economic and intrinsic motivating characteristics which included generosity, financial security and religiosity (2) donation behavior of elderly donors for temples and charities (3) the relation between those characteristics and donation behaviors of the elderly donors, precisely, the frequency of monetary donation behaviors with no regard for amount donated. The area scope of this research was Muang Nakhon Sawan. The samples are chosen by convenience sampling, consisting of 390 elderly donors. The methodologies were descriptive statistics, chi-square test and binary logistic regression to analyze the relation between those characteristics of the elderly donors and regular monetary donation. The findings revealed that most of the elder donors were female, of age 60-64 with self-reported religiosity and financial security at moderate level while that of generosity claimed at high level, decided to donate mostly to Buddhist temples and secondly to educational charity. With an univariate analysis of chi-square, there was a significant relationship between regular donation behavior and following factors: marital status, education level, occupation before 60 years old, family members of household and level of religiosity. In addition, three main motivations behind charitable giving behavior of elderly were influence of commemorative dates, happiness through giving and religious motivation.

According to the results of binary logistic regression analysis, the level of religiosity, occupation before 60 years old and education level were found to have a significant effect on regular monetary donation of the elderly. Furthermore, the elderly with self-reported religiosity at moderate and high level tend to be regular donors while the elderly with primary educational level or lower are more likely to donate money regularly.

Keywords: Elderly, Donation behavior, Characteristics of donor, Charitable giving motivations, Regular monetary donation

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การบริจาคหรือการให้จัดเป็นการกระทำที่มีรากฐานที่ลึกซึ้งในวัฒนธรรมและบรรทัดฐานของประเทศต่างๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศที่นับถือศาสนาพุทธเช่นประเทศไทย ซึ่งชาวพุทธส่วนใหญ่รู้จักการทำบุญให้ทาน ทั้งนี้ การให้ทานมีความหมายอย่างกว้างว่าการสละบริจาคสิ่งอะไรแก่ใครๆ หรือแก่องค์การอะไร ด้วยการให้เปล่าซึ่งจุดมุ่งหมายที่เห็นชัดคือการช่วยบำบัดทุกข์

ของผู้อื่นและจุดสำคัญที่ควรเข้าใจคือเพื่อชำระกิเลสจากใจ เมื่อทุกฝ่ายต่างให้แก่กันและกันในทางที่ชอบจึงเกิดความสุขความเจริญ (สมเด็จพระสังฆราชสกลมหาสังฆปริณายก, 2556, หน้า 12-17) การศึกษาเรื่องการให้เพื่อการกุศลและลักษณะของครัวเรือนส่วนใหญ่เป็นงานจากประเทศตะวันตก มูลนิธิ Charities Aid Foundation สำรวจพฤติกรรมการให้เพื่อการกุศลจัดให้ไทยเป็นประเทศผู้ใจบุญ (The World Giving Index) อันดับที่ 9 ของโลกในปี พ.ศ. 2554 ซึ่งเป็นผลการให้

ความช่วยเหลือจากเหตุการณ์มหาอุทกภัยในปีดังกล่าว โดยมีค่าดัชนีการให้สูงถึงร้อยละ 51 และมีอัตราส่วนผู้บริจาคเงินเพื่อการกุศลต่อประชากรทั้งประเทศมากเป็นอันดับที่ 1 ของโลก (Charities Aid Foundation, 2011) ผลการศึกษาพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างอายุและพฤติกรรมการบริจาคของบุคคล (Hodgkinson & Weitzman, 1990; Bekkers & Wiepking, 2011; Lwin, Phau & Lim, 2014) นอกจากนี้ การศึกษาของ Lasby & Barr (2018) บ่งชี้ว่า ผู้สูงอายุมีการบริจาคมากกว่าผู้บริจาควัยอื่นและมูลค่าการบริจาคที่มากกว่า อีกทั้งมีบทบาทสำคัญในการบริจาคที่สูงขึ้นและบริจาคในองค์กรที่หลากหลายกว่า โดยมีแนวโน้มตัดสินใจบริจาคให้กับองค์กรด้านศาสนา สุขภาพ และบริการสังคม ด้วยจังหวัดนครสวรรค์ได้เป็นสังคมสูงอายุ ซึ่งมีความหนาแน่นของผู้สูงอายุมากที่สุดในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาพฤติกรรมการบริจาคของผู้สูงอายุให้กับวัดและมูลนิธิการกุศลในจังหวัดนครสวรรค์ ด้วยในปัจจุบันต้องมองว่าผู้สูงอายุแท้จริงแล้วเป็นกลุ่มคนที่มีคุณค่า มีโอกาสและจะมีบทบาทมากขึ้นต่อสังคมด้วยการสร้างแรงบันดาลใจเป็นแบบอย่างแห่งการให้ อีกทั้งผลการศึกษาจะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อวัดและมูลนิธิการกุศลในจังหวัดนครสวรรค์ ในฐานะผู้รับบริจาคได้รับทราบถึงลักษณะผู้บริจาค เหตุจูงใจและพฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เพื่อประกอบการพิจารณาหาแนวทางในการส่งเสริมวัฒนธรรมการให้ของคนในจังหวัดนครสวรรค์มากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญ ได้แก่

1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจ สังคม และลักษณะจูงใจภายในของผู้สูงอายุที่บริจาคเงินให้กับวัดและมูลนิธิการกุศลในอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

1.2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริจาคเงินของผู้สูงอายุให้กับวัดและมูลนิธิการกุศลในอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

1.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจและสังคม และลักษณะจูงใจภายในที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริจาคเงินของผู้สูงอายุให้กับวัดและมูลนิธิการกุศลในอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไปที่มีสัญชาติไทยและมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 40,720 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดนครสวรรค์, 2560) ด้วยมีความหนาแน่นของผู้สูงอายุมากที่สุดในจังหวัดนครสวรรค์

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

พฤติกรรมของผู้สูงอายุในการบริจาคเงินให้กับวัดและมูลนิธิการกุศลในอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา (ก่อนวันที่ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง)

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

เขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

1.3.4 ขอบเขตด้านเวลา

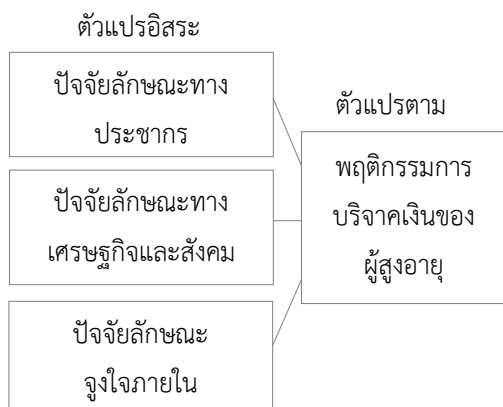
การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างดำเนินการในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม 2562

1.4 สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจและสังคม และลักษณะจูงใจภายในของผู้สูงอายุมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริจาคเงินของผู้สูงอายุให้กับวัดและมูลนิธิการกุศลในอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำมาพิจารณาและกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ประชากรและการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาในการวิจัยนี้ได้แก่ ประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปที่มีสัญชาติไทยและมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 40,720 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดนครสวรรค์, 2560)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ คือ ผู้สูงอายุที่มีสัญชาติไทยและมีชื่อในทะเบียนบ้านในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ในการพิจารณาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเนื่องด้วยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของผู้สูงอายุที่บริจาคเงินให้กับวัดและมูลนิธิการกุศลในอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ จึงใช้สูตรการคำนวณในกรณีที่มีจำนวนประชากรมากและไม่ทราบค่าสัดส่วนประชากรโดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2559, หน้า 28) ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 385 คน และเพื่อชดเชยการสูญหายและความไม่สมบูรณ์ของชุดข้อมูล การวิจัยนี้จะสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 คน ทั้งนี้ การสุ่มตัวอย่างดำเนินการแบบ 2 ขั้นตอน ประกอบด้วย การสุ่มตัวอย่างสถานที่ที่เป็นศูนย์รวม

คนสูงอายุ โดยใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) ในแหล่งที่มีโอกาสสูงที่จะพบเจอผู้สูงอายุ เช่น ชมรมผู้สูงอายุ ศูนย์บริการสาธารณสุข วัด โรงเรียนสร้างสุขผู้สูงอายุ สถานที่รับเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ เป็นต้น และทำการสุ่มผู้สูงอายุตามสถานที่ดังกล่าวด้วยวิธีสุ่มแบบตามสะดวก (convenience sampling) จำนวน 390 คนที่มีความยินยอมในการให้ข้อมูลตอบแบบสอบถาม

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

นอกเหนือจากแหล่งทฤษฎีที่ได้จากการรวบรวมองค์ความรู้จากเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม ซึ่งได้มีการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา รวมถึงการปรับปรุงและนำไปทดลองใช้กับผู้สูงอายุจำนวน 30 ตัวอย่างเพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) ของแบบสอบถาม โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha เท่ากับ 0.898 เนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งสะท้อนลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจและสังคม และลักษณะภายใน โดยข้อคำถามมีลักษณะเป็นปลายปิดและเป็นแบบตรวจรายการ (checklist) ที่มีคำตอบหลายตัวเลือก ส่วนข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับลักษณะจิตใจภายในมีจำนวน 3 ข้อ โดยเป็นมาตรวัดค่า 5 ระดับแบบลิเคิร์ท (Likert scale)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริจาคเงินให้กับวัดและมูลนิธิการกุศลในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ โดยข้อคำถามมีลักษณะเป็นปลายปิดและเป็นแบบตรวจรายการ (checklist) ที่มีคำตอบหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 3 เหตุผลจิตใจต่อการตัดสินใจในการบริจาคเงินให้กับวัดและมูลนิธิการกุศลในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ โดยข้อคำถามมีจำนวน 20 ข้อ ซึ่งเป็นมาตรวัดค่า 5 ระดับแบบลิเคิร์ท (Likert scale)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์กับงานวิจัย โดยคำถามเป็นแบบปลายเปิด

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษานี้จะใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.3.1 สถิติเชิงพรรณนา คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ (ในกรณีข้อคำถามที่เป็นแบบลิเคิร์ต (Likert scale)) ด้วยค่าความกว้างของอันตรภาคชั้นเท่ากับ 0.8

2.3.2 สถิติเชิงอนุมาน ใช้เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจ สังคม ลักษณะงูใจภายในของผู้สูงอายุและพฤติกรรมการบริจาคเงินของผู้สูงอายุด้วยการทดสอบไคสแควร์ (Pearson Chi-square) และเลือกตัวแปรที่มีนัยสำคัญเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกทวิ (binary logistic regression analysis) เพื่อศึกษาทิศทางและระดับของความสัมพันธ์ดังกล่าว

ตัวแปรที่พิจารณาในการศึกษานี้ ซึ่งได้จากการทบทวนวรรณกรรม (อมรรัตน์ อภินันท์มกุล, 2558; Bekkers & Wiepking, 2012; Lee & Chang, 2008; Lwin, Phau & Lim, 2014) ประกอบด้วยปัจจัยลักษณะทางประชากร ซึ่งได้แก่ เพศ ช่วงอายุ สถานภาพสมรส ปัจจัยลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แหล่งรายได้ที่สำคัญ อาชีพก่อนอายุครบ 60 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จ จำนวนคนในครอบครัวที่อาศัยอยู่ในบ้านเดียวกัน จำนวนเด็ก(อายุต่ำกว่า 19 ปี) ที่อาศัยอยู่ในบ้านเดียวกัน และปัจจัยลักษณะงูใจภายในที่คาดว่าจะมีผลต่อระดับพฤติกรรมการบริจาคเงิน ได้แก่ ความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อ ความมั่นคงทางการเงิน และความเคร่งศาสนา

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการบริจาคเงินของผู้สูงอายุ ซึ่งการศึกษานี้พิจารณาจากความถี่ในการบริจาคเงิน (โดยไม่คำนึงถึงจำนวนเงินที่บริจาค) เพื่อวิเคราะห์ลักษณะของผู้สูงอายุที่มีความสัมพันธ์และมีผลกับพฤติกรรมการบริจาคเงินแบบสม่ำเสมอ ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ Donate = 1; กรณีการบริจาคเงินบ่อยครั้ง และ Donate = 0;

กรณีการบริจาคเงินนานๆ ครั้ง โดยความถี่ในการบริจาคแบบบ่อยครั้งครอบคลุมการบริจาคเกือบทุกวัน อย่างน้อย 1 ครั้ง/สัปดาห์และ 3-4 ครั้ง/เดือน ส่วนความถี่ในการบริจาคนานๆครั้ง คือ 1-2 ครั้ง/เดือน

3. สรุปผลการวิจัย

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจและสังคม และลักษณะงูใจภายในของผู้สูงอายุที่บริจาคเงินให้กับวัดและมูลนิธิการกุศลในอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่บริจาคเงินให้กับวัดและมูลนิธิการกุศล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 56.40) มีช่วงอายุ 60-64 ปี (ร้อยละ 49.50) อยู่อาศัยในเขตเทศบาล (ร้อยละ 56.40) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 65.60) มีบุตร 2 คน (ร้อยละ 37.4) อาชีพก่อนอายุครบ 60 ปีคือข้าราชการ/ลูกจ้างของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 49.20) จบการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี (ร้อยละ 47.70) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 1 ปีก่อนการสัมภาษณ์ ต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 25.10) โดยแหล่งรายได้ที่สำคัญที่สุดมาจากการทำงาน (ร้อยละ 40.00) มีคนในครอบครัวที่อาศัยในบ้านเดียวกันมากกว่า 3 คน (ร้อยละ 44.40) ไม่มีเด็ก (ที่อายุต่ำกว่า 19 ปี) อาศัยในบ้านเดียวกัน (ร้อยละ 55.10) และประเมินตนเองว่ามีความเคร่งศาสนาและความมั่นคงทางการเงินในระดับปานกลาง (ร้อยละ 54.90 และร้อยละ 30.30 ตามลำดับ) ในขณะที่ประเมินว่าตนเองมีน้ำใจเอื้อเฟื้อในระดับมาก (ร้อยละ 44.60)

3.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริจาคเงินของผู้สูงอายุให้กับวัดและมูลนิธิการกุศลในอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

เมื่อพิจารณาประเภทองค์กรการกุศลที่บริจาคเงินมากที่สุดในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา (ตารางที่ 1) พบว่า ผู้สูงอายุเลือกบริจาคเงินให้กับวัดเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 75.13) อันดับรองลงมาแต่มีสัดส่วนต่างอย่างมากจาก

อันดับแรก คือ บริจาคให้กับมูลนิธิเพื่อการศึกษาและมูลนิธิของโรงพยาบาล (ร้อยละ 11.54 และร้อยละ 8.21 ตามลำดับ) ส่วนความถี่ในการบริจาคเงินส่วนมากคือ 1-2 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 71.25) การให้ความสำคัญในการบริจาคส่วนใหญ่ (ร้อยละ 71.25) มาจากการเชื่อว่าการบริจาคเป็นการทำบุญให้ทาน (ร้อยละ 71.25) รองลงมาคือการชักชวนของคนรู้จัก (ร้อยละ 16.50) และมีเพียงร้อยละ 5.60 ที่พิจารณาจากการประชาสัมพันธ์ที่วัดหรือมูลนิธิ ส่วนการได้รับข้อมูลจากผู้ที่มาขอรับบริจาคเป็นประเด็นที่ผู้สูงอายุให้ความสำคัญน้อยที่สุด (ร้อยละ 3.80)

ตารางที่ 1 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทองค์กรการกุศลที่บริจาคมากที่สุดในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา

ประเภทองค์กรการกุศล	ร้อยละ
วัด	73.10
มูลนิธิเพื่อการศึกษา	20.00
มูลนิธิเพื่อการสังคมสงเคราะห์	4.10
มูลนิธิของโรงพยาบาล	2.80

ส่วนช่องทางการบริจาคเงิน (ตารางที่ 2) ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ทำการบริจาคด้วยตนเองที่วัดหรือมูลนิธิ (ร้อยละ 75.90) รองลงมาคือร้อยละ 17.40 บริจาคผ่านตู้รับบริจาคหรือถึงผ้าป่าตามสถานที่ต่างๆ (ที่ไม่ใช่ที่วัดหรือมูลนิธิ) ในขณะที่การบริจาคผ่านระบบ QR Codeของผู้สูงอายุเกิดขึ้นน้อยมาก (ร้อยละ 0.30) และเมื่อพิจารณาตามความตั้งใจในการบริจาค พบว่า เกินกว่าครึ่งของผู้สูงอายุ (ร้อยละ 60.30) ที่ตัดสินใจบริจาคเงิน ณ ขณะที่เห็นตู้รับบริจาคหรือพบการขอรับบริจาค ส่วนที่เหลือมีความตั้งใจจะบริจาคล่วงหน้า (เช่น ตั้งใจจะบริจาคเป็นประจำทุกเดือน/ทุกปี)

ตารางที่ 2 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการบริจาคเงินที่ใช้บ่อยที่สุด

ช่องทางการบริจาคเงิน	ร้อยละ
การบริจาคด้วยตนเองที่วัดหรือมูลนิธิ	75.90
ตู้รับบริจาคหรือถึงผ้าป่าตามสถานที่อื่น	17.40
การเรียไร	4.08
การโอนผ่านธนาคาร	2.33
การบริจาคผ่านระบบ QR Code	0.30

เมื่อพิจารณาเหตุผลจูงใจต่อการตัดสินใจบริจาคเงิน (ซึ่งมี 20 ข้อคำถามแบบมาตรวัดลิเคิร์ท) ผลการวิเคราะห์ พบว่า ในภาพรวมเหตุผลจูงใจดังกล่าวมีผลหรือสอดคล้องในระดับปานกลางกับพฤติกรรมการบริจาคของผู้สูงอายุ ($\bar{X}=3.14$, S.D.=1.05) และในรายข้อ พบว่ามี 2 ข้อที่มีผลในระดับมากต่อพฤติกรรมการบริจาคของผู้สูงอายุและมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน ($\bar{X}=3.80$, S.D.=0.93) ได้แก่ ความเชื่อว่าจะได้อานิสงส์บุญจากการให้และการเป็นเหตุุการณ์สำคัญ (เช่น วันปีใหม่) นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาจำนวนและสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าเหตุผลจูงใจดังกล่าวมีผลหรือสอดคล้องในระดับมากและมากที่สุดกับพฤติกรรมการบริจาค ซึ่งตารางที่ 3 แสดงค่าร้อยละที่สูงสุดเรียงตามลำดับ 10 อันดับ พบว่า ประเพณีนิยม การให้เพื่อให้เราสุขหรือที่เรียกว่า Warm Glow ตามแนวคิดของ Andreoni (1990) และแรงจูงใจทางศาสนา เป็นอิทธิพลสำคัญที่จูงใจในการบริจาคเงินในมุมมองของผู้สูงอายุ

ตารางที่ 3 เหตุผลจูงใจ 10 อันดับสำคัญสูงสุดต่อการตัดสินใจบริจาคเงินของผู้สูงอายุให้กับวัดและมูลนิธิ การกุศลในอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

อันดับ	รายการ	ร้อยละ (จำนวน คน)
1	การเป็นเหตุการณ์สำคัญ	66.75 (255)
2	การมีความสุขใจ แม้ไม่มีใครรู้ว่าบริจาค	64.14 (245)
3	ความเชื่อว่าจะได้อานิสงส์บุญจากการให้	63.87 (244)
4	ความต้องการช่วยเหลือวัดและผู้อื่นให้มีชีวิตที่ดีขึ้น	56.81 (217)
5	การเป็นวันคล้ายวันเกิดของตน	54.19 (207)
6	การมีคนมาบอกบุญ/ขอรับบริจาค/เรียไร	53.93 (206)
7	ความโปร่งใสในการบริหารจัดการวัด/มูลนิธิ	50.00 (191)
8	การเกิดภัยพิบัติ	47.64 (182)
9	การรับรู้ถึงความต้องการที่จำเป็นของวัด/มูลนิธิ	45.03 (172)
10	ความเชื่อใจในวัด/มูลนิธิ	43.19 (165)

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญกับพฤติกรรมการบริจาคเงินแบบบ่อยครั้งของผู้สูงอายุ

ตัวแปร (สัญลักษณ์)	คำอธิบาย	$\bar{\chi}^2$ (Sig.)
1.สถานภาพ สมรส (MAR)	0=หย่า/แยกกันอยู่; 1=โสด; 2=สมรส; 3=หม้าย	8.562 (.036)
2.คนใน ครอบครัวที่อยู่ บ้านเดียวกัน (FAM)	0=ไม่มี; 1=1คน; 2=2 คน; 3=3 คน; 4=มากกว่า 3คน	10.954 (.027)
3.ระดับ การศึกษาสูงสุด (EDU)	0=ปริญญาโทขึ้นไป; 1=ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า; 2=มัธยมศึกษา/ ปวส/ปวท./อนุปริญญา 3=ปริญญาตรี	11.201 (.011)
4.อาชีพ ก่อนอายุครบ60 ปี (OCC)	0=รับจ้างทั่วไป/ลูกจ้าง เอกชน/อื่นๆ; 1 = เกษตรกร/ธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย; 2=ข้าราชการ/ลูกจ้าง รัฐ/รัฐวิสาหกิจ	9.484 (.009)
5.ระดับความ เคร่งศาสนา (REL)	0=น้อยถึงน้อยที่สุด; 1=ปานกลาง; 2=มากถึงมากที่สุด	15.832 (.000)
6.ช่วงอายุ (AGE)	0=อายุ60-64ปี; 1=อายุ65ปีขึ้นไป	5.308 (.070)

หมายเหตุ : กลุ่มอ้างอิงกำหนดค่าตัวแปรเท่ากับศูนย์

3.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามด้วยสถิติทดสอบไคสแควร์

ตัวแปรอิสระที่นำมาวิเคราะห์ที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมทางการเงินแบบบ่อยครั้งของผู้สูงอายุ (ตารางที่ 4) ได้แก่ 1) สถานภาพ 2) จำนวนคนในครอบครัวที่อาศัยในบ้านเดียวกัน 3) การศึกษาสูงสุดที่สำเร็จ 4) อาชีพก่อนอายุครบ 60 ปี 5) ระดับความเคร่งศาสนา (จากการประเมินตนเอง) นอกจากนี้ ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 90% และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่า ตัวแปรทั้ง 6 ตัวดังกล่าวมีค่าความสัมพันธ์ (correlation) ไม่เกิน 0.40 ซึ่งถือว่ามีความสัมพันธ์น้อยถึงปานกลาง โดยคู่ตัวแปรที่มีค่าความสัมพันธ์สูงสุดซึ่งเท่ากับ 0.31 ได้แก่ ความเคร่งศาสนากับความมีน้ำใจ กล่าวได้ว่าตัวแปรอิสระ ไม่มีปัญหาความสัมพันธ์เชิงพหุระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงนำมาใช้ในการวิเคราะห์ความถดถอย โลจิสติก

3.4 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก

การทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลอง (goodness of fit) พบว่า ในการพิจารณาค่าความเป็นไปได้ (likelihood value) มีค่า -2LL เท่ากับ 408.690 และการทดสอบ Hosmer and Lemeshow พบว่าค่าไคสแควร์ เท่ากับ 3.754 และค่า significance = .879 ซึ่งมากกว่า .05 กล่าวได้ว่าแบบจำลองมีความเหมาะสมค่า Nagelkerke R^2 เท่ากับ .161 กล่าวคือร้อยละ 16.10 ของความผันแปรอธิบายได้ด้วยสมการโลจิสติก และการประเมินความเชื่อถือได้ของแบบจำลอง ซึ่งเปรียบเทียบค่าพยากรณ์กับค่าจริง ผลรวมของร้อยละการพยากรณ์ต้องเท่ากับร้อยละ 74.1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองแสดงเฉพาะค่าสัมประสิทธิ์ โลจิสติก (B) ค่า Significance และค่า Odds (exp(B)) ของตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์และค่า odds จากการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก

ตัวแปร	B	S.E.	Sig.	Exp(B)
REL(1)	1.959	.635	.002	7.095
REL(2)	2.239	.654	.001	9.383
OCC(2)	1.277	.443	.004	3.586
EDU(1)	1.499	.529	.005	4.475
Constant	-3.929	.895	.000	.020

จากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการบริจาคเงินแบบบ่อยครั้งหรืออีกนัยหนึ่งคือต่อการเป็นผู้บริจาคเงินสม่ำเสมอ (regular donor) ของผู้สูงอายุ ได้แก่ ระดับความเคร่งศาสนา อาชีพก่อนอายุครบ 60 ปี และระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จของผู้สูงอายุ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาค่า Odds จากค่า Exp (B) พบว่าปัจจัยลักษณะเชิงกายภาพใน ซึ่งในที่นี้คือระดับความเคร่งศาสนาของผู้สูงอายุจัดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรมการบริจาคแบบบ่อยครั้ง นั่นคือโอกาสการเป็นผู้บริจาคเงินสม่ำเสมอของผู้สูงอายุที่ประเมินว่าตนมีความเคร่งศาสนาในระดับปานกลางและในระดับมากนั้นมากกว่าผู้สูงอายุที่มีความเคร่งศาสนาในระดับน้อย 7.095 เท่าและ 9.383 เท่าตามลำดับ เมื่อพิจารณาปัจจัยลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม พบว่า โอกาสในการเป็นผู้บริจาคเงินสม่ำเสมอของผู้สูงอายุที่เคยทำงานรับราชการหรือเป็นลูกจ้างรัฐหรือพนักงานของรัฐวิสาหกิจ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้สูงอายุที่ทำงานรับจ้างทั่วไปหรือเป็นลูกจ้างเอกชนหรือประกอบอาชีพอื่นๆในช่วงก่อนอายุครบ 60 ปี จะสูงกว่า 3.586 เท่า นอกจากนี้ ส่วนผู้สูงอายุที่สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่าจะมีโอกาสเป็นผู้บริจาคเงินสม่ำเสมอมากกว่าผู้สูงอายุที่จบการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าปริญญาโท 4.475 เท่า

4. อภิปรายผล

การศึกษาลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจและสังคม และลักษณะจิตใจภายในของผู้สูงอายุที่บริจาคเงินให้กับวัดและมูลนิธิการกุศลในอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สูงอายุวัยต้น อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาล มีสถานภาพสมรส มีบุตร 2 คน อาศัยอยู่ร่วมกับสมาชิกอื่นๆ ในครอบครัว มากกว่า 3 คน มีเงินรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่ถึง 10,000 บาท เคยรับราชการหรือทำงานเป็นลูกจ้างของรัฐและรัฐวิสาหกิจ ในช่วงก่อนเกษียณอายุ แหล่งรายได้สำคัญคือเงินบำนาญ/บำเหน็จ แต่สัดส่วนรองลงมาคือรายได้จากการทำงาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นภาวะการทำงานของผู้สูงอายุส่วนหนึ่งที่ยังประกอบอาชีพแม้สูงวัย ในส่วนของลักษณะจิตใจภายในต่อการตัดสินใจบริจาคเงิน พบว่า ผู้สูงอายุเกินกว่าครึ่งประเมินว่าตนเองมีความเคร่งศาสนาและมีความมั่นคงทางการเงินในระดับปานกลาง แต่ไม่ถึงครึ่งที่ประเมินว่าความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อของตนอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการบริจาคเงินของผู้สูงอายุ พบว่า สามในสี่เลือกบริจาคเงินให้วัดมากที่สุด รองลงมาคือมูลนิธิเพื่อการศึกษาและมูลนิธิของโรงพยาบาล ซึ่งจากข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างชี้ว่า ผู้สูงอายุกลุ่มหนึ่งไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับมูลนิธิการกุศล ถึงขั้นไม่รู้จกว่ามีมูลนิธิอยู่ในจังหวัดนครสวรรค์ มูลนิธิเพื่อการสังคมสงเคราะห์และมูลนิธิอื่นๆ จึงมีผู้สูงอายุกลุ่มเล็กมากที่บริจาคเงินให้ หากมูลนิธิการกุศลในจังหวัดนครสวรรค์มีการประชาสัมพันธ์ขอรับบริจาคและลักษณะดำเนินการที่แพร่หลายในวงกว้างขึ้นอาจช่วยเพิ่มโอกาสการบริจาคจากผู้สูงอายุได้ เหตุปัจจัยสำคัญต่อการบริจาคเงินของผู้สูงอายุ ได้แก่ การเป็นเหตุการณ์สำคัญ ความสุขใจจากการให้ แม้ไม่มีใครรู้ ความเชื่อในอานิสงส์บุญจากการให้ การต้องการช่วยเหลือวัดและผู้อื่นให้มีชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Lasby & Barr (2018) แต่ต่างเพียงลำดับความสำคัญ โดย Lasby & Barr พบว่า เหตุปัจจัยต่อการบริจาคของผู้บริจาคชาวแคนาดาที่มีอายุในช่วง 65-74 ปีและช่วง 75 ปีขึ้นไปทั้งสองกลุ่ม คือ

ความต้องการช่วยเหลือผู้อื่นให้มีชีวิตที่ดีขึ้นเป็นอันดับแรก รองลงมาคือความเชื่อส่วนบุคคล และการมีส่วนร่วมช่วยพัฒนาชุมชน

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะกับพฤติกรรมการบริจาคเงินของผู้สูงอายุด้วยการวิเคราะห์แบบเชิงเดี่ยว (univariate analysis) พบว่า สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ จำนวนคนในครอบครัวที่อยู่บ้านเดียวกัน และความเคร่งศาสนา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพฤติกรรมการบริจาคของคนได้หวั่นโดย Lee & Chang (2008) ซึ่งพบว่าคนที่สมรสบริจาคเงินมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพอื่น อย่างไรก็ตาม เมื่อทำการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกเพื่อประเมินทิศทางและระดับของความสัมพันธ์ พบว่ามีเพียงสามปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการบริจาคของผู้สูงอายุ ได้แก่ ระดับความเคร่งศาสนา อาชีพก่อนอายุครบ 60 ปี และระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จ ผลการวิเคราะห์ประเด็นความเคร่งศาสนาพบว่าแตกต่างจาก Lwin et al. (2014) ที่ศึกษาลักษณะของผู้บริจาคเพื่อการกุศลชาวออสเตรเลีย โดยปัจจัยด้านความเคร่งหรือความเลื่อมใสในศาสนามีผลน้อยต่อการบริจาค ซึ่งอาจเป็นเพราะกลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม Eger, McDonald & Wilsker (2015) พบว่า ผู้ที่มีความเคร่งในศาสนาบริจาคให้กับองค์กรการกุศลมากกว่าทั้งในแง่การให้ความสนับสนุนและยอดเงินบริจาค

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

5.1.1 ผลการศึกษาถึงลักษณะของผู้บริจาคสามารถนำมาเป็นข้อมูลพิจารณาสร้างเครือข่ายผู้สูงอายุเพื่อรวมกลุ่มการเป็นต้นแบบที่ดีให้สังคม

5.1.2 อิทธิพลจากใจจากศาสนาส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการตัดสินใจบริจาคแบบบ่อยครั้ง

5.1.3 ผู้สูงอายุสามในสี่ส่วนบริจาคเงินให้กับวัดมาก มูลนิธิการกุศลอาจควรเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์หากต้องการเข้าถึงผู้บริจาคกลุ่มสูงวัย

5.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.2.1 การวิจัยนี้เป็นการศึกษาจากกลุ่มผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ อาจเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างประชากรที่หลากหลาย รวมทั้งระยะเวลาที่เหมาะสม

5.2.2 ควรศึกษาทัศนคติของผู้บริจาคที่มีต่อองค์กรการกุศล

5.2.3 ควรมีการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการบริจาคเพื่อการกุศลในรูปแบบอื่น เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม

6. เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2559). สถิติสำหรับงานวิจัย.

พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : หจก. สามลดา.

สมเด็จพระสังฆราช สกลมหาสังฆปริณายก. (2556).

วิธีสร้างบุญบารมี. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.

สำนักงานสถิติจังหวัดนครสวรรค์. (2560). วิเคราะห์และ

สรุปสถานการณ์จากชุดข้อมูลกลางเรื่อง

“ผู้สูงอายุ” จังหวัดนครสวรรค์. ค้นเมื่อ 14

ธันวาคม 2561, จาก

http://nksawan.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=357&Itemid=536

อมรรัตน์ อภินันท์มหกุล (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ

การตัดสินใจบริจาคของคนไทย. วารสาร

เศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์, 9 (2), 31-53.

Andreoni, J. (1990). Impure altruism and donations to public goods: a theory of warm-glow giving. *The Economic Journal*, 100(401), 464-477.

Bekkers, R. & Wiepking, P. (2012). Who gives? A literature review of predictors of

charitable giving. Part Two: Gender, family composition and income.

Voluntary Sector Review, 3(2), 217-245.

Retrieved November 1, 2018, from

<http://dx.doi.org/10.1332/204080512X649379>

Charities Aid Foundation. (2011). *CAF World*

Giving Index 2011 A global view of

giving trends. Retrieved from

https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-publications/world_giving_index_2011_191211.pdf

Eger, R., McDonald, B., & Wilsker, A.L.(2015).

Religious Attitudes and Charitable

Donations. *Journal of Applied*

Business and Economics, 17(2), 52-65.

Hodgkinson, V.A. & Weitzman, M.S. (1990). Giving

and volunteering in the United States:

Findings from a national survey.

Washington, DC: Independent Sector.

Lasby, D. & Barr, C. (2018). *30 Years of Giving in*

Canada, The giving behavior of

Canadians : who gives, how and why ?.

Rideau Hall Foundation and Imagine

Canada. Retrieved November 1, 2018,

from [www.rhf-frh.ca/wp-](http://www.rhf-frh.ca/wp-content/uploads/2018/04/RHF_30years_Report_eng_FNL.pdf)

[content/uploads/2018/04/RHF_30years_Report_eng_FNL.pdf](http://www.rhf-frh.ca/wp-content/uploads/2018/04/RHF_30years_Report_eng_FNL.pdf)

Lee, Y.K. & Chang, C.T. (2008). Intrinsic or

extrinsic? determinants affecting

donation behaviors. *International*

Journal of Educational

Advancement, 8(1), 13-24.

- Lwin, M., Phau, I., & Lim, A. (2014). An Investigation of the Characteristics of Australian Charitable Donors. **Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing**, 26(4), 372-389.
- Bin Mohd Noor, A.H., Mat Isa, N.A. Muhd Irpan, H., Bin Bahrom, H., Bin Md Salleh, A., & Bin Ridzuan, A.R. (2015). Characteristic affecting charitable donations behavior: empirical evidence from Malaysia. **Procedia Economics and Finance**, 31, 563 – 572.
- Retrieved November 1, 2018, from <https://core.ac.uk/download/pdf/82125310.pdf>

ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร Attitude and Behavior toward Chinese Tourists in Bangkok Metropolitan

ชนิชา หมอยาดี¹ ชุตีระ ระบอบ²

บทคัดย่อ

งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร และวิเคราะห์แนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ประชากร ได้แก่ ผู้ให้บริการโรงแรมและที่พัก ภัตตาคารและร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 384 ราย สถิติที่ใช้ สถิติเชิงพรรณนา การทดสอบสมมติฐาน และวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวจีนคือ ขาดความรู้ความเข้าใจขนบธรรมเนียมประเพณีคนไทย ด้านพฤติกรรม คือ ไม่มีระเบียบและมักสร้างความรำคาญให้บุคคลอื่น แนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสม คือ จัดทำคู่มือส่งเสริมความรู้วัฒนธรรมไทยให้กับนักท่องเที่ยวเผยแพร่ ผลการทดสอบสมมติฐานคุณลักษณะผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่างกันมีทัศนคติต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านการเรียนรู้และพฤติกรรมไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : โซ่อุปทาน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวจีน

Abstract

This research aimed to study the attitude and behavior toward Chinese tourists in Bangkok Metropolitan and analyze the appropriate behavior of Chinese tourists in Bangkok Metropolitan. The research tools were questionnaire and interview of the hotels, restaurants and tour guides in Bangkok Metropolitan. 384 samples were selected by using purposive technique. Both quantitative and qualitative data were analyzed by using descriptive statistics, hypotheses testing and contents analysis. The research results revealed that Chinese's attitude was lack of knowledge and understanding in Thai custom, no discipline for behavior and annoying people. The appropriate behavior guidelines are giving Thai culture understanding guidebook. The hypothesis testing found that there was no difference in attitude toward attitude and behavior of Chinese tourists.

Keywords: Service Provider in Tourists Industry, Attitude and Behavior of Tourists, Chinese Tourists

¹ สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail : Chanicha.mo@ssru.ac.th

² สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

E-mail : chutira99@hotmail.com

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจทั้งในระดับโลก ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน สังคม ของประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว แต่ละประเทศกำหนดนโยบายและแนวทางในการสร้างกลยุทธ์ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ และมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกิดใหม่จำนวนหลายแห่ง รวมทั้งมีการจำแนกลักษณะการท่องเที่ยวเพื่อนักกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน เช่น การท่องเที่ยวเชิงสันทนาการ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น สำหรับประเทศไทยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ถูกนำมาเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาประเทศ จากรายงานวิสัยทัศน์กับการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจึงต้องมีการปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงไปหากพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีทั้งในด้านบวกและด้านลบ โดยเฉพาะในด้านที่เกี่ยวกับคุณภาพของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ใช่สาระเดียวของการแข่งขันเท่านั้น “คุณภาพของนักท่องเที่ยว” เป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่งกว่า สำหรับการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (ศศิธร เจตนาพันธ์, 2558) จากข้อมูลกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาระบุว่า ในปีพ.ศ. 2561 นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 38.27 ล้านคนขยายตัวร้อยละ 7.54 ในจำนวนนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด จำนวน 10.54 ล้านคนขยายตัวร้อยละ 3.86 มีรายได้รวมทั้งสิ้นคิดเป็นมูลค่า 2.00 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 9.43 มีสัดส่วนต่อ GDP ของประเทศร้อยละ 18.8 (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

สาธารณรัฐประชาชนจีนมีการพัฒนาความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วนับตั้งแต่มีการเปิดประเทศและเข้าสู่การเป็น

สมาชิกองค์การการค้าโลก ส่งผลให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้นทำให้ชาวจีนมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้นจึงเกิดการหลั่งไหลของชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศ ชาวจีนส่วนใหญ่จะมีความหลากหลายในด้านเชื้อชาติ ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม เมื่อเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศต่าง ๆ ก็ได้นำเอาลักษณะนิสัยหรือความประพฤติที่เคยชินแสดงออกมา อาจเป็นสิ่งตรงกันข้ามกับขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมของประเทศเจ้าบ้าน (ศรีสุตา วณิกบุญศักดิ์, 2558) ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องมีการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร เพื่อหาแนวทางส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ที่ดี นำไปสู่การจัดรูปแบบการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการเพิ่มรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1. เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร

1.2.2. เพื่อวิเคราะห์แนวทางส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1. ขอบเขตด้านการศึกษา ศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

1.3.2. ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาเฉพาะพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากที่สุด

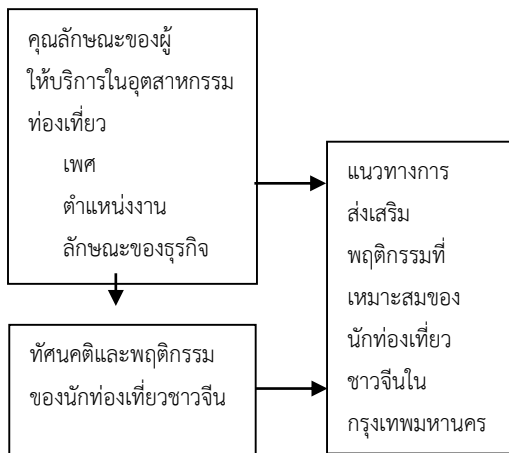
1.4 สมมติฐานการวิจัย

ลักษณะของผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (เพศ ตำแหน่งงาน ลักษณะธุรกิจ) ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านการเรียนรู้ ด้านพฤติกรรมและแนวทางส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมแตกต่างกัน

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



$$n = \frac{p(1-p)(z^2)}{e^2}$$

โดยกำหนดให้

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจาก

ประชากรทั้งหมดมีค่าเท่ากับ 0.5

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการ

สุ่มตัวอย่างมีค่า 0.5

Z = ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% Z มีค่าเท่ากับ

1.96

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$\frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$\begin{aligned} n &= \frac{(0.5)(0.5)(3.8416)}{0.0025} \\ &= \frac{0.9604}{0.0025} \\ &= 384 \end{aligned}$$

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากร

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครจำแนกเป็น 3 ประเภท คือ โรงแรมและที่พัก ภัตตาคารและร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมจำนวน 25,765 แห่ง (ข้อมูลธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว พ.ศ. 2560)

กลุ่มตัวอย่าง

ประเภทของธุรกิจ	จำนวน ผู้ประกอบการ (ราย)	จำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง (ราย)
ธุรกิจโรงแรมและที่พัก	11,400	170
ธุรกิจภัตตาคารและ ร้านอาหาร	7,870	117
ธุรกิจนำเที่ยวและ มัคคุเทศก์	6,495	97
รวม	25,765	384

ผู้วิจัยใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของประชากร โดยคำนวณจากสูตร Yamane (ฮานินท์ คิลป์จารุ. 2548 : 48) ดังนี้

ผู้วิจัยได้ตัวอย่างจำนวน 384 คน โดยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาใช้บริการจำนวนมากหรือที่เน้นนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นหลักในกรุงเทพมหานคร

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนหนึ่ง ข้อมูลทั่วไป เกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ ส่วนที่สอง ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และข้อเสนอแนะจำนวน 25 ข้อ ลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ท (Likert Rating Scale) เป็นคำถามระดับความคิดเห็นมี 5 ระดับ (5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็น

ด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด) ส่วนที่สาม ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร และข้อเสนอแนะ จำนวน 10 ข้อ

การทดสอบเครื่องมือ

1. การทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) และความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) นำเสนอเครื่องมือวิจัยให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และทดสอบค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) พบว่า มีค่าเท่ากับ .919 หมายความว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้ แบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วยคำสัมภาษณ์ ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ปัจจัยหรือสาเหตุการเกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม และแนวทางหรือวิธีที่สามารถปรับปรุงส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยว ชาวจีนในกรุงเทพมหานคร

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม

2.3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ การหาค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

2.3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน สถิติที่ใช้ได้แก่ การหาค่า แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.3.3 ข้อมูลแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม t-test และ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติไคสแควร์ สถิติที่ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานโดยการหาค่าสถิติทดสอบ (t-test) เพื่อทดสอบตัวแปรสองกลุ่ม และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95%

แบบสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหารหรือตัวแทนสถานประกอบการผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำนวน 15 คน โดยวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ (Content Analysis)

3. สรุปผลการวิจัย

การแปลความหมายและสรุปผล

ผู้วิจัยได้แปลความหมายผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยพรรณนาคุณลักษณะของข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้น สรุปผลการศึกษาเพื่อตรวจสอบสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 236 คน (ร้อยละ 61.5) เพศชายจำนวน 148 คน (ร้อยละ 38.5) อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 180 คน (ร้อยละ 46.8) อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 12 คน (ร้อยละ 3.1) มีตำแหน่งผู้บริหาร/ผู้จัดการ มากที่สุดจำนวน 212 คน (ร้อยละ 55.2) รองลงมาเป็นพนักงานจำนวน 69 คน (ร้อยละ 17.9) ส่วนใหญ่มีระยะเวลาปฏิบัติงานในตำแหน่งปัจจุบัน 4-5 ปี จำนวน 133 คน (ร้อยละ 34.6) ธุรกิจโรงแรมและที่พักมากที่สุดจำนวน 170 คน (ร้อยละ 44.2) ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหารจำนวน 117 คน (ร้อยละ 30.4) ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ จำนวน 97 คน (ร้อยละ 25.2) ส่วนใหญ่อยู่ในธุรกิจบริการจำนวน 293 คน (ร้อยละ 76.3) รองลงมาคือ ธุรกิจการขายจำนวน 54 คน (ร้อยละ 14.1) มีรูปแบบธุรกิจในลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียวมากที่สุดจำนวน 80 คน (ร้อยละ 46.8) รองลงมาคือ บริษัทจำกัดจำนวน 86 คน (ร้อยละ 22.3) มีพนักงานระหว่าง 5-10 คนมากที่สุดจำนวน 125 คน (ร้อยละ 32.6) รองลงมาจำนวน 11-20 คน 75 คน (ร้อยละ 19.5) เงินลงทุน 500,001-1 ล้านบาทจำนวน 120 คน (ร้อยละ 31.1)

รองลงมา ระหว่าง 1-5 ล้านบาท จำนวน 102 คน (ร้อยละ 26.6) น้อยที่สุด 10-20 ล้านบาทจำนวน 13 คน (ร้อยละ 3.4) ภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยวชาวจีน ส่วนใหญ่มาจาก มหานครเชียงใหม่และเมืองเชียงใหม่เท่ากันจำนวน 146 คน (ร้อยละ 38.0) รองลงมาคือ มหานครปักกิ่งจำนวน 49 คน (ร้อยละ 12.7) น้อยที่สุดคือ เมืองกวางโจว จำนวน 6 คน (ร้อยละ 1.6) ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 201 คน (ร้อยละ 52.3) รองลงมาอายุ 41-50 ปี จำนวน 101 คน (ร้อยละ 26.3) เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวมากที่สุดจำนวน 295 คน (ร้อยละ 76.8) รองลงมา มาตามลำพัง 34 คน (ร้อยละ 7.8) น้อยที่สุด มากับครอบครัว 7 คน (ร้อยละ 18.2) ส่วนใหญ่ใช้ภาษาจีนในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ชาวจีนจำนวน 295 คน (ร้อยละ 76.8) รองลงมา ภาษาอังกฤษจำนวน 77 คน (ร้อยละ 20.0) น้อยที่สุดคือ ภาษาไทยจำนวน 12 คน (ร้อยละ 3.1)

ส่วนที่ 2 : ทศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน

1) ด้านการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว

ทัศนคติของผู้ให้บริการด้านการเรียนรู้ของ นักท่องเที่ยวชาวจีน มากที่สุดคือ ไม่เข้าใจขนบธรรมเนียม ประเพณีคนไทย ($\bar{X}$ = 4.61) รองลงมาคือ มีความรู้ เกี่ยวกับประเทศไทยน้อย ($\bar{X}$ = 4.35) และมีความรู้ความ เข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับระเบียบปฏิบัติต่าง ๆ ($\bar{X}$ = 4.14)

2) ด้านพฤติกรรม

ทัศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยว ชาวจีนด้านพฤติกรรม มากที่สุด คือ ไม่เคารพกฎระเบียบ และมักจะทำปฏิกิริยาสร้างความรำคาญให้กับบุคคลอื่น ($\bar{X}$ = 4.39) รองลงมาคือ ไม่มีระเบียบวินัย ($\bar{X}$ = 4.26) และไม่รักษาความสะอาด ($\bar{X}$ = 4.25)

ส่วนที่ 3 : แนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย

ตารางที่ 1 แสดงค่าร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวทางการส่งเสริมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาว จีนในกรุงเทพมหานคร

แนวทางการส่งเสริม พฤติกรรมที่เหมาะสม	ระดับความคิดเห็น					รวม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด					
1. จัดทำคู่มือส่งเสริม ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ วัฒนธรรมไทยเผยแพร่แก่ นักท่องเที่ยว	135 (35.1)	220 (57.2)	29 (7.6)			384	4.27	0.596	มาก	1
2. ชี้แจงทำความเข้าใจ วัฒนธรรมไทยแก่นัก ท่องเที่ยวผ่านทาง หัวหน้าบริษัทนำเที่ยว	105 (27.3)	240 (62.5)	37 (9.6)	2 (0.5)		384	4.06	0.600	มาก	3
3. ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ วัฒนธรรมไทยผ่านเว็บไซต์ การท่องเที่ยวในไทย	114 (29.6)	232 (60.4)	34 (8.8)	4 (1.0)		384	4.19	0.599	มาก	2
แนวทางการส่งเสริม พฤติกรรมที่เหมาะสม	ระดับความคิดเห็น					รวม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด					
4. ประสานความร่วมมือ กับองค์กรหรือหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องในการ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร	89 (23.1)	238 (61.9)	47 (12.2)	10 (2.6)	8 (2.1)	384	3.98	0.791	มาก	4
5. ดัดบ้ายคำแนะนำเรื่อง ที่นำรู้ให้กับนักท่องเที่ยว ขณะเดินทางในไทย	64 (16.7)	172 (44.8)	114 (29.7)	20 (5.2)	14 (3.6)	384	3.69	0.940	มาก	8
6. จัดให้มีการฝึกอบรม แนวทางปฏิบัติสำหรับ นักท่องเที่ยวให้กับตัวแทน บริษัทนำเที่ยว	88 (22.9)	172 (44.8)	104 (27.1)	12 (3.1)	8 (2.0)	384	3.87	0.894	มาก	5
7. จัดทำรายชื่อบริษัทนำ เที่ยวที่ไม่ให้ความร่วมมือ	73 (19.0)	138 (35.9)	82 (21.4)	76 (19.7)	15 (3.9)	384	3.57	1.119	ปานกลาง	10
8. มีหนังสือชมเชยบริษัท นำเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยว ปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ อย่างเคร่งครัด	74 (19.2)	154 (40.1)	118 (30.7)	27 (7.0)	11 (2.9)	384	3.62	0.957	มาก	9
9. จัดทำวีดีโอให้ นักท่องเที่ยวชมขณะ เดินทางในไทย	82 (21.4)	150 (39.1)	132 (34.4)	12 (3.1)	8 (2.0)	384	3.77	0.872	มาก	6
10. ให้รางวัลนักท่องเที่ยว ที่ประพฤติปฏิบัติตนเป็น ตัวอย่างที่ดี	81 (21.0)	115 (29.9)	161 (41.9)	20 (5.2)	7 (1.8)	384	3.70	0.899	มาก	7

จากตารางที่ 1 พบว่า แนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในไทยมากที่สุด คือ จัดทำคู่มือส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.27) รองลงมา คือ ประชาสัมพันธ์เผยแพร่วัฒนธรรมไทยผ่านเว็บไซต์การท่องเที่ยวในไทย ($\bar{X}$ = 4.19) และชี้แจงทำความเข้าใจวัฒนธรรมไทยแก่นักท่องเที่ยวผ่านทางหัวหน้าบริษัทนำเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.06)

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1-3 เพศต่างกัน มีทัศนคติต่อการเรียนรู้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน และแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมแตกต่างกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเห็นว่า นักท่องเที่ยวขาดความรู้ความเข้าใจในขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทยมากที่สุด รองลงมาเพศชายคือ มีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยน้อย จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณลักษณะของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวจีนด้านการเรียนรู้ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทัศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวจีนด้านการขาดความรู้ความเข้าใจในขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทย และการ

ขาดทักษะในการอยู่ร่วมกับคนอื่นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวเพศชายพบว่า นักท่องเที่ยวไม่มีระเบียบ สร้างความรำคาญให้ลูกค้าคนอื่นมากที่สุด แตกต่างจากทัศนคติของผู้ให้บริการเพศหญิงเห็นว่านักท่องเที่ยวไม่รักษาความสะอาดมากที่สุด จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าทัศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวจีนด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน มีความแตกต่างกันในเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านจู้จี้ขี้นในบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่า ควรให้ความรู้ความเข้าใจด้านวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด จากผลการทดสอบสมมติฐาน ความคิดเห็นของผู้ให้บริการที่มีต่อแนวทางในการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านการจัดท่าคู่มือส่งเสริมความเข้าใจ ติดป้ายคำแนะนำให้รางวัลแก่บุคคลรักษาสีสิ่งแวดล้อม ลงโทษนักท่องเที่ยวที่ฝ่าฝืนกฎ ทำรายชื้อผู้ฝ่าฝืนกฎ และร่วมมือกับหน่วยงานรัฐมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 4-6 ตำแหน่งงานของผู้ให้บริการต่างกัน มีทัศนคติด้านการเรียนรู้ ด้านพฤติกรรมและแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมแตกต่างกัน

ผู้ให้บริการตำแหน่งเจ้าของกิจการ ผู้บริหาร/ผู้จัดการ หัวหน้างาน และพนักงาน มีความเห็นสอดคล้องกันว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนขาดความรู้ความเข้าใจ ขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทยมากที่สุด จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทัศนคติของผู้ให้บริการแต่ละตำแหน่งที่มีต่อนักท่องเที่ยวจีนด้านการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การขาดความรู้ความเข้าใจ ขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทย และการขาดทักษะในการอยู่ร่วมกับคนอื่นมีความแตกต่างกัน

ผู้ให้บริการตำแหน่งเจ้าของกิจการ เห็นว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนไม่เคารพระเบียบมาก

ที่สุด ตำแหน่งผู้บริหาร/ผู้จัดการ เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีนสร้างความรำคาญให้บุคคลอื่นมากที่สุด ตำแหน่งหัวหน้างานเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีพฤติกรรมไม่รักษาความสะอาดมากที่สุด ตำแหน่งพนักงาน เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีนขาดความรู้ความเข้าใจ ขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทยมากที่สุด จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตำแหน่งงานให้บริการกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านไม่รักษาความสะอาด ไม่เคารพสถานที่ทางศาสนา ส่งเสียงดัง ขาดมารยาท มีความแตกต่างกัน

ผู้ให้บริการตำแหน่งเจ้าของกิจการและผู้บริหาร/ผู้จัดการ และพนักงานมีความเห็นสอดคล้องกันว่า แนวทางส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมคือ ให้ความรู้ความเข้าใจด้านวัฒนธรรมมากที่สุด ตำแหน่งหัวหน้างานเห็นว่าแนวทางที่เหมาะสมคือ ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มากที่สุด จากผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ตำแหน่งงานกับแนวทางส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า แนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแตกต่างกันในทุกด้าน ยกเว้นให้รางวัลแก่บุคคลรักษาสีสิ่งแวดล้อม ทำรายชื้อผู้ฝ่าฝืนกฎ และร่วมมือกับหน่วยงาน

สมมติฐานที่ 7-9 ลักษณะของธุรกิจของผู้ให้บริการต่างกัน มีทัศนคติด้านการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านพฤติกรรมและแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมแตกต่างกัน

ลักษณะทางธุรกิจของผู้ให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนขาดความรู้ความเข้าใจ ขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทยมากที่สุด จากผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ทัศนคติของผู้ให้บริการด้านการเรียนรู้ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันในเกือบทุกด้าน ยกเว้น ด้านขาดความรู้ความเข้าใจ ขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทย และการขาดทักษะในการอยู่ร่วมกับคนอื่นมีความแตกต่างกัน

ลักษณะทางธุรกิจของผู้ให้บริการด้านโรงแรมและที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวจีนไม่เคารพระเบียบมากที่สุด ด้านภัตตาคารและร้านอาหาร นักท่องเที่ยวจีนมีพฤติกรรม การแย่งรับบริการมากที่สุด และด้านธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ นักท่องเที่ยวจีนมีพฤติกรรมไม่มีระเบียบและสร้างความรำคาญให้กับลูกค้าคนอื่นมากที่สุด

จากผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ทศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวจีนด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน ยกเว้น ด้านนักท่องเที่ยวจีนไม่เคารพสถานที่ทางศาสนา ไม่มีระเบียบและสร้างความรำคาญให้กับลูกค้าคนอื่น ลักษณะทางธุรกิจของผู้ให้บริการด้านโรงแรมและที่พัก และด้านภัตตาคารและร้านอาหาร และด้านธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์พบว่า แนวทางในการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมมากที่สุดเท่ากันคือ ให้ความรู้ความเข้าใจด้านวัฒนธรรม จากผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางที่ส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความแตกต่างกันในทุกด้าน

ส่วนที่ 4 ผลการสัมภาษณ์

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาของแบบสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการธุรกิจไนซ์อุปทานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวทางส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในไทย สรุปได้ดังนี้

1. ด้านทัศนคติและพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนในไทยส่วนใหญ่ขาดความรู้ความเข้าใจขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทยและมักจะมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้านไม่มีระเบียบและการส่งเสียงรบกวนบุคคลอื่น ไม่เคารพกฎระเบียบทางสังคม การทำลายสิ่งแวดล้อม

2. ด้านปัจจัยหรือสาเหตุการเกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนในไทยมาจากหลากหลายภูมิภาคนาซึ่งมีพฤติกรรมประเพณีปฏิบัติ

ตัวแตกต่างกันไป โดยไม่สนใจธรรมเนียมประเพณีของประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะเป็นบุคคลที่ประกอบอาชีพโดยทั่วไปไม่มีรายได้ไม่สูงนัก

3. ด้านแนวทางหรือวิธีที่ปรับปรุงส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในไทย พบว่า ทำได้โดยการอบรมให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวให้ถ่ายทอดความรู้และสิ่งที่พึงปฏิบัติของแต่ละท้องถิ่น รวมทั้งการเข้ามาตรวจการที่เข้มข้นในการบังคับใช้กฎระเบียบทางสังคม

3. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ทัศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ขาดความรู้ความเข้าใจขนบธรรมเนียมประเพณีคนไทย สำหรับด้านพฤติกรรม คือ ไม่มีระเบียบและมักจะทำปฏิกิริยาสร้างความรำคาญให้กับบุคคลอื่น สำหรับแนวทางในการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในไทยมากที่สุด คือ จัดทำคู่มือส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวขาดความรู้ความเข้าใจขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทยมากที่สุด ด้านพฤติกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเห็นว่า นักท่องเที่ยวสร้างความรำคาญให้กับลูกค้าคนอื่น แตกต่างจากเพศหญิงที่เห็นว่านักท่องเที่ยวไม่รักษาความสะอาด สำหรับแนวทางในการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวจีน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่า ควรให้ความรู้ความเข้าใจด้านวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด และพบว่าในทุกตำแหน่งงานมีความเห็นสอดคล้องกันว่านักท่องเที่ยวชาวจีนไม่เข้าใจขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทยมากที่สุด สำหรับลักษณะทางธุรกิจของผู้ให้บริการพบว่า ผู้ให้บริการด้าน

โรงแรมและที่พักเห็นว่า นักท่องเที่ยวจีนไม่เข้าใจ ขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทยมากที่สุด ผู้ให้บริการด้านภัตตาคารและร้านอาหาร นักท่องเที่ยวจีนมีพฤติกรรม การแย่งรับบริการ มากที่สุด ผู้ให้บริการด้านธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์มีความเห็นสอดคล้องกันว่า นักท่องเที่ยวจีน สร้างความรำคาญให้กับลูกค้าคนอื่นมากที่สุด แนวทางในการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวจีน คือ ให้ความรู้ความเข้าใจด้านขนบธรรมเนียมและประเพณีของคนไทย

4. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่พบว่าทัศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ขาดความรู้ความเข้าใจขนบธรรมเนียมประเพณีคนไทย สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศรีสุตา วณัญญุศักดิ์ (2558) พบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่แสดงออกในต่างประเทศว่าเป็นเรื่องปกติวิสัยของความเป็นตัวของตัวเอง สำหรับชาวจีนทั่วไป อาจขัดกับหลักประเพณีปฏิบัติของคนในท้องถิ่นแต่ละประเทศ โดยเฉพาะการไม่ยอมเชื่อฟัง และปฏิบัติตามธรรมเนียมของท้องถิ่นหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน และ สอดคล้องกับผลการวิจัยของเลิศพร ภาระสกุล (2558) ที่ว่าควรจัดให้มีการวิเคราะห์พฤติกรรม การรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวจีนในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของประเทศไทย และขณะเดียวกันต้องสร้างความเข้าใจกับคนในท้องถิ่นถึงลักษณะนิสัยใจคอ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนให้มากขึ้น และจากผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวอุปทานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนในไทยส่วนใหญ่ขาดความรู้ความเข้าใจขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทยและมักจะมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้านไม่มีระเบียบและส่งเสียงรบกวนบุคคลอื่น ไม่เคารพกฎระเบียบทางสังคม การทำลายสิ่งแวดล้อม

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 จากผลการวิจัยพบว่าแนวทางส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในไทยก็คือ จัดทำคู่มือส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย เผยแพร่แก่นักท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์เผยแพร่วัฒนธรรมไทยผ่านเว็บไซต์การท่องเที่ยวในไทย จึงควรมีการศึกษาเชิงวิเคราะห์ พฤติกรรมเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวจีนเพื่อสร้างช่องทางการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของประเทศไทย

5.2 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้และภาพลักษณ์ของประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวจีน

6. เอกสารอ้างอิง

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561).

รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว. วารสาร รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว, 1(6). 11-15.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). รายงาน

วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579. สืบค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <https://secretary.mots.go.th>

ปรีชา วรารัตน์ไชย. (2561). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์

การบริหารการตลาดของร้านค้าประชารัฐ จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ ดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์ และซัพพลายเชน, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

เลิศพร ภาระสกุล. (2558). แรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ศรีสุตา วนภิญโญศักดิ์. (2558). การเติบโตอย่าง

ก้าวกระโดดของนักท่องเที่ยวจีนกับ

ผลกระทบต่อสังคมไทย. กรุงเทพฯ : กระทรวง

การท่องเที่ยว.

ศศิธร เจตananท์. (2558). แนวทางส่งเสริม

การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ใน

เขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน. (2560). ส่งพฤติกรรม

นักท่องเที่ยวจีน. ประจำปี 2560. ค้นเมื่อ 2

มีนาคม 2562, เว็บไซต์:

<http://www.thaibizchina.com>.

Cohen & Uphoff. (1980). **Effective Behavior**

in Organizations. New York :

Richard D. Irwin.

Richard D. Irwin, Pearce, J.A., and

Robinson, R.B. (1996). **An Industry**

Approach to Case in Strategic

Management (2nd ed). New York :

Time Mirror Higher Education

Group.

Smith, M. (1989.) **Educational leadership:**

culture and diversity. Gateshead :

Athenaeum Press.

ปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลกแบบมีส่วนร่วม: นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

Participatory Management Problems of the World Heritage Site in the Historic City of Phra Nakhon Si Ayutthaya

ชาตรี มหันตรัตน์¹ ปณณธร หอมบุญมา²

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลกแบบมีส่วนร่วม นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา 2) หาแนวทางการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลกแบบมีส่วนร่วมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมี 2 ขั้นตอน คือ 1) ศึกษาสภาพปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลกแบบมีส่วนร่วม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง 5 หน่วยงาน รวม 10 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาใช้การวิเคราะห์จำแนกแยกแยะข้อมูล และ 2) ศึกษาหาแนวทางการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลกแบบมีส่วนร่วม โดยการจัดสนทนากลุ่มจากตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง 5 หน่วยงานรวม 10 คน ผลการศึกษาพบว่า 1.สภาพปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลกแบบมีส่วนร่วม นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่สำคัญ มี 6 เรื่อง ประกอบด้วย 1) การบุกรุกพื้นที่ 2) การขาดหน่วยงานหลักและบุคลากรเพื่อเป็นศูนย์กลางการบริหารจัดการพื้นที่ 3) การใช้ที่ดินของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ 4) การเมืองท้องถิ่นภายในพื้นที่ 5) งบประมาณในการบริหารจัดการในพื้นที่ และ 6) การบังคับใช้กฎหมาย 2.แนวทางการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลกแบบมีส่วนร่วม ที่สำคัญ ได้แก่ 1) การกำหนดนโยบายและแผนแม่บทสำหรับการอนุรักษ์และจัดการมรดกโลกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติให้มีความชัดเจนและต่อเนื่อง 2) การกำหนดให้มีกฎหมายพิเศษเพื่อใช้บังคับในพื้นที่ 3) การตั้งหน่วยงานพิเศษสำหรับบริหารจัดการพื้นที่เป็นการเฉพาะ และ 4) อำนาจจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในการบริหารจัดการพื้นที่ภายใต้กฎหมายพิเศษ

คำสำคัญ: การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม พื้นที่มรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

Abstract

The objectives of this research were to 1) study participatory management problems of the world heritage site in the historic city of Phra Nakhon Si Ayutthaya, 2) to find a guideline for the participatory management of the world heritage site in the historic city of Phra Nakhon Si Ayutthaya using qualitative research. There are 2 steps of conducting the research: 1) study participatory

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
E-mail: Dhatreecu24@hotmail.com

² อาจารย์พิเศษ ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
E-mail: pannathorn1970@gmail.com

management problems of the world heritage site by using an in-depth interview of 5 relevant government departments total of 10 people, 2) find a guideline for the participatory management of the world heritage site by using a focus group of 5 relevant government departments total of 10 people. The result revealed that 1. the problems of management issues of the world heritage site in the historical city of Phra Nakhon Si Ayutthaya are 6 main issues; 1) the area invasion, 2) lack of administration center and staffs for management, 3) the using land in the area of relevant agencies, 4) problems form local politics in the area, 5) budget for management and 6) law enforcement. 2. The guidelines for the participatory management to solve these problems consisted of; 1) clear and continuous policy and master plan for conservation and management of cultural and natural world heritage, 2) the special law to be enforced in the area, 3) establishment of a special agency to manage in the area, 4) power allocation to Phra Nakhon Si Ayutthaya province to manage all the sites based on the special law.

Keywords: Participatory management, World heritage site, Historic city of Phra Nakhon Si Ayutthaya

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรมจากองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization หรือ ยูเนสโก: UNESCO ในปี พ.ศ. 2534 ในฐานะเป็นแหล่งที่มีหลักฐานยืนยันทางวัฒนธรรมหรืออารยธรรมที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในปัจจุบัน ภายใต้ชื่อ “นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (Historic City of Ayutthaya)” ตั้งอยู่ในพื้นที่เกาะเมืองบนเนื้อที่ 1,810 ไร่ ซึ่งปัจจุบันเมืองมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวอันมีชื่อเสียงสำคัญของประเทศ ที่มีแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวทางโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปะวัตถุ และวัฒนธรรม ทำให้เมืองมรดกโลกพระนครศรีอยุธยากลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากในแต่ละปีจากการเปิดเผยของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

อยุธยา (2562) พบว่า การท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในปี 2561 มีการขยายตัวมากกว่าปีที่ผ่านมา ทั้งผู้มาเยี่ยมชมและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวเลขสูงสุดเท่าที่เคยมีมา และมีแนวโน้มว่าจะเติบโตเพิ่มขึ้นในปี 2562 และอีก 2-5 ปีข้างหน้า อย่างไรก็ตามจากการเติบโตอย่างรวดเร็วสำหรับการท่องเที่ยว อาจทำให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นที่น่าสนใจถึงกลไกเรื่องความสมดุลจากการขยายตัวของเมือง เพื่อรองรับการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์โบราณสถาน เพื่อการคุ้มครองแหล่งมรดกโลกมิให้ต้องถูกทำลาย ซึ่งหากมิได้มีการบริหารจัดการที่ดีอาจนำไปสู่ความเสี่ยงต่อการถูกถอดถอนจากการเป็นเมืองมรดกโลกได้ ขณะที่ในพื้นที่เมืองมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเองยังประสบกับปัญหาที่สำคัญอื่น ๆ เช่น การบุกรุกพื้นที่มรดกโลก เนื่องจากเป็นพื้นที่เมืองใหม่ทับซ้อนเมืองหลวงเก่าทำให้มีประชาชนอยู่อาศัยก่อนที่จะมีการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกและที่เข้ามาอยู่ใหม่ ทำให้ปัญหาการบุกรุกพื้นที่บดบังทัศนียภาพที่สวยงามของแหล่งมรดกโลกและเป็นการฝ่าฝืนต่อกฎหมาย นอกจากนี้การขยายตัวของเมืองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ยังส่งผลกระทบต่อการบริหาร

จัดการพื้นที่มรดกโลก เนื่องจากประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายสำหรับใช้บริหารจัดการพื้นที่เมืองมรดกโลกโดยเป็นการเฉพาะตามอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ ค.ศ. 1972 ทำให้ประสบปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่ นอกจากนี้ในพื้นที่เมืองมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ยังประสบปัญหาอื่น ๆ อีกหลายประการ เช่น การบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานในพื้นที่ เนื่องจากมีหลายหน่วยงานที่รับผิดชอบในเขตพื้นที่ ทำให้เกิดปัญหาเรื่องการประสานงานและสร้างปัญหา ความขัดแย้งระหว่างหน่วยงานในที่สุด สำหรับปัญหา การบุกรุกพื้นที่มรดกโลก เป็นปัญหาที่สำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงในการถูกถอดถอนจากการเป็นเมืองมรดกโลกของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาได้ พรพรรณ โปร่งจิตร์ (2561) จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงสภาพปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลกแบบมีส่วนร่วม นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ตลอดจนหาแนวทางการแก้ไขปัญหา ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนงานในการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลกอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลกแบบมีส่วนร่วม นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

1.2.2 เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลกแบบมีส่วนร่วม นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ได้แก่หัวหน้าส่วนราชการและเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเขตพื้นที่ เมืองมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา 5 หน่วยงาน จำนวน 10 คน และกลุ่ม

ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ได้แก่ หัวหน้าส่วนราชการและเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเขตพื้นที่ เมืองมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา 5 หน่วยงาน จำนวน 10 คน

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าครอบคลุมประเด็น

1) สภาพปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา 2) แนวทางการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ภายใต้อนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ ค.ศ. 1972

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กลุ่มตัวอย่าง

วิธีการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เริ่มต้นโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับปัญหาในพื้นที่ จำนวน 10 คน จาก 5 หน่วยงาน เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จากนั้นได้จัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ด้วยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับปัญหาในพื้นที่ จำนวน 10 คน จาก 5 หน่วยงาน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยมีประเด็นคำถามหลักครอบคลุมในเรื่องเกี่ยวกับสภาพปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้วิจัยได้สร้าง

คำถามที่ใช้ในการสนทนากลุ่มโดยการวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อกำหนดคำถามการสนทนากลุ่มให้ครอบคลุมแนวทางการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลกแบบมีส่วนร่วม โดยนำคำถามที่ใช้ให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) แล้วจึงนำไปใช้

4. สรุปผลการวิจัย

4.1 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า สภาพปัญหาการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่สำคัญประกอบด้วย 1) การบุกรุกพื้นที่ 2) การขาดหน่วยงานหลักและบุคลากรเพื่อเป็นศูนย์กลางการบริหารจัดการพื้นที่ 3) การใช้ที่ดินของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ 4) การเมืองท้องถิ่นภายในพื้นที่ 5) งบประมาณในการบริหารจัดการในพื้นที่ และ 6) การบังคับใช้กฎหมาย

4.2 ผลการสนทนากลุ่ม พบว่า แนวทางการบริหารจัดการพื้นที่แบบมีส่วนร่วม ได้แก่ 1) การกำหนดนโยบายและแผนแม่บทสำหรับการอนุรักษ์และจัดการมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติให้มีความชัดเจนและต่อเนื่อง 2) การกำหนดให้มีกฎหมายพิเศษเพื่อใช้บังคับในพื้นที่ 3) การตั้งหน่วยงานพิเศษสำหรับบริหารจัดการพื้นที่เป็นการเฉพาะ และ 4) อำนาจจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในการบริหารจัดการพื้นที่ภายใต้กฎหมายพิเศษ

5. อภิปรายผล

5.1 ปัญหาที่พบเกี่ยวกับการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้แก่

5.1.1 การบุกรุกพื้นที่ เป็นปัญหาที่สะสมมาอย่างยาวนาน เนื่องจากมีประชาชนอาศัยอยู่ก่อนประกาศขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก และปัจจุบันมีการบุกรุกเพื่อสร้างเป็นที่อยู่อาศัยและการค้าเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรา วีระวัฒน์ และนรินทร์ สังข์รักษา (2561) ที่ทำการศึกษาวิจัย

เรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในเขตมรดกโลกพระนครศรีอยุธยาพื้นที่ที่ต้องทบทวนผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัญหาการบุกรุกพื้นที่โบราณสถานเป็นปัญหาที่สำคัญ ที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ ซึ่งผู้เกี่ยวข้องทั้งหลายไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนควรร่วมกันระดมความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาอย่างจริงจัง รวมถึงการบังคับใช้กฎหมายและกฎระเบียบด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ผลสรุปการจัดทำแผนแม่บทของกรมศิลปากร (2561) ซึ่งเห็นว่า การบุกรุกพื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่อการถูกถอนต่อการเป็นมรดกโลก ซึ่งองค์การ การศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือยูเนสโก ยื่นข้อเรียกร้องให้จัดระเบียบพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และทำการปรับปรุงแก้ไขปัญหาบริเวณอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ก่อนที่จะถูกถอนทะเบียนออกจากมรดกโลก ดังนั้น แนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าวควรตั้งหน่วยงานพิเศษขึ้นในพื้นที่เพื่อรับผิดชอบในการบริหารจัดการพื้นที่โดยตรง

5.1.2 ขาดหน่วยงานหลักและบุคลากรเพื่อเป็นศูนย์กลางการบริหารจัดการพื้นที่ ปัจจุบันพื้นที่ดังกล่าวมีหลายหน่วยงานรับผิดชอบดูแลซึ่งการทำหน้าที่ไม่สัมพันธ์และสอดคล้องกันอย่างเป็นระบบ ต่างคนต่างคิด ต่างทำให้การบริหารงานร่วมกันขาดประสิทธิภาพ นอกจากนี้จำนวนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านบริหารจัดการพื้นที่ไม่เพียงพอ ส่งผลให้เกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมา เช่น ความขัดแย้งด้านการประสานงานระหว่างหน่วยงาน การบังคับใช้กฎหมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของอรอนงค์ โกวิทเสถียรชัย และวชิรวิทย์ สิริชัยพงศ์กุล (2556, หน้า 64-79) ทำการศึกษาวิจัยถึงการบริหารจัดการนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษา พบว่า การบริหารจัดการพื้นที่นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาประสบปัญหาเรื่องความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เช่น มีหน่วยงานซึ่งเป็นตัวแทนรับผิดชอบคำสั่งจากหน่วยงานบริหารราชการส่วนกลางได้แก่ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม กับหน่วยงานราชการส่วนภูมิภาค คือ จังหวัดและยังมีหน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่น ซึ่งได้แก่เทศบาล

อยู่ในพื้นที่ เป็นเหตุให้การทำงานร่วมกันในพื้นที่ประสบปัญหาเรื่อง การประสานงานและสร้างความขัดแย้งขึ้นระหว่างหน่วยงานในพื้นที่

5.1.3 การใช้ที่ดินในพื้นที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นปัญหาอันสืบเนื่องมาจาก หลายหน่วยงานมีรายได้จากการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ โดยที่แต่ละหน่วยงานไม่มีแผนการใช้พื้นที่อย่างเป็นระบบ ส่งผลให้เกิดการทับซ้อนด้านผลประโยชน์จากการใช้พื้นที่ ดังกล่าว ทำให้ขาดความเป็นเอกภาพ ซึ่งนำไปสู่ความขัดแย้งระหว่างหน่วยงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของชาติชาย มหาศิตะ และธাত্রี มหันตรัตน์ (2558, หน้า 197-206) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง มรดกโลกอำนาจความขัดแย้งและการเปลี่ยนแปลงนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาวิจัย พบว่า ในพื้นที่มีหลายหน่วยงานทำหน้าที่ตามกฎหมายของตนเอง เช่น กรมศิลปากร เทศบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด ทำให้การใช้อำนาจทับซ้อนในพื้นที่ ดังนั้น การแก้ไขปัญหาคือควรมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในพื้นที่โดยตรง

5.1.4 ปัญหาการเมืองท้องถิ่นภายในพื้นที่ เป็นปัญหาที่เกิดจากการขัดกันด้านนโยบายของส่วนราชการในพื้นที่ มีทั้งราชการส่วนกลาง ราชการส่วนท้องถิ่น ซึ่งแต่ละหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายที่แตกต่างกัน ทำให้การบังคับใช้กฎหมายไม่สอดคล้องกัน โดยเฉพาะหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเจ้าของพื้นที่ ซึ่งมีผู้บริหารมาจากการเลือกตั้ง ดังนั้น การดำเนินการตามภารกิจต่าง ๆ ในพื้นที่อาจไม่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง โดยเฉพาะการหลีกเลี่ยงการดำเนินการใด ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อคะแนนเสียงของตนได้

5.1.5 ด้านงบประมาณสำหรับการบริหารจัดการพื้นที่ เนื่องจากพื้นที่เมืองมรดกโลกมีจำนวนมาก จึงมีความจำเป็นที่ต้องใช้งบประมาณเพื่อ ดูแล ซ่อมแซม โบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งสาธารณูปโภคให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์และเพียงพอต่อปริมาณนักท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละหน่วยงานในพื้นที่มิได้จัดสรรงบประมาณไว้เป็นการล่วงหน้า ขณะที่บางหน่วยงานได้รับการจัดสรร

งบประมาณไม่เพียงพอในการอนุรักษ์และซ่อมแซม บำรุงรักษาโบราณสถานอย่างต่อเนื่องได้ ดังนั้น แนวทางการแก้ไขปัญหา คือ ควรจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมให้กับหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบสำหรับใช้ในกิจการต่าง ๆ ให้เพียงพอ

5.1.6 การบังคับใช้กฎหมายในพื้นที่ เป็นปัญหาที่สำคัญ เนื่องจากแต่ละหน่วยงานในพื้นที่มีกฎหมายภายในใช้บังคับของแต่ละหน่วยงาน ทำให้เกิดความ การบังคับใช้กฎหมาย ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้เกิดการละเว้นการบังคับใช้กฎหมายของบางหน่วยงาน ส่งผลให้ไม่สามารถควบคุมความเป็นระเบียบในพื้นที่ได้อย่างเป็นระบบ ทำให้เกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมา เช่น การบุกรุกพื้นที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนีย์ ทองจันทร์ และคณะ (2556) ซึ่งทำการศึกษาวิจัย ถึงปัญหาการบังคับใช้กฎหมายในการบริหารจัดการ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ในเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาวิจัย พบว่า หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ ซึ่งได้แก่ กรมศิลปากร และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่างมีอำนาจในการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลกพระนครศรีอยุธยา ซึ่งต่างใช้อำนาจของตนตามกฎหมาย ทำให้เกิดการซ้ำซ้อนในการใช้กฎหมาย ทำให้เกิดช่องว่างของกฎหมายหลักที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งได้แก่ พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2535) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ บัณฑิต ถึงลาภ (2558) ศึกษาวิจัยถึง ปัญหาข้อกฎหมายเกี่ยวกับ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2535) เป็นกฎหมายที่ใช้บังคับมานานและไม่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันโดยเฉพาะ บทบัญญัติที่ให้อำนาจอธิบดีกรมศิลปากรประกาศขึ้นทะเบียนโบราณสถานและกำหนดเขตที่ดินเป็นของโบราณสถาน ซึ่งส่งผลให้เกิดปัญหาข้อโต้แย้งระหว่าง

กรมศิลปากรกับเจ้าของหรือผู้ครอบครองพื้นที่โบราณสถาน จึงเห็นว่า ควรมีการปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติดังกล่าว ให้มีความชัดเจน

5.2 แนวทางการแก้ไขปัญหาที่ได้จากการวิจัยมีดังนี้

5.2.1 ด้านการกำหนดนโยบายและการวางแผน

แม่บทเพื่อการอนุรักษ์และจัดการมรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเร่งกำหนดนโยบายให้มีความชัดเจนและต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ ค.ศ. 1972 (Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage) สอดคล้องกับงานวิจัยของ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (2556) ศึกษาวิจัยเรื่อง พுகามเส้นทางสู่ความเป็นมรดกโลก ผลการศึกษาวิจัยพบว่า แนวทางการแก้ไขปัญหาสำหรับการพัฒนามรดกโลกพระนครศรีอยุธยา คือ การกำหนดนโยบายต้องให้มีความชัดเจน ส่วนแผนแม่บทเพื่อการอนุรักษ์และจัดการมรดกโลกทางวัฒนธรรมและธรรมชาตินั้น ควรเร่งจัดทำแผนแม่บทให้มีความต่อเนื่องเพื่อให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม และยังสอดคล้องกับบทสรุปการจัดทำแผนแม่บทการอนุรักษ์และพัฒนาของกรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม (2561) ซึ่งเห็นว่า ภายหลังสิ้นแผนแม่บท พ.ศ. 2536-2544 แล้ว กรมศิลปากรยังใช้แผนแม่บทฉบับเดิมอยู่และยังพบปัญหาต่าง ๆ หลายประการ เช่น การประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายของแต่ละหน่วยงาน การบุกรุกพื้นที่ก่อสร้างอาคารทับซ้อนกับโบราณสถาน ยานการค้าโบราณ แนวถนนคูคลองโบราณ ปัญหาการจราจรและสิ่งแวดล้อม ซึ่งแผนแม่บทฉบับเดิมที่ใช้อยู่ยังไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ดังนั้น ประเทศไทยควรมีการจัดทำแผนแม่บทขึ้นบังคับใช้โดยเร่งด่วนเพื่อการอนุรักษ์และคุ้มครองเมืองมรดกโลกอย่างยั่งยืน

5.2.2 ด้านกฎหมาย วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี

การบริหารจัดการและการสนับสนุนงบประมาณเพื่อ

การศึกษา การป้องกันคุ้มครองการอนุรักษ์การบริหารทางการศึกษา และการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ เห็นว่า ควรบัญญัติกฎหมายพิเศษขึ้นใช้บังคับเป็นการเฉพาะในพื้นที่มรดกโลก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชชาติชาย มหาศีตะ และธাত্রี มหันตรัตน์ (2558) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง มรดกโลก อำนาจ ความขัดแย้งและการเปลี่ยนแปลงนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาวิจัย พบว่า ประเทศไทยไม่มีกฎหมายเฉพาะโดยตรงสำหรับใช้บริหารจัดการพื้นที่มรดกโลก ให้เป็นไปตามอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลก แต่ใช้กฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องหลายฉบับในปัจจุบัน ดังนั้น ควรมีการบัญญัติกฎหมายขึ้นเป็นการเฉพาะสำหรับใช้บริหารจัดการพื้นที่มรดกโลก

5.2.3 การละเว้นการดำเนินการใด ๆ ที่อาจทำลายมรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ

เนื่องจากปัจจุบันพื้นที่ดังกล่าวขาดความเหมาะสมในโครงสร้างและกลไกการทำงานของหน่วยงานทั้งทางตรงและทางอ้อมในการป้องกันการทำลายมรดกทางวัฒนธรรมและมรดกทางธรรมชาติที่เป็นมาตรฐานขององค์การยูเนสโก ทำให้การทำงานของหน่วยงานในพื้นที่ไม่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน เกิดความขัดแย้งระหว่างหน่วยงานในพื้นที่ ดังนั้น แนวทางการแก้ไขปัญหาจึงควรตั้งหน่วยงานพิเศษขึ้นบริหารจัดการพื้นที่เป็นการเฉพาะ และควรเปิดโอกาสให้หน่วยงานต่าง ๆ ในพื้นที่ผู้แทนชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการมรดกนั้น อาจมีความเสี่ยงต่อการถูกถอนจากการเป็นมรดกโลกได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรรณ โปร่งจิตร์ (2561, หน้า 148-158) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและเมืองบริวาร: การถอดถอนจากการเป็นมรดกโลก ผลการศึกษาวิจัยพบว่า อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีความเสี่ยงต่อการถูกถอนจากการเป็นเมืองมรดกโลกได้ เนื่องจากการบริหารจัดการมรดกโลกไม่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของอนุสัญญาการคุ้มครองมรดกโลกฯ ที่กำหนดไว้ให้รัฐภาคีต้องให้ความร่วมมือในการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อ

การคุ้มครองและอนุรักษ์แหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรม ดังนั้น จึงควรจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะขึ้นเพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการในพื้นที่มรดกโลกโดยเร็ว

5.2.4 การให้อำนาจอธิปไตยแก่รัฐภาคีมีอำนาจเต็มในการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลก ซึ่งได้แก่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาควรมีอำนาจในการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเต็มที่ภายใต้กฎหมายพิเศษที่จัดตั้งขึ้น

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

6.1.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งได้แก่ กรมศิลปากร สังกัดกระทรวงวัฒนธรรม ควรเร่งจัดทำนโยบายและแผนแม่บทเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนามรดกประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาให้มีความชัดเจน และให้มีความต่อเนื่องของแผนแม่บทฯ ฉบับเดิมอย่างเร่งด่วน

6.1.2 ควรจัดตั้งหน่วยงานพิเศษขึ้นเป็นการเฉพาะสำหรับการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลก เพื่อให้สอดคล้องกับอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ ค.ศ. 1972 โดยรัฐบาลควรจัดสรรงบประมาณพิเศษให้เพียงพอสำหรับหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้น

6.1.3 ควรบัญญัติให้มีกฎหมายพิเศษขึ้นใช้บังคับเป็นการเฉพาะสำหรับในพื้นที่เมืองมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

6.2 ข้อเสนอแนะในครั้งต่อไป

6.2.1 ควรศึกษารูปแบบ ลักษณะ ตลอดจนอำนาจหน้าที่ขององค์กรพิเศษที่จะจัดตั้งขึ้นเป็นการเฉพาะ เพื่อให้การบริหารจัดการในพื้นที่มรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

6.2.2 ควรศึกษาถึงรูปแบบ ลักษณะและองค์ประกอบของกฎหมายพิเศษที่บัญญัติขึ้นใช้บังคับเป็นการเฉพาะในพื้นที่มรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยละเอียด

7. เอกสารอ้างอิง

กรมศิลปากร. (2561). แผนแม่บทการอนุรักษ์และพัฒนามรดกประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พ.ศ. 2561- 2570. ม.ป.ท.

ชาติชาย มหาคีตะ และชาติรี มหันรัตน์. (2558). มรดกโลก อำนาจ ความขัดแย้งและการเปลี่ยนแปลงนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต, 11(1), 197-206.

บัณฑิต ถึงลาภ. (2558). ปัญหาข้อกฎหมายเกี่ยวกับโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504. ม.ป.ท.

พรพรรณ โปร่งจิตร์. (2561, มกราคม-ธันวาคม). นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและเมืองบริวาร: การถอดถอนจากการเป็นมรดกโลก. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 21, 148-158.

สุนีย์ ทองจันทร์ และคณะ. (2556). ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายในการบริหารจัดการโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอยุธยา. (2562). การท่องเที่ยวของอยุธยาในปี 2561. สืบค้นเมื่อ 30 กรกฎาคม 2562, จาก https://ayutthaya.mots.go.th/news_view.php?nid=415

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2556). พுகาม : เส้นทางสู่ความเป็นมรดกโลก. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

อมรา วีระวัฒน์ และนรินทร์ สังข์รักษา. (2561, พฤษภาคม-สิงหาคม). การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในเขตมรดกโลก

พระนครศรีอยุธยา : พันธกิจที่ต้องทบทวน.

วารสารวิชาการ Veridian E-Journal

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร,

11 (2), 1-15.

อรอนงค์ โกวิทเสถียรชัย และวชิรวิญญ์ สิริชัยพงศ์กุล.

(2556). การบริหารจัดการนครประวัติศาสตร์

พระนครศรีอยุธยา. วารสารจัดการธุรกิจ

มหาวิทยาลัยบูรพา, 2(2), 64-79.

การแข่งขันภายใต้ความร่วมมือกันระหว่างหน่วยการตลาดและหน่วยไอทีของเศรษฐกิจเกิดใหม่

The Coopetition of IT and Marketing Interface in Firms from Emerging Economy

Jatuporn Vongmahadlek¹

บทคัดย่อ

การศึกษาเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจปัจจัยภายในองค์กรของความสามารถด้านการตลาด ความสามารถด้านไอที ส่งผ่านตัวกลางด้านการแข่งขันภายใต้ความร่วมมือ (ความร่วมมือกันและการแข่งขัน) ต่อผลการดำเนินงานขององค์กรในมิติที่แตกต่างกันทางด้านทางการเงินและไม่ใช้ด้านการเงิน โดยการบูรณาการปัจจัยทั้งสี่ด้านของความสามารถด้านการตลาด ความสามารถด้านไอที การแข่งขันภายใต้ความร่วมมือกัน และผลการดำเนินงานขององค์กรเป็นตัวแปรหลักของการศึกษานี้ การทำวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยจากการอุปมัยโดยนำทฤษฎีฐานทรัพยากรและทฤษฎีเครือข่ายทางสังคมเป็นทฤษฎีรากฐานของการศึกษา จากนั้นใช้แนวความคิดว่าความสามารถขององค์กรจะดำเนินการได้จากมุมมองภายในองค์กร กรอบแนวความคิดที่นำเสนอแสดงให้ถึงการแข่งขันภายใต้ความร่วมมือจะปรับปรุงความสามารถในการปฏิบัติงานระหว่างหน่วยงานการตลาดและหน่วยงานไอทีในระบบเศรษฐกิจที่กำลังเติบโต การค้นพบนี้แสดงให้เห็นถึงหลักฐานของความเข้มแข็งของการแข่งขันภายใต้ความร่วมมือจะส่งผลการดำเนินงานขององค์กรทั้งด้านการเงินและไม่ใช้ด้านการเงิน งานวิจัยนี้มีส่วนสนับสนุนการศึกษาด้านการตลาดและด้านการจัดการ โดยขยายขอบเขตของทฤษฎีฐานทรัพยากรและทฤษฎีเครือข่ายทางสังคมจากการใช้ทรัพยากรหลักที่สำคัญเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรในระบบเศรษฐกิจเกิดใหม่ สำหรับประโยชน์ต่อนักปฏิบัติ ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรจะส่งเสริมความร่วมมือและจัดการการแข่งขันของการประสานงานกันระหว่างหน่วยงานเพื่อให้ประสิทธิภาพขององค์กรดำเนินการได้อย่างเต็มศักยภาพ

คำสำคัญ : Coopetition, Marketing Capability, IT capability, Firm Performance

Abstract

This qualitative study aims to explore the effects of organizational internal antecedents such as marketing capabilities and IT capabilities mediated by cross-functional coopetition (cooperation and competition) on the different aspects of the organizational performance including economic performance and non-financial performance. Four areas of integration are a core premise of this study (i.e., marketing capabilities, IT capabilities, coopetition, and firm performance). As an inductive approach, based on the Resource-based View theory (RBV) and Social Network Theory (SNT), a conceptual design methodology of organization capability is conducted from the organization

¹ Faculty of Business Administration North-Chiang Mai University E-mail : jevons.p@gmail.com

perspectives. The proposed framework deliberates that coopetition improves ability to perform between marketing function and IT function in this emerging economy. The findings provide the evidences that strengthening cross-functional coopetition has contributed in both financial and non-financial performance. The paper contributes to marketing and management discipline by extending the RBV and SNT theory on how key resource can be used to enhance firm performance in the emerging economy. For practical implications, top level executives may both foster the cooperation and manage the competition in cross-functional interaction for a firm's full performance potential.

Keywords: Coopetition, Marketing Capability, IT capability, Firm Performance

1. Introduction to the Study

1.1 Statement of the Problem/ Rationale for the Study

Over the past decades, the causes of interfunctional difference and overlap still remained within various firms. The functional units were interested in various directions and reactively dissimilar in order to reach to the same focal objective of the organization performance in the emerging economy or the dynamic environment. For the cross-functional units, the term “coopetition” was still scant and nascent. Notably, dynamic technology was increasing concentration which led to the interface between units and calling for more research. In such times, how should firms manage cross-functional “coopetition” to achieve performance outcomes? This is the main focal research question of this research paper.

In terms of marketing and IT units, managers were categorized these two facets of functions for marketing as a “high-touch” or “sales-driven” whereas information technology (IT) as a “hi-tech” or “technology-driven”. However, there was shown the barriers to the cross-functional interface and the inconclusive effects of the

ineffectively interface between units (Luo, Slotegraaf, & Pan, 2006; Sahlan, Abu-Hussin, & Hehsan, 2019). In addition, the success of marketing strategy had still been on the limited attention and under development of the integration among these four areas (e.g., market capabilities, IT capabilities, coopetition, and firm performance).

1.2 Research Objectives

As the above discussion, this research focuses on implementing marketing capabilities, IT capabilities, coopetition, and firm performance. The purposes of this paper are three-folded, as followed.

1) To extend the in-depth understanding of the marketing capabilities and the IT capabilities for the implementing coopetition in marketing / business strategy discipline.

2) To examine the matter of coopetition between (1) marketing capabilities and firm performance and (2) IT capabilities and firm performance in addition to understand what conditions does coopetition lead to organization performance.

3) To develop a conceptual framework of marketing capabilities and IT capabilities on organization performance through coopetition.

1.3 Scope of the Research

This study covers the assessment of the nature of IT function (IT capabilities), and the extent to which the marketing function (Marketing capabilities), will be related to the outcomes of the firms (Performance), both directly and indirectly, being mediated by the cooperation and competition (Coopetition) of the interfacing between units or functions.

As an inductive approach, the qualitative study was conducted from reviewing the past extant researches. The research population consists of the list of Stock Exchange of Thailand (SET) listed companies and contact information for the year 2019, located throughout the regions of Thailand. The nature of the sample for the study was non-probability convenient sampling.

The main target respondents were six participants of the middle level of IT and marketing functions and six participants of top level management of the organization who willing to answer the questions for in-depth interview. The respondents were in sufficient knowledge and experiences about the related issues for 10 open-ended questions.

1.4 Research Hypotheses

The four alternative hypotheses and one research question were drawn from the conceptual framework are described below.

According to the past researches, marketing capabilities and coopetition were generally supported (Luo et al., 2006; Sahlan et al., 2019; Tsai, 2002). Thus, the associated relationship between marketing capabilities and the coopetition is predicted.

Hypothesis 1 : there is a positive relationship between marketing capabilities and the coopetition.

According to the past studies, IT capabilities and coopetition were found (Luo et al. 2006; Martell, 1988; Tsai, 2002). Thus, the associated relationship between IT capabilities and the coopetition is hypothesized.

Hypothesis 2 : there is a positive relationship between IT capabilities and the coopetition.

According to the review literature, the coopetition and the performance were supported (Barney 1991; Granovetter 1973; Luo et al., 2006; Sahlan et al., 2019; Tsai, 2002). Thus, the associated relationship between the coopetition and the performance is predicted.

Hypothesis 3: there is a positive relationship between the coopetition & the performance of the firms.

According to the past researches, many scholars supported the notion of interface of marketing capabilities and IT capabilities toward performance (Barney, 1991; Moorman & Rust, 1999; Song, Robert, and Di, 2008; Wernerfelt, 1984). Therefore, the interfacing of marketing capabilities and IT capabilities positively associated with the performance of the firms is predicted. The fourth proposition is derived as followed.

Hypothesis 4: the interfacing of marketing capabilities and IT capabilities is positively associated with the performance of the firms.

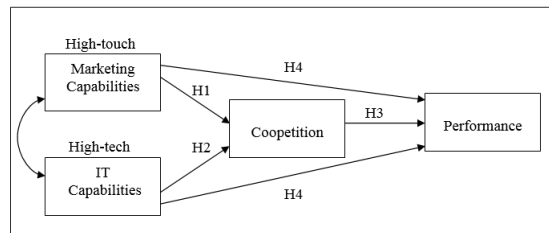
Based on the mediating role of coopetition, this was the first research question to extend the interface between marketing capabilities and IT capabilities mediated by coopetition for the marketing strategy literature. In the fifth level of this research, this proposition was defined by the indirect model. Some scholars suggested the notion that coopetition induced the firm performance (Luo et al., 2006). Thus, the interfacing of marketing and IT function related indirectly to the performance of the firms, being mediated by the assessment of the coopetition is expected. Then, the research question formulates, as followed.

Research Question 1: the interfacing of marketing capabilities and IT capabilities is related indirectly to the performance of the firms, being mediated by the assessment of the coopetition.

1.5 Conceptual Framework

The proposed framework is the assessment of the nature of IT function (IT capabilities), and the extent to which the marketing function (Marketing capabilities), will be related to the outcomes of the firms (Performance), both directly and indirectly, being mediated by the cooperation and competition (Coopetition) of the interfacing between units or functions within the firms as shown in the following section.

Figure 1: The Conceptual Model.



1.6 Significance of the Study

First, according the theoretical contributions, the Resource-based View theory (RBV) (Barney, 1991; Wernerfelt, 1984) and Social Network Theory (SNT) (Granovetter, 1973) are proposed as the theoretical framework to explain this phenomenon.

For the RBV theory of the firms (Barney, 1991), firms possessed various resources to gain competitive advantage and led to superior long-term performance. That advantage could be sustained over a longer period of time if the firms could be able to protect themselves from imitation, transfer, or substitution. In depth, Barney (1991, p.99) stated that “the potential of firms resources to generate sustained competitive advantage - value, rareness, imitability, and sustainability”. In addition, firms also maximized the scarce resources as the main objectives to reduce the internal cost, maximize profits, and gain competitive advantage. With this, between units, the effects of reward structure on performance were very significant which led to the intense competition.

Based on social network perspectives of organization coordination, SNT (Granovetter, 1973) posited social relationships in terms of

nodes and ties. Nodes were the individual actors within their social networks, and ties were the relationships between those actors. It could be different forms of nodes and ties in the social relationship. Tsai (2002) illustrated the social network perspective of coordination as a social structure of coopetition.

Second, for the managerial implications, the development of traditional marketing and IT units is needed to the professional movement and updated revolution of management inside the firm. The various organizations or professionals will become more productive with the cross-functional of marketing and IT resulted from tangible and intangible factors. Shareholders typically will gain value in terms of economic dividend, operating profit, revenues & cost, asset efficiency, managing risk, Return on Investment (ROI), etc. For customers, values will increase in terms of the efficiency, and timeliness. For the employees, value will be received by the salary and their extrinsic rewards of the jobs.

2. Research Methodology

This research was designed as an exploratory research to gain an in-depth understanding of the roles of marketing capabilities, IT capabilities, coopetition, and firm performance. Both of the business units (marketing and IT) among various firms were chosen for controlling factors that may have added extraneous variance to the study, and for

information to be collected from multiple respondents. To minimize the problem of common method bias (Luo et al., 2006; Podsakoff, MacKenzie, & Jeong-Yeon, 2003), the data were collected from two key informants within the firms. The qualitative approach was designed to gain a richer understand of cross-functional units for organizational performance, to clarify and discover factors associated with cross-functional problems, and to investigate the alternative to higher organization performance.

Research Methodology of this study was divided into 4 phases, as followed.

Phase 1: Preliminary study --> researcher identified research problems, three research objectives, and research questions respectively.

Phase 2: Literature Review --> researcher specified the key constructs of the study including marketing capabilities, IT capabilities, coopetition, and organizational performance. Two of the theoretical background also pointed out such as SBV theory and SNT theory. Three exogenous variable were marketing capabilities, IT capabilities, and coopetition. An endogenous variable was organizational performance.

Phase 3: Research Design --> Qualitative research study (Interviews and Case studies) --> Application of the in-depth interviews included deciding on ten appropriated questions and their sequences, deciding on the interviewer's role, asking questions in an informative manner, using probes and prompts etc. The list of the

questions in the interview protocol was reviewed by both academics and practitioners to ensure the coverage and validity. After this, all detailed information was extracted to five major constructs based on their consensus.

Phase 4: Proposing the conceptual model --> The development of the multidimensionality of marketing capabilities, IT capabilities, and coopetition was formulated by considering the inter-relationship between ranges of antecedents (i. e. , marketing capabilities, IT capabilities, coopetition) and its consequence of organizational performance as depicted in Figure 1.

3. Discussions and Recommendations

3.1 Discussion

The qualitative findings provided the insight perspectives of the organization performance in terms of cross-functional units (Marketing and IT capabilities) through coopetition. The findings provided the evidences that coopetition has contributed in both financial and non-financial performance through strengthening cross-functional coopetition. The paper contributes to marketing and management discipline by extending the RBV and SNT theory on how key resources can be used to enhance firm performance in the emerging economy. For practical implications, top level executives may both foster the cooperation and manage the competition in cross-functional interaction for a firm's full performance potential.

3.2 Recommendations

For future research agenda, as with most research studies, this study contains limitations that indicate avenues for future research. To develop further cooperation of IT and marketing units' framework as shown in Figure 1, empirical work is needed to develop operational measures of key constructs and test the illustrative proposition and four hypotheses. Also, in order to test the direction of causal relationships, therefore future studies should utilize the longitudinal study designs. Given the individual level analysis to test the causal relationship of the study due to organization performance reflects many individuals other than the cross-functional interactions.

For the operationalization, marketing capability will be used the set of six scale items adopted from Song et al. (2008). IT Capability will be used the set of five scale items adapted from Song et al. (2008) . Coopetition is measured by multi-item scales in three dimensions (Luo et al., 2006). Performance is measured by multi-item scales in three dimensions adapted from Moorman and Rust (1999).

For data analysis, firstly, Cronbach's alpha (α) will be used to measure the reliability coefficient (Hair, William C. Black, & Barry, 2006; Ho, 2006). Secondly, model estimation will be suggested Analysis of Moment Structures (AMOS) as a Structural Equation Modeling (SEM) software solution from SPSS that extends standard multivariate analysis methods to perform Confirmatory Factor Analysis (CFA) of

the survey items based on the dimensions of all constructs. Next, the proposed model will be estimated by the path analysis option of AMOS (Ho 2006). Lastly, for the mediating effects (Baron & Kenny, 1986) of the coopetition, the data can be analyzed by using AMOS Graphic by conducting the multi-model analysis, the procedure is involved with the (1) defining the full direct model as in figure 1 and (2) defining the indirect model in which the two direct paths linking market capabilities and IT capabilities to coopetition will be constrained to zero (market capabilities $\rightarrow$ coopetition; IT capabilities $\rightarrow$ coopetition) (Ho 2006).

4. Reference

- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. **Journal of Management**, 17(1), 99-120.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Consideration. **Journal of Personality and Social Psychology**, 51(6), 1173-1182.
- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. **The American Journal of Sociology**, 78(5), 1360-1380.
- Hair, J. F., William C. Black, C. & Barry, B. J. (2006). **Multivariate data analysis** (6th ed.). Pearson International Edition: Pearson: Prentice Hall.
- Ho, R. (2006). *Handbook of Univariate and Multivariate Data Analysis and Interpretation with SPSS*. Chapman & Hall/ CRC.
- Luo, X., Slotegraaf, R. J., & Pan, X. (2006, April). Cross-Functional : Coopetition : The Simultaneous Role of Cooperation and Competition within Firms. **Journal of Marketing**, 70, 67-80.
- Martell, D. (1988). Marketing and Information Technology. **European Journal of Marketing**, 22(9), 16-24.
- Moorman, C., & Rust, R. T. (1999). The Role of Marketing. *Journal of Marketing*, 63(Special issue), 180-197.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., & Jeong-Yeon, L. (2003). Common Method Biases in Behavioral Research: A Critical Review of the Literature and Recommended Remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903.
- Sahlan, M., Abu-Hussin, M. and Hehsan, A. . (2019). Market coopetition . *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 465-475. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0046>
- Song, M., Robert, N. W., & Di , A. C. (2008). Distinctive Marketing and Information Technology Capabilities and Strategic Type: A Cross National Investigation. *Journal of International Marketing*, 16(1), 4-38.

- Tsai, W. (2002, March-April). Social Structure of Coopetition Within a Multiunit Organization: Coordination, Competition, and Intraorganization Knowledge Sharing. **Organization science**, 13(2), 179-190.
- Wernerfelt, B. (1984, April-June). A Resource - Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5, 171-180.

ความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี

The Demand for Competency Development in Performance of Hotel and Resort Employees in Phetchaburi Province

สุธาสนี อัมพิลาศรัย¹ ณัฐอร มหาทำนุโชค²
 ชยนันท์ จงเจริญชัยสกุล³ ประสิทธิ์พร เก่งทอง⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างสมรรถนะในการทำงานที่ตรงกับความต้องการของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารระดับต้นของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ระดับ 3 ดาวลงไป จำนวน 127 คน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ และแบบปลายเปิด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที่ ทดสอบเอฟ เปรียบเทียบพหุคูณตามวิธีการเชฟเฟ้ และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่าแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างสมรรถนะในการทำงานที่ตรงกับความต้องการของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรีควรจัดให้มีการอบรม ด้านทักษะในแต่ละแผนก จัดกิจกรรมเพื่อให้เกิดความรักความสามัคคี มีการสอนงานจากหัวหน้างานอย่างต่อเนื่อง และมีการประเมินการทำงานตามระยะเวลาที่กำหนด

คำสำคัญ : การพัฒนาสมรรถนะในการทำงาน พนักงานโรงแรมและรีสอร์ท จังหวัดเพชรบุรี

Abstract

The research aimed to create guidelines for performance development according to the needs of employees of the hotels and resorts in Phetchaburi province. The population was 127 executives of the 3-star-hotels and resorts and below 3-star-hotels and resorts. The instrument for collecting data is an open-ended alternative questionnaire of 5-level rating scale model. The collected data was analyzed by using statistics, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, multiple comparison based on the Scheffe method and content analysis. The results of this research found that the guidelines for performance development according to the needs of employees of the hotels and resorts in Phetchaburi province suggesting of providing training skills in each department,

¹ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี E-mail : suthasinee.amp@mail.pbru.ac.th

² สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี E-mail : lopppossa@hotmail.com

³ ดร. สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี E-mail : FRESHY_SUN@HOTMAIL.COM

⁴ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี E-mail : Prasitpon_k@hotmail.com

organizing activities to create love and unity, ongoing coaching from supervisors, and work evaluation according to the assigned specific period.

Keywords: Competency development in performance, Employees of hotels and resorts, Phetchaburi

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การแข่งขันได้ก่อให้เกิดกระแสการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สังคมยุคความรู้ (knowledge age) ที่ได้รับอิทธิพลมาจากข้อมูล ข่าวสาร และองค์ความรู้ หรือที่ปัจจุบันเรียกว่า “โลกยุคข้อมูลข่าวสาร (Information Age)” “โลกยุคเศรษฐกิจองค์ความรู้ (Knowledge Economy)” และ “โลกยุคเศรษฐกิจบริการ (Service Based Economy)” ที่กลายเป็นสังคมยุคใหม่ที่พร้อมรับมือและใช้ประโยชน์จากกระแสโลกาภิวัตน์ได้อย่างเต็มที่ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเป็นจำนวนมาก (Labour intensive) ทรัพยากรมนุษย์จึงเป็นปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการในทุกรูปแบบ (รายงานประจำปี 2557 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวจึงได้รับความสนใจ การพัฒนาทุนมนุษย์ (Human Capital) ถูกทำมาเป็นเครื่องมือสำคัญตั้งแต่ระดับปัจเจกชน ระดับองค์กร และระดับเศรษฐกิจของประเทศ โดยระดับปัจเจกชนทุนมนุษย์เป็นประโยชน์กับเจ้าของทุนโดยตรง เพราะเป็นสินทรัพย์ทุนที่มีมูลค่าและเป็นความสามารถส่วนบุคคลที่ไม่สามารถเปลี่ยนหรือโอนให้กับบุคคลอื่นได้ ความสามารถส่วนบุคคลต่างๆ เหล่านี้จะถูกนำมาใช้ในการพัฒนาระดับองค์กร ทุกองค์การต่างล้วนต้องการครอบครองบุคลากรที่มีศักยภาพ เป็นกลไกสำคัญและเป็นแรงขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาสินค้าและบริการ พัฒนานวัตกรรมต่างๆ และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันส่งผลต่อการเพิ่มผลการดำเนินงานขององค์กร และเชื่อมโยง

สู่ภาคเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ (กัลย์ ปิ่นเกสรกัลย์ ปิ่นเกสร, เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน และ จิราวรรณ คงคล้าย, 2560, หน้า 193-202) ทั้งนี้สำหรับการพัฒนาบุคลากรและคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรม (Hotel business) นับได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในอุตสาหกรรมบริการ (Hospitality industry) เนื่องจากผลประกอบการของธุรกิจโรงแรมมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทิศทางการท่องเที่ยว (บทวิเคราะห์แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมโรงแรม ปี 2561-63 ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา) สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี มีการเติบโตแต่ช้า โดยมีจุดเด่นการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทะเล และผืนป่าแก่งกระจาน ดังนั้น ด้านนักลงทุนจึงเริ่มหันมาเปิดโรงแรมเพิ่มขึ้น 20% ในพื้นที่ชะอำ - หัวหิน (รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) แผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก พ.ศ.2560-2564) สถานประกอบการด้านที่พักในจังหวัดเพชรบุรี มีทั้งสถานประกอบการขนาดเล็กและขนาดใหญ่ จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น พบว่า พนักงานส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่น ที่ยังขาดทักษะและความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ ทักษะด้านภาษา รวมถึงทักษะด้านการบริหารจัดการ และการใช้เครื่องมือประกอบการตัดสินใจสอดคล้องกับวิชาชีพ มาซู และปติดา โมราศิลป์ (2560, หน้า 81-104) พบว่า ปัญหาและอุปสรรคด้านทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวของเกาะพะงัน คือ การขาดทักษะด้านการสื่อสารและบุคลิกภาพ และสอดคล้องกับ วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์ และคณะ (2555) พบว่า ความต้องการในการพัฒนาตนเองในด้าน ต่าง ๆ ดังนี้

- 1) ด้านภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษ
- 2) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ Work Art, Program Outlook

และ Microsoft PowerPoint 3) ความรู้ด้านวิชาชีพการโรงแรม ได้แก่ งานแม่บ้าน การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การบริการแผนกส่วนหน้า นอกจากนี้พนักงานส่วนใหญ่ยังต้องการพัฒนาตนเองด้านบุคลิกภาพ และความรู้ความเข้าใจในเรื่องจิตวิทยาการบริการ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการบริการ สร้างความไม่ประทับใจแก่ลูกค้าผู้ใช้บริการ และเสียโอกาสในการแข่งขันด้านการพัฒนาบุคลากรวิชาชีพการท่องเที่ยวกับทุกประเทศในภูมิภาคภายใต้ประชาคมอาเซียน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี เป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่ให้ความรู้และเสริมสร้างสมรรถนะด้านการบริหารจัดการเชิงพาณิชย์ จึงสมควรศึกษาความต้องการพัฒนาสมรรถนะในการทำงานของผู้มีงานทำในจังหวัดเพชรบุรี เพื่อสนับสนุนให้คนในพื้นที่มีความรู้ และความสามารถในการแข่งขัน ก่อให้เกิดรายได้ โดยผู้วิจัยหวังว่า การศึกษาเรื่อง ความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี หรือ ผู้ที่มีความสนใจให้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดโครงสร้าง หรือพัฒนาหลักสูตรให้มีความพร้อม และเพื่อรองรับความต้องการในอนาคตต่อไป ทั้งยังสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล (พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา) ได้น้อมนำและประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม การพัฒนาที่ยึดหลักสมดุล และยั่งยืน ตามวิสัยทัศน์ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี "มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน" ซึ่งการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นกลไกพื้นฐานที่สำคัญในการเดินทางประเทศไทย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี

1.2.2 เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างสมรรถนะในการทำงานที่ตรงกับความต้องการของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี

1.4 สมมติฐานการวิจัย

พนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์การทำงาน และตำแหน่งงาน มีความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของพนักงานแตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบการศึกษาไว้ 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

1) ศึกษาความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี

2) กำหนดแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างสมรรถนะในการทำงานที่ตรงกับความต้องการของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี

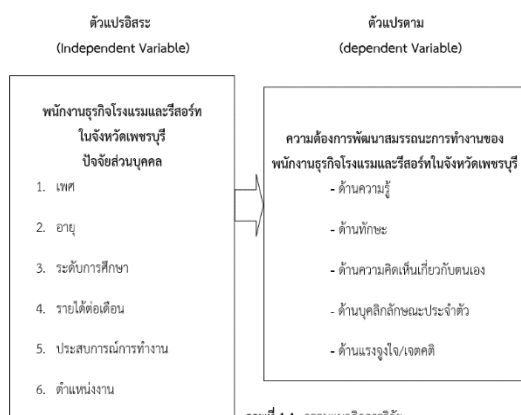
1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ โรงแรมและรีสอร์ทในระดับ 3 ดาวลงไป ภายในจังหวัดเพชรบุรี

1.4.3 ขอบเขตด้านประชากร ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรที่ใช้ในการวิจัยตามกระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งดำเนินการเก็บข้อมูล ความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท จากผู้บริหารระดับต้นของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ระดับ 3 ดาวลงไป ในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 191 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561) โดยใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability sampling) โดยเลือก กลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) ซึ่งแบ่งลงไปตามที่ตั้งในแต่ละอำเภอ และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

1.4.4 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือน ตุลาคม พ. ศ. 2561 ถึงเดือน กรกฎาคม พ. ศ. 2562

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี ในครั้งนี้ มุ่งศึกษา ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์การทำงาน และตำแหน่งงาน ตัวแปรตาม คือ ความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ประกอบด้วย ด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง และด้านแรงจูงใจ/เจตคติ รวมทั้งเครื่องมือจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและการดำเนินการวิเคราะห์



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

คณะผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารระดับต้นจากธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ระดับ 3 ดาว ลงไปในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 191 แห่ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561) ซึ่งการคำนวณขนาดตัวอย่างใช้ตารางของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 127 คน โดยมีขั้นตอน ดังนี้

2.1 การศึกษาข้อมูลพนักงานโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อสำรวจความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของพนักงานธุรกิจ

โรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี โดยมีวิธีการเก็บข้อมูล ดังนี้

(1) ข้อมูลทุติยภูมิ เก็บข้อมูลจากเอกสารเผยแพร่ผ่านสื่อ และเอกสารของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น

(2) ข้อมูลปฐมภูมิ เก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นพนักงานในโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี

2.2 การศึกษาความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี ในส่วนนี้จะมุ่งเน้นการศึกษา ด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวเอง ด้านบุคลิกลักษณะประจำตัว และด้านแรงจูงใจ/เจตคติ โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น (Probability sampling) ซึ่งเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) โดยแบ่งธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทระดับ 3 ดาว ลงไปตามที่ตั้งในแต่ละอำเภอ และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) จำนวน 127 คน เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างตามสัดส่วน

2.3 การสร้าง และทดสอบแบบประเมินความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามเพื่อการวิจัย เกี่ยวกับ ความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี ประกอบไปด้วยข้อมูล 3 ตอน ได้แก่ ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย ด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง ด้านบุคลิกลักษณะประจำตัว และด้านแรงจูงใจ/เจตคติ จำนวน 28 ข้อ และ ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับหลักสูตรเพื่อพัฒนาสมรรถนะการทำงานของพนักงานโรงแรมและรีสอร์ท มีลักษณะเป็นคำถาม

ปลายเปิด (open-ended questions) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นโดยอิสระ มาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) จำนวน 30 ชุด โดยหาค่าความเชื่อมั่นของครอนบาช (Cronbach's alpha)

3. สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการวิจัย โดยนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง และผลการวิจัยโดยสรุปเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยได้ ดังนี้

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 127 คน พบว่า

3.1.1 ตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท มีประสบการณ์การทำงาน 11 ปีขึ้นไป และ ทำงานในตำแหน่งผู้บริหารระดับต้น

3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.33) โดยมีสมรรถนะการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านบุคลิกลักษณะประจำตัว ($\bar{X}$ = 4.64) รองลงมาคือ ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.48) ด้านแรงจูงใจ/เจตคติ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.27) ด้านความรู้ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.19) และ ด้านทักษะมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.05) เป็นอันดับสุดท้าย เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความรู้ต้องการพัฒนาสมรรถนะเกี่ยวกับกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ด้านทักษะต้องการพัฒนาสมรรถนะเกี่ยวกับมีทักษะพื้นฐานในงานด้านการบริการ ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเองต้องการพัฒนาสมรรถนะเกี่ยวกับการมุ่งเน้นและการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ด้านบุคลิกลักษณะประจำตัวต้องการพัฒนาสมรรถนะมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

ด้านแรงจูงใจ/เจตคติ ต้องการพัฒนาสมรรถนะที่เกี่ยวกับความสามัคคี ความเป็นมิตร และความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

4. อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถนำประเด็นที่สำคัญมาอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

4.1 ความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ในจังหวัดเพชรบุรีพบว่า พนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท มีความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านบุคลิกลักษณะประจำตัว เป็นเพราะว่าพนักงานโรงแรมต้องการมุ่งเน้นและการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า มีความรับผิดชอบต่องานของตนเองและส่วนรวม ปฏิบัติงานด้วยความถูกต้องทันเวลา รักษาระเบียบวินัย และปฏิบัติงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ในหน้าที่ รองลงมาคือ ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง เป็นเพราะว่าพนักงานโรงแรมทำงานด้านการให้บริการ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเป็นสิ่งจำเป็นในการปฏิบัติงานในด้านนี้ ต้องสามารถปรับตัว ควบคุมอารมณ์ อดทน อดกลั้น มีความสนใจที่จะพัฒนาตนเอง เข้าใจ และยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น มีความซื่อสัตย์ สุจริต เสียสละ และอุทิศเวลาให้แก่องค์กร ส่วนด้านแรงจูงใจ/เจตคติ ด้านความรู้ และด้านทักษะ รองลงมาตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เสาวลักษณ์ ฉายรุ่ง (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ สมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรในธุรกิจโรงแรม เขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา พบว่า โดยภาพรวมและทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด บุคลากรโรงแรมมีสมรรถนะการปฏิบัติงานด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านบุคลิกลักษณะประจำตัว และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อุบลวรรณ ปานกลาง (2556) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ สมรรถนะการทำงานของพนักงานโรงแรมในนครเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เปรียบกับเมืองพัทยา

จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัย พบว่า สมรรถนะการทำงานของพนักงานโรงแรมในนครเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสมรรถนะการทำงานของพนักงานโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีอยู่ในระดับสูง

4.2 พนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามเพศ โดยภาพรวม พบว่า พนักงานโรงแรมที่มีเพศต่างกัน มีความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงาน แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะว่าเพศชายและเพศหญิงมีสิทธิเสรีภาพในการแสดงบทบาทของตนเอง ได้อย่างเท่าเทียมกัน มีความเสมอภาคในด้านการแสดงความคิดเห็น มีระดับที่เท่าเทียมกัน ผลงานวิจัยยังไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรินทร์ กิรติวิจิตรกุล (2553) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรธุรกิจโรงแรมในมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า บุคลากรธุรกิจโรงแรมมีเพศต่างกัน มีความต้องการพัฒนาศักยภาพในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเช่นเดียวกับ อุบลวรรณ ปานกลาง (2556) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ สมรรถนะการทำงานของพนักงานโรงแรมในนครเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เปรียบกับเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า พนักงานทั้งชายและหญิงของโรงแรมในนครเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีสมรรถนะการทำงานไม่แตกต่างกัน

4.3 พนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามอายุ โดยภาพรวม พบว่า มีความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีอายุ 25-29 ปี และอายุ 35-39 ปี แตกต่างกับอายุ 40 ปีขึ้นไป นอกนั้นไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มที่มีอายุ 25-29 ปี และอายุ 35-39 ปี เป็นกลุ่มอายุช่วงที่อยู่ในวัยทำงาน ชอบเรียนรู้งาน ชอบความท้าทาย ต้องการมีประสบการณ์ ในการทำงาน จากผลการวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า องค์กรควรเปิดโอกาส ให้พนักงานในทุกวัยได้รับความรู้ด้วยการส่งเข้ารับการอบรมอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม

มุ่งเน้นให้ พนักงานที่มีประสบการณ์สอนงานให้กับผู้ที่เพิ่งมาปฏิบัติงานอยู่เสมอ ดังนั้น อายุต่างกัน จึงทำให้มีความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุสรณ์ ประยูคตินิวัฒน์ (2556) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ศักยภาพหลักของพนักงานโรงแรมโนโวเทล ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า กลุ่มประชากรที่มีอายุแตกต่างกัน ส่วนมากอายุ 31-40 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกัน 3 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย 1) ศักยภาพด้านความรู้ 2) ศักยภาพด้านทักษะ และ 3) ศักยภาพด้านพฤติกรรม

4.4 พนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวม พบว่า มีความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพนักงานระดับปฏิบัติการที่มีความรู้และระดับการศึกษาที่น้อยกว่า มักจะศึกษา ค้นหาข้อมูลข่าวสารในการพิจารณาเรื่องต่างๆ อย่างละเอียด ต้องการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำงาน รู้สิทธิ รู้หน้าที่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงาน สอดคล้องกับพัชรินทร์ กิรติวิจิตรกุล (2553) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องความต้องการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรธุรกิจโรงแรมในมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรธุรกิจโรงแรมที่มีการศึกษาต่างกันมีความต้องการพัฒนาศักยภาพในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของอุบลวรรณ ปานกลาง (2556) พบว่า พนักงานโรงแรมในนครเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และพนักงานโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีสมรรถนะในการทำงานด้านสมรรถนะหลัก และสมรรถนะทั่วไปไม่แตกต่างกัน

4.5 พนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยภาพรวม พบว่า มีความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานแตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากรายได้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พนักงานโรงแรมมีการพัฒนาการทำงานของตนเองให้ได้รับการยอมรับจากหัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน โดยพบว่า

พนักงานโรงแรมที่มีรายได้ต่ำ 10,000 บาท กลุ่มรายได้ระหว่าง 10,000-15,000 บาท จะมีความต้องการสมรรถนะการทำงานมากกว่า พนักงานโรงแรมที่มีกลุ่มรายได้ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท, 20,001 - 25,000 บาท และกลุ่มรายได้มากกว่า 25,000 บาท ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการจ่ายค่าตอบแทนพิจารณาตามผลงานที่ปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิงอร ตันพันธ์ (2556, หน้า 11-21) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับเงินเดือนที่แตกต่างกัน คุณภาพชีวิตมีความแตกต่างกันโดยเฉพาะอย่างยิ่งในโรงแรมมาตรฐาน 4 ดาว แต่ไม่สอดคล้องกับโรงแรมมาตรฐาน 3 และ 5 ดาว พนักงานที่มีอัตราเงินเดือนต่างกันมีคุณภาพชีวิตการทำงานไม่แตกต่างกัน

4.6 พนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน โดยภาพรวม พบว่า ประสบการณ์ทำงานของพนักงานที่แตกต่างกัน จะมีความต้องการในการพัฒนาสมรรถนะการทำงานที่ต่างกัน กล่าวคือ พนักงานโรงแรม/รีสอร์ท ที่มีระยะเวลาการทำงานน้อยกว่าจะมีความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานมากกว่าพนักงานที่มีระยะทำงานมากกว่า เพื่อสะสมประสบการณ์ที่ส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพ โดยพบว่า พนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี มีความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานมากที่สุด ขณะที่พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 11 ปี ขึ้นไป มีความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานน้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอนุสรณ์ ประยุกต์นิวัฒน์ (2556) พบว่า ระยะเวลาในการปฏิบัติหน้าที่มีผลต่อความต้องการในการพัฒนาสมรรถนะที่แตกต่างกัน

4.7 แนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างสมรรถนะในการทำงานที่ตรงกับความต้องการของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความรู้ จากแบบสอบถามปลายเปิด กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการทำงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทควรจะต้องมีการ

ทดสอบความรู้ ความสามารถในการในหน้าที่งาน เป็นระยะๆ ตามความเหมาะสมในงานแต่ละแผนก ควรมีทุนการศึกษาให้พนักงานศึกษาต่อ หัวหน้างานมีการสอนงานและกระตุ้นให้พนักงานเกิดการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ การจัดวางงานควรเป็นระบบ จัดให้มีห้องแห่งการเรียนรู้สำหรับพนักงาน มีคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต บอร์ดข่าวสารบ้านเมือง แผนผังโครงสร้างการบริหารงานที่สำคัญจะต้องมีคู่มือกฎระเบียบการทำงานให้กับพนักงานทุกคน ทุกแผนก จัดให้มีการอบรมความรู้เกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์ในแผนกที่ตนเองรับผิดชอบ สอดคล้องกับเกรียงศักดิ์ เขียวอิง (2550) ได้กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้นจะช่วยให้บุคคลมีโอกาสดำเนินการรับรู้ความคิดใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความรู้ที่เกี่ยวกับหลักการบริหารงาน อุปกรณ์เครื่องใช้ในสำนักงาน ซึ่งมีการคิดค้น และ เสนอแนะสิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา ถ้าหากสามารถรู้ และเข้าใจอย่างแท้จริง แล้วย่อมสามารถนำเอาไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานในหน้าที่ของตนได้และในที่สุด ย่อมก่อให้เกิดผลดีต่อองค์กร

4.8 แนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างสมรรถนะในการทำงานที่ตรงกับความต้องการของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี ด้านทักษะ กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ควรมีการเพิ่มพูนทักษะในการทำงาน มีการประสานกับหน่วยงานทั้งภาคภาครัฐและเอกชน เช่น กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน เพิ่มระยะเวลาและจำนวนการอบรมในแต่ละปีให้มากขึ้น โดยเน้นอบรมด้านทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ โดยเจ้าของภาษา อบรมการใช้คอมพิวเตอร์ การแก้ไขปัญหาเบื้องต้นกรณีคอมพิวเตอร์ขัดข้อง มีการจัดตารางการสอนงานจากหัวหน้างานให้ชัดเจน เชิญวิทยากรมืออาชีพจากภายนอกมาบรรยายให้กับพนักงาน นอกเหนือจากการให้หัวหน้างานสอนงานเพียงอย่างเดียว เพราะจะทำให้พนักงานมีความกระตือรือร้น ได้รับความรู้และประสบการณ์ที่ดีกว่า

4.9 แนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างสมรรถนะในการทำงานที่ตรงกับความต้องการของ

พนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ควรมีการประกวดพนักงานดีเด่น โดยรวมทั้งองค์กรพร้อมมีการมอบรางวัลเพื่อเป็นตัวอย่างที่ดีให้พนักงานคนอื่น ๆ ได้ปฏิบัติตาม เพื่อลดพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ สอดคล้องกับเอกพล วงศ์เสรี (2557) กล่าวว่า ภาครัฐควรมีการเตรียมความพร้อมโดยบูรณาการความร่วมมือกับภาคธุรกิจ และเอกชนในเรื่องภาษาโดยมีการฝึกอบรม และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อยู่เสมอด้วยวิธีการที่หลากหลาย และเหมาะสมกับแต่ละบุคคล โดยใช้วิทยากร ที่มีความถนัดเฉพาะทาง การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ เพื่อให้ทรัพยากรมนุษย์มีสมรรถนะการปฏิบัติงานในธุรกิจบริการ สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานให้ได้คุณภาพ และมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ

4.10 แนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างสมรรถนะในการทำงานที่ตรงกับความต้องการของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี ด้านคุณลักษณะประจำตัว กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ทางโรงแรมควรจัดให้มีการอบรมธรรมะเพื่อเป็นการขัดเกลาจิตใจของทุกคนให้มีการพัฒนาทางด้านจิตใจที่ดีขึ้น มีการเข้าค่ายสังสรรค์ร่วมกันทุกแผนกในแต่ละปี หรือตามเวลาที่เหมาะสมเพื่อให้พนักงานทุกคน ได้ทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน สร้างความรักความสามัคคี จัดให้มีบทลงโทษอย่างชัดเจนในกรณีทำความผิดเพื่อให้พนักงานเกิดความเกรงกลัว ตลอดจนหัวหน้างานแต่ละแผนกควรสอดส่องดูแลพนักงานอย่างใกล้ชิด มีการว่ากล่าวตักเตือนพนักงานอย่างสุภาพแบบกัลยาณมิตร ใช้เหตุผลมากกว่าอารมณ์ เปิดโอกาสให้พนักงานปรับปรุงตนเอง

4.11 แนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างสมรรถนะในการทำงานที่ตรงกับความต้องการของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี ด้านแรงจูงใจ/เจตคติ กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าควรจัดให้มีโบนัสหรือเงินรางวัลประจำปีในทุกๆ ปี เพื่อเป็นขวัญและ

กำลังใจให้แก่พนักงาน มีการปรับขึ้นเงินเดือนพนักงานตามความเหมาะสม โดยดูจากผลงานเป็นหลัก ใช้หลักเกณฑ์ค่าแรงขั้นต่ำ เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาลควรจัดให้มีวันหยุดในแต่ละสัปดาห์เพื่อให้พนักงานได้พักผ่อนจากการทำงานได้อย่างเต็มที่ ส่งผลให้สามารถทุ่มเทการทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และทำให้พนักงานขาดหรือลางานน้อยลง โรงแรมและรีสอร์ทควรจัดให้มีอาหารหนึ่งมื้อสำหรับพนักงานในแต่ละกะ จัดให้มีห้องพักสำหรับพนักงานให้เป็นสัดส่วนมีบรรยากาศที่ดีในห้องอาหาร จัดให้มีห้องพักสำหรับพนักงานใกล้ๆ โรงแรมเพื่อความสะดวกในการเดินทางมาทำงาน และที่สำคัญควรจัดให้มีเงินทุนสำรองเลี้ยงชีพเพื่อความมั่นคง สำหรับใช้เป็นทุนเลี้ยงชีพในอนาคตเมื่อออกจากความเป็นพนักงาน

5. ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ข้อเสนอแนะเป็น 2 ส่วน ดังนี้

5.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

5.1.1 ผู้ประกอบการ สามารถวางแผนในการบริหารจัดการด้านธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทเพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะในการทำงานของพนักงาน ให้สอดคล้องกับนโยบายพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

5.1.2 เป็นการยกระดับคุณภาพมาตรฐานการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ให้มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้นส่งผลต่อการมีรายได้เพิ่มขึ้นในการดำเนินธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี

5.1.3 เพื่อกำหนดแนวทางหลักสูตรเสริมสร้างสมรรถนะในการทำงานที่ตรงกับความต้องการของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

5.2.1 การศึกษาความต้องการพัฒนา

สมรรถนะการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยทำการวิจัย โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ทำการวิจัยควรศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจโรงแรม และรีสอร์ทมากยิ่งขึ้น

5.2.2 การศึกษาความต้องการพัฒนา

สมรรถนะการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบุรี ในครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่าง จากผู้บริหารระดับต้นของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ระดับ 3 ดาวลงไป ในจังหวัดเพชรบุรี ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ทำการวิจัยควรศึกษาความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของพนักงานจากกลุ่มตัวอย่างของพนักงานในตำแหน่งอื่นๆ และควรศึกษาธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ระดับอื่นๆ (4 ดาว และ 5 ดาว) เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงการทำงานในแต่ละแผนก และจะได้ข้อมูลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

5.2.3. ควรทำการศึกษาความต้องการพัฒนา

สมรรถนะการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรม และรีสอร์ทในเขตพื้นที่อื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของพนักงาน นำไปสู่การพัฒนาการทำงานให้ดีขึ้น

6. เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) แผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก พ.ศ.2560-2564. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

กัลย์ ปิ่นเกสร, เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นารีน และ จีราวรรณ คงคล้าย. (2560, พฤษภาคม – สิงหาคม).

ทุนมนุษย์: ตัวชี้วัดทุนมนุษย์ระดับองค์กร.

วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ

โลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 11(2), 193-202.

เกรียงศักดิ์ เขียวอิง. (2550). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์.** กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.

พัชรินทร์ กิรติวิจิตรกุล. (2553, มกราคม – เมษายน). ความต้องการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรธุรกิจโรงแรมใน มหาวิทยาลัยราชภัฏ เขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารวิจัย มสส,** 7(1), 11-21.

วิชุดา มาชู และปัทมา โมราศิลป์. (2560). การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. **วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ.** 13(2), 81-104.

วนิดา เลิศพัฒนานนท์, เยาวภรณ์ เลิศกุลทนานนท์ และรัตนภรณ์ ชาติวงศ์. (2555, กรกฎาคม – ธันวาคม) . ความต้องการพัฒนาตนเองของพนักงานในสถานประกอบการประเภทโรงแรม รีสอร์ทและโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา และพื้นที่ใกล้เคียง จังหวัดสมุทรสงคราม. **วารสารการบริการและการท่องเที่ยว,** 7(2), 27-38.

เสาวลักษณ์ ฉายรุ่ง. (2557). **สมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรในธุรกิจโรงแรม เขตอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

อนุสรณ์ ประยูกตินิวัตน์. (2556). **ศักยภาพหลักของพนักงานโรงแรมโนโวเทล ทำอาภาศยานสุวรรณภูมิ.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย สาขาวิชาการบริหารการbin, มหาวิทยาลัยนครพนม.

อุบลวรรณ ปานกลาง. (2556). **สมรรถนะการทำงานของพนักงานโรงแรมในนครหลวงเวียงจันทร์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว**

เปรียบเทียบเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.

วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร, มหาวิทยาลัย
บูรพา.

อิงอร ตันพันธ์. (2556, กรกฎาคม – ธันวาคม). คุณภาพ
ชีวิตการทำงานของพนักงานโรงแรมในเขต
กรุงเทพมหานคร. วารสารเกษมบัณฑิต,
14(2), 1-21.

เอกพล วงศ์เสรี. (2557). การพัฒนาสมรรถนะของ
ทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจบริการเพื่อ
เตรียมความพร้อมรองรับประชาคมอาเซียน
กรณีศึกษา กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน :
ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่และตรัง. ภูเก็ต :
มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

ผลการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมที่มีต่อทักษะ

กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ และความคิดสร้างสรรค์ของเด็กปฐมวัย

Results of Learning Experiences Emphasizing on Engineering Design Towards Science Process Skills and Creativity Skills of Pre-School Children

ศิริเพ็ญ กิจกระจ่าง¹ สุภัทรา คงเรือง²

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) เพื่อเปรียบเทียบทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และความคิดสร้างสรรค์ของเด็กปฐมวัยก่อนและหลังการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม และ 2) เพื่อเปรียบเทียบทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และความคิดสร้างสรรค์ของเด็กปฐมวัยระหว่างกลุ่มการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมกับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นเด็กชั้นอนุบาลปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 ได้โรงเรียนบ้านหนองตายอด จำนวน 20 คน กับโรงเรียนบ้านนาใหม่ จำนวน 20 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมศาสตร์ แผนการจัดประสบการณ์เรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย แบบวัดทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์เด็กปฐมวัย และแบบวัดความคิดสร้างสรรค์ ใช้แผนแบบการวิจัยกึ่งทดลองสองกลุ่มทดสอบก่อนและหลังการทดลอง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์ด้วยสถิติทดสอบที (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการวิจัยพบว่า 1) เด็กปฐมวัยมีทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และความคิดสร้างสรรค์ หลังการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม สูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 2) เด็กปฐมวัยมีทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และความคิดสร้างสรรค์ หลังการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม สูงกว่าการจัดประสบการณ์เรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ความคิดสร้างสรรค์ของเด็กปฐมวัย

¹ สาขาวิทยาการจัดการการเรียนรู้ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

E-mail : Siripen_paekoi@hotmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิทยาการจัดการการเรียนรู้ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

E-mail : Ksupattthara@gmail.com

Abstract

The objectives of this study were to : 1) study science process skills and creativity skills in preschool children after learning experiences emphasizing engineering design; and 2) compare science process skills and creativity skills in pre-school children between learning experiences with engineering design and learning experiences with normal method sample consisted of number students in kindergarten 3 (Anuban 3), semester 1 , academic year 2019 in Bannongtayod school and Bannamai school, by multistage sampling. The research instrument was lesson plan of learning experiences that emphasize on engineering design, lesson plan of learning experiences in the manual of learning management in early childhood 2017, behavioral assessment towards science process skills in early childhood and creativity assessment. This research was quasi experimental research with pretest and posttest. The statistic used for the analysis was t-test at the statistical significant level of .05

The result showed that: 1) the early childhood who gained learning experiences with engineering design has science process skills and creativity skills more than pretest at the statistical significant level of .05; and 2) the early childhood who gained learning experiences with engineering design has science process skills and creativity skills more than learning experiences in the manual of learning management in early childhood at the statistical significant level of .05.

Keywords: Learning Experiences, Engineering Design Process, Science Process Skills, Creativity Skills of Pre-School Children

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การบูรณาการประสบการณ์ทางวิทยาศาสตร์เข้ากับวิชาอื่นในหลักสูตร ถือเป็นการช่วยส่งเสริมให้นักเรียนได้ทำกิจกรรมทางปัญญามากขึ้น เมื่อเราทำให้เชื่อมโยงกันหลายๆ รูปแบบ ระหว่างการซึมซับข้อมูล การโยงข้อมูล และการนำข้อมูลไปใช้ ย่อมทำให้สมองสร้างช่องทางที่ละเอียดซับซ้อนมากขึ้น ทำให้จำสิ่งที่เรียนได้นานขึ้น ความสามารถทางสมองต่างกันก็อาจพบช่องทางการเรียนที่มีความหมายเฉพาะของตนเองและเรียนได้อย่างเป็นสุข และเมื่อনাสิ่งที่เป็นนามธรรมมาทำให้เห็นเป็นรูปธรรม คือมีบทบาทหน้าที่จริงๆ ในโลกที่คุ้นเคย จะทำให้เกิดโยงใยที่สำคัญของการเรียนขึ้นมามีอีกช่องทางหนึ่ง (ณัฐติยาภรณ์ หยกอุบล, 2555, หน้า 250) การจัดการเรียนการสอน

วิทยาศาสตร์ที่สามารถสนับสนุนให้เกิดคุณลักษณะดังกล่าวข้างต้น ควรให้นักเรียนได้เรียนองค์ความรู้ต่างๆ ทางวิทยาศาสตร์ผ่านกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ที่นอกจากจะให้นักเรียนมีความรู้ ความเข้าใจหลักการ ทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์แล้ว ยังมุ่งหวังที่จะส่งเสริมให้นักเรียนมีทักษะกระบวนการวิทยาศาสตร์ควบคู่ไปกับการได้รับความรู้ทางวิทยาศาสตร์ด้วย ทั้งนี้การเรียนการสอนวิทยาศาสตร์จึงไม่ใช่การเรียนเนื้อหาจากการบอกหรือท่องจำ แต่นักเรียนต้องมามีบทบาทในการเรียนโดยเป็นผู้ลงมือค้นคว้าหาความรู้อย่างมีระบบตามกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ โดยการจัดการเรียนการสอนแบบสืบสอบเป็นวิธีสอนที่สามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ ดังกล่าวข้างต้น (สุนีย์ คล้ายนิล,

2544, หน้า 16) ซึ่งการจัดการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม (Engineering Design Process) มีลักษณะสำคัญ คือ เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมเป็นการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ที่ใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมเป็นแนวทางในการส่งเสริมให้นักเรียนนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาใช้แก้ปัญหาโดยการสร้างสรรค์ผลงานต่าง ๆ ทั้งนี้กระบวนการออกแบบวิศวกรรมมีรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งในการจัดการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมนี้จะประกอบด้วยขั้นตอน 5 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนตั้งคำถาม ขั้นตอนการวิเคราะห์ปัญหา ขั้นตอนวางแผนขั้นตอนสร้างสรรค์ผลผลิต และขั้นตอนปรับปรุง (University of Massachusetts, 2007, website)

การใช้กระบวนการออกแบบเชิงวิศวกรรมเพื่อเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์และทักษะการแก้ปัญหา (The use of Engineering Design Process to enhance creativity and problem solving skills.) เยาวชนไทยในยุคปัจจุบันนี้ ยังขาดการฝึกฝนทักษะทางด้านการคิด ไม่ว่าจะเป็นการคิดสร้างสรรค์เพื่อแก้ปัญหา การคิดสังเคราะห์จากสถานการณ์ปัญหาที่พบเจอ โดยทักษะการคิดดังกล่าวนี้ หากผู้เรียนได้รับการฝึกฝนจะช่วยให้ผู้เรียนสามารถคิดค้นหาวิธีการหรือแนวทางที่หลากหลายภายใต้กรอบเงื่อนไขของสถานการณ์ปัญหาที่พบเจอและสามารถ นำแนวทางหรือวิธีการนั้นมาใช้ในการแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการในชีวิตประจำวัน ซึ่งสาเหตุประการหนึ่งของการที่ผู้เรียนขาดการฝึกทักษะในการคิดก็คือการจัดการเรียนรู้ในบางรูปแบบที่ไม่ได้เน้นให้ผู้เรียนฝึกทักษะ การคิดสร้างสรรค์และคิดสังเคราะห์เพื่อนำไปสู่ทักษะการแก้ปัญหา โดยการจัดการเรียนรู้ในรูปแบบที่ไม่ได้เน้นให้ผู้เรียนฝึกทักษะการคิดนี้ส่งผลให้ผู้เรียนไม่เกิดแรงกระตุ้นในการคิด ไม่สามารถคิดค้นประดิษฐ์สิ่งใหม่ๆ หรือสามารถคิดหาวิธีการมาเพื่อแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการดังนั้น การจัดการเรียนรู้รูปแบบหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดทักษะในการคิดสร้างสรรค์และทักษะการแก้ปัญหา คือ การจัดการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนตามแนวทางสะเต็มศึกษา

โดยจะดำเนินการตามกระบวนการออกแบบเชิงวิศวกรรมที่เน้นให้ผู้เรียนเรียนรู้ผ่านกระบวนการคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงสังเคราะห์ และการลงมือปฏิบัติเพื่อแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการอย่างเป็นขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนของกระบวนการออกแบบเชิงวิศวกรรมนั้นจะช่วยให้ผู้เรียนฝึกการคิดสร้างสรรค์ และการคิดเชิงสังเคราะห์จากสถานการณ์ที่พบเห็นเพื่อทำการรวบรวมและกลั่นกรองข้อมูลจนได้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ ตลอดจนมีการถ่ายทอดความคิดเพื่ออธิบายและสื่อสารแนวคิดให้ผู้อื่นเข้าใจ โดยแนวคิดเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่นำเสนอความคิดสร้างสรรค์ และทักษะการแก้ปัญหาของผู้เรียนแต่ละบุคคล นอกจากนี้ การใช้กระบวนการออกแบบเชิงวิศวกรรมในการดำเนินการยังมีการใช้องค์ความรู้จากศาสตร์หลายๆ ด้าน เช่น ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ และความรู้ทางด้านคณิตศาสตร์ เพื่อนำมาใช้ประกอบในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการจนได้เป็นสิ่งของเครื่องใช้หรือวิธีการ และในบางครั้งสิ่งของเครื่องใช้หรือวิธีการเหล่านี้สามารถพัฒนาไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้อีกด้วย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้สนใจศึกษาผลของการเรียนการสอนที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม ซึ่งเป็นการจัดการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ที่ใช้ขั้นตอนของกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมในการพัฒนานักเรียนปฐมวัยในโรงเรียนบ้านหนองตายอด ให้มีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์และทักษะกระบวนการวิทยาศาสตร์ โดยการเรียนการสอนดังกล่าวสามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ระดับปฐมวัยในปัจจุบัน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อเปรียบเทียบทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และความคิดสร้างสรรค์ของเด็กปฐมวัยก่อนและหลังการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ของ

เด็กปฐมวัย ระหว่างการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมกับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ เด็กปฐมวัยในเขตพื้นที่สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 2 สุ่มหลายขั้นตอน สุ่มจาก 3 อำเภอ ได้อำเภอห้วยกระเจา มี 4 กลุ่มโรงเรียน “โรงเรียนกลุ่มห้วยกระเจาวังไผ่ มี 11 โรงเรียน สุ่มอย่างง่ายโดยการจับสลากมา 2 โรงเรียน ได้โรงเรียนบ้านหนองตายอด เป็นกลุ่มทดลอง โรงเรียนบ้านนาใหม่เป็นกลุ่มควบคุม ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 โรงเรียนบ้านหนองตายอด จำนวน 20 คน และโรงเรียนบ้านนาใหม่ จำนวน 20 คน

1.3.2 ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น ได้แก่ การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ 2 วิธี คือ 1) การจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม และ 2) การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย

ตัวแปรตาม ได้แก่ ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ 3 ด้าน คือ 1) ทักษะการจัดกระทำและสื่อความหมายข้อมูล 2) ทักษะการลงความเห็นจากข้อมูล และ 3) ทักษะการพยากรณ์

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 เด็กปฐมวัยมีทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และความคิดสร้างสรรค์สูงขึ้นหลังการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม

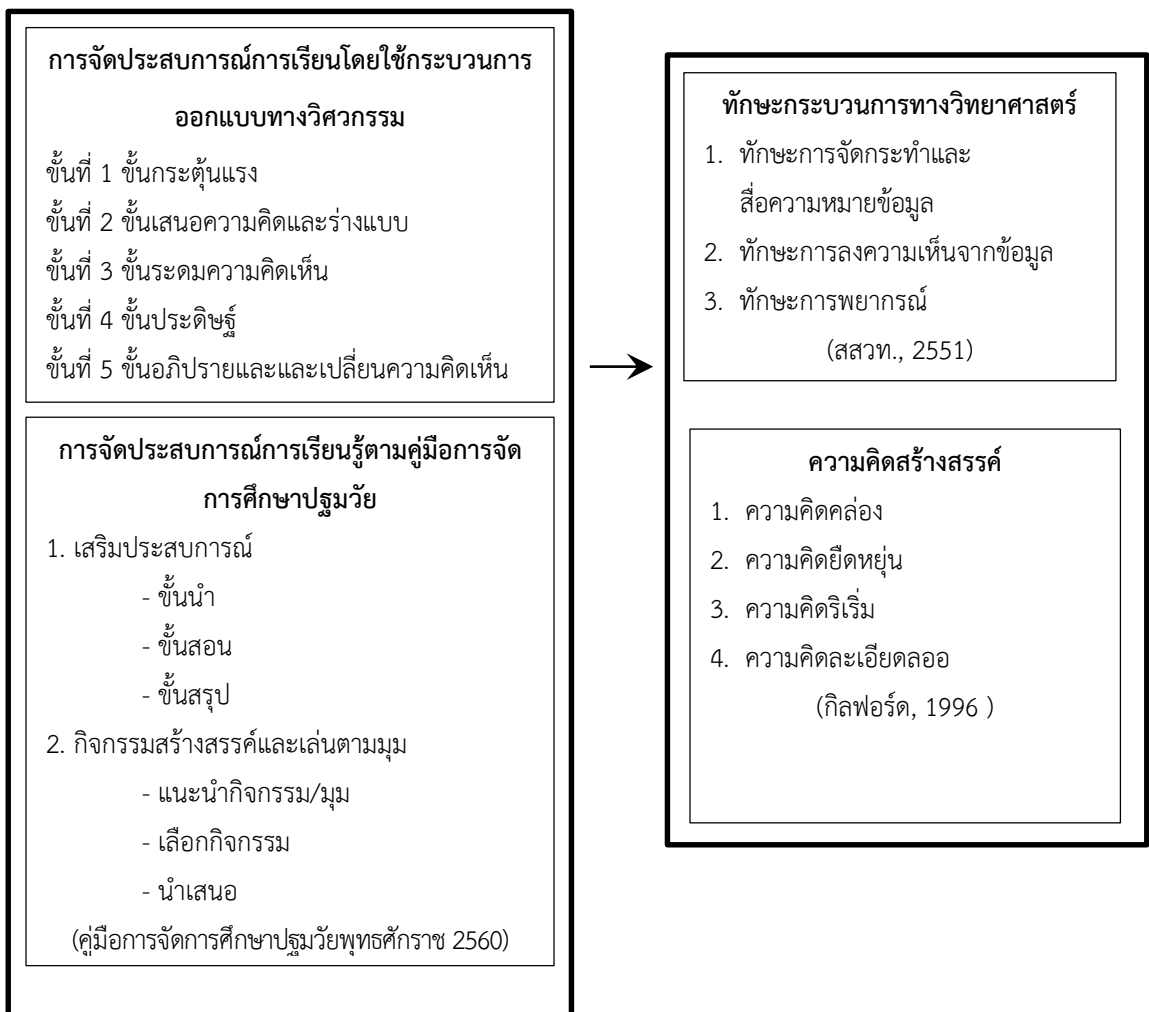
1.4.2 เด็กปฐมวัยมีทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และความคิดสร้างสรรค์หลังการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม สูงกว่าการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัยพุทธศักราช 2560

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น ประกอบด้วย การจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม และการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย และตัวแปรตาม ประกอบด้วย ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ และความคิดสร้างสรรค์ แสดงดังภาพประกอบ 1

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 รูปแบบการวิจัย

การทดลองครั้งนี้เป็นการทดลอง ตามสภาพจริง กระบวนการวิจัยที่เหมาะสม คือ การวิจัยกึ่งทดลอง โดยศึกษากลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม สอบก่อนการทดลอง และหลังการทดลองและมีการเก็บข้อมูลทั้งก่อนและหลังทดลอง (Kerlinger & Lee, 2000, p.48) แสดงดังภาพที่ 2

กลุ่มทดลอง	O1 ----- X ----- O2
กลุ่มควบคุม	O1 ----- ~X ----- O2

ภาพที่ 2 รูปแบบการวิจัยแบบ Two group pretest – posttest design

สัญลักษณ์มีความหมายดังนี้

O1 หมายถึง การเก็บข้อมูลก่อนการทดลอง

X หมายถึง การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม

~X หมายถึง การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตาม
คู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560

O2 หมายถึง การเก็บข้อมูลหลังการทดลอง

2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

2.2.1 ประชากร ได้แก่ ประชากร ได้แก่ เด็ก
ปฐมวัยในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 2 สุ่มตัวอย่าง
แบบหลายขั้นตอน สุ่มจาก 3 อำเภอ ได้อำเภอห้วย
กระเจา มี 4 กลุ่มโรงเรียน ได้โรงเรียนกลุ่มห้วยกระเจา-
วังไผ่ มี 11 โรงเรียน สุ่มอย่างง่ายโดยการจับฉลาก มา 2
โรงเรียน ได้โรงเรียนบ้านหนองตายอดเป็นกลุ่มทดลอง
โรงเรียนบ้านนาใหม่เป็นกลุ่มควบคุม ภาคเรียนที่ 1 ปี
การศึกษา 2562

2.2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เด็กปฐมวัยชั้น
อนุบาลปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 โรงเรียน
บ้านหนองตายอด จำนวน 20 คน และโรงเรียนบ้านนา
ใหม่ จำนวน 20 คน

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.3.1 แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่
เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม ตามแนวของ
UMASS ซึ่งมีกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม 5
ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นกระตุ้นแรง

ขั้นที่ 2 ขั้นเสนอความคิดและร่างแบบ

ขั้นที่ 3 ขั้นระดมความคิดเห็น

ขั้นที่ 4 ขั้นประดิษฐ์

ขั้นที่ 5 ขั้นอภิปรายและเปลี่ยนความคิดเห็น

ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง

0.8 - 1.0

2.3.2 แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้
ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560

กิจกรรมเสริมประสบการณ์

1. ขั้นนำ หมายถึง ร่วมกันแสดงความคิดเห็น

2. ขั้นสอน หมายถึง แนะนำอุปกรณ์ สร้าง
ข้อตกลงในการสังเกต เด็กร่วมกันลงความคิดเห็น
ตั้งสมมติฐาน และมีส่วนร่วมในการบันทึกผลโดยการวาด
ภาพประกอบ

3. ขั้นสรุป หมายถึง ร่วมกันอภิปรายเชื่อมโยง
เหตุและผลที่เกิดขึ้น

กิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์และเล่นตามมุม

1. แนะนำกิจกรรม/มุม

2. เลือกกิจกรรม

3. นำเสนอ

ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง

0.8 - 1.0

2.3.3 แบบทดสอบวัดทักษะกระบวนการ
วิทยาศาสตร์ ใช้เป็นแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน
ประกอบด้วยแบบวัดทักษะกระบวนการวิทยาศาสตร์
1 ชุด รวมทั้งสิ้น 8 ข้อ และเป็นการเป็นการสังเกต
พฤติกรรมของเด็ก โดยจำแนกได้ดังต่อไปนี้

ชุดที่ 1 ทักษะการสื่อความหมาย จำนวน 4 ข้อ

ชุดที่ 2 ทักษะการลงความเห็น จำนวน 2 ข้อ

ชุดที่ 3 ทักษะการพยากรณ์ จำนวน 2 ข้อ

ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.6 - 1.0

2.3.4 แบบวัดความคิดสร้างสรรค์

แบบทดสอบ ความคิดสร้างสรรค์เป็น
แบบทดสอบที่สร้างขึ้นตามแนวคิดของ เจลเลน และ
เออร์บาน (Jellen & Urban, 1989, pp.78-86)

2.4 วิธีการดำเนินการทดลอง

2.4.1 ขั้นเตรียมก่อนการทดลองการจัด
ประสบการณ์การเรียนรู้

ก่อนการทดลอง 1 สัปดาห์ ผู้วิจัยให้
กลุ่มทดลองทำแบบวัดทักษะกระบวนการวิทยาศาสตร์
และแบบทดสอบความคิดสร้างสรรค์ โดยสอบถามเด็ก
เป็นรายบุคคล แล้วนำผลการทดสอบความแตกต่างของ
ค่าเฉลี่ยโดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติทดสอบที (t-test)
ที่ระดับนัยสำคัญ .05 เพื่อต้องการทราบว่านักเรียนมี

พื้นฐานด้านกระบวนการวิทยาศาสตร์ และความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ แตกต่างกันหรือไม่

2.4.2 ขั้นตอนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้

กลุ่มทดลอง ผู้วิจัยใช้การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม กลุ่มทดลองซึ่งเป็นนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 โรงเรียนบ้านหนองตายยอด

2.4.3 ขั้นหลังการจัดประสบการณ์การเรียนรู้

ผู้วิจัยนำแบบวัดทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และแบบทดสอบความคิดสร้างสรรค์ ฉบับเดิมให้นักเรียนสอบอีกครั้ง

2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองดังนี้ 1) ขอนหนังสือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ถึงผู้อำนวยการโรงเรียน เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 2) ทำการทดสอบก่อนการทดลอง 3) ดำเนินการทดลอง 4) ทำการทดสอบหลังการทดลอง และ 5) ตรวจนับคะแนนแบบวัดทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และแบบทดสอบความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติเพื่อตรวจสอบสมมติฐานและสรุปผลการวิจัย

2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยการเปรียบเทียบทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และความคิดสร้างสรรค์ของเด็กปฐมวัยก่อนและหลังการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม และเปรียบเทียบทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ของเด็กปฐมวัย ระหว่างการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมกับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย ด้วยสถิติทดสอบที (t-test for Independent)

3. ผลการวิจัย

3.1 ผลการเปรียบเทียบทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และความคิดสร้างสรรค์ของเด็กปฐมวัยก่อนและหลังการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม จำแนกเป็น 2 ส่วน คือ

3.1.1 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ก่อนและหลังเรียน ของกลุ่มทดลองที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม แสดงดังตาราง 1

ตาราง 1 การเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ก่อนและหลังเรียน ของกลุ่มทดลองที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม

	คะแนน	n	ค่าเฉลี่ย	ส่วน	t	Sig
			คะแนน	เบี่ยงเบน		
			เต็ม 16	มาตรฐาน		
ก่อนเรียน	20	4.10	1.29	16.73*	.00	
หลังสอน	20	12.55	2.74			

จากตาราง 1 พบว่า คะแนนเฉลี่ยทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์หลังเรียนมีค่าเท่ากับ 12.55 คะแนน สูงกว่าคะแนนเฉลี่ยทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ก่อนเรียน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.10 คะแนน จากการทดลองคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนกับก่อนเรียนด้วยสถิติทดสอบที ได้ค่าที่เท่ากับ 16.73 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่าในกลุ่มทดลองที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยการออกแบบทางวิศวกรรม คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.1.2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์ของเด็กปฐมวัยก่อนและหลังเรียน ของกลุ่มทดลองที่ได้รับการจัดประสบการณ์

การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม แสดงดังตาราง 2

ตาราง 2 การเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์ของเด็กปฐมวัยก่อนและหลังเรียน ของกลุ่มทดลองที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม

คะแนน	n	ค่าเฉลี่ย	ส่วน	t	Sig
		คะแนน	เบี่ยงเบน		
		เต็ม 72	มาตรฐาน		
ก่อนเรียน	20	24.15	4.03	11.01*	.00
หลังสอน	20	40.30	6.38		

จากตาราง 2 พบว่า คะแนนเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์หลังเรียนมีค่าเท่ากับ 40.30 คะแนน สูงกว่าคะแนนเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ก่อนเรียน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 24.15 คะแนน จากการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์หลังเรียน กับคะแนนเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์ก่อนเรียน ด้วยสถิติทดสอบ ที ได้ค่า ที เท่ากับ 11.01 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า ในกลุ่มทดลองที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 ผลการเปรียบเทียบทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ของเด็กปฐมวัย ระหว่างการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมกับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัยจำแนกเป็น 2 ส่วน คือ

3.3.1 ผลการเปรียบเทียบผลของการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม และการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย ที่มีต่อทักษะกระบวนการทาง

วิทยาศาสตร์ของเด็กปฐมวัย หลังเรียนระหว่างกลุ่มทดลองที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม และกลุ่มควบคุมที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย แสดงดังตาราง 3

ตาราง 3 การเปรียบเทียบผลของการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม และการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย มีต่อทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของเด็กปฐมวัย หลังเรียนระหว่างกลุ่มทดลองที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม และกลุ่มควบคุมที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย

กลุ่ม	n	ค่าเฉลี่ย	ส่วน	t	Sig
			เบี่ยงเบน		
			มาตรฐาน		
ควบคุม	20	6.35	2.11	8.01*	.00
ทดลอง	20	12.55	2.74		

จากตาราง 3 ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ด้วยสถิติทดสอบ ที พบว่า ได้ค่า ที เท่ากับ 8.01 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนของกลุ่มทดลองที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม และคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนของกลุ่มควบคุมที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้แบบปกติต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 แสดงว่าทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ และความคิดสร้างสรรค์ของเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม สูงกว่ากลุ่มที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

3.3.2 ผลการเปรียบเทียบผลของการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม และการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย ที่มีต่อความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ของเด็กปฐมวัย หลังการทดลองระหว่างกลุ่มทดลองที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม และกลุ่มควบคุมที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย แสดงดังตาราง 4

ตาราง 4 การเปรียบเทียบผลของการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม และการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย ที่มีต่อความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ของเด็กปฐมวัย หลังการทดลองระหว่างกลุ่มทดลองที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม และกลุ่มควบคุมที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย

กลุ่ม	n	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	t	Sig
ควบคุม	20	29.40	10.90	6.35*	.00
ทดลอง	20	40.30			

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มทดลองที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม ได้คะแนนเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์ หลังเรียน 40.30 คะแนน ส่วนกลุ่มควบคุมที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย ได้คะแนนเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์ หลังเรียน 29.40 คะแนน จากการทดสอบความแตกต่างจากค่าเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์ด้วยสถิติทดสอบที พบว่า ค่าที่ เท่ากับ 6.35 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายความว่า คะแนนเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์หลังเรียนของกลุ่มทดลองที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม และคะแนนเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์ หลังเรียนของกลุ่มควบคุมที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 แสดงว่าทักษะกระบวนการวิทยาศาสตร์ และความคิดสร้างสรรค์ของเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรม สูงกว่ากลุ่มที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

4. อภิปรายผล

4.1 ผลการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมที่มีต่อทักษะกระบวนการวิทยาศาสตร์ พบว่า นักเรียนกลุ่มทดลองที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมมีคะแนนทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสูงกว่าของกลุ่มควบคุมที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมมีวัตถุประสงค์สำคัญประการหนึ่ง คือ เพื่อพัฒนาทักษะกระบวนการทางวิศวกรรมศาสตร์ของเด็กปฐมวัย เนื่องจากกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมมีขั้นตอนต่าง ๆ ที่นักเรียนต้องใช้ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ โดยขั้นตอนในการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมทั้ง 5 ขั้นตอน สามารถพัฒนาผู้เรียนให้เกิดทักษะกระบวนการวิทยาศาสตร์ได้ ดังนั้นขั้นตั้งคำถาม เป็นขั้นที่นักเรียนจะต้องระบุปัญหาหรือตั้งคำถามและนำเสนอคำตอบเพื่อนำไปสู่สิ่งประดิษฐ์

ช่วยส่งเสริมทักษะการสังเกต และทักษะการพยากรณ์
 ขั้นตอนการวิธีแก้ปัญหา เป็นขั้นที่นักเรียนกำหนด
 แนวทางในการสร้างสิ่งประดิษฐ์เพื่อแก้ปัญหาหรือตอบ
 คำถามที่กำหนดไว้ ร่างแบบสิ่งประดิษฐ์ และเลือก
 สิ่งประดิษฐ์ที่ 1 แบบเพื่อนำมาประดิษฐ์ ช่วยส่งเสริมทักษะ
 การจัดกระทำและสื่อความหมาย และทักษะการลง
 ความเห็นข้อมูล ขั้นวางแผน เป็นขั้นที่นักเรียนเชื่อมโยง
 ความรู้เพื่อวางแผนสร้างสิ่งประดิษฐ์ในการแก้ปัญหาหรือ
 ตอบคำถามที่กำหนดไว้ ช่วยส่งเสริมทักษะการจัดกระทำ
 และสื่อความหมาย ขั้นสร้างสรรค์ผลผลิต เป็นขั้นที่นักเรียน
 สร้างสิ่งประดิษฐ์เพื่อแก้ปัญหาหรือตอบคำถามตามแนวทาง
 ที่กำหนดไว้ ช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ปฏิบัติจริง และขั้น
 ปรับปรุง เป็นขั้นที่นักเรียนนำเสนอผลงานของกลุ่มตนเอง
 ช่วยส่งเสริมทักษะการลงความเห็นข้อมูล และนักเรียนได้
 แก้ปัญหาหรือตอบคำถามที่กำหนดไว้ โดยการสร้าง
 สิ่งประดิษฐ์ตามที่กำหนดไว้ ซึ่งขณะที่แก้ปัญหาหรือตอบ
 คำถามที่กำหนดไว้ โดยการสร้างสิ่งประดิษฐ์ เด็กปฐมวัย
 ต้องใช้ทักษะกระบวนการวิทยาศาสตร์มาเกี่ยวข้อง จึงเป็น
 การพัฒนานักเรียนทางด้านทักษะกระบวนการวิทยาศาสตร์
 ดังนั้นกลุ่มที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้
 กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมจะฝึกพัฒนาทักษะ
 กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่ชัดเจนและสม่ำเสมอ
 มากกว่ากลุ่มที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตาม
 คู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย ซึ่งจะได้รับการฝึกพัฒนา
 ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์เมื่อเป็นกิจกรรมการ
 ประดิษฐ์หรือทดลองตามหน่วยการเรียนรู้เท่านั้น ซึ่ง
 สอดคล้องกับ ชลาธิป สมานิต (2555, หน้า 110) พบว่า
 การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามแนวสะเต็มศึกษาใน
 ระดับการศึกษาปฐมวัยเป็นการจัดการศึกษาปฐมวัยที่
 บูรณาการ 4 ศาสตร์ได้แก่ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี
 วิศวกรรมศาสตร์ และคณิตศาสตร์ เข้าด้วยกัน โดยสามารถ
 จัดในรูปแบบของโครงงานหรือหน่วยใดก็ได้ การจัด
 ประสบการณ์ การเรียนรู้ตามแนวสะเต็มศึกษาในระดับ
 การศึกษาจะช่วยส่งเสริมทำให้เด็กปฐมวัยได้พัฒนาด้าน
 ต่างๆ ที่สอดคล้องกับทักษะที่จำเป็นสำหรับการดำเนินชีวิต

ในศตวรรษที่ 21 อันได้แก่ ทักษะกระบวนการคิด ทั้งการ
 คิดแก้ปัญหา ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะการสืบค้นข้อมูล
 เด็กได้ลงมือปฏิบัติงาน ได้ฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม ผู้เขียน
 เชื่อว่าหากเด็กปฐมวัยได้รับการจัดประสบการณ์ตามแนว
 สะเต็มศึกษาแล้วจะช่วยให้เด็กมีทักษะพื้นฐานที่สำคัญ
 ในการเรียนรู้สูงขึ้น และงานวิจัยของ วรรณารุ่งลักษณ์ศรี
 (2551, หน้า 70-71) พบว่า นักเรียนกลุ่มที่เรียน
 วิทยาศาสตร์โดยจัดการเรียนการสอนที่เน้นกระบวนการ
 ออกแบบทางวิศวกรรมมีคะแนนทักษะกระบวนการ
 วิทยาศาสตร์ชั้นผสมผสานเฉลี่ยเท่ากับ 83.90 ซึ่งสูงกว่า
 ร้อยละ 70 และสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
 ที่ระดับ .05 ซึ่งแสดงว่านักเรียนที่เรียนโดยการจัดการเรียน
 การสอนที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมมีทักษะ
 กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ชั้นผสมผสาน ที่เป็นเช่นนี้อาจ
 เนื่องมาจากการเรียนการสอนที่เน้นกระบวนการ
 ออกแบบทางวิศวกรรมมีกิจกรรมที่สำคัญ เพื่อส่งเสริม
 ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ผสมผสานแก่นักเรียน

4.2 ผลการจัดประสบการณ์ การเรียนรู้ที่เน้น
 กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมที่มีต่อความคิด
 สร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนกลุ่มทดลองที่ได้รับการ
 จัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบ
 ทางวิศวกรรมมีคะแนนความสามารถในการคิดสร้างสรรค์
 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
 ระดับ .05 และสูงกว่าของกลุ่มควบคุมที่ได้รับการจัด
 ประสบการณ์การเรียนรู้แบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
 ที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยทั้งนี้อาจเป็น
 เพราะการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการ
 ออกแบบทางวิศวกรรม โดยขั้นตอนในการจัดประสบการณ์
 การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมทั้ง
 5 ขั้นตอน สามารถพัฒนาผู้เรียนให้เกิดความสามารถในการ
 คิดสร้างสรรค์ได้ ดังนี้ ขั้นตั้งคำถาม เป็นขั้นที่นักเรียนแสดง
 ความคิดสร้างสรรค์ในการระบุปัญหาหรือตั้งคำถาม
 ขั้นจินตนาการและวิธีแก้ปัญหา เป็นขั้นที่นักเรียนแสดง
 ความคิดสร้างสรรค์ในการกำหนดแนวทางการสร้าง
 สิ่งประดิษฐ์ และร่างแบบสิ่งประดิษฐ์ ขั้นการวางแผน

เป็นขั้นที่นักเรียนแสดงความคิดสร้างสรรค์ในการวางแผน สร้างสิ่งประดิษฐ์ขึ้นสร้างสรรค์ผลผลิต เป็นขั้นที่นักเรียนแสดงความคิดสร้างสรรค์ในการลงมือสร้างและตกแต่ง สิ่งประดิษฐ์ขั้นปรับปรุง เป็นขั้นที่นักเรียนแสดงความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอผลงาน และนักเรียนได้แก้ปัญหาหรือตอบคำถามที่กำหนดไว้ โดยการสร้างสิ่งประดิษฐ์ตามที่กำหนดไว้ ซึ่งขณะที่แก้ปัญหาหรือตอบคำถามที่กำหนดไว้ โดยสร้างสิ่งประดิษฐ์ นักเรียนต้องใช้ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์มาเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นการพัฒนานักเรียนด้านความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ ดังนั้นกลุ่มที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมจะฝึกพัฒนาความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ที่สม่ำเสมอ มากกว่ากลุ่มที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามคู่มือการจัดการศึกษาปฐมวัย ซึ่งสอดคล้องกับ สุกัญญา เชื้อหลุณย์ (2560, หน้า 130) จากผลการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนจากการจัดการเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบเชิงวิศวกรรมตามแนวคิดสะเต็มศึกษา เรื่องการเคลื่อนที่แบบหมุน สรุปได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ทั้ง 4 ด้านจากการจัดการเรียนรู้ทั้ง 3 วงจรปฏิบัติการ พบว่า นักเรียนพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในด้านความคิดสร้างสรรค์และการคิดริเริ่ม แต่มีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ลดลงเรื่อย ๆ ในด้านความคิดละเอียดลออและความคิดคล่องแคล่ว และผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นอีกว่าการจัดการเรียนรู้อย่างกล่าว ในขั้นการวางแผนและการสร้างสรรค์ชิ้นงาน ช่วยพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนได้ เนื่องจากนักเรียน ได้คิดและวาดภาพร่างได้รวดเร็ว หลากหลาย แปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม กำหนดรายละเอียดของชิ้นงาน อธิบายถึงวิธีการสร้างชิ้นงาน และสร้างชิ้นงานตามแบบร่าง ภัสสร ติตมา (2558, หน้า 81) พบว่า การจัดการเรียนรู้ด้วยกระบวนการออกแบบเชิงวิศวกรรมตามแนวสะเต็มศึกษา ช่วยพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ได้ เนื่องจากนักเรียนเกิดการคิดจินตนาการ วางแผน ออกแบบ ตามแบบความชอบของผู้เรียน ได้ลงมือทำ ลองผิดลองถูกตลอดจนการปรับปรุง

และพัฒนาชิ้นงานในการแก้ปัญหาจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อให้ชิ้นงานสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และสามารถสร้างชิ้นงานขึ้นมาได้อย่างสร้างสรรค์ ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมมีกิจกรรมที่สำคัญเพื่อส่งเสริมความสามารถในการคิดสร้างสรรค์แก่นักเรียนปฐมวัย

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

5.1.1 ครูควรศึกษาขั้นตอนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมศาสตร์ ให้เข้าใจละเอียดรอบคอบ และเตรียมอุปกรณ์ล่วงหน้า เพื่อสะดวกรวดเร็วในการจัดกิจกรรม

5.1.2 ครูควรจัดบรรยากาศในการทำกิจกรรมสร้างความท้าทายและยอมรับการแสดงออกของผู้เรียน กระตุ้นให้ผู้เรียนกล้านำเสนอความคิดของตนเอง จินตนาการอย่างสร้างสรรค์ไม่ปิดกั้นความคิดของนักเรียน ควรมีบรรยากาศในการเรียนที่ผ่อนคลาย

5.1.3 ครูควรพยายามเชื่อมโยงเนื้อหา ทักษะกระบวนการวิทยาศาสตร์สู่การดำเนินชีวิตจริง เพื่อให้ความรู้นั้นมีความหมายต่อตัวเด็ก เด็กได้เห็นกระบวนการเรียนรู้ซึ่งสามารถเกิดได้ในธรรมชาติ หรือใช้ประโยชน์ได้ในชีวิตจริง

5.1.4 ครูต้องกระตุ้นให้เด็กคิดคำตอบ และต้องให้เวลาเด็กคิด ไม่ใช่ใจร้อนรีบตอบคำถามเด็กทันที

5.1.5 บทบาทของครูคือ เป็นผู้ช่วยชี้แนะ กระตุ้นให้เด็กมีความกระตือรือร้น สืบค้นข้อมูล ช่วยเตรียมสื่อและอุปกรณ์แนะนำแหล่งข้อมูลในการเรียนรู้ แต่ไม่ใช่ผู้บรรยาย บอกคำตอบในทุกข้อคำถาม

5.1.6 ในการสร้างสรรค์ชิ้นงาน ครูต้องช่วยเตรียมอุปกรณ์ หรือช่วยชี้แนะสำหรับเด็กปฐมวัยที่ยังมีพัฒนาการกล้ามเนื้อไม่คล่อง การออกแบบครูสามารถที่จะชวนให้เด็กวาดภาพในการออกแบบ และการสร้างสิ่งประดิษฐ์ในเด็กปฐมวัย เด็กปฐมวัยยังไม่มีประสบการณ์ในการเรียนรู้สิ่งต่างๆ รอบตัวมากนัก ดังนั้นครูอาจจะต้อง

หาภาพตัวอย่างสิ่งประดิษฐ์หลายๆ ภาพ มาให้เด็กดูเป็นตัวอย่าง ชวนให้เด็กสังเกตลักษณะของสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ แล้วจึงซักถามเด็กจะเลือกออกแบบสิ่งประดิษฐ์อย่างไร

5.1.7 เด็กปฐมวัยมักจะออกแบบชิ้นงานที่ลอกเลียนแบบกัน ซึ่งครูอาจจะใช้วิธีการให้แรงเสริมบวกโดยการให้คำชมเชย กระตุ้นให้เกิดการคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการให้กำลังใจกับเด็กๆ หากไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรม

5.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.2.1 ควรมี การศึกษาทักษะอื่น ทางกระบวนการวิทยาศาสตร์ ทักษะการสังเกต ทักษะการวัด ทักษะการคำนวณหรือการใช้ตัวเลข ทักษะการจำแนกประเภท ทักษะการหาความสัมพันธ์ระหว่างสเปกกับสเปส และสเปกกับเวลา ทักษะการพยากรณ์

5.2.2 ควรมีการศึกษาทักษะกระบวนการวิทยาศาสตร์และความสามารถในการคิดสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง เพื่อศึกษาความคงทน

5.2.3 ควรศึกษาการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมศาสตร์ เพื่อพัฒนาทักษะกระบวนการวิทยาศาสตร์และความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ระดับชั้นอื่นต่อไป

6. เอกสารอ้างอิง

- ชลธิป สมहित. (2555). การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามแนวสะเต็มศึกษาในระดับการศึกษาปฐมวัย. **วารสารศึกษาศาสตร์ปริทัศน์**, 30 (2), 102 - 111.
- ณัฐติยาภรณ์ หยกอุบล. (2555). ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้น ประถมศึกษาปีที่ 6. **วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม**, 8 (1), 85-102.
- ภัสสร ติตมา. (2558). การจัดการเรียนรู้ตามแนวทาง STEM Education เรื่องระบบของร่างกายมนุษย์

เพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2. **วารสารราชพฤกษ์**, 13 (3), 71 – 76.

วรรณารุ่งลักขมีศรี. (2551). ผลการเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมที่มีต่อความสามารถในการแก้ปัญหาเชิงวิทยาศาสตร์ และทักษะกระบวนการวิทยาศาสตร์ขั้นผสมผสานของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ในโรงเรียนสาธิต.

วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรการสอนและเทคโนโลยีการศึกษา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุกัญญา เชื้อหลุโพธิ์. (2560). การจัดการเรียนรู้โดยใช้กระบวนการออกแบบเชิงวิศวกรรมตามแนวคิดสะเต็มศึกษาเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบหมุนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4.

วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์, 13 (37), 119 - 132.

สุนีย์ คล้ายนิล. (2544). การพัฒนาการศึกษาวิทยาศาสตร์ระดับโรงเรียนในประเทศไทยและผลกระทบที่เกิดขึ้น (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ : สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.

Jellen, H.G. & Urban, K.K. (1989, July). Assessing creative potential world-wide: the first cross – cultural application of the test for creative thinking-drawing production (TCT-DP). **Gifted Education International**, (6), 78 – 86.

Kerlinger, F N. & Lee, H. B. (2000). **Foundations of behavioral research** (4 th ed.). Singapore : Wadsworth.

University of Massachusetts. (2007). **Engineering**

for K-12. Retrieved September 24, 2019,

from

<http://www.massachusetts.edu/stem/>

[engineering_concept.html](http://www.massachusetts.edu/stem/engineering_concept.html).

แนวทางพัฒนาทางการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการขนาดย่อมในระดับท้องถิ่น Marketing Development for Bottled Water Business of Small Entrepreneurs in Local Level

ปรีชา วรารัตน์ไชย¹

บทคัดย่อ

กิจกรรมการตลาดที่เหมาะสมจะช่วยพัฒนาธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดในระดับท้องถิ่น ที่มีโอกาสเติบโตทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหารูปแบบแนวทางพัฒนาทางการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการขนาดย่อมในระดับท้องถิ่น ที่เน้นการศึกษาเนื้อหาในด้าน กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดน้ำดื่มบรรจุขวด ความพึงพอใจของผู้บริโภค และผลสำเร็จทางการตลาด การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงการสำรวจ ประชากรที่ศึกษาเป็นลูกค้าร้านค้าปลีกในชุมชน อำเภอนครชัยศรี และศาลายา จังหวัดนครปฐม จำนวน 360 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า แนวทางพัฒนาทางการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการขนาดย่อมในระดับท้องถิ่นที่เหมาะสมประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด มีอิทธิพลทางตรงต่อผลสำเร็จทางการตลาด และยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลสำเร็จทางการตลาด โดยส่งผ่านความพึงพอใจของลูกค้า 2) ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางตรงต่อผลสำเร็จทางการตลาด 3) ปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อผลสำเร็จทางการตลาด ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางการดำเนินการตลาดให้กับผู้ประกอบการน้ำดื่มบรรจุขวดในระดับท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี เพราะธุรกิจนี้มีความต้องการของลูกค้าเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ : กลยุทธ์การตลาดน้ำดื่มบรรจุขวด ความพึงพอใจของผู้บริโภค ผลสำเร็จทางการตลาด

Abstract

Appropriate marketing activities can support developing the bottled water businesses of the local having good business growth opportunities. The research's objective is to find the development model of the bottled water business market of small-scale entrepreneurs at the local. This research focuses on the study of content in bottled water marketing mix strategy, consumer satisfaction and marketing success. This research is a survey research with population studied as retail customers in Nakhon Chai Si District and Salaya Nakhon Pathom Province, 360 samples were analyzed by using structural equation statistics.

The research found that guidelines for developing the bottled water business market of small entrepreneurs at the appropriate local, including 1) marketing mix strategy has direct influence on marketing success and still has an indirect influence on marketing success by passing on customer satisfaction. 2) Customer satisfaction has a direct influence on marketing success. 3) Strategic factors

¹ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา E-mail: preach.w@ssru.ac.th

with marketing mix have a direct influence on marketing success. The results of this research can be used as a guideline for marketing of bottled water to local entrepreneurs as well because this business has a growing demand for customers.

Keywords: Bottled water marketing strategy, Consumer satisfaction and Marketing success

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

น้ำดื่ม คือสารอาหารที่สำคัญที่สุดของร่างกาย เพราะว่า 4 ใน 5 ส่วนของน้ำหนักตัวมนุษย์ก็คือน้ำ โดยธรรมชาติมนุษย์สามารถมีชีวิตอยู่ได้หลายสัปดาห์หากขาดอาหาร แต่จะอยู่ได้เพียงไม่กี่วันหากขาดน้ำ โดยน้ำทำหน้าที่เป็นตัวทำละลายหลักสำหรับอาหารที่ผ่านกระบวนการย่อยในกระเพาะ แต่ยังไม่มีความเพียงพอเฉพาะเจาะจงในแต่ละวัน เพราะการสูญเสียน้ำของแต่ละคนย่อมแตกต่างกันออกไป แต่โดยทั่วไปแล้วการดื่มน้ำประมาณ 8 แก้วต่อวันถือว่าดีต่อสุขภาพ (เมตไทย, 2561) จนกระทั่งปัจจุบันภาคเอกชนได้มีการลงทุนธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดทั้งธุรกิจขนาดเล็กและขนาดใหญ่ โดยปัจจุบันพบว่ามียอดค่ากว่า 36,000 ล้านบาท ดัชนีนี้ยังบ่งชี้ได้ถึงการแข่งขันอย่างหนักในตลาดไม่ว่าปากแบรนด์ใหญ่ ที่ต้องการคว้าโอกาสจากการขยายตัวของตลาดเร่งขยายฐานรายได้ด้วยการวางยุทธศาสตร์ทุกมิติ พร้อมกับสกัดการเติบโตของคู่แข่ง ขณะที่แบรนด์รองลงมานั้นต้องการแทรกเข้ามาเพื่อชิงพื้นที่ในตลาดด้วยการรุกตลาดแบบคู่ขนานผ่านการแข่งขันในตลาดเดิมพร้อมทั้งนำเทรนด์ใหม่เข้ามาสร้างกระแสทางเลือกให้ผู้บริโภค (SMMAG, 2562) แต่จำนวนผู้ประกอบการที่มีอยู่ก็ยังคงไม่เพียงพอความต้องการของผู้บริโภค เนื่องจากความต้องการน้ำดื่มในยุคที่โลกร้อนขึ้นทุกวันที่มีมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคเน้นความสะดวกสบาย สภาพอากาศสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่แปรเปลี่ยน และที่สำคัญคือการไม่เชื่อมั่นต่อระบบคุณภาพน้ำประปาที่ดื่มได้ของทางภาครัฐ โดยเฉพาะชุมชนที่ห่างไกลออกไปมักประสบปัญหาเรื่องความไม่สะอาดของน้ำประปา ทำให้คนในพื้นที่ไม่

สามารถนำมาบริโภคได้ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดนำลงทุนสำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้ล้วนแต่สนับสนุนให้ธุรกิจน้ำดื่มยังมีโอกาสเติบโตไปอีกไกล (มนตรี ศรีวงศ์, 2561) ปัญหาของธุรกิจนี้คือผู้ประกอบการขนาดย่อมในระดับท้องถิ่นขาดความรู้เรื่องการตลาด และกลัวที่จะแข่งขันกับผู้ผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดรายใหญ่ แต่ในความเป็นจริงผู้ผลิตรายใหญ่ก็ไม่กล้าเข้ามาขายในชุมชนระดับท้องถิ่นเพราะมีต้นทุนการขนส่งสูงและกำลังซื้อของผู้บริโภคในท้องถิ่นที่ไม่แน่นอนราคาที่สูง (อนุรักษ์ วุฒิแฉก และ ประพันธ์ ธรรมไชย, 2556 หน้า 79) ดังนั้นถ้าผู้ประกอบการขนาดย่อมในระดับท้องถิ่นที่สนใจในการลงทุนในธุรกิจนี้จึงจำเป็นต้องมีความรู้ทางการจัดการทางการตลาดโดยเฉพาะ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจำหน่าย การสื่อสารการตลาด การจัดการพนักงาน สถานที่ดำเนินงาน กระบวนการทำงาน การบริการหลังการขาย และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคในท้องถิ่นมีความพึงพอใจและเกิดความภักดีต่อแบรนด์น้ำดื่มบรรจุขวดนั้นๆได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเชิงคุณภาพของ ภูวนารถ ถาวรศิริ และ วิโรจน์ เกษภูลักขณ์ (2558, หน้า 2184) ที่พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจน้ำดื่มท้องถิ่นมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจด้วยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด (4Ps) ที่ปรับเปลี่ยนตามความต้องการของผู้บริโภคในท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในตัวสินค้า และความภักดีต่อสินค้านั้น โดยบรรดิษฐ์ พระประทานพร และ วรพล วัฒนานนท์ (2558, หน้า 141) ได้กล่าวว่าความภักดีของลูกค้า หมายถึงความพึงพอใจที่สม่ำเสมอในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ทุกองค์กรแสวงหา ยิ่งลูกค้ามีความภักดีต่อสินค้าหรือตราสินค้ามากเท่าใด มูลค่าโดยรวมของสินค้าและ

ตราสินค้านั้นก็จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เป็นโอกาสสร้างความมั่นคงให้กับสินค้า ตราสินค้า และองค์กรนั้นๆ ทั้งในแง่ยอดขาย การบริหารต้นทุนในการทำธุรกิจที่ต่ำลง การทำกำไรที่มากขึ้น รวมถึงโอกาสในการขยายตลาดให้กว้างขวางมากขึ้น และที่สำคัญคือป้องกันไม่ให้อุปกรณ์เปลี่ยนใจไปใช้บริการคู่แข่งรายอื่น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาโมเดลแนวทางการพัฒนาการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการขนาดย่อมในระดับท้องถิ่น โดยศึกษาจากตัวแปรที่สำคัญด้านกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจำหน่าย การสื่อสารการตลาด การจัดการพนักงาน สถานที่ดำเนินงาน กระบวนการทำงาน การบริการหลังการขาย และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดในระดับท้องถิ่น

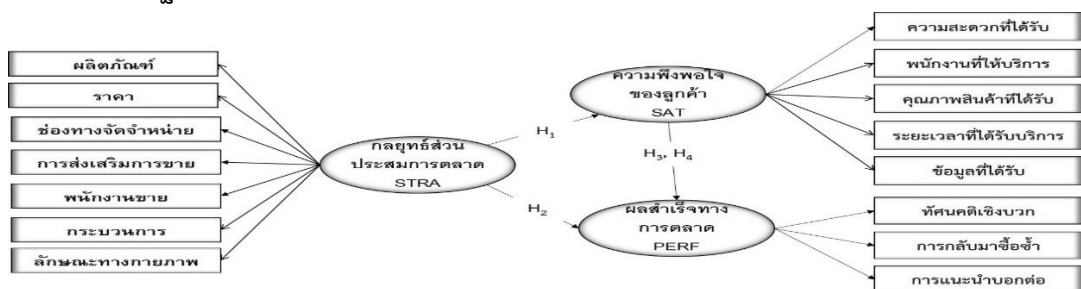
1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาแนวทางการพัฒนาทางการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการขนาดย่อมในระดับท้องถิ่น โดยศึกษารายละเอียดด้านปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ความพึงพอใจของผู้บริโภค และผลสำเร็จทางการตลาด เท่านั้น

ขอบเขตด้านประชากรคือ ลูกค้าร้านค้าปลีกในชุมชน อ.นครชัยศรี และอ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษาตั้งแต่ เดือนมกราคม 2562 ถึง กรกฎาคม 2562

1.4 สมมติฐานการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดแนวทางการพัฒนาทางการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการระดับท้องถิ่น

สมมติฐาน H1 : กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค

สมมติฐาน H2 : กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อผลสำเร็จทางการตลาด

สมมติฐาน H3 : กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลสำเร็จทางการตลาด โดยส่งผ่านความพึงพอใจของผู้บริโภค

สมมติฐาน H4 : ความพึงพอใจของผู้บริโภคมีอิทธิพลทางอ้อมต่อทางตรงต่อผลสำเร็จทางการตลาด

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดของนักวิชาการทางการตลาดมาผสมผสานกันระหว่างแนวคิดส่วนประสมการตลาดของ Kotler & Armstrong (2012, p.75) ; Kotler and Keller (2012, p. 47) ; Lovelock and Wirtz (2011, p. 44) ซึ่งมีองค์ประกอบที่เหมาะสมประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย พนักงานกระบวนการผลิต และลักษณะทางกายภาพ แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้าของ Oliver (1980, pp. 460-469) ประกอบด้วย ความสะดวกที่ได้รับ พนักงานให้บริการ คุณภาพสินค้าที่ได้รับ ระยะเวลาที่ให้บริการ และข้อมูลที่ได้รับ แนวคิดผลสำเร็จทางการตลาดของ Lovelock and Wirtz (2011, p. 440) ประกอบด้วย ทัศนคติเชิงบวก การกลับมาซื้อซ้ำ และการแนะนำบอกต่อ

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 การวิจัยครั้งนี้ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหา รูปแบบแนวทางพัฒนาการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการท้องถิ่น ที่เน้นการศึกษาเนื้อหาในด้านกลยุทธ์การตลาดน้ำดื่มบรรจุขวด ความพึงพอใจของผู้บริโภค และผลสำเร็จทางการตลาด

2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าย่านค้าปลีกในท้องถิ่น อำเภอสาขลา และอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงเลือกใช้การคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยการประมาณ

ค่าให้มากกว่า 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้และตัวแปรแฝง ในกรอบแนวคิดการวิจัยที่มีจำนวน 18 ตัวแปร (สุภมาส อังสุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และรัชนิกุล ภิญโญภาณุวัฒน์, 2557, หน้า 38) โดยกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ต้องไม่ต่ำกว่า 360 ตัวอย่าง และเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งเหมาะสมกับประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันและตัวอย่างที่ถูกเลือกในแต่ละกลุ่มเท่าๆ กัน (ประสพชัย พสุนนท์, 2553 หน้า 26)

ตารางที่ 1 แบบจำลองวิธีการสุ่มตัวอย่าง

รายการ	จังหวัดนครปฐม		รวม
	อ.สาขลา	อ.นครชัยศรี	
สัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ 50	ร้อยละ 50	100 ร้อยละ
จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ	180 ตัวอย่าง	180 ตัวอย่าง	360 ตัวอย่าง

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามที่มีลักษณะการตอบเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยระบบการให้คะแนนเป็นลักษณะมาตรวัดแบบลิเกิร์ต (likert scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ โดย 5 หมายถึง “มากที่สุด” 4 หมายถึง “มาก” 3 หมายถึง “ปานกลาง” 2 หมายถึง “น้อย” 1 หมายถึง “น้อยที่สุด”

2.4 ขั้นตอนการวิจัย

2.4.1 ทบทวนวรรณกรรมเพื่อศึกษารอบแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยจากหนังสือ และบทความที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดประเด็นและสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย

2.4.2 ร่างแบบสอบถามให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ทางการวิจัยโดยพิจารณาให้สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างและแนวทางของงานวิจัยที่ผ่านมาให้ถูกต้องครอบคลุมครบถ้วนของเนื้อหาและภาษาที่ใช้

2.4.3 นำแบบสอบถามที่ร่างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิด้านผู้ประกอบการ นักวิชาการทางการบริหารธุรกิจ และนักวิชาการทางสถิติศาสตร์ เพื่อพิจารณาในด้านความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามโดยเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item – Objective Congruence: IOC) โดยทุกข้อคำถามต้องมีค่า IOC มากกว่า 0.50 (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และ อัจฉรา ชานีประศาสน์, 2547, หน้า 146)

2.4.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ ไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างใกล้เคียงคือลูกค้าผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดจากร้านขายน้ำดื่มในตลาดสาขลา จำนวน 30 ตัวอย่าง แล้วนำมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient)

ของครอนบาค (Cronbach) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถามทั้งชุดมีค่าเท่ากับ 0.936 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับสูง (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และ อัจฉรา ชานีประศาสน์, 2547, หน้า 149)

2.4.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นไปเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามกับกลุ่มตัวอย่างจริงคือ กค้าผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดในท้องถิ่น อำเภอศาลายา และอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม จำนวน 360 ชุด

2.4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเพื่อทดสอบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และคุณลักษณะของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยด้วยสถิติพรรณนาประกอบด้วยความถี่ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation :SD) และการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยสถิติ

วิเคราะห์ โมเดลสมการโครงสร้าง (structural equation model) เพื่อวิเคราะห์รูปแบบแนวทางพัฒนาการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการท้องถิ่น

3. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางพัฒนาทางการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการระดับท้องถิ่น ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากลูกค้าผู้ใช้บริการร้านค้าปลีกในชุมชน อ.นครชัยศรี และ อ.ศาลายา ในจังหวัดนครปฐม จำนวนทั้งหมด 360 ตัวอย่าง โดยนำผลที่ได้มารวบรวมทำการวิเคราะห์ผลโดยใช้หลักการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ จึงได้สรุปผลได้ดังตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 3

ตารางที่ 1 ค่าสถิติประเมินความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในโมเดลแนวทางพัฒนาทางการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการระดับท้องถิ่น

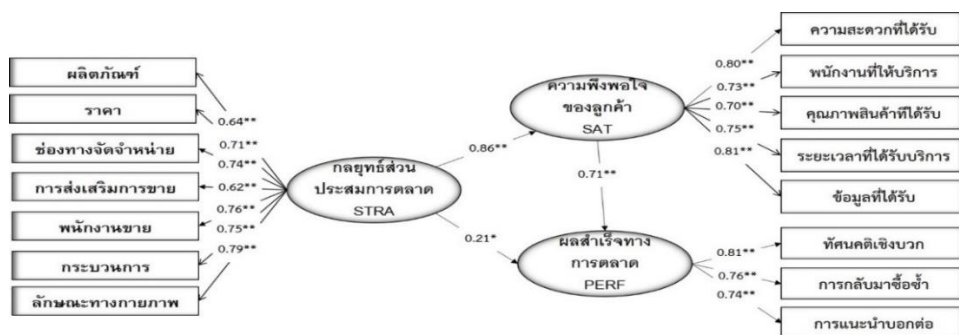
$n = 360$

ดัชนีความกลมกลืน	แสดงความสอดคล้อง	ยอมรับได้ว่ามีความสอดคล้อง	ค่าสถิติวิจัย	ผลสรุป
df	< 2.00	< 5.00	0.80	สอดคล้องดี
GFI	$1 \geq \text{GFI} \geq 0.95$	$0.95 \geq \text{GFI} \geq 0.90$	0.98	สอดคล้องดี
AGFI	$1 \geq \text{AGFI} \geq 0.90$	$0.90 \geq \text{AGFI} \geq 0.85$	0.96	สอดคล้องดี
NFI	$1 \geq \text{NFI} \geq 0.95$	$0.95 \geq \text{NFI} \geq 0.90$	0.99	สอดคล้องดี
NNFI	$1 \geq \text{NNFI} \geq 0.97$	$0.97 \geq \text{NNFI} \geq 0.85$	1.00	สอดคล้องดี
Critical N		≥ 200	615	สอดคล้องดี
RMSEA	$0 \leq \text{RMSEA} \leq 0.05$	$0.05 \leq \text{RMSEA} \leq 0.08$	0.00	สอดคล้องดี

Chi square = 61.08, df = 76, P-value = 0.89, RMSEA= 0.000, CFI = 1.00, GFI =0.98, AGFI = 0.96, NFI=0.99, Critical N= 615, NNFI=1.00

การทดสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุของแนวทางพัฒนาทางการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการระดับท้องถิ่นตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ภายหลังการปรับโมเดลสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยพิจารณา ค่าไค-สแควร์ (chi-square) มีค่าเท่ากับ 61.08 มืองศาอิสระ (df) เท่ากับ 76 ที่ระดับความน่าจะเป็น $p\text{-value} = 0.89$ ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ ค่า $p\text{-value} > 0.05$ และประเมินความสอดคล้องด้วยค่า (df) เท่ากับ 0.80 พบว่าเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

คือ ควรมีค่าน้อยกว่า 2 นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ค่า GFI ค่า AGFI มีค่าเท่ากับ 0.98 และ 0.96 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเข้าใกล้หนึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ว่าควรมีค่ามากกว่า 0.95 และ 0.90 ตามลำดับ ค่า RMSEA เท่ากับ 0.00 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดว่าควรมีค่าน้อยกว่า 0.05 ค่า NFI เท่ากับ 0.99 ค่า NNFI เท่ากับ 1.00 ซึ่งทั้งสองค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ว่าควรมีค่ามากกว่า 0.90 และ 0.85 ตามลำดับ และค่า Critical N มีค่าเท่ากับ 615 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ว่าต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 200 ดังนั้นจึงสรุปว่าโมเดลการวิจัยที่พัฒนาขึ้นนี้ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี เนื่องจากค่าสถิติที่สำคัญต่างๆ ผ่านเกณฑ์การยอมรับทุกด้าน และมีนัยสำคัญทางสถิติ



Chi square = 61.08, df = 76, P-value = 0.89, RMSEA= 0.000, *P < 0.05, ** P < 0.01

ภาพที่ 2 รูปแบบแนวทางพัฒนาทางการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการระดับท้องถิ่น

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์น้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝงภายในและภายนอก

$n = 360$

ตัวแปรเหตุ	ตัวแปรผล					
	ความพึงพอใจของผู้บริโภค (SAT)			ผลสำเร็จทางการตลาด (PERF)		
	TE	IE	DE	TE	IE	DE
กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด (STRA)	0.86**	-	0.86**	0.81*	0.60*	0.21*
ความพึงพอใจของผู้บริโภค (SAT)	-	-	-	0.71**	-	0.71**
สมการโครงสร้าง	ความพึงพอใจของผู้บริโภค (SAT)			ผลสำเร็จทางการตลาด (PERF)		
R-SQUARE (R ²)	0.73			0.80		

Chi square = 61.08, df = 76, P-value = 0.89, RMSEA= 0.000, SRMR = 0.019, CFI = 1.00, GFI = 0.98, AGFI = 0.96, NFI=0.99, Critical N= 614.92, NNFI=1.00

*P < 0.05, ** P < 0.01

ตารางที่ 3 สรุปผลการตรวจสอบสมมติฐานของการวิจัย

		<i>n</i> = 360
สมมติฐาน	ยอมรับสมมติฐาน	ไม่ยอมรับสมมติฐาน
H_1 : กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค	✓	
H_2 : กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อผลสำเร็จทางการตลาด	✓	
H_3 : กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลสำเร็จทางการตลาด โดยส่งผ่านความพึงพอใจของผู้บริโภค	✓	
H_4 : ความพึงพอใจของผู้บริโภคอิทธิพลทางอ้อมต่อทางตรงต่อผลสำเร็จทางการตลาด	✓	

จากตารางที่ 2 3 และภาพที่ 2 พบว่าเมื่อพิจารณาอิทธิพลระหว่างตัวแปรแฝงภายในและตัวแปรแฝงภายนอก เป็นตัวแปรที่ตัวบ่งชี้ของรูปแบบแนวทางพัฒนาทางการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการระดับท้องถิ่น โดยพบว่า มีค่าความเชื่อมั่นในสมการโครงสร้าง (R^2) ของตัวแปรเหตุที่มีต่อตัวแปรตามด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค (SAT) ร้อยละ 0.73 และ ผลสำเร็จทางการตลาด (PERF) ร้อยละ 0.80 ซึ่งถือว่าสมการโครงสร้างนี้มีความเชื่อมั่นในระดับสูง ตัวแปรแฝงที่สำคัญพบว่า กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด (STRA) มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ในระดับ

น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานที่ 0.86 ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด (STRA) มีอิทธิพลทางตรงต่อผลสำเร็จทางการตลาด (PERF) ในระดับน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานที่ 0.21 ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_2 และยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลสำเร็จทางการตลาด โดยส่งผ่านความพึงพอใจของลูกค้า (SAT) ในระดับน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานที่ 0.61 ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_3 นอกจากนี้ยังพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (SAT) มีอิทธิพลทางตรงต่อผลสำเร็จทางการตลาด (PERF) ในระดับน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานที่ 0.71 ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์องค์ประกอบตัวบ่งชี้ของโมเดลแนวทางพัฒนาทางการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการระดับท้องถิ่น

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ		R ²	ξ
	B(SE)	t-value		
กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด (STRA)				
ผลิตภัณฑ์	0.64(0.10)	10.09**	0.42	0.58
ราคา	0.71(0.08)	13.23**	0.50	0.50
ช่องทางจัดจำหน่าย	0.74(0.10)	11.66**	0.55	0.45
ส่งเสริมการขาย	0.62(0.10)	10.09**	0.38	0.62
พนักงานขาย	0.76(0.11)	11.36**	0.57	0.43
กระบวนการ	0.75(0.11)	11.88**	0.57	0.43
ลักษณะทางกายภาพ	0.79(0.10)	12.32**	0.62	0.38

ความพึงพอใจของผู้บริโภค (SAT)

ความสะดวกที่ได้รับ	0.80(0.07)	16.91**	0.64	0.36
พนักงานที่ให้บริการ	0.73(0.06)	14.75**	0.53	0.47
คุณภาพสินค้าที่ได้รับ	0.70(0.07)	14.14**	0.50	0.50
ระยะเวลาที่ได้รับบริการ	0.75(0.07)	15.38**	0.57	0.43
ข้อมูลที่ได้รับ	0.81(0.07)	16.91**	0.66	0.34

ผลสำเร็จทางการตลาด (PERF)

ทัศนคติเชิงบวก	0.81(0.06)	14.44**	0.65	0.35
การกลับมาซื้อซ้ำ	0.76(0.06)	14.44**	0.57	0.43
การแนะนำบอกต่อ	0.74(0.07)	14.13**	0.55	0.45

ผลทดสอบ CR และ AVE	STRA	SAT	PERF
ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability : ρ_c)	0.859	0.835	0.815
ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted : ρ_v)	0.506	0.558	0.598

หมายเหตุ * $P < 0.05$, ** $P < 0.01$ SE หมายถึง ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน B หมายถึง คำนำน้หนักองค์ประกอบมาตรฐาน ξ หมายถึง ความแปรปรวนของ ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

จากตารางที่ 4 เมื่อพิจารณาอิทธิพลระหว่างองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ เป็นตัวแปรที่ตัวบ่งชี้ของแนวทางพัฒนาทางการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการระดับท้องถิ่น มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรทั้ง 15 องค์ประกอบ มีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.01$) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ที่ 0.62 ถึง 0.81 มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) ร้อยละ 38 ถึงร้อยละ 66 โดยจำแนกได้ดังนี้

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านกลยุทธ์ส่วนประกอบการตลาด (STRA) ประกอบด้วย 7 ตัวแปรโดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่บ่งชี้ถึงความสำคัญ เรียงลำดับน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานจากมากไปน้อยได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.79 มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) ร้อยละ 62 รองลงมาคือ พนักงานขาย มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.76 มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) ร้อยละ 57 กระบวนการ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.75 มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) ร้อยละ 57 ช่องทางจัดจำหน่าย มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.74 มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) ร้อยละ 55 ราคา มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.71

มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) ร้อยละ 50 ผลิตภัณฑ์ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.64 มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) ร้อยละ 42 และสุดท้าย ส่งเสริมการขาย มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.62 มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) ร้อยละ 38 มีความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability : ρ_c) สูง ที่ระดับ 0.859 และอธิบายค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted : ρ_v) ได้ในระดับปานกลาง ที่ระดับ 0.506

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค (SAT) ประกอบด้วย 5 ตัวแปรโดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่บ่งชี้ถึงความสำคัญ เรียงลำดับน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานจากมากไปน้อยได้แก่ ข้อมูลที่ได้รับ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.81 มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) ร้อยละ 66 รองลงมาคือ ความสะดวกที่ได้รับ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.80 มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) ร้อยละ 64 ระยะเวลาที่ได้รับบริการ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.75 มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) ร้อยละ 57 พนักงานที่ให้บริการมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.73 มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) ร้อยละ 53 และสุดท้ายคุณภาพสินค้าที่ได้รับ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ

0.70 มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) ร้อยละ 50 มีความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability : ρ_c) สูง ที่ระดับ 0.835 และอธิบายค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted : ρ_v) ได้ในระดับปานกลาง ที่ระดับ 0.558

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านผลสำเร็จทางการตลาด (STRA) ประกอบด้วย 3 ตัวแปรโดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่บ่งชี้ถึงความสำคัญ เรียงลำดับน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานจากมากไปน้อยได้แก่ ทิศนคติเชิงบวก มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.81 มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) ร้อยละ 65 รองลงมาคือ การกลับมาซื้อซ้ำ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.76 มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) ร้อยละ 57 และการแนะนำบอกต่อ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.74 มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) ร้อยละ 55 มีความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability : ρ_c) สูงที่ระดับ 0.815 และอธิบายค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted : ρ_v) ได้ในระดับปานกลาง ที่ระดับ 0.598

4. อภิปรายผล

รูปแบบแนวทางพัฒนาทางการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการขนาดย่อมในระดับท้องถิ่นมีความเหมาะสมดี ซึ่งพิจารณาจากดัชนีชี้วัดความสอดคล้อง ประกอบด้วย Chi square = 61.08, df = 76, P-value = 0.89, RMSEA = 0.000, CFI = 1.00, GFI = 0.98, AGFI = 0.96, NFI = 0.99, Critical N = 615, NNFI = 1.00 นอกจากนี้มีการทดสอบค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability : ρ_c) ที่มีค่าสูงกว่า 0.60 ทุกปัจจัย และ ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted : ρ_v) ที่สูงกว่า 0.50 ทุกปัจจัย จึงยืนยันได้ว่าโมเดลนี้มีความเหมาะสมเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี เมื่อพิจารณาน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝง (latent variable) พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดตามแนวทาง

พัฒนาทางการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการขนาดย่อมในระดับท้องถิ่นคือ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลสำเร็จทางการตลาด โดยมีอิทธิพลส่งผ่านความพึงพอใจของผู้บริโภค สอดคล้องกับแนวคิด Lovelock and Wirtz (2011, p. 440) ที่กล่าวว่า การกำหนดกิจกรรมการบริการที่เหมาะสมและมีคุณภาพจะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดีจึงนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับจากกิจกรรมทางการตลาดของผู้ผลิตสินค้าหรือผู้ให้บริการ เมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจในระดับที่สูงลูกค้าหรือผู้บริโภคก็จะเกิดความภักดี (customer loyalty) โดยจะแสดงออกด้วยกิจกรรมการซื้อซ้ำ การแนะนำบอกต่อ ทิศนคติเชิงบวก การเป็นลูกค้าอย่างยาวนาน ซึ่งเป็นเครื่องมือชี้วัดความสำเร็จทางการตลาดตามแนวทางของห่วงโซ่การสร้างผลกำไร ขณะที่ตัวแปรสังเกตได้ (observed variable) ที่สำคัญของโมเดลนี้คือ 1) ลักษณะทางกายภาพเป็นกิจกรรมที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุดโดยต้องดำเนินการปรับลักษณะภายในสถานที่ผลิตให้มีความสะอาดปลอดภัยต่อผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค มีมาตรฐานการผลิตที่เป็นที่ยอมรับ 2) พนักงาน สามารถสร้างความพึงพอใจดึงดูดลูกค้ากลับมาหรือไล่ลูกค้าไปได้ พนักงานจึงต้องมีความรู้ในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี การแต่งกายต้องมีความสะอาดเรียบร้อย และต้องใส่ใจในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดีสูง 3) กระบวนการผู้ประกอบการต้องมีมาตรฐานการผลิตที่เป็นที่ยอมรับ จัดการระบบ ซัพพลายเชนทั้งวัตถุดิบนำเข้า ขบวนการผลิตจนกระทั่งนำผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปกระจายสู่ร้านค้าปลีก 4) ช่องทางจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการต้องกระจายสินค้าให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ และต้องมีบริการดูแลให้กับร้านค้าปลีก 5) ราคา ควรต้องระบุราคาให้ชัดเจน ตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าราคาไม่ควรแพงกว่าสินค้าในระดับเดียวกัน 6) ผลิตภัณฑ์ ต้องมีความเป็นมาที่น่าเชื่อถือของตัวน้ำดื่ม บรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับผู้บริโภค ขนาดที่หลากหลาย และ 7) การส่งเสริมการขาย ต้องมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคในท้องถิ่นที่เล่าเรื่องราวของน้ำดื่มอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับมีของแถมเพื่อ

กระตุ้นให้เกิดความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับ Phrapratanporn (2018, p. 37) ที่ได้ศึกษาข้อมูลเชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของร้านค้าปลีกในชุมชนชนบท พบว่าผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทาง ารจัดจำหน่าย การสื่อสารการตลาด บุคลากร กระบวนการบริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การบริหารการตลาดของร้านค้าประชารัฐ จังหวัดอุดรธานี ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 งานวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติการของแนวทางพัฒนาทางการตลาดธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้ประกอบการขนาดย่อมในระดับท้องถิ่น ดังนี้

5.1.1 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลวิจัยไปประกอบเป็นนโยบายเพื่อควบคุมหรือพัฒนาธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดให้ช่วยเหลือตนเองและผลักดันให้ธุรกิจมีการเติบโต สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่กว่าได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะเป็นผลดีต่อภาครัฐที่ต้องการจัดความยากจนให้กับประชาชนในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

5.1.2 ผู้ประกอบการน้ำดื่มบรรจุขวดสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปพัฒนาแนวทางการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อสร้างผลสำเร็จให้กับธุรกิจ โดยต้องให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ ช่องทางจัดจำหน่าย ราคา ผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการขาย ให้ครบถ้วนอย่างต่อเนื่อง

5.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้ประกอบการธุรกิจทางด้านน้ำดื่มบรรจุขวดควรเพิ่มกลยุทธ์เสริมเพื่อเพิ่มความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อสินค้าเช่น กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การจัดการด้านการขนส่งและ

ซัพพลายเชน ซึ่งน่าจะส่งผลให้ผู้ประกอบการน้ำดื่มบรรจุขวดมีความสามารถในการแข่งขันในระดับที่สูงขึ้น

6. เอกสารอ้างอิง

บรรดิษฐ์ พระประทานพร และวรพล วัฒนนานท์.

(2558). กลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกไทย. *BU ACADEMIC REVIEW*, 14(1), 138-152.

ปณัตต์ จอมจักร. (2561). การเปรียบเทียบ

ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ความพึงพอใจความผูกพัน การตัดสินใจเลือกใช้ ผลิตภัณฑ์และบริการของผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่.

วารสารสมาคมนักวิจัย, 23(1), 89-102.

ภูวนารถ ถาวรศิริ และวิโรจน์ เกษภูาลักษณ์. (2558).

กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจน้ำดื่มท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี. *Veridian E-Journal*, Slipakorn University, 8(2), 2171-2187.

มนตรี ศรีวงษ์ (2561). ธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวด-อาชีพ

อิสระ-ทำรายได้ไม่ธรรมดา. สืบค้นเมื่อ

19 กรกฎาคม 2562, จาก

<http://www.thaismescenter.com/ธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวด-อาชีพอิสระ-ทำรายได้ไม่ธรรมดา/>

เมตไทย. (2561). 25 ประโยชน์ของน้ำ ! วิธีดื่มน้ำอย่าง

ถูกวิธีและโทษของน้ำ. สืบค้นเมื่อ

19 กรกฎาคม 2562, จาก

<https://medthai.com/น้ำ/>

วิหวัธ รุ่งเรืองผล. (2558). *หลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 9).

ปทุมธานี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- สุภมาส อังศุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และรัชนิกุล ภิญญานุวัฒน์. (2557). **สถิติวิเคราะห์ สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์และ พฤติกรรมศาสตร์:เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL (พิมพ์ครั้งที่ 4).** กรุงเทพฯ : เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- สาทิตร ม่วงหมี่, ศลิล วัชรพงษ์กิตติ และสุตาพร สาวม่วง. (2014). รูปแบบการตลาดที่ยั่งยืนของ ธุรกิจขนาดย่อมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจ พอเพียง. **วารสารสมาคมนักวิจัย**, 19(1), 20-33.
- อนุรักษ์ วุฒิแฮม และ ประพันธ์ ธรรมไชย. (2556). การศึกษาพฤติกรรมมารการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวด ของประชาชน ตำบลข้าวเม่น อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่. **วารสารวิทยาลัย บัณฑิตศึกษาการจัดการ มข**, 6(1), 69-90.
- อาภากร พลเทียร และ เยาวภา ปฐมศิริกุล. (2558). โมเดลกลยุทธ์การตลาดสัมพันธ์ภาพของธุรกิจ ศูนย์ตรวจวิเคราะห์ ทางห้องปฏิบัติการ ทางการแพทย์เอกชนในประเทศไทย. **วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)**, 7(14), 198 -217.
- Angsuchoti, S., Wijitwanna, S., & Pinyopanuwat, R. (2011). **Statistical analysis for research in the social science and behavioral science: using technique LISREL (4th ed).** Bangkok: Chareondee Mankong Printing. (in Thai)
- Chomchark. P. (2018). **A Comparison of the Structural Relations of Marketing Mix, Satisfaction, Engagement and Decisions on Products & Services Mobile Phone Networking.** *Journal of the Association of Researcher*. 23(1), 89-102. (In Thai).
- Kotler, P., Keller, K.L. (2012). **Marketing Management (14thed).** United States of America : Pearson Prentice Hall.
- Lovelock. C. and Wirtz. J. (2011). **Service Marketing : People technology and strategy (7thed.).** United States of America : Pearson Prentice Hall.
- Medthai. (2018). **25 benefits of water! How to drink properly and blame water.** retrieved<https://medthai.com/water/>
- Mongmee, S., Wacharapongkitti, S. and Sawmong, S. (2014). The Sustainable Marketing Model of The Small Enterprises in Accordance to Sufficiency Economy Philosophy. **Journal of the Association of Researcher**, 19(1), 20-33. (In Thai).
- Mustapha. B. (2017). **Effects of Marketing Mix Strategy on Performance of Small Scale Businesses in Maiduguri Metropolitan, Borno State Nigeria.** *Journal of Marketing and Consumer Research*, 31, 1-6.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequence of satisfaction decisions. **Journal of Marketing Research**, 17, 460-469.
- Phrapratanporn, B. and Wangkananon, W. (2015). **Marketing Strategies Affecting Customer Loyalty of Thai Plastic Packaging Industry.** *BU ACADEMIC REVIEW*, 14(1), 138-152. (In Thai).

Phrapratanporn, B. (2018). **Marketing Strategies Affecting Customers' Purchasing Decision on Product at Civil State Shop in Udon Thani Province**, Thailand. 26th International Conference Innovations through Research Development in Social Sciences Humanities and Management Studies (IRDSSH). 3(26), 34-40.

Poltian. A and Pathomsirikul. Y. (2016). Relationship Marketing Strategy Model for The Private Medical Laboratory Center Business in Thailand. **Journal of Humanities and Social Sciences**. 7(14), 198-217. (In Thai).

Rungreuangphol, W. (2015). **Principles of Marketing** (9th ed). Pathum Thani : Thammasat Printing House. (In Thai).

Sriwang, M. (2018). **Bottled water business - Independent occupation - Uncommon income**. retrieved [http://www.thaismescenter.com/Bottled water business - Independent occupation - Uncommon income/](http://www.thaismescenter.com/Bottled%20water%20business%20-%20Independent%20occupation%20-%20Uncommon%20income/) (In Thai).

Thavonsiri, P. and Jadesadalug, V. (2015). The Adaptation for Survival of Local Drinking-Water Entrepreneurs in Muang, Kanchanaburi Province. **Veridian E-Journal, Slipakorn University**, 8(2), 2171-2187.

Wudtikham, A. and Thamachai, P. (2013). The Study Behavior Consumption of Bottled Water of Population in Khuamung Sarapee Chiangmai. **MBA MMU Journal**, 6(1).69-90. (In Thai).

การบริหารโซ่อุปทานของผู้ประกอบการโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบในจังหวัดชุมพร

Supply Chain Management of the Entrepreneurs of Palm Oil in Chumporn Province

มะโน ปราชญาพิพัฒน์¹

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารโซ่อุปทานของผู้ประกอบการโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบในเขตภาคใต้ตอนบนกับความสามารถในการให้บริการงานด้านโลจิสติกส์ระดับการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารโซ่อุปทานปาล์มน้ำมันกับความสามารถในการให้บริการ ระดับการบริหารของผู้ประกอบการในการบริหารความสัมพันธ์ระหว่าง การบริหารโซ่อุปทานปาล์มน้ำมันกับความสามารถในการให้บริการและความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารกับความสามารถในการให้บริการ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ประกอบการโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบในเขตภาคใต้ตอนบนจำนวน 350 ชุด ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า การจัดการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของระบบการบริหารโซ่อุปทานโดยมีเป้าหมายเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายของทั้งระบบให้ต่ำที่สุด ดังนั้นการบริหารห่วงโซ่อุปทานด้านการผลิตและการรับประกันการทำงานอย่างน่าเชื่อถือและการทำงานด้วยความอย่างปลอดภัย การกำหนดวันเวลาที่แน่นอน มีผลต่อความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : การบริหารโซ่อุปทาน ผู้ประกอบการโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ การให้บริการด้านโลจิสติกส์

Abstract

The purposes of this research were to study the level of supply chain administration of palm oil industry and capability in logistics service and to study the level of administration of entrepreneurs in relationship administration between supply chain administration of palm oil industry and capability in logistics service. The instruments used in data collection from samples were 350 sets of questionnaires asking palm yard entrepreneurs in Chumporn Province. Statistics used in data analysis were percentage, mean, standard deviation and Chi-Square. The research found that logistics management is one part of the supply chain administration function. Its purpose is to reduce cost of administration expenditure to the lowest level so that the administration affects the production and working safety and the specific certain date affects the capability of the logistics services.

Keywords: Supply Chain Management, Palm Oil Entrepreneurs, logistics

¹ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา Email : Mano.pr@ssru.ac.th

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ปาล์มน้ำมันถือเป็นพืชน้ำมันที่มีศักยภาพการผลิตน้ำมันสูงสุดเมื่อเทียบกับพืชชนิดอื่น อาทิ มะพร้าว มะกอก ฝ้าย ถั่วลิสง ถั่วเหลือง ดอกทานตะวัน เรปซิด เป็นต้น โดยอัตราการผลิตน้ำมันต่อไร่ของปาล์มน้ำมันสูงถึง 6-10 เท่าเมื่อเทียบกับอัตราการผลิตน้ำมันจากพืชน้ำมันชนิดอื่น ทำให้แม้พื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันทั่วโลกจะมีเพียง 5% ของพื้นที่เพาะปลูกพืชน้ำมันทั้งหมด แต่ปริมาณการผลิตน้ำมันปาล์มมีสัดส่วนสูงถึง 36% ของปริมาณการผลิตน้ำมันจากพืชทุกชนิด ภูมิภาคอาเซียนถือเป็นแหล่งปลูกปาล์มน้ำมันหลักของโลก โดยประเทศผู้ผลิตสำคัญ คือ อินโดนีเซียและมาเลเซีย ที่มีผลผลิตน้ำมันปาล์มดิบรวมกันประมาณ 52.5 ล้านตัน หรือคิดเป็น 85% ของผลผลิตรวมของโลก และมีสัดส่วนการส่งออกน้ำมันปาล์มรวมกันมากกว่า 90% ของปริมาณการส่งออกในตลาดโลก ทำให้อินโดนีเซียและมาเลเซียมีบทบาทสูงในการกำหนดทิศทางราคาน้ำมันปาล์มในตลาดโลก สำหรับประเทศไทยมีผลผลิตน้ำมันปาล์มดิบเป็นอันดับ 3 ของโลก โดยมีผลผลิตเฉลี่ยประมาณ 2 ล้านตันต่อปี หรือคิดเป็น 1.2% ของผลผลิตน้ำมันปาล์มดิบโลก พื้นที่เพาะปลูกปาล์มน้ำมันและโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบของไทยส่วนใหญ่อยู่ในภาคใต้ คิดเป็น 85% ของพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันทั่วประเทศ อย่างไรก็ตามในปีที่ผ่านมามีการขยายพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันไปยังภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามยุทธศาสตร์ของรัฐในการขยายพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันเพื่อสนับสนุนแผนพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือกของประเทศ ส่งผลให้ในปี 2559 ไทยมีพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันทั้งสิ้น 4.7 ล้านไร่ และมีผลผลิตปาล์มน้ำมัน 11.2 ล้านตัน (วาริรัตน์ เพชรสีช่วง, 2560).

อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของผลผลิตปาล์มน้ำมันของไทยส่วนใหญ่มาจากการขยายพื้นที่เพาะปลูก

ขณะที่ผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้นค่อนข้างน้อย ทั้งนี้พันธุ์ปาล์มน้ำมันที่ปลูกในไทยส่วนใหญ่เป็นพันธุ์ที่มีคุณภาพต่ำให้ผลผลิตปาล์มน้ำมันต่อไร่ต่ำ โดยมีเปอร์เซ็นต์น้ำมันเพียง 14-17% เทียบกับปาล์มน้ำมันในอินโดนีเซียและมาเลเซียที่มีเปอร์เซ็นต์น้ำมันสูงกว่า 20% นอกจากนี้โครงสร้างเกษตรกรไทยที่ส่วนใหญ่เป็นรายย่อย มีพื้นที่เพาะปลูกเฉลี่ย 20-25 ไร่ต่อราย ต่างจากสวนปาล์มในอินโดนีเซียและมาเลเซียที่มีสัดส่วนของแปลงขนาดใหญ่มากกว่า 80% มีพื้นที่การเพาะปลูกเฉลี่ยกว่า 200 ไร่ต่อราย ทำให้ประสิทธิภาพในการจัดการผลผลิตของเกษตรกรไทยต่ำกว่า ทั้งการเลือกพันธุ์ปาล์มน้ำมัน การบำรุงรักษาผลปาล์ม การเก็บเกี่ยวและเก็บรักษาผลปาล์มน้ำมัน มักมีการเก็บเกี่ยวผลปาล์มก่อนสุก ทำให้อัตราการให้น้ำมันต่ำ ตลอดจนการขายผลผลิตที่มักผ่านพ่อค้าคนกลางหรือ ลานเทปาล์มน้ำมันที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง ผลจากปริมาณผลผลิตต่อรายต่ำจึงไม่คุ้มในการขนส่งไปขายตรงกับโรงสกัดน้ำมันปาล์มดิบ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) ด้วยเหตุนี้ทำให้ต้นทุนปาล์มน้ำมันของไทยสูงกว่าอินโดนีเซียและมาเลเซีย จากข้อเสียเปรียบด้านต้นทุนข้างต้นทำให้ทางการไทยแทรกแซงกลไกตลาดปาล์มน้ำมันทั้งระบบโดยผ่านคณะกรรมการนโยบายปาล์มน้ำมันแห่งชาติ หรือ กนป. ซึ่งมีหน้าที่ 1) ดูแลนโยบายและแผนพัฒนาปาล์มน้ำมันทั้งระบบ และ 2) การบริหารจัดการผลผลิตปาล์มน้ำมัน ทั้งการจัดสรรผลผลิตเพื่อการบริโภคและใช้ในอุตสาหกรรม การนำเข้าปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์ม (ผ่านองค์การคลังสินค้า ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงพาณิชย์) รวมทั้งเข้าไปรับซื้อผลผลิตปาล์มน้ำมันจากเกษตรกรในบางช่วงเวลา โดยเฉพาะในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมากและราคาตกต่ำ และให้กรมการค้าภายใน (สังกัดกระทรวงพาณิชย์) กำหนดราคารับซื้อปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์มในทุกขั้นตอน



ภาพที่ 1 ราคาน้ำมันปาล์มดิบไทยมีแนวโน้มสูงกว่ามาเลเซียตั้งแต่ปลายปี 2556

ที่มา: กรมการค้าภายใน, 2561

จากสถานการณ์การแข่งขันทางธุรกิจที่ผ่านมา รวมถึงข้อเสียเปรียบด้านต้นทุนข้างต้นทำให้ทางกรมฯ แทรกแซงกลไกตลาดปาล์มน้ำมันทั้งระบบ ส่งผลให้การแข่งขันทางธุรกิจทวีความรุนแรงมากขึ้น ผู้บริหารที่ต่างตกอยู่ภายใต้แรงกดดันที่จะต้องทำให้องค์กรมีการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น การแข่งขันทางธุรกิจมุ่งเน้นที่ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก การตอบสนองต่อความต้องการที่รวดเร็วทันตามความเปลี่ยนแปลงของลูกค้า และอยู่บนพื้นฐานของต้นทุนการผลิตต่ำ กำไรสูงสุด โดยผลิตในปริมาณที่พอเหมาะ ดังนั้นการนำเครื่องมือเข้ามาช่วยในการบริหารภายในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพนั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง และเครื่องมือที่สามารถช่วยผู้ประกอบการในสภาวะการแข่งขันในปัจจุบันได้เป็นอย่างดีก็คือ ระบบการบริหารจัดการโซ่อุปทาน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารโซ่อุปทานปาล์มน้ำมันกับความสามารถในการให้บริการ

1.2.2 เพื่อศึกษาระดับการบริหารของผู้ประกอบการในการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารโซ่อุปทานปาล์มน้ำมันกับความสามารถในการให้บริการ

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ประกอบการลานเท้ามั่นจังหวัดชุมพร จำนวน 300 ลานเท้ามั่นน้ำมัน (สำนักงานสาขาเชิงตวงวัด 3-2 ชุมพร, 2561)

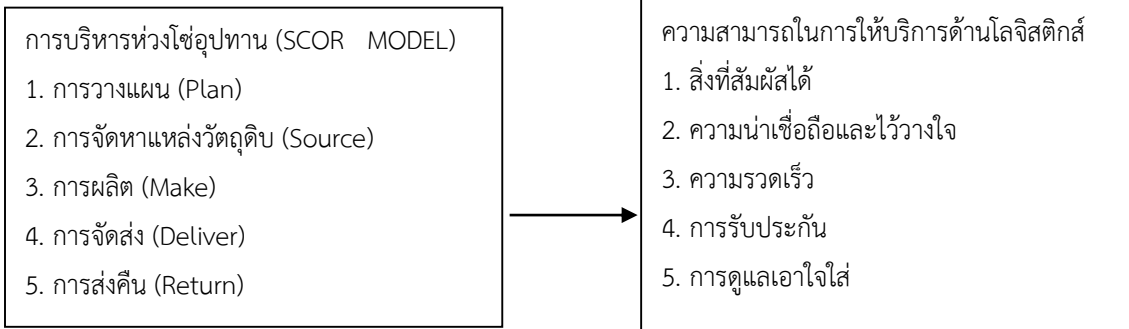
1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัยครั้งนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการโซ่อุปทานกับระดับความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ โดยการจัดการโซ่อุปทานประกอบด้วย การวางแผน การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การจัดส่ง และการส่งคืนและความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ประกอบด้วย สิ่งที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ความรวดเร็ว การประกันและการดูแลเอาใจใส่

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันกับความสามารถในการให้บริการงานด้านโลจิสติกส์ผู้วิจัยศึกษารวบรวมและสรุปได้เป็นกรอบแนวคิดซึ่งแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรอธิบายด้วยกรอบแนวคิดดังนี้

ตัวแปรตาม

ตัวแปรตาม



2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบในเขต จังหวัดชุมพร (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2560)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบในเขตจังหวัดชุมพร จำนวน 70 แห่ง โดยใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 5 ชุด ต่อ โรงงาน 1 แห่ง โดยกำหนดให้เจ้าของกิจการ ผู้ปฏิบัติงาน ภาชตรกรผู้ผลิต รวมถึงสัมภาษณ์เจ้าของกิจการ จำนวน 3 ท่าน โดยการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง

2.3 เครื่องมือวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพ

เครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ ก่อนจะนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านเพื่อทำการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยง (Validity) ของแบบสอบถามโดยประเมินว่าข้อคำถามของแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ภายหลังการตรวจสอบพบว่า แบบสอบถามมีค่าความเที่ยงตรง (IOC: Index of Item-Objective Congruence) เท่ากับ 0.84 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.79 ซึ่งสามารถนำไปใช้ได้

แบบสอบถาม ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามแนวคิด ทฤษฎี โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ลักษณะของคำถามเป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการบริการห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ การวางแผน การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ การผลิต การจัดส่งและการส่งคืน

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสามารถในการให้บริการของผู้ประกอบการลานเทในเขตจังหวัด สุราษฎร์ธานี ได้แก่ สิ่งที่สามารถทำได้ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ความรวดเร็ว การรับประกัน การดูแลเอาใจใส่

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้วผู้ศึกษาทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณโดยผู้ศึกษาได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับเป็นจำนวน 350 ชุด เพื่อนำมาทำการวิเคราะห์หาค่าสถิติได้แก่ความถี่ร้อยละและค่าเฉลี่ยแล้วสรุปผลการศึกษานำเสนอในรูปแบบลักษณะของการใช้ตารางประกอบดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามโดยวิเคราะห์จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ระดับการศึกษา ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้สถิติ

เชิงพรรณนา (Description Statistics) การใช้สถิติค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารโซ่อุปทาน

1) ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำกับความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์โดยจะใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย

2) ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันกับความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อมีคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด และกำหนดเกณฑ์การตัดสินค่าคะแนนเฉลี่ยของความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันกับความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ โดยวัดความพึงพอใจ 5 ระดับ ได้แก่ ความเห็นที่มีต่อการบริหารมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

แบบสัมภาษณ์ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเกี่ยวกับการความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันกับความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ และนำแบบสัมภาษณ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา พบว่า แบบสัมภาษณ์มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.67 และ 1.00 โดยประเด็นการสนทนากลุ่มใช้การอภิปรายการบริหารห่วงโซ่อุปทาน (SCOR MODEL) ได้แก่ การวางแผน (Plan) การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ (Source) การผลิต (Make) การจัดส่ง (Deliver) การส่งคืน (Return) รวมทั้งความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ ได้แก่ สิ่งสัมผัสได้ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ความรวดเร็วการรับประกันและการดูแลเอาใจใส่

2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจประชากรที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยใช้แบบสอบถามที่ได้ออกแบบตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งใช้ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการกำหนดข้อคำถามรวมทั้งได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง

2.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารรายงานวิจัย บทความและเว็บไซต์ต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลจากหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

3. สรุปผลการวิจัย

3.1 พบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สมรสแล้ว การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นผู้ประกอบการรายย่อยมีเงินทุนของตนเอง จำนวน 1-5 ล้านบาทประกอบธุรกิจรับซื้อปาล์ม 1-5 ปี ใช้เงินตั้งต้นในการประกอบธุรกิจรับซื้อปาล์ม 1-5 ปีรายได้ต่อปีจากการประกอบการโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ 1-5 ปี

3.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารโซ่อุปทานเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบในเขตพื้นที่จังหวัดชุมพร

ตารางที่ 1. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารโซ่อุปทาน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชุมพร โดยรวม

การบริหารโซ่อุปทานเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ด้านการวางแผน	4.36	0.53	มาก
2. ด้านการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ	3.92	0.36	มาก
3. ด้านการผลิต	4.39	0.31	มากที่สุด
4. ด้านการจัดส่ง	3.41	0.29	มาก
5. ด้านการส่งคืน	1.17	0.31	น้อยที่สุด
รวม	3.45	0.29	มาก

3.3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการบริหารของผู้ประกอบการในการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารโซ่อุปทานปาล์มน้ำมันกับความสามารถในการให้บริการงานด้านโลจิสติกส์

ตารางที่ 2 สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการบริหารของผู้ประกอบการในการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารโซ่อุปทานปาล์มน้ำมันกับความสามารถในการให้บริการงานด้านโลจิสติกส์

ความสามารถในการให้บริการงานด้านโลจิสติกส์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. สิ่งที่สามารถทำได้	4.29	0.33	มาก
2. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	4.81	0.29	มาก
3. ความรวดเร็ว	4.56	0.28	มาก
4. การรับประกัน	4.84	0.30	มากที่สุด
5. การดูแลเอาใจใส่	4.68	0.34	มาก
รวม	4.64	0.25	มาก

3.4 หาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารกับความสามารถในการให้บริการงานด้านโลจิสติกส์

ตารางที่ 3. ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารห่วงโซ่อุปทาน เพื่อตอบสนองความต้องการของประกอบการด้านการวางแผน กับ ความสามารถในการให้บริการของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์

การบริหารห่วงโซ่อุปทานเพื่อตอบสนองความต้องการของประกอบการด้านการวางแผน	ความสามารถในการให้บริการของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์
	χ^2 Sig.
สิ่งที่สัมผัสได้	69.91 0.000*
ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	81.93 0.000*
ความรวดเร็ว	111.93 0.000*
การรับประกัน	47.33 0.000*
การดูแลเอาใจใส่	44.21 0.000*

4. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาข้างต้นสามารถนำมาอธิบายการทดสอบสมมติฐานในการศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ ดังนี้

4.1 การบริหารโซ่อุปทานกับความสามารถในการบริหารงานด้านโลจิสติกส์ มีความสัมพันธ์กันจากการศึกษา พบว่า การจัดการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของระบบการบริหารโซ่อุปทานโดยมีเป้าหมายเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายของทั้งระบบให้ต่ำที่สุด และยังคงตอบสนองต่อระดับบริการที่ถูกค่าต้องการ การขาดการส่งเสริมและความร่วมมือซึ่งกันและกันในโซ่คุณค่าปาล์มน้ำมัน ดังนั้นในการยกระดับโซ่คุณค่าของปาล์มน้ำมัน จำเป็นต้องมีการพัฒนาการบริหารงานด้านโลจิสติกส์ อันได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์คือการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตปาล์มน้ำมัน 2) การยกระดับกระบวนการ โดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการกระบวนการต่าง ๆ ร่วมกับการวิจัยและพัฒนาควบคู่กันไป เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ปรับเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว และสภาวะเศรษฐกิจ เพื่อการอยู่รอดใน

การดำเนินชีวิต และยกระดับโซ่อุปทานปาล์มน้ำมัน โดยการรวมกลุ่มกัน ยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ให้มีการรวมกลุ่มกันที่เข้มแข็ง เพื่อให้เกิดเป็นการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ทั้งเรื่องการสื่อสาร ความรู้ต่าง ๆ เทคโนโลยี และงบประมาณ ส่งผลให้เกิดการยกระดับทั้งโซ่คุณค่า และเกิดเป็นการพัฒนาที่ต่อเนื่อง

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Glenday et al. (2015) กล่าวว่า พื้นที่การผลิตในกระบวนการต้นน้ำ สำหรับเกษตรกรรายย่อยรวมถึงประยุกต์ใช้หลัก Good Agricultural Practices และการใช้เทคโนโลยีในกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ สามารถส่งเสริมให้ธุรกิจนั้นมีต้นทุนการผลิตต่ำลง

เปรมจิต สัตนันท์ (2559) ได้ศึกษาการวิเคราะห์โซ่คุณค่าของปาล์มน้ำมัน จังหวัดชลบุรี ผลจากการศึกษาพบว่า การยกระดับกระบวนการ โดยการส่งเสริมเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ร่วมกับการวิจัยและพัฒนาเชื่อมต่อการขนส่งต้องมีความเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้สัดส่วนของต้นทุนโลจิสติกส์ในการขนส่งทางถนนจากแหล่งผลิตไปยังท่าทำการส่งออก และจากท่านำเข้าไปยังตลาดปลายทางต่ำลง อย่างไรก็ตาม ค่าขนส่งระหว่างประเทศที่ผ่านประเทศลาว เวียดนาม และประเทศจีนในอนาคตสามารถลดต้นทุนในส่วนนี้ได้ ซึ่งทำให้การขนส่งทางบกมีความได้เปรียบ เมื่อเทียบกับการขนส่งทางทะเล นอกจากนั้นการขนส่งทางบกยังมีความได้เปรียบเรื่องความรวดเร็ว จากการระยะเวลาการขนส่งลดลง ทำให้คุณภาพของสินค้าเมื่อถึงตลาดปลายทางดีขึ้น การปรับตัวของราคาขึ้นลงของตลาดหันต่อสถานการณ์ ซึ่งปัจจัยสำคัญที่จะสร้างกำไรให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกระดับ โดยเฉพาะเกษตรกร ดังนั้นการใช้กลยุทธ์ทางด้านโลจิสติกส์มีความสำคัญต่อการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันเป็นอย่างมาก ได้แก่ การใช้กลยุทธ์ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายประกอบด้วยการสร้างความสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง มีการกำหนดระดับการให้ความสำคัญซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ยังต้องมีการสื่อสารที่ดีพอ มีผลโดยตรงที่ทำให้องค์กรเกิดความฉับไวในการทำงาน และมีผลต่อความร่วมมือระหว่างองค์กร ประกอบด้วยการสร้าง ความเชื่อมโยงระหว่างองค์กร การปรับปรุงการทำงานร่วมกันต้องอาศัยการวางแผน การแบ่งปันผลประโยชน์ นอกจากนี้ยังต้องมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้าช่วยในการทำงานซึ่งประกอบด้วยการใช้เทคโนโลยี ในหน่วยงานต่างๆ ขององค์กร การพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ ในความสัมพันธ์ดังกล่าวพบว่าปัจจัยดังกล่าวนี้ส่งผลให้องค์กรเกิดความฉับไวในการทำงาน ประกอบด้วยความสามารถในการปรับเปลี่ยน ความยืดหยุ่น และความรวดเร็ว ซึ่งประเด็นดังกล่าวส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น ทั้งความได้เปรียบในด้านต้นทุนที่ลดลง ความได้เปรียบในด้านต้นทุนที่ตอบสนองที่รวดเร็ว ทำให้อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น ดังนั้นการพัฒนาองค์กรโดยการใช้กลยุทธ์ทางด้านโลจิสติกส์จึงมีความสำคัญมาก นับเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจ สิ่งที่เกิดขึ้นเมื่อมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน ให้เหมาะสมกับองค์กรนั้น อย่างไรก็ตามผลการวิเคราะห์สามารถชี้ให้เห็นว่าองค์กรจะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ พร้อมกับมีความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่งได้ ต้องมีการใช้ปัจจัยทางด้านโลจิสติกส์เข้ามาช่วยในการจัดการ

การสื่อสารที่ดีพอ มีผลโดยตรงที่ทำให้องค์กรเกิดความฉับไวในการทำงาน และมีผลต่อความร่วมมือระหว่างองค์กร ประกอบด้วยการสร้าง ความเชื่อมโยงระหว่างองค์กร การปรับปรุงการทำงานร่วมกันต้องอาศัยการวางแผน การแบ่งปันผลประโยชน์ นอกจากนี้ยังต้องมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้าช่วยในการทำงานซึ่งประกอบด้วยการใช้เทคโนโลยี ในหน่วยงานต่างๆ ขององค์กร การพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ ในความสัมพันธ์ดังกล่าวพบว่าปัจจัยดังกล่าวนี้ส่งผลให้องค์กรเกิดความฉับไวในการทำงาน ประกอบด้วยความสามารถในการปรับเปลี่ยน ความยืดหยุ่น และความรวดเร็ว ซึ่งประเด็นดังกล่าวส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น ทั้งความได้เปรียบในด้านต้นทุนที่ลดลง ความได้เปรียบในด้านต้นทุนที่ตอบสนองที่รวดเร็ว ทำให้อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น ดังนั้นการพัฒนาองค์กรโดยการใช้กลยุทธ์ทางด้านโลจิสติกส์จึงมีความสำคัญมาก นับเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจ สิ่งที่เกิดขึ้นเมื่อมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน ให้เหมาะสมกับองค์กรนั้น อย่างไรก็ตามผลการวิเคราะห์สามารถชี้ให้เห็นว่าองค์กรจะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ พร้อมกับมีความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่งได้ ต้องมีการใช้ปัจจัยทางด้านโลจิสติกส์เข้ามาช่วยในการจัดการ

โซ่อุปทานของลานเทปาล์มน้ำมัน ลานเทมีช่องทางการไหลที่คล้ายคลึงกัน โดยเริ่มต้นจากสวนปาล์มน้ำมันของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันผ่านการเก็บเกี่ยวจากเกษตรกรเองหรือมีการจ้างทีมรับจ้างเก็บเกี่ยวหรือเป็นทีมเก็บเกี่ยวของลานเท ส่งต่อไปยังลานเทปาล์มน้ำมันที่อยู่ในพื้นที่ และส่งต่อไปยังโรงสกัดที่อยู่ใกล้เคียงหรืออาจจะมีการส่งผ่านลานเทขนาดใหญ่เพื่อส่งต่อโรงสกัดปาล์มน้ำมันต่อไป การมีปริมาณลานเทที่เพิ่มมากขึ้นสะท้อนให้เห็นถึงปริมาณผลผลิตที่ไม่เพียงพอที่เกษตรกรจะคุ้มทุนในการไปส่งผลผลิตขายต่อยังโรงสกัดด้วยตัวเอง

และการที่ลานเหมืองการส่งขายต่อยังนอกพื้นที่สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการรองรับผลผลิตของโรงสกัดในพื้นที่ที่ไม่เพียงพอและปัญหาด้านอำนาจการต่อรองที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อภายในโซ่อุปทาน (บุญทร จันทร์กลับ, 2558)

ซึ่งสอดคล้องกับณรงค์ฤทธิ์ อุดลัญฐานานุศักดิ์ และลัดดา ธรรมวิทย์สกุล (2561) กล่าวว่า การปรับปรุงด้านระบบการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ นับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งกับการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย เพราะการที่ต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศไทยสูงมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากการที่การขนส่งสินค้าส่วนใหญ่ในประเทศไทยยังอาศัยการขนส่งทางถนน มิได้ใช้รูปแบบการขนส่งที่มีต้นทุนการขนส่งต่อหน่วยต่ำ และมีประสิทธิภาพการใช้เชื้อเพลิงสูง (เช่น การขนส่งทางรางและการขนส่งทางน้ำ) ในสัดส่วนที่มาก ดังนั้น หากภาครัฐสามารถดำเนินการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งประสิทธิภาพการให้บริการของการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ โดยเฉพาะการขนส่งทางราง ให้มีประสิทธิภาพที่ดีได้แล้ว จะเป็นประโยชน์ไม่เพียงแต่ในอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันเท่านั้น ยังจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมสินค้าส่งออกอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมาก รวมทั้งจะส่งผลถึงการลดต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศไทยได้อย่างมากอีกด้วย จตุพร สังขวรรณ (2557) กล่าวว่า การจัดการโลจิสติกส์ปัจจัยสำคัญที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้านของประสิทธิภาพการบริหารจัดการที่เป็นมาตรฐาน นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังมีความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า ควรพิจารณาการควบคุมต้นทุนค่าขนส่ง และการคิดอัตราค่าขนส่งอย่างมีหลักการโดยกำหนดโครงสร้างอัตราค่าขนส่งที่พิจารณาทั้งน้ำหนักบรรทุกและระยะทางการขนส่ง เพื่อให้เกิดความยุติธรรมระหว่างผู้ว่าจ้างและผู้ประกอบการขนส่ง

5. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

5.1 ควรศึกษาเพิ่มเติมโดยตัวแปรอิสระในการศึกษา เช่น ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งเป็นปัจจัยที่อาจจะส่งผลต่อการบริหารโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน

5.2 ควรศึกษาถึงความต้องการด้านอื่นๆ ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันเพื่อให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการจัดการในส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโซ่อุปทาน ได้แก่ การเพาะปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยว การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว การจัดการลานเทปาล์มน้ำมัน การขนส่ง เป็นต้น

6. เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2558). **สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี 2558**. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.
- จตุพร สังขวรรณ. (2557). **ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น
- ชญานันท์ เกิดพิทักษ์ และคณะ. (2552). **การเพิ่มความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันด้วยกลยุทธ์โลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน**. นำเสนองานวิจัยในงานการประชุมสัมมนาวิชาการด้าน การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ครั้งที่ 9 (ThaiVCM 2009). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณรงค์ฤทธิ์ อุดลัญฐานานุศักดิ์ และ ลัดดา ธรรมวิทย์สกุล. (2561). **อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย: ในบริบทใหม่ที่ท้าทาย**. ใน งานสัมมนาวิชาการเศรษฐกิจภาคใต้ ปี 2561 วันที่ 12 มิถุนายน 2561 ณ โรงแรมแก้วสมุยรีสอร์ท, สุราษฎร์ธานี.

บุญทวี จันทร์กลับ. (2558, มิถุนายน- 2559, พฤษภาคม). การศึกษาโซ่อุปทานของลาน
เทปาล์มน้ำมันในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง.
วารสารการขนส่งและโลจิสติกส์, (8), 12-20.

เปรมจิต สัตนันท์ (2559). การวิเคราะห์โซ่คุณค่าของ
ปาล์มน้ำมัน จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน,
มหาวิทยาลัยบูรพา

วารินทร์ เพชรสีช่วง. (2560, มิถุนายน). แนวโน้ม
ธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2560-62
อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน. ค้นเมื่อ 19
มิถุนายน 2562, จาก
https://www.krungsri.com/bank/getmedia/b0779e2e-ef70-43eb-91ff-ac5a98639968/IO_Oil_Palm_2017_TH.aspx

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ. (2559). แผนยุทธศาสตร์
การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของไทย ฉบับที่
2 (2556-2560). กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

Glenday, S., et al. (2015). Central kalimantan's
oil palm value chain : opportunities
for productivity, profitability and
sustainability gains. Indonesia : n.

การศึกษาปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1

THE STUDY OF PROBLEMS IN THE OPERATION OF STUDENT SUPPORT SYSTEM OF SCHOOLS
UNDER THE OFFICE OF PHRANAKHON SI AYUTTHAYA PRIMARY EDUCATIONAL SERVICE AREA 1

รุ่งนภา สุขสำแดง¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 และ 2) ศึกษาเปรียบเทียบปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 จำแนกตามอายุ ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานและขนาดของสถานศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 จำนวน 125 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.988 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบค่าที (t-test) และ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 ในด้านปัญหาการบริหารงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนทั้งหมด 5 ด้าน ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง 2) ผลการเปรียบเทียบปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนกับอายุ ตำแหน่ง ประสบการณ์ในการทำงาน และขนาดของสถานศึกษา ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ปัญหา การดำเนินงาน ระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน

Abstract

The purposes of this research were to 1) study the problems of the student support system of schools Under the Office of Phra Nakhon Si Ayutthaya Primary Educational Service Area 1; 2) compare the problems of the operation of the student support system of schools under the Office of Phra Nakhon Si Ayutthaya Primary Educational Service Area: classified by age, work experiences and institution sizes.

The sample group used in the research was school administrators under the Office of Phra Nakhon Si Ayutthaya Primary Educational Service Area 1 about 125 people obtained by simple random sampling. The instrument used in the research was 5 rating scale questionnaire with a reliability of 0.988. The statistics used for data analysis were mean, average, standard deviation and hypotheses tested by t-test and one-way ANOVA.

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

The research found that

1) The results of the study of problems in the operation of student support system of schools under the Office of Phra Nakhon Si Ayutthaya Primary Educational Service Area 1, in the aspects of the administration of the student support system were all in 5 aspects in general and in each aspect were at medium level.

2) The comparison of the results showed that the study of problems in the operation of student support system of schools under the Office of Phra Nakhon Si Ayutthaya Primary Educational Service Area 1, according to age, position, work experiences and the sizes of the schools, was not different in the overall and in each aspect.

Keywords: Problems, Operation, Student Support System of Schools

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ปัจจุบันการศึกษานับเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพัฒนาคนให้มีความเจริญงอกงาม ก้าวหน้าทั้งทางร่างกาย จิตใจ และอารมณ์สังคม วัฒนธรรม และสติปัญญา โรงเรียนหรือ สถานศึกษาจึงมีส่วนร่วมในบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบในการดูแลช่วยเหลืออบรมสั่งสอน ฝึกฝน จัดประสบการณ์เรียนรู้ที่เหมาะสม เพื่อให้นักเรียนได้เจริญเติบโตเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์แบบสามารถดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีคุณภาพตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ 2542 คือเป็นคนคิดเก่งและมีสุข ดังนั้นโรงเรียนหรือสถานศึกษา จึงต้องหาวิธีจัดกระบวนการทางการศึกษา เพื่อการพัฒนาผู้เรียนทุกด้าน นอกจากการจัดหลักสูตร พัฒนาการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริม ให้นักเรียนมีความรู้ความสามารถแล้วการป้องกันและการช่วยเหลือแก้ไขต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับ นักเรียน ก็เป็นสิ่งสำคัญ ประการหนึ่งในการพัฒนาในสภาพของสังคมยุคการสื่อสารไร้พรมแดน เราต้องยอมรับว่า มีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วมาก ในการดำเนินชีวิต การสื่อสารเทคโนโลยีต่างๆ ซึ่งนอกจากจะส่งผลทางความเจริญรุ่งเรืองแล้ว ยังมีผลกระทบก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ มากมาย เช่น ปัญหาครอบครัว ปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาการแข่งขันกัน ในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งปัญหายาเสพติดที่รุนแรง ปัญหาเหล่านี้ก่อให้เกิด

ความเครียด ความทุกข์ความวิตกกังวล มีการปรับตัวไม่เหมาะสม ซึ่งเป็นผลเสียต่อสุขภาพจิตและสุขภาพกายของทุกคนที่เกี่ยวข้องสุขา จันทน์เอม (2544, หน้า 15) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมวัยรุ่นไทย พบว่า พฤติกรรมที่ขัดต่อสังคมของเด็กไทยโดยทั่วไป คือ การลักเล็กขโมยน้อย การพูดเท็จ การหนี โรงเรียน การดื้ออ้อน การขัดขืนระเบียบ ข้อบังคับของโรงเรียน เช่น ดื่มสุรา สูบบุหรี่ การยกพวกเข้าตีหรือนัดกันไปชกต่อย ปัญหาเหล่านี้ ถ้าไม่ได้รับการป้องกัน และแก้ไขอย่างเหมาะสมอาจก่อให้เกิด ปัญหาที่รุนแรงในอนาคตได้ จากรายงานสถิติของ ก.ศ.จ. พบว่า ปัญหาของเยาวชนในโรงเรียน ร้อยละ 30 ของนักเรียน มีความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาสุขภาพจิตที่แสดงออกมาในลักษณะต่างๆ เช่น ปัญหาทางอารมณ์ มีอาการซึมเศร้า ท้อแท้ และหาทางออกด้วย การฆ่าตัวตาย ปัญหาดังกล่าวในการสำรวจข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนักเรียน พบข้อมูลนักเรียนมีปัญหาหลายประการเช่น ปัญหาครอบครัว บิดามารดาหย่าร้าง แยกกันอยู่ปัญหาด้าน เศรษฐกิจ บิดามารดาอยู่ต่างจังหวัด นักเรียนต้องอาศัยอยู่กับญาติพี่น้องหรืออยู่กันตามลำพัง สภาพเช่นนี้ทำให้นักเรียน มีความรู้สึกขาดความอบอุ่น มีผลกระทบต่อการเรียน มาโรงเรียนอย่างไม่มีความสุข ไม่มีสมาธิในการเรียน ขาดเรียนหนีเรียน ผลการเรียนตกต่ำ นักเรียนเหล่านี้ ถ้าถูกชักจูงไปในทางที่ไม่ดีเช่น การใช้สารเสพติด หรือไปเที่ยวเตร่ มั่วสุม

อาจคล้อยตามได้ง่ายจากปัญหาดังกล่าว โรงเรียนจึงต้องพยายามหาวิธีที่ จะช่วยเหลือ และป้องกันปัญหาต่างๆ เพื่อให้ให้นักเรียน เรียนอย่างมีความสุข ประสบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

สภาพปัจจุบันและปัญหาของการดำเนินงานระบบดูแลในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังกล่าว โรงเรียนจึงได้ดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือ นักเรียน ทางด้านการส่งเสริมในส่วนที่ดีของนักเรียน ด้านการป้องกันมิให้เกิดปัญหาหรือลูกเลว มากขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการบริหารจัดการระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน โดยเฉพาะระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 ทั้งนี้เพื่อ เป็นแนวทางในการนำไปปฏิบัติให้เกิดผลดีต่อโรงเรียนและเยาวชนของชาติต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 จำแนกตามอายุ ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานและขนาดของสถานศึกษา

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 จำนวน 125 คน

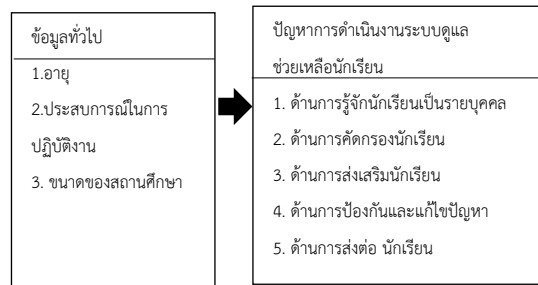
1.4 สมมติฐานการวิจัย

ผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 ที่มีอายุ ประสบการณ์ในการทำงาน และขนาดของสถานศึกษาที่ปฏิบัติงาน มีปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของสถานศึกษาแตกต่างกัน

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรคือผู้บริหารสถานศึกษาของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 จำนวน 181 โรงเรียนและจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการคำนวณของยามาเน่ (Yamane, 1967, p. 886) ที่ความเชื่อมั่น 95% มีจำนวนเท่ากับ 125 คน

2.2 เครื่องมือการวิจัย งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 แบบสอบถามปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 แบบของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ประยุกต์ตามแนวทางของลิเคิร์ต (Likert , 1967) ได้โดยแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach, 1970, p. 161) เท่ากับ 0.988

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำตามวัตถุประสงค์และอธิบายการตอบแบบสอบถามก่อนทุกครั้งที่จะให้ผู้ตอบทำการตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีทั้งการเก็บแบบสอบถามเสร็จภายในวันเดียวได้รับแบบสอบถามครบจำนวน 125 ชุด ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 100 โดยผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของ

แบบสอบถามทุกฉบับเพื่อนำไปจัดเตรียมข้อมูลและ
การวิเคราะห์ข้อมูล

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์
ข้อมูลโดยแยกตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้
1) ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 1 ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์
ค่าความถี่และร้อยละ 2) ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่
2 ผู้วิจัยใช้ การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standardize) โดยใช้เกณฑ์ของ
(บุญชม ศรีสะอาด 2542, หน้า 25)

3. สรุปผลการวิจัย

3.1 ข้อมูลส่วนสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 125
คน ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงมีอายุ 46 ปีขึ้นไปคิดเป็น
ร้อยละ 52.80 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงาน
น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.20 และเป็นขนาด
ของสถานศึกษาขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 79.20

**3.2 ระดับปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือ
นักเรียนของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1**

3.2.1 ด้านการรู้จักนักเรียนเป็นรายบุคคล
ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37)
เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ได้แก่
ครูที่ปรึกษาและผู้บริหารได้ดำเนินงานตามแผนปฏิบัติงาน
เกี่ยวกับการรู้จักนักเรียนเป็นรายบุคคล ($\bar{x} = 3.51$,
S.D. = 1.26) รองลงมาครูที่ปรึกษาและผู้บริหารได้นำ
ปัญหาอุปสรรคการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการรู้จักนักเรียนเป็น
รายบุคคลมาปรับปรุงแก้ไข ($\bar{x} = 3.48$, S.D. = 1.22)
และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความยุ่งยากในการออกเยี่ยม
บ้านนักเรียนของครูที่ปรึกษา ($\bar{x} = 3.03$, S.D. = 1.22)

3.2.2 ด้านการคัดกรองนักเรียน ในภาพรวมอยู่
ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39) เมื่อพิจารณา
รายละเอียดพบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ครูที่ปรึกษานำข้อมูล
พื้นฐานนักเรียนรายบุคคลมาวิเคราะห์เพื่อคัดกรอง

นักเรียนออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มปกติกลุ่มเสี่ยงหรือมี
ปัญหา ($\bar{x} = 3.50$, S.D. = 1.17) รองลงมาครูที่ปรึกษา
ได้นำผลการประเมินการคัดกรองนักเรียนมาปรับปรุงเพื่อ
พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ($\bar{x} = 3.46$, S.D. = 1.20) และข้อที่
มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือโรงเรียนได้แต่งตั้งคณะกรรมการ
ดำเนินงานด้านการคัดกรองนักเรียนออกเป็นกลุ่มปกติ
และกลุ่มเสี่ยงหรือมีปัญหา ($\bar{x} = 3.27$, S.D. = 1.20)

3.2.3 ด้านการส่งเสริมพัฒนานักเรียน ใน
ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40)
เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ครูที่
ปรึกษาได้จัดกิจกรรมโฮมรูมเพื่อส่งเสริมและพัฒนานักเรียน
ในชั้นเรียนอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{x} = 3.48$, S.D. = 1.30)
รองลงมาโรงเรียนได้จัดประชุมหรือวางแผนจัดกิจกรรม
ส่งเสริมและพัฒนานักเรียนกับผู้ปกครองนักเรียนอย่าง
น้อยภาคเรียนละ 1 ครั้ง ($\bar{x} = 3.44$, S.D. = 1.21) และ
ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือครูที่ปรึกษาได้สรุปผลและ
ประเมินผลกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนานักเรียนให้เป็น
ปัจจุบัน ($\bar{x} = 3.29$, S.D. = 1.28)

3.2.4 ด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหา ใน
ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31) เมื่อ
พิจารณารายละเอียดพบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ครูที่
ปรึกษาได้แผนการปฏิบัติงานการป้องกันและแก้ไขปัญห
นักเรียนมาปรับปรุงเพื่อให้ทันกับสถานการณ์ปัจจุบัน
($\bar{x} = 3.37$, S.D. = 1.26) รองลงโรงเรียนแต่งตั้ง
คณะกรรมการประกันคุณภาพภายในดูแลเรื่องการป้องกัน
และแก้ไขปัญหานักเรียน ($\bar{x} = 3.36$, S.D. = 1.31) และ
ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ครูที่ปรึกษาประเมินผลและแจ้ง
ให้ผู้ปกครองทราบเพื่อให้มีส่วนร่วมในการป้องกันและ
แก้ไขปัญหา ($\bar{x} = 3.22$, S.D. = 1.34)

3.2.5 ด้านด้านการส่งต่อนักเรียน ในภาพรวมอยู่
ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25) เมื่อพิจารณา
รายละเอียดพบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ครูที่ปรึกษา
ประสานงานกับผู้ปกครองอย่างเร่งด่วนเมื่อมีการส่งต่อ

นักเรียน ($\bar{x} = 3.40$, S.D. = 1.32) รองลงมาโรงเรียนติดตามผลการส่งต่อนักเรียนกับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อหาทางแก้ไขปัญหา ($\bar{x} = 3.37$, S.D. = 1.32) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือมีการประสานงานระหว่างครูที่ปรึกษากับครูที่ช่วยเหลือนักเรียนและบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการแก้ไขปัญหาเด็ก ($\bar{x} = 3.09$, S.D. = 1.34)

3.3 ผลการเปรียบเทียบ การศึกษาปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 จำแนกตามอายุ ประสบการณ์ในการทำงาน และขนาดของสถานศึกษา

3.3.1 การเปรียบเทียบปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 จำแนกตามอายุ พบว่าผู้บริหารสถานศึกษาที่มีอายุแตกต่างกัน มีปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของสถานศึกษาโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.3.2 การเปรียบเทียบปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 ตามประสบการณ์ ในการทำงานพบว่าผู้บริหารสถานศึกษาที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของสถานศึกษาโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.3.3 การเปรียบเทียบปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 ตามขนาดของสถานศึกษา พบว่าผู้บริหารสถานศึกษาที่มีขนาดของสถานศึกษาที่ปฏิบัติงานต่างกัน มีปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียนโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

4. อภิปรายผล

4.1.1 ด้านการรู้จักนักเรียนเป็นรายบุคคล ผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 มีความคิดเห็นว่าระดับการศึกษาปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับผลการวิจัยของเทพ พรหมรักษา (2552) ได้ทำวิจัย เรื่องสภาพและปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของพนักงานครูเทศบาลในโรงเรียนสังกัดกลุ่ม การศึกษาท้องถิ่นที่ 9 ผลการวิจัยพบว่าสภาพการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนของพนักงานครูเทศบาลในโรงเรียนสังกัดกลุ่มการศึกษาท้องถิ่นที่ 9 โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงค่าเฉลี่ยจากต่ำไปหาสูง คือขั้นเตรียมการและวางแผนดำเนินงาน ขั้นปฏิบัติตามแผน ขั้นกำกับ ติดตาม ประเมินและรายงาน ตามลำดับ และปัญหาการดำเนินงานระบบ การดูแลช่วยเหลือนักเรียนของพนักงานครูเทศบาลในโรงเรียนสังกัดกลุ่มการศึกษาท้องถิ่นที่ 9 โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดย เรียงค่าเฉลี่ยจากต่ำไปหาสูง คือขั้นเตรียมการและวางแผนดำเนินงาน ขั้นกำกับติดตามประเมินและรายงานขั้นปฏิบัติตามแผน ตามลำดับและสอดคล้องกับผลการวิจัยของสมพงษ์ แก้วอาจ (2547) ได้ทำวิจัย เรื่องการดำเนินงาน ระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียนที่จัดการศึกษาระดับมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาขอนแก่นเขต 1-5 ผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นของข้าราชการครูเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียนที่จัดการศึกษาระดับมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาขอนแก่นเขต 1-5 ตามองค์ประกอบระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน 5 ประการ คือ การรู้จักนักเรียนเป็นรายบุคคล การคัดกรองนักเรียน การส่งเสริมนักเรียน การป้องกัน และ

แก้ไขปัญา และการส่งต่อนักเรียน พบว่ามีสภาพการดำเนินงานอยู่ในระดับมากทั้งภาพรวม และรายด้านโดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมนักเรียน รองลงมาคือ ด้านการคัดกรองนักเรียนและด้านที่ข้าราชการครูมีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งต่อนักเรียน

4.1.2 ด้านการคัดกรองนักเรียน ผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 มีความคิดเห็นว่า ระดับการศึกษาปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง สอดคล้องกับผลการวิจัยของสุเทพ พรหมรักษา (2552) ได้ทำวิจัย เรื่อง สภาพและปัญหาการ ดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของพนักงานครูเทศบาลในโรงเรียนสังกัดกลุ่มการศึกษา ท้องถิ่นที่ 9 ผลการวิจัยพบว่าปัญหาการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน ของพนักงาน ครูเทศบาลใน โรงเรียนสังกัดกลุ่มการศึกษา ท้องถิ่นที่ 9 โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงค่าเฉลี่ยจากต่ำไปหาสูง คือ ข้นเตรียมการและวางแผนดำเนินงาน ข้นกำกับติดตามประเมิน และรายงาน ข้นปฏิบัติตามแผน ตามลำดับ สอดคล้องกับผลการวิจัยของวิจิต รุ่งศรีทอง (2545) ได้ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาสภาพและปัญหาการบริหารและการดำเนินงานระบบการ ดูแลช่วยเหลือนักเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อสภาพการบริหาร และการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนครราชสีมาโดย ภาพรวมมีการดำเนินงานอยู่ในระดับ ปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน ระดับปานกลาง โดยการป้องกันและแก้ไขปัญหามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ การบริหารจัดการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ย ต่ำสุดคือ การส่งต่อ ตามลำดับ สอดคล้องกับผลการวิจัยของนฤมล จามรี (2546) ได้ทำวิจัย เรื่องการพัฒนากระบวนการดูแลช่วยเหลือนักเรียนเพื่อการ

แก้ไข พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนโรงเรียนเมือง เชียงราย จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า สภาพการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน จากการสอบถาม ผู้บริหาร ครูที่ปรึกษา ผู้แทนนักเรียนและผู้แทนผู้ปกครอง สรุปได้ว่า โรงเรียนมีการบริหารจัดการ และการดำเนินงานตามระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน เพื่อแก้ไขพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนมีการปฏิบัติ ปานกลาง และสอดคล้องกับผลการวิจัยของกาดำปี สามะเต๊ะ (2556) ได้ทำวิจัยเรื่อง การดำเนินงานตามระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนในโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามจังหวัดยะลาผลการวิจัยพบว่า ระดับการดำเนินงานตามระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนในโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามจังหวัดยะลา โดยภาพรวมและรายข้ออยู่ใน ระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงาน สูงสุด 3 อันดับ แรก คือ มีการคัดกรองนักเรียนเป็นกลุ่มปกติ กลุ่มเสี่ยง กลุ่มมีปัญหาเป็นห้องเรียน ข้อมูลการคัดกรองนักเรียนถือเป็นความลับ ไม่ให้นักเรียนรู้ว่าตนจัดอยู่ในกลุ่มใด และมีการวางแผนการคัดกรอง นักเรียนระดับปานกลาง

4.1.3 ด้านการส่งเสริมและพัฒนานักเรียน ผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 มีความคิดเห็นว่า ระดับการศึกษาปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับผลการวิจัยของวิจิต รุ่งศรีทอง (2545) ได้ทำวิจัยเรื่องการศึกษาสภาพและปัญหาการบริหารและการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อสภาพการบริหารและการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัด กรมสามัญศึกษา จังหวัดนครราชสีมาโดยภาพรวม มีการดำเนินงานอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็น

รายด้านมีการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน ระดับปานกลาง โดยการป้องกัน และแก้ไขปัญหามีค่าเฉลี่ยสูงสุดรองลงมาคือ การบริหารจัดการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การส่งต่อ ตามลำดับสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นฤมล จามรี(2546) ได้ทำวิจัยเรื่องการพัฒนากระบวนการดูแลช่วยเหลือนักเรียนเพื่อการแก้ไขพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนโรงเรียนเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า สภาพการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนากระบวนการดูแลช่วยเหลือนักเรียน จากการสอบถามผู้บริหารครูที่ปรึกษา ผู้แทนนักเรียนและผู้แทนผู้ปกครอง สรุปได้ว่า โรงเรียนมีการบริหารจัดการ และการดำเนินงานตามระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน เพื่อ แก้ไขพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนมีการปฏิบัติปานกลาง และสอดคล้องกับผลการวิจัยของกาดาศิ สามะเต๊ะ (2556) ได้ทำวิจัยเรื่อง การดำเนินงานตามระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนในโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามจังหวัดยะลา ผลการวิจัยพบว่า ระดับการดำเนินงานตามระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนในโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามจังหวัดยะลา โดยภาพรวมและรายข้ออยู่ใน ระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานสูงสุด 3 อันดับ แรก คือ ผู้ปกครองให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมของทางโรงเรียน มีการวางแผนการจัด กิจกรรมโฮมรูมและการจัดประชุมผู้ปกครองนักเรียน มีการวางแผนโครงการ/กิจกรรมที่ส่งเสริม และพัฒนานักเรียนที่ครอบคลุมนักเรียนทุกกลุ่ม และมีการจัดกิจกรรมอบรมคุณธรรมจริยธรรม ประจำสัปดาห์ของนักเรียนมีการปฏิบัติปานกลาง

4.1.4 ด้านการป้องกัน ช่วยเหลือและแก้ไข ผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 มีความคิดเห็นว่า ระดับการศึกษาปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือของนักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับปานกลาง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุเทพ พรหมรักษา (2552) ได้ทำวิจัย เรื่องสภาพและ ปัญหา

การดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของพนักงานครูเทศบาลในโรงเรียนสังกัดกลุ่ม การศึกษาท้องถิ่นที่ 9 ผลการวิจัยพบว่าปัญหาการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนของพนักงานครูเทศบาลใน โรงเรียนสังกัดกลุ่มการศึกษาท้องถิ่นที่9 โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดย เรียงค่าเฉลี่ยจากต่ำไปหาสูงคือขั้นเตรียมการและวางแผนดำเนินงาน ขั้นกำกับติดตามประเมินและ รายงาน ขั้นปฏิบัติตามแผน ตามลำดับ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นฤมล จามรี (2546) ได้ทำวิจัยเรื่องการพัฒนากระบวนการดูแลช่วยเหลือนักเรียนเพื่อการแก้ไข พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนโรงเรียนเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า สภาพการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนากระบวนการดูแลช่วยเหลือนักเรียน จากการสอบถาม ผู้บริหาร ครูที่ปรึกษา ผู้แทนนักเรียนและผู้แทนผู้ปกครอง สรุปได้ว่า โรงเรียนมีการบริหารจัดการและการดำเนินงานตามระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน เพื่อแก้ไขพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนมีการปฏิบัติปานกลาง

4.1.5 ด้านการส่งต่อนักเรียน ผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 มีความคิดเห็นว่า ระดับการศึกษาปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับผลการวิจัยของสุเทพ พรหมรักษา (2552) ได้ทำวิจัย เรื่อง สภาพและปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของพนักงานครูเทศบาลในโรงเรียนสังกัดกลุ่มการศึกษา ท้องถิ่นที่ 9 ผลการวิจัยพบว่าปัญหาการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน ของพนักงาน ครูเทศบาลในโรงเรียนสังกัดกลุ่มการศึกษาท้องถิ่นที่ 9 โดยภาพรวมอยู่ในระดับปาน กลางเมื่อ พิจารณาเป็นรายด้านโดย เรียงค่าเฉลี่ยจากต่ำไปหาสูง คือขั้นเตรียมการและวางแผนดำเนินงาน ขั้น กำกับติดตามประเมินและ รายงาน ขั้นปฏิบัติตามแผน ตามลำดับ สอดคล้องกับผลการวิจัย ของนฤมล จามรี (2546) ได้ทำวิจัยเรื่องการพัฒนา

พัฒนาระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนเพื่อการแก้ไขพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนโรงเรียนเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า สภาพการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน จากการสอบถาม ผู้บริหาร ครูที่ปรึกษา ผู้แทนนักเรียนและผู้แทนผู้ปกครอง สรุปได้ว่า โรงเรียนมีการบริหารจัดการ และการดำเนินงานตามระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน เพื่อแก้ไขพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนมีการปฏิบัติปานกลาง

4.2 ผลการเปรียบเทียบการศึกษาปัญหาการบริหารงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 จำแนกตาม อายุ ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานและขนาดของสถานศึกษา ดังนี้

4.2.1 ผลการเปรียบเทียบการศึกษาปัญหาการบริหารงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 จำแนกตาม อายุ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านการส่งต่อนักเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 เมื่อพิจารณาพบว่าอายุของผู้บริหารสถานศึกษามีผลต่อการบริหารงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนสอดคล้องกับงานวิจัยของลัดดาวัลย์ เพชรจันทร์ (2559) ปัญหาและแนวทางพัฒนาระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของครูโรงเรียนบ้านปลวกแดง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 จำแนกตามอายุ ประสบการณ์การทำงานโดย รวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริหารสถานศึกษาที่มีอายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไปจะมีปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนมากกว่าผู้บริหารสถานศึกษาที่มีอายุต่ำกว่า 45 ปีในด้านการส่งต่อนักเรียน

4.2.2 ผลการเปรียบเทียบการศึกษาปัญหาการบริหารงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 จำแนกตามประสบการณ์ในการ

ปฏิบัติงาน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 เมื่อพิจารณาพบว่าประสบการณ์ในการปฏิบัติงานมีผลต่อการบริหารงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนสอดคล้องกับงานวิจัยของลัดดาวัลย์ เพชรจันทร์ (2559) ปัญหาและแนวทางพัฒนาระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของครูโรงเรียนบ้านปลวกแดง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 จำแนกตามประสบการณ์การทำงานโดย รวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านการส่งต่อนักเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจเป็นเพราะว่าครู ที่ปรึกษาที่มีประสบการณ์การทำงานที่ต่างกัน หรือครูที่ปรึกษาที่มีประสบการณ์ในการทำงาน ต่ำกว่า 10 ปี มีปัญหาในการดำเนินงานตามระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนมากกว่าครูที่ปรึกษา ที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป ทั้งนี้เนื่องมาจากระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน เป็นระบบที่ใช้กันมาพอสมควรแล้วครูทุกคนมีโอกาสเท่ากันที่จะได้รับความรู้ความเข้าใจทักษะที่ใช้ในการปฏิบัติงานมีโอกาสร่วมกิจกรรมอบรม สัมมนา ประชุมเชิงปฏิบัติการ และการศึกษาดูงานทำให้การดำเนินงานไม่แตกต่างกัน อีกทั้งนักเรียนในระดับประถมศึกษามีลักษณะที่คล้ายกัน คือ เป็นวัยรุ่นที่ซุกซน แต่ยังเชื่อฟังคำกล่าวตักเตือนของครู ส่วนครูที่มีประสบการณ์น้อย ยังไม่มีประสบการณ์ในการดำเนินงานยังขาดความรู้ความเข้าใจในกระบวนการการดำเนินงานตามระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน ประกอบกับเอกสารในการจัดทำระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน ในด้านต่างๆ ยุ่งยากและซับซ้อนมากจึงทำให้ครูที่มีประสบการณ์ต่ำกว่า 10 ปี ยังดำเนินการไม่ถูกต้อง ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริหารสถานศึกษาที่มีประสบการณ์การทำงานที่ต่างกัน มีประสบการณ์ในการทำงาน ต่ำกว่า 5 ปี จะมีปัญหาในการดำเนินงานตามระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนมากกว่าครูที่ปรึกษา ที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 5-10 ปีขึ้นไป

4.2.3 ผลการเปรียบเทียบการศึกษาปัญหาการบริหารงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา

พระนครศรีอยุธยาเขต 1 จำแนกตามขนาดสถานศึกษาในการปฏิบัติงานโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 เมื่อพิจารณาพบว่าขนาดสถานศึกษาไม่มีผลในการปฏิบัติงานมีผลต่อการบริหารงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุเทพ พรหมรักษา (2552) ได้ทำวิจัย เรื่อง สภาพและปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของพนักงานครูเทศบาลในโรงเรียนสังกัดกลุ่มการศึกษาท้องถิ่นที่ 9 ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาเปรียบเทียบกับสภาพการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนของ พนักงานครูเทศบาล ในโรงเรียนสังกัดกลุ่ม การศึกษาที่ 9 จำแนกตามขนาดของโรงเรียนโดย ภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากขนาดของสถานศึกษาไม่ว่าจะมีขนาดสถานศึกษาที่เล็กหรือขนาดสถานศึกษาที่ใหญ่ไม่มีผลต่อการการดำเนินงานบริหารงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน

5. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์และเพื่อเป็นแนวทางการศึกษาเรื่องอื่น ๆ ที่สอดคล้องกับการศึกษานี้ในโอกาสต่อไป ดังนี้

5.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

5.1.1 การศึกษาปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลางด้านที่มีระดับการปฏิบัติต่ำที่สุดคือการส่งต่อนักเรียน ดังนั้นควรมีการประสานงานระหว่างครูที่ปรึกษากับครูที่ช่วยเหลือนักเรียนและบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการแก้ไขปัญหาให้นักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

5.1.2 การศึกษาปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 จำแนกตามอายุ ประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ไม่แตกต่างกัน และขนาดของสถานศึกษาไม่แตกต่าง

กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นราย ด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกัน

5.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

5.2.1 ควรมีการศึกษาสภาพและปัญหาในการปฏิบัติงานของครูที่ปรึกษาในการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน โดยใช้หลักของการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงระบบบริการให้ คำปรึกษาให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่นักเรียน

5.2.2 ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของครูที่ปรึกษาในการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน เช่น บุคลิกภาพ และทัศนคติของครูที่ ปรึกษา ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ปัจจัยสนับสนุนการทำงานได้แก่ งบประมาณ วัสดุ อุปกรณ์ การให้ขวัญและกำลังใจในรูปแบบของความดีความชอบ การประสานงานและการ สื่อสารที่ชัดเจน และมีการส่งเสริมในปัจจัยเหล่านั้น เพื่อให้ครูที่ปรึกษาปฏิบัติงานตามบทบาทในการดูแลช่วยเหลือนักเรียนในระดับมากขึ้นต่อไป

5.2.3 ควรมีการศึกษาในเรื่องเดียวกันในเขตพื้นที่อื่นๆ หรือในระดับการศึกษาอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบกับสภาพและปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานศึกษาชั้นพื้นฐาน

5.2.4 ควรมีการศึกษาและพัฒนารูปแบบการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนใน สถานศึกษาชั้นพื้นฐานให้เหมาะสมกับขนาดและ บริบทของสถานศึกษา

6. เอกสารอ้างอิง

กาตาพี สามะเต๊ะ. (2556).การดำเนินงานตามระบบ

การดูแลช่วยเหลือนักเรียนในโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามจังหวัดยะลา.

วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารและการจัดการการศึกษาอิสลาม, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

- นฤมล จามรี. (2546). การพัฒนาระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนเพื่อการแก้ไข พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนโรงเรียนเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย .วิทยานิพนธ์หลักสูตร ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, สถาบันราชภัฏเชียงราย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2542). **วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ลัดดาวัลย์ เพชรจันทร์. (2559). ปัญหาและแนวทางการพัฒนาระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของครูโรงเรียนบ้านปลวกแดง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาระยอง เขต 1 . วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วิจิต รุ่งศรีทอง. (2545). **การศึกษาสภาพและปัญหาการบริหารและการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- สมพงษ์ แก้วอาจ. (2547). **การดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียนที่จัดการศึกษาระดับมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาขอนแก่นเขต 1-59**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- สุชา จันทน์เอม. (2544). **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- สุเทพ พรหมรักษา. (2552). **สภาพและปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของพนักงานครูเทศบาลในโรงเรียนสังกัดกลุ่ม การศึกษาท้องถิ่นที่ 9**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- Likert, R. (1967). The Method of Constructing and Attitude scale. In Fishbein, M. (Ed.). **Attitude Theory and Measurement**. New York : Wiley & Son.
- Cohen , J. and Uphoff, N. (1980). Participation's Place in Rural Development : seeking Clarity through specificity. **word Development**, 8(3), 213-235. Retrieved from [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(80\)90011-X](https://doi.org/10.1016/0305-750X(80)90011-X)

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา วัดในพื้นที่ฝั่งธนบุรี

The Approaches to Manage Buddhist Tourism: Temples in the Thonburi Area

มนชนก จุลสิกข์¹

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งหวังให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ต่าง ๆ อันส่งผลเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและจิตใจเป็นสำคัญ และยังเป็นการสนใจในการแสวงบุญในมิติทางศาสนาและความเชื่อ วัดในพื้นที่ฝั่งธนบุรีมีประวัติความเป็นมาที่เก่าแก่และมีความสวยงาม ตลอดจนคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัดบางแห่งมีความเหมาะสมจากสภาพแวดล้อม ทำเลตั้งอยู่ริมคลองและความศักดิ์สิทธิ์ของครูอาจารย์ตั้งแต่อดีต แต่หลาย ๆ วัดยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากนัก เช่น วัดกำแพงบางจาก วัดท่าพระ วัดสังข์กระจายวรวิหาร วัดโพธิ์นิมิต สติมหาสมาธิาราม วัดราชโอรสารามราชวรวิหาร วัดทองศาลางาม วัดวราฆาตยภณทสธาราม (วัดขุนจันทร์) และ วัดนาคปรก ซึ่งเป็นวัดที่มีศักยภาพด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในพื้นที่ของวัดดังกล่าวทั้ง 4 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย และด้านการสนับสนุน ถือเป็นการส่งเสริมให้แต่ละวัดมีศักยภาพและเพื่อเป็นการสืบทอดประเพณี วัฒนธรรมในพื้นที่ และที่สำคัญคือเป็นแนวทางการปรับปรุง พัฒนา และประชาสัมพันธ์วัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ : การจัดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา การจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัด ธนบุรี

Abstract

Buddhist tourism is a type of tourism aimed for tourists to obtain various experiences which most importantly improves the quality of life and mind, and is also a motivation to pilgrimage under the aspects of religions and beliefs. Temples in the Thonburi area have archaic origins and beauty besides their historic values. Some are appropriate due to the environment, with the locations being waterside, as well as the sanctity of deities since ancient times. Nevertheless, numerous temples are still considerably unknown to tourists, i.e., Wat Kamphangbangchak, Wat Tha Phra, Wat Sangagai Worawiharn, Wat Phonimit Satitmahasimaram, Wat Ratcha Orasaram Ratchoworawiharn, Wat Thong Sala Ngam, Wat Waramattaya Pantasararam (Wat Khunchan) , and Wat Nakprok. These aforementioned temples have the potential of Buddhist tourism promotion in each of the four

¹ สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา E-mail : Manachanok.j@BSRU.ac.th

elements: incentives, access to tourist attractions, safety, and promotion. All of this is for the purposes of effectively inheriting the tradition and culture, being renowned in their local areas, and becoming the method to improve, develop and publicize the temples into Buddhist tourist attractions in the future.

Keywords: Tourism Management, Buddhist Tourism, Religious Tourism Management, Temples, Thonburi

1. บทนำ

นับจากอดีตพุทธศาสนาเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดวิถีชีวิตของชาวไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นแหล่งที่รวบรวมงานศิลป์ วิทยาการและความรู้มากมายหลายสาขาลดลงจนเป็นแหล่งรวมของศิลปกรรมที่มีค่า เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุและจิตรกรรมฝาผนัง ซึ่งงานศิลปกรรมต่าง ๆ เหล่านี้นับเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่าและเป็นเสมือนเอกลักษณ์ของความเป็นชาติไทยด้วยศิลปวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นอารยธรรมและความเจริญของชาติอันเป็นแหล่งรวมที่สามารถศึกษาย้อนกลับได้ในด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม รวมทั้งการเชื่อมโยงความเป็นมาของวัฒนธรรมกับชุมชนและการตั้งถิ่นฐานของชุมชน

ปัจจุบันวัดหรือศาสนสถาน ได้กลายเป็นอีกหนึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้คนต่างให้ความสนใจเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และเป็นเหตุให้วัดหรือศาสนสถานบางแห่งได้ปรับบทบาทใหม่เพิ่ม จากเดิมที่เคยจำกัดไว้สำหรับเป็นสถานที่ปฏิบัติกิจของสงฆ์และศาสนพิธีของชาวบ้าน หรือเป็นสถานที่ใช้ประโยชน์ร่วมกันของผู้คนในชุมชนที่แต่ละวัดนั้นตั้งอยู่กระทั่งกลายมาเป็นสถานที่รองรับนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างถิ่น มีสาเหตุมาจากการที่วัดได้ขยายบทบาทโดยอาศัยคุณสมบัติของศาสนสถานเป็นแรงจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว ซึ่งการปรับแต่งบทบาทของวัดในมิติของการท่องเที่ยวโดยไม่สูญเสียสภาพเดิม (กรรณิกา คำดี, 2558, หน้า 175-191)

นอกจากนี้ กรมการศาสนา ได้มีแนวทางการดำเนินงานในโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางแสวงบุญในมิติทางศาสนาปี พ.ศ. 2558 โดยสนับสนุนให้นำทุนทางวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น มาเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวซึ่งบางแห่งก็เป็นมรดกของชุมชน ประกอบกับประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของพระพุทธศาสนามีวัดเป็นศูนย์กลางของสังคม (กรมการศาสนา, 2558) การผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและศิลปวัฒนธรรมจึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีมิติของการพัฒนาจิตใจควบคู่ไปพร้อมกับส่งเสริมความเป็นไทยทั้งยังเป็นการสืบสานศาสนาและศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของไทยให้เป็นสิ่งที่ดำรงอยู่คู่ประเทศชาติ ภายใต้โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน เพื่อเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาที่เป็นต้นแบบเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวไปทุกภูมิภาคทั่วประเทศ (เบญจวรรณ บวรกุลภา, 2557)

กรมศาสนา ในสังกัดกระทรวงวัฒนธรรม จึงมีนโยบายส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนของสังคม ทั้งภาครัฐและเอกชนตระหนักถึงความสำคัญและเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการจัดโครงการท่องเที่ยวแนวศาสนาให้มากขึ้นเพื่อกระตุ้นให้เกิดความรัก ความศรัทธาต่อพุทธศาสนา ทั้งยังมุ่งหวังให้เกิดการพัฒนาและจัดระบบ การท่องเที่ยวภายในวัด หรือศาสนสถานให้เหมาะสมและมีการบริการที่ดีสามารถสร้างความเลื่อมใสศรัทธา ให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศได้ในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญที่ได้มาตรฐาน เป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยวทั้งระดับประเทศและระดับโลกบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและ

ของชุมชนท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมต่อการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนา (กรมการศาสนา, 2558)

ดังจะเห็นได้ว่า กรมการศาสนา เล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะสนับสนุนการท่องเที่ยวสัมพันธ์กับศาสนา เพื่อให้วัดต่าง ๆ ในเส้นทางแสวงบุญเป็นสิ่งเชื่อมโยงศาสนากับนักท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน โดยให้วัดเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้ซึมซับเอาคุณค่าทางศิลปะและวัฒนธรรมอันดีของวิถีชีวิตแบบไทยไปสู่การยกระดับสังคมที่มีคุณภาพ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนามีส่วนช่วยกระตุ้นให้ผู้คนในชุมชนเกิดจิตสำนึกถึงความรับผิดชอบดูแลและส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวเองก็จะมีจิตผูกพันกับศาสนาผ่านความประทับใจที่ได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ อารีย์ นัยพินิจ, จิรัชฌา มณี เนตร, ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และ ภัทรพงษ์ เกริกสกุล (2556, หน้า 31-40) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยววัด พบว่านักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาในเทศกาลและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา จะมุ่งเน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเจริญจิต อาทิจการตักบาตรถวายทาน เวียนเทียนในวันสำคัญต่าง ๆ ทางศาสนา ทำให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่นอกจากจะได้รับความเพลิดเพลินกับภูมิทัศน์จากวัดที่เป็นแหล่งเอื้อต่อการท่องเที่ยวแล้ว ยังได้ตระหนักถึงการเรียนรู้และเห็นคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมต่าง ๆ ของท้องถิ่น นั้น ๆ ซึ่งเป็นความคาดหวัง เป็นความเชื่อ เป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่คาดการณ์ล่วงหน้าต่อบางสิ่ง บางอย่างว่าควรจะเป็น หรือควรเกิดขึ้น

วัดในพื้นที่ฝั่งธนบุรีมีประวัติความเป็นมาเก่าแก่ และมีความสวยงาม ตลอดจนคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัดบางแห่งมีความเหมาะสมจากสภาพแวดล้อม ทำเลตั้งอยู่ริมคลองและความศักดิ์สิทธิ์ของครูอาจารย์ตั้งแต่อดีตแต่หลาย ๆ วัดยังไม่เป็นที่รู้จักนักท่องเที่ยวมากนัก เช่น วัดกำแพง บางจาก วัดท่าพระ วัดสังข์กระจาย วัดโพธิ์นิมิต สลิตมหาสิมาราม วัดราชโอรสารามราชวรวิหาร วัดทองศาลางาม วัดวราฆาตยภณชสาราม (วัดขุนจันทร์)

และวัดนาครปรก ซึ่งเป็นวัดที่มีศักยภาพด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยว เป็นวัดที่อยู่ไม่ไกลจากกัน และเป็นวัดชุมชนที่มีชื่อเสียงแต่ละด้านแตกต่างกัน ซึ่งเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และยังเป็นการสร้างศรัทธาแก่พุทธศาสนิกชนในการเข้าวัดและการทำบุญ การหาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา วัดในเขตฝั่งธนบุรี จะทำให้ได้ข้อมูลซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาต่อไป

2. เนื้อหา

2.1 การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาคืออะไร

วัดเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีโอกาสดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก เกิดจากการที่ตัวของวัดเอง มีลักษณะทางสถาปัตยกรรม ศิลปกรรม หรือความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ และโบราณคดี ที่น่าสนใจ หรือวัดอาจอยู่ในพื้นที่ซึ่งมีทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เป็นตัวดึงดูดทำให้วัดเป็นผลพลอยได้จากทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ การท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาเป็นพฤติกรรมอีกประเภทหนึ่งที่กระแสวิงในปัจจุบัณ ต้องการเนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาเป็นการเดินทางที่นักท่องเที่ยวปฏิบัติตนให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมของสังคมไทย ดังนั้นพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จึงควรได้รับการส่งเสริมให้มีมูลค่าตลาดเพิ่มขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ

การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนามาจากคำว่า Bhuddhist Tourism ซึ่งสามารถสรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาได้คือเป็นการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรมประเพณี เป็นการสืบทอดอายุพระพุทธศาสนา และเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มพูนคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และป็นผลประโยชน์ต่าง ๆ กลับสู่ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งชุมชนต่าง ๆ ที่วัดตั้งอยู่ ทำให้เกิดธุรกิจข้างเคียง เช่น ร้านค้าขายของขายอาหารปลา ตลอดจนขายสินค้าผลิตภัณฑ์พื้นเมืองในท้องถิ่น เป็นต้น (ธนิต บุรุษพิทยสกุล, 2558)

ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาจึงมีจุดมุ่งหมาย เพื่อให้เกิดรายได้แก่ชุมชนและเป็นการสืบทอดพระพุทธศาสนา โดยการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวทั้ง ชาวไทยและต่างชาติมาท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวประเภทวัดมากขึ้น

2.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา

จากความหมายของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาที่กล่าวในข้างต้น สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญต่อทั้งสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ กรมการศาสนา (2558) จึงได้มีการกล่าวถึงประโยชน์และคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา สรุปได้ดังนี้คือ

1. เป็นการใช้จ่ายเงินทางสังคมที่มีอยู่ในสังคมให้เกิดประโยชน์ต่อคนในชุมชน ทำให้วัดและศาสนสถานเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชีวิต และมีศักยภาพ

2. เป็นการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยให้เกิดทางเลือกตามรสนิยมใหม่ที่นักท่องเที่ยวต้องการความสุขทั้งทางกายและใจไปพร้อมกัน

3. ได้มีระบบการบริหารจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาต้นแบบที่มีประสิทธิภาพรองรับความต้องการของการท่องเที่ยวเชิงธรรมะของสังคม

4. เกิดการบูรณาการความร่วมมือและส่งเสริมสนับสนุนบทบาทภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนให้มีส่วนร่วมในการสืบสานสร้างสรรค์ต่อยอดการพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติทางศาสนา

5. วัดและชุมชนมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาอย่างเป็นระบบ

6. ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาเป็นที่รู้จักไปทั่วประเทศและทั่วโลก

7. ทำให้วัดให้มีบทบาทต่อการท่องเที่ยว ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ทางตรง คือ เพื่อบริการนักท่องเที่ยว และเกิดประโยชน์ทางอ้อม คือ เพื่อบริการชุมชน

8. เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ซึ่งเป็นพื้นฐานที่ศาสนิกชนต้องการ และเป็นการสร้างความเข้าใจ อันดีและสัมพันธ์ภาพระหว่างมนุษยชาติ

ดังจะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาทำให้เกิดประโยชน์และคุณค่าต่อนักท่องเที่ยว คือ ได้ประกอบศาสนกิจที่มีคุณค่าต่อตนเองและสังคม ได้พบบุคคลต้นแบบที่ดีงาม ได้พบบัณฑิตผู้มีความรู้ทางธรรม ได้บูชาคนที่ควรบูชา ได้ฝึกจิตให้มั่นคง ทำให้จิตไม่เศร้าโศกไม่มัวหมอง มีจิตที่อ้อมเอิบ ผ่องใส สามารถเข้าถึงพระนิพพาน ได้พบความสุขที่แท้จริงได้ฝึกวินัยในตัวเอง ให้รู้จักระวังตัว ควบคุมตัว พัฒนาคุณภาพชีวิต ได้สร้างรอยยิ้มให้เพื่อนมนุษย์ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวแสวงบุญที่พบแต่สิ่งสวยงามของวัดหรือ ศาสนสถาน พบธรรมะที่บริสุทธิ์และยังได้ช่วยสร้างรอยยิ้มจากการกระจายรายได้ไปสู่ชาวบ้านในพื้นที่ต่าง ๆ ตามกำลังซื้อของผู้แสวงบุญ ได้สัมผัสวิถีแห่งบุญ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เชื่อมความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน รวมทั้งเป็นกิจกรรมที่สร้างขวัญและกำลังใจ จากความเชื่อ ความศรัทธาที่มีต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในวัดนั้น ๆ และเป็น การเปิดโลกทัศน์ทำให้นักท่องเที่ยวหรือผู้แสวงบุญมีทัศนคติที่ดี รวมทั้งได้ผ่อนคลายความเครียดเกิดความสนุกสนาน เป็นการพักผ่อนทั้งทางร่างกายและจิตใจ ทำให้มีความสุขทางใจ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา

ในการบริหารจัดการที่ทำให้วัดในเขตธนบุรีที่มีศักยภาพเพียงพอในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา จึงควรต้องมีการบริหารจัดการกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาอย่างถูกต้อง โดยอารีย์ นัยพินิจ และคณะ (2559) ได้ให้แนวคิดด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาอันประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ ที่จะสามารถนำมาปรับใช้กับวัดในพื้นที่เขตธนบุรี ได้ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ คือ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ให้ความรู้สึกทางจิตใจในด้านบวก และมีสิ่งดึงดูดใจในด้านต่าง ๆ เช่น ความสวยงาม

ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านเอกลักษณ์และคุณค่าทางศาสนา ด้านเอกลักษณ์และคุณค่าทางศาสนา

2. องค์ประกอบด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การเดินทางมาจากสถานที่อื่น ๆ มายังวัดในพื้นที่ ผังธนบุรี มีความสะดวก ไม่ว่าจะเดินทางมาด้วยรถส่วนตัว หรือเดินทางด้วยรถประจำทาง มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน สามารถเดินทางมาได้ง่าย และถนนในการสัญจรเรียบ ไม่ขรุขระ และมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ของวัดให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้

3. องค์ประกอบด้านความปลอดภัย ได้แก่ เป็นสถานที่ที่คนในชุมชนดูแล มีความปลอดภัย คนในชุมชน ช่วยกันเป็นหูเป็นตาทางวัดมีมาตรการเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยในด้านต่าง ๆ เช่น ความปลอดภัยในการใช้รถ ความปลอดภัยในการใช้เส้นทางในการเดินทาง ความปลอดภัยในการให้บริการ ความพร้อมของอุปกรณ์ ป้องกันอัคคีภัยในแหล่งท่องเที่ยว ความสะอาดของอาหาร และเครื่องดื่ม

4. องค์ประกอบด้านการสนับสนุน ได้แก่ วัดมีการจัดกิจกรรมตลอดในทุก ๆ ปี เพื่อให้มีนักท่องเที่ยว เดินทางเข้ามาทำบุญมาก และมีการให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ และมีหน่วยงานเข้ามาให้การสนับสนุน เป็นต้น

โดยสรุปแล้วการจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา จะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย และ ด้านการสนับสนุน

2.4 แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา วัดในพื้นที่ผังธนบุรี

แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา วัดในพื้นที่ผังธนบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อการสืบทอดประเพณีและวัฒนธรรมของวัดกำแพงบางจาก วัดท่าพระ วัดสังข์กระจาย วัดโพธิ์นิมิตสถิตมหาสีมาราม วัดราชโอรสาราม ราชวรวิหาร วัดทองศาลางาม วัดวราฆาตย ภัณฑสาราราม (วัดขุนจันทร์) และวัดนาครก โดยมีมุ่งหวังให้

เกิดการพัฒนาและจัดระบบการท่องเที่ยวภายในวัดให้เหมาะสม เป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญ เพื่อรองรับความต้องการของการท่องเที่ยว เชิงพุทธศาสนาที่ได้มาตรฐานเป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจโดยการจัดบริเวณวัดให้เป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม เรียบง่าย มีสภาพแวดล้อมที่เงียบสงบ มีความสะอาด ร่มรื่นและงดงามตามธรรมชาติโดยอาจปรับสภาพ แวดล้อมตามศักยภาพ ของวัดให้ตรงตามอารยสถาปัตย์ (Universal Design) เปิดพระอุโบสถหรือ พระวิหาร ให้พุทธศาสนิกชนได้เข้าไปทำบุญและปฏิบัติศาสนกิจในทุกเทศกาลวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา จัดกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา และประชาสัมพันธ์จุดเด่นของแต่ละวัดที่ผู้เขียนไปเก็บข้อมูล โดยการลงพื้นที่ในแต่ละวัดได้ดังนี้

1.1 วัดกำแพงบางจาก เป็นที่มีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน เนื่องจากมีการสันนิษฐานว่ามีการสร้างตั้งแต่สมัยอยุธยา และมีการบูรณปฏิสังขรณ์ในสมัยรัตนโกสินทร์ นอกจากนี้ยังมีการค้นพบพระพุทธรูปโบราณจำนวนมาก มีรูปแบบ ลวดลายประดับแสดงถึงศิลปะในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นและวัดกำแพงบางจากสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่น่าสนใจ เช่น บ้านศิลปิน คลองบางหลวง เป็นต้น

1.2 วัดท่าพระ เป็นวัดโบราณที่มีการสันนิษฐานว่าสร้างในสมัยอยุธยาตอนปลาย ตั้งอยู่ใกล้คลองมอญ เขตบางกอกใหญ่ แต่เดิมบริเวณวัดล้อมรอบด้วยคลองมอญ คลองบางกอกใหญ่ และแม่น้ำเจ้าพระยา จึงเรียกกันว่า "วัดเกาะ" มีคลองเล็ก ๆ แยกจากคลองบางกอกใหญ่ ไปจนถึงหน้าวัดผ่านไปถึงวัดสังข์กระจาย และวัดราชสิทธิาราม ในเวลาต่อมา ได้พบหลวงพ่อกษรลอยน้ำมาที่คลองหน้าวัด ชาวบ้านจึงเรียกว่า "วัดท่าพระ" แทนชื่อวัดเกาะจากเดิมโดยวัดท่าพระนักท่องเที่ยวจะนิยมมาราบไหว้ หลวงพ่อกษรซึ่งเป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์และบูชาวัตถุมงคล

1.3 วัดสังข์กระจายวรวิหาร เป็นพระอารามหลวงชั้นตรี ชนิดวรวิหาร มีประวัติปรากฏอยู่ในหนังสือ

ตำนานพระอารามหลวงฉบับหอสมุด วชิรญาณว่า “อยู่ในคลองบางกอกใหญ่ฝั่งเหนือ เป็นวัดโบราณ รัชกาลที่ 1 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ทรงสถาปนาใหม่พระราชทานเจ้าจอมแว่นหรือนัยหนึ่งเรียกว่า คุณเสือ พระสนมเอก ถึงรัชกาลที่ 3 พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงปฏิสังขรณ์” และในวัดยังปรากฏประวัติของพระเทพมุนี (ด้วง) อดีตเจ้าอาวาส และเป็นเจ้าอาวาสรูปแรกที่เป็นผู้แต่งมหาเวสสันดรชาดกกันท์ซุชกที่เป็นที่รู้จักกันในปัจจุบัน

1.4 วัดโพธิ์นิมิตรสถิตมหาสีมาราม สร้างในสมัยรัชกาลที่ 5 พ.ศ. 2416 สมเด็จพระวันรัต วัดสุทัศน์เทพวราราม ได้อุทิศที่ดินซึ่งเป็นมรดกบิดามารดา สร้างเป็นพระอารามมีชื่อว่า “วัดโพธิ์” เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้ท่านทั้งสอง และได้ขอพระราชทานวิสุงคามสีมา โดยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้พระราชทานนามวัดใหม่ว่า “วัดโพธิ์นิมิตร” ชาวบ้านนิยมเรียกกันว่า “วัดโพธิ์ตลาดพลู” ซึ่งวัดแห่งนี้มีสิ่งสำคัญได้แก่ พระอุโบสถภายในมีพระพุทธรูปหล่อลงรักปิดทอง ปางมารวิชัยเป็นพระประธานอยู่ใน พระอุโบสถ มีพระมหาเจดีย์พลับพลารับเสด็จรัชกาลที่ 5 หอระฆัง ศาลาการเปรียญ ศาลาอเนกนิช เป็นศาลาตรีมุข และศาลาท่าน้ำให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามากราบไหว้และทำบุญ

1.5 วัดนาครปรก ประดิษฐานพระพุทธรูปปางมารวิชัยมาจากเมืองสุโขทัยไว้ในวิหารพระประธานองค์ประดิษฐานที่วิหารนั้นมีพญานาค 7 เศียรแผ่พังพานเป็นรูปปูนปั้น องค์พระเป็นพระปางมารวิชัยสัมฤทธิ์ ชาวบ้านจึงได้เรียกว่า “วัดนาครปรก” ตามลักษณะพระพุทธรูปที่ถือว่าศักดิ์สิทธิ์ของวัดนี้ และตามประวัติของวัดมีการเล่าสืบต่อกันมาว่าสร้างขึ้นในสมัยอยุธยาตอนปลายถึงกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น มีพ่อค้าเรือสำเภาจีนที่เดินทางมาประกอบการค้าขายที่ย่านตลาดพลู แล้วมีความเลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธศาสนาจึงคิดริเริ่มก่อสร้างวัดขึ้นเองเป็นการตอบแทนคุณชาวไทยที่ทำให้ตนได้สามารถก่อสร้างตัวขึ้นมาได้พร้อมกับเขียนภาพจิตรกรรมฝาผนังเป็นเรื่องราวของชาวจีนเพื่อเป็นอนุสรณ์แก่ตน และสร้างวิหารที่มี

ลักษณะทรงไทยเป็นอนุสรณ์แก่ภรรยาชาวไทยเขียนภาพจิตรกรรมฝาผนังลายไทยเล่าเรื่องราวการเสด็จลงจากดาวดึงส์ และเรื่องราวการชนะมารของพระพุทธเจ้า

1.6 วัดวราฆาตยกันตสาราราม (วัดขุนจันทร์) เป็นวัดเก่าแก่ที่อยู่ในย่านตลาดพลู โดยวัดนี้ถูกสร้างขึ้นเมื่อปี 2370 ภายหลังจากการบุกปราบกบฏ พร้อมนำตัวเชลยกลับมาจาก “นครเวียงจันทร์” ของ “พระยามหาอำมาตย์” (ป้อม) พระสุริยภักดี เจ้ากรมพระตำรวจสมมทหารขวาในรัชกาลที่ 3 จวบจนตัววัดได้ชำรุดทรุดโทรมลง “ท้าวภักตสาร” อดีตาของพระองค์จึงได้ทำการบูรณะปฏิสังขรณ์ส่วนต่าง ๆ ภายในวัดขึ้นเสียใหม่ และให้ใช้ชื่อ “วัดวราฆาตยกันตสาราราม” นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา นอกจากนี้ ทางวัดขุนจันทร์ยังมีความโดดเด่นในเรื่องของการเสาะหาเคราะห์ปีชงและบูชาพระราหู โดยจะมีพิธีสวดมนต์พเคราะห์ราหูที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว ได้เข้าร่วมอยู่เป็นประจำทุกปี

1.7 วัดราชโอรสารามราชวรมหาวิหารเป็นพระอารามหลวงชั้นเอก ชนิดราชวรมหาวิหาร สร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยา เดิมชื่อวัดจอมทอง พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 ทรงผูกพันกับวัดนี้เนื่องจากพระปัยยิกา (ยายทวด) ของพระองค์มีนิวาสสถานอยู่ในย่านนี้ จึงทรงมีพระญาติอยู่มาก ทั้งยังเป็นวัดที่พระชนกพระชนนี ในสมเด็จพระศรีสุลาไลยพระบรมราชชนนีในพระองค์ ทรงทำนุบำรุงอยู่ด้วยภายหลังเมื่อพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จสวรรคตพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 โปรดเกล้าฯ ให้อัญเชิญพระบรมสรีรังคารมาบรรจุไว้ ณ พระพุทธอาสน์ของพระประธานในพระอุโบสถ และทรงเติมสร้อยนามวัดเป็น “วัดราชโอรสาราม” หลังจากนั้นจึงถือกันว่าเป็นพระอารามหลวงประจำรัชกาลที่ 3

1.8 วัดทองศาลางาม สร้างเมื่อประมาณ พ.ศ. 2300 แต่ไม่ผู้ใดทราบประวัติการก่อสร้างในอดีต ชาวบ้านเรียกว่า (วัดทองล่าง) หรือ “วัดทอง” แต่ปัจจุบันเรียกว่า “วัดทอง” หรือ “วัดทองบางไผ่” แต่นามวัดทางราชการคือ “วัดทองศาลางาม” และวัดนี้ได้รับพระราชทาน

วิสุตคามสีมาเมื่อ พ.ศ. 2320 ภายในอุโบสถหลังเก่า ประดิษฐานพระพุทธรูปทรงเครื่องศิลปะสมัยกรุงธนบุรี ส่วนพระประธานอุโบสถหลังใหม่ พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัวเมื่อครั้งดำรงพระอิสริยยศ สมเด็จพระบรมโอรสาธิราช เจ้าฟ้ามหาวชิราลงกรณ สยามมกุฎราชกุมารเสด็จพระราชดำเนินทรงประกอบพิธีเททองหล่อพระพุทธรูปที่เป็นพระประธานในอุโบสถ

2. องค์ประกอบด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว จัดบริการให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายสะดวกด้วยรถส่วนตัวและรถประจำทาง จัดการจราจร การคมนาคมสะดวกมีป้ายบอกทางชัดเจน และภายในบริเวณวัดจัดให้มีแผนผังแสดงแหล่งท่องเที่ยวในวัด แผนที่แสดงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงศาสนาภายในวัด เพื่อแสดงจุดที่น่าสนใจที่นักท่องเที่ยวหรือผู้แสวงบุญไม่ควรพลาดชม

3. องค์ประกอบด้านความปลอดภัย วัดทุกแห่งควรให้มีการจัดระบบรักษาความปลอดภัย โดยให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมเพื่อป้องกันปัญหาอาชญากรรมต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว

4. องค์ประกอบด้านการสนับสนุน ทุกฝ่ายทุกหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ต้องมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของวัด โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน เพื่อให้การต้อนรับและช่วยกันสอดส่องดูแล อำนวยความสะดวก เพื่อสร้างความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว สร้างความร่วมมือของชนในชุมชน การประสานความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ รวมทั้งการได้ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์กับวัดอื่น ๆ และการช่วยเหลือพึ่งพซึ่งกันและกันในการจัดกิจกรรมทางศาสนาเพื่อการท่องเที่ยว

3. บทสรุป

แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา วัดในพื้นที่ฝั่งธนบุรี ต้องจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดความน่าเชื่อถือความศรัทธา มีกิจกรรมที่สอดคล้องกับศาสนาและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการจัดการการ

ท่องเที่ยวในอนาคตได้ ดังที่ ดลใจ มณีงาม (2557) ซึ่งได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้นำเที่ยวที่มีการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า การจัดการท่องเที่ยวจะต้องมีการดำเนินงานในแต่ละองค์ประกอบในระดับมาก

วัดมีจุดเน้นเพื่อสร้างสิ่งดึงดูดใจ ชื่อเสียงในด้านความศักดิ์สิทธิ์ มีเอกลักษณ์และคุณค่าทางศาสนา และความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาของ สมเกียรติ ชัยไพบุลย์ (2557) ที่ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาศักยภาพของชุมชนนครชุมอำเภอมือง จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนนครชุมมีองค์ประกอบด้านดึงดูดใจ อยู่ในระดับมาก

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเกิดความพึงพอใจ หากการคมนาคมสะดวก สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกทั้งรถส่วนตัว หรือรถประจำทาง มีป้ายบอกทางชัดเจน และที่สำคัญจัดการด้านเส้นทางการท่องเที่ยวภายในวัดอย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดลใจ มณีงาม (2557) ทำการศึกษาเรื่องศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้นำเที่ยวที่มีการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่พบว่าเมื่อนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้โดยสะดวก ก็จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอีก

ด้านความปลอดภัย การมาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ถ้าเกิดความปลอดภัย โดยเฉพาะด้านความปลอดภัย ในด้านการใช้รถ การป้องกันปัญหาอาชญากรรมที่อาจเกิดขึ้น มีเจ้าหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยและให้การสนับสนุนตลอดจนมีระบบรักษาความปลอดภัย เช่น กล้องวงจรปิด สอดคล้องกับแนวคิดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2554) ที่กล่าวไว้ว่า ในการจัดการท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีการจัดการที่ดีในด้านพื้นที่ ต้องมีสถานที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ มีที่จอดรถปลอดภัย มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยให้ความสะดวกกับนักท่องเที่ยวจะเป็น

การสร้างภาพประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวและให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ

ด้านการสนับสนุน การจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนับสนุนมีระบบสาธารณูปโภคทั่วถึง มีลานจอดรถเพียงพอต่อความต้องการ ห้องสุขาสะอาด และมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวทำในเทศกาลต่าง ๆ อยู่เสมออยู่เสมอ ทำให้ผู้มาท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ

การจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในระยะยาว วัดจะต้องคำนึงถึง ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยให้ทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมให้ชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ คนในชุมชนต้องมีการพัฒนาตนเองเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นโดยไม่ทอดทิ้งมรดกทางวัฒนธรรมเดิมและชุมชนจะต้องเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของวัด ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวภายในวัด กิจกรรมทางศาสนา ประเพณี หรือวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์ สินค้าที่ได้มาตรฐาน เพื่อการเรียนรู้และสร้างความบันเทิงใจให้กับนักท่องเที่ยวผสมผสานกันอย่างลงตัว ซึ่งจะส่งผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของวัดเกิดความยั่งยืนตลอดไป วัดต้องเป็นศูนย์กลางพัฒนาจิตใจ สร้างคนดีมีคุณธรรมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ จัดกิจกรรมทางศาสนาที่คู่ขนานไปกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวหรือผู้แสวงบุญ

4. เอกสารอ้างอิง

กรมการศาสนา. (2558). แนวทางการดำเนินงาน

โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทาง

แสวงบุญในมิติทางศาสนา. กรุงเทพฯ :

ผู้แต่ง

กรณีศึกษา คำดี. (2558). วัดและศาสนสถานในมิติ

ของการท่องเที่ยว. บัณฑิตวิทยาลัย

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 4(2), 175-191.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554).

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของ
ประเทศไทย. กรุงเทพฯ ฯ : ผู้แต่ง.

ดลใจ มณีงาม. (2557). พฤติกรรมและความพึง

พอใจ ของผู้นำเที่ยวที่มีการบริหารจัดการ

สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.

วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ,

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

ธนิศ บุตรทิพย์สกุล. (2558). พฤติกรรม

การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของ

นักท่องเที่ยววัดในจังหวัดน่าน. วิทยานิพนธ์

วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชา

วิทยาศาสตร์การกีฬา, จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

เบญจวรรณ บวรกุลภา. (2557). ความต้องการ

พัฒนาวัดของชุมชนในพื้นที่ธนบุรีให้เป็น

แหล่งท่องเที่ยว. การค้นคว้าอิสระ

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.

สมเกียรติ ชัยไพบุลย์. (2557). การจัดการ

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา

ศักยภาพของชุมชนนครชุม อำเภอเมือง

จังหวัดกำแพงเพชร. กรุงเทพฯ ฯ :

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

อารีย์ นัยพินิจ, จิรัชญา มณีเนตร,

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และ

ภัทรพงษ์ เกริกสกุล. (2556). การศึกษา

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัด

ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์.

Panyapiwat Journal, 5(1), 31-40.

Retrieved from

[https://www.tci-thaijo.org/index.](https://www.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/20244)

[php/pimjournal/article/view/20244](https://www.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/20244)

การจัดการการค้าสมัยใหม่ในยุคดิจิทัล Modern Trade Management in the Digital Age

นฤมล ญาณสมบัติ¹ เมธารัตน์ จันทะนี²

บทคัดย่อ

บทความนี้ผู้เขียนมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายขั้นตอนในการจัดการการค้าสมัยใหม่ในยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นกระบวนการการจัดจำหน่าย มุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลาย มีระบบการจัดการโดยอาศัยความชำนาญและเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งการค้าสมัยใหม่ในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย 8 ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้ การกำหนดวัตถุประสงค์ การวิเคราะห์สถานการณ์ตลาด การสร้างตัวตนบนช่องทางดิจิทัล การสร้าง Content บนโลกดิจิทัล การโปรโมทการโฆษณา การใช้ Search Engine การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และการวัดผล ทั้งนี้เพื่อให้การจัดการการค้าสมัยใหม่ในยุคดิจิทัลประสบความสำเร็จได้ในอนาคต เป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดดิจิทัล และเป็นการเพิ่มกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรวมถึงการดูแลลูกค้าเดิมให้จงรักภักดีต่อตราสินค้า โดยเน้นช่องทางการทำการตลาดดิจิทัล จะทำให้ธุรกิจได้ประโยชน์สูงสุด และมีความยั่งยืนของธุรกิจที่แท้จริง

คำสำคัญ : การจัดการ การค้าสมัยใหม่ ดิจิทัล

Abstract

The author aims to explain the steps in managing modern trade in the digital age which is the distribution process focusing on presenting diverse products. There is a management system based on expertise and technology to help meet the needs of customers. Modern trade in the digital age consists of 8 important steps as follows: defining objectives, market situation analysis, creating an identity on digital channels, digital content creation, advertising promotion, use of search engine, customer relationship management, and measurement. These are done in order to make future commercial management in the digital age successful in the future, increasing digital marketing channels, and to increase the target customers as well as to make sure that the existing customers will be loyal to our brand forever. Focusing on digital marketing channels will make the business get the most benefit with true business sustainability.

Keywords: Management, Modern Trade, Digital

¹อาจารย์สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

E-mail : NarumolY5465@gmail.com

²อาจารย์สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

E-mail : Metharat18@gmail.com

1. บทนำ

กระแสสำคัญของโลกธุรกิจปัจจุบันโลกออนไลน์ กำลังเป็นปัจจัยสำคัญที่นิยมอย่างมากในการดำเนินธุรกิจสมัยใหม่ในยุคดิจิทัล คงปฏิเสธไม่ได้ว่าสื่อออนไลน์ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อธุรกิจและผู้บริโภคเป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็น การทำธุรกิจจะรักก็ตาม ต่างเล็งเห็นแล้วว่ามันจะทำให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างรวดเร็ว หากธุรกิจสามารถจับทางได้ว่าจะมีการทำการค้าสมัยใหม่อย่างไรให้โดนใจกลุ่มลูกค้ามากที่สุด และสามารถหากกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น ด้วย การค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) เป็นกระบวนการการจัดจำหน่าย มุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลาย มีระบบการจัดการโดยอาศัยความชำนาญและเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า สามารถซื้อขายติดต่อกันในทุกรูปแบบทั้งไกลและใกล้ ใช้ระบบของเทคโนโลยี ช่วยในการจัดระเบียบสินค้า ทำธุรกิจทางการค้า การควบคุมสินค้าและบริการ การบริหารคน การเงินและการตลาด เมื่อพูดถึงการทำ การค้าสมัยใหม่ในยุคดิจิทัล ก็คงจะหนีไม่พ้นเรื่องการทำ การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) หลาย ๆ คนยังไม่ เข้าใจว่าคืออะไร และทำไมถึงมีความนิยมเป็นอย่างมาก ในปัจจุบัน ความหมายหลักของการทำการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)

การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) คือ การทำการตลาดในสื่อต่าง ๆ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและเข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากมายทั่วโลก ซึ่งการทำตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) นั้นช่วยให้ผู้ประกอบการประหยัดค่าใช้จ่ายอย่างมาก และมีประสิทธิภาพสูง สามารถตรวจสอบ วิเคราะห์ และวางแผนการทำธุรกิจได้ง่ายขึ้นด้วย สามารถทำได้หลายช่องทาง ดังนี้ การใช้ Search Engine เป็นการทำให้สินค้าของเราติดอันดับในการค้นหาเป็นลำดับต้น ๆ ซึ่งจะทำให้สินค้าหรือบริการของธุรกิจถูกค้นพบได้ง่ายและถูกคลิกได้บ่อยกว่าเว็บไซต์ที่อยู่ด้านล่าง ซึ่ง Search Engine ที่นิยมใช้ในประเทศไทย เช่น Google การตลาดที่

ทำผ่านอีเมล (Email Marketing) เพื่อส่งข่าวสาร ข้อมูล สินค้า โปรโมชั่นต่างๆ ถึงลูกค้าที่ต้องการเข้าถึงและเป็นกลุ่มเป้าหมาย Email Marketing เป็นการตลาดที่มีต้นทุนต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับการตลาดในรูปแบบอื่นๆ อีกทั้งยังเป็นการทำการตลาดที่ตรงกลุ่ม และสามารถเข้าถึงผู้รับภายในเวลารวดเร็วอีกด้วย การทำการตลาดผ่าน Social Network ต่างๆ เช่น Facebook, Twitter, YouTube หรือ Instagram ซึ่ง Social Marketing กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะมีสถิติการใช้งานสูงกว่าประเภทอื่น ๆ หรือผ่านทางช่องทาง Mobile Application E-Marketplace ลักษณะพิเศษของการทำการตลาดดิจิทัล คือ สามารถทำการซื้อขายได้ทุก ๆ ที่และตลอดเวลา สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทั่วโลก มีความเป็นมาตรฐานในระดับสากล สามารถให้ข้อมูลที่มีความซับซ้อนและความละเอียด ความสามารถในการสื่อสารได้ตอบสนองทาง ทำให้ข้อมูลมีจำนวนมากขึ้นและมีคุณภาพสูงขึ้น สามารถสื่อสารหรือเสนอขายสินค้าหรือบริการได้แบบรายบุคคล

บทความนี้ผู้เขียนมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายขั้นตอนในการจัดการการค้าสมัยใหม่ในยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นกระบวนการการจัดจำหน่าย มุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลาย มีระบบการจัดการโดยอาศัยความชำนาญและเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 8 ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้ การกำหนดวัตถุประสงค์ การวิเคราะห์สถานการณ์ตลาด การสร้างตัวตนบนช่องทางดิจิทัล การสร้าง Content บนโลกดิจิทัล การโปรโมทการโฆษณา การใช้ Search Engine การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และการวัดผล ทั้งนี้เพื่อให้การจัดการการค้าสมัยใหม่ในยุคดิจิทัลประสบความสำเร็จได้ในอนาคต เป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดดิจิทัล และเป็นการเพิ่มกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรวมถึงการดูแลลูกค้าเดิมให้จงรักภักดีต่อตราสินค้าของเราตลอดไป โดยเน้นช่องทางการทำการตลาดดิจิทัล

2. เนื้อหา

2.1 ขั้นตอนการจัดการการค้าสมัยใหม่ยุคดิจิทัล

อิสริย์ ต่อนคร้าม ได้กล่าวไว้ว่าการค้าสมัยใหม่ (Modern Trade หมายถึง กระบวนการการจัดจำหน่าย มุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลาย มีระบบการจัดการโดยอาศัยความชำนาญและเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า สามารถซื้อขาย ติดต่อกันในทุกรูปแบบทั้งไกลและใกล้ ใช้ระบบของเทคโนโลยี ช่วยในการจัดระเบียบสินค้า ทำธุรกิจทางการค้า การควบคุมสินค้าและบริการ การบริหารคน การเงินและการตลาด

สำนักงานดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้กล่าวไว้ว่า การค้าสมัยใหม่สามารถสรุปลักษณะที่สำคัญของการค้าสมัยใหม่ ดังนี้

1. เป็นการค้าสมัยใหม่ ที่สามารถค้าขายติดต่อไปในทุกรูปแบบทั้งใกล้และไกล
2. ใช้ระบบของเทคโนโลยี ช่วยในการจัดระเบียบสินค้า ทำธุรกรรมทางการค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้า
3. ดำเนินการและบริหารจัดการด้วยระบบข้อมูล และเทคโนโลยีที่ทันสมัย
4. สินค้ามีความหลากหลาย ทั้งสินค้าอุปโภคและบริโภค และมีการจัดหมวดหมู่ของสินค้าอย่างเป็นระเบียบ ลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้ตามที่ตัวเองต้องการ
5. จัดรายการส่งเสริมการขายที่จูงใจ และมีการใช้ระบบการสื่อสารการตลาดออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น ตามทัศนะของผู้เขียนบทความ จึงขอสรุปขั้นตอนในการจัดการการค้าสมัยใหม่ในยุคดิจิทัล โดยเน้นช่องทางการทำการตลาดดิจิทัล ซึ่งประกอบด้วย 8 ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

2.2 การกำหนดวัตถุประสงค์

การกำหนดวัตถุประสงค์ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญ บางธุรกิจมีร้านค้ามีหน้าร้านสำหรับขายสินค้าอยู่แล้วอยากทำการตลาดดิจิทัลเพื่อสร้างลูกค้าบนช่องทาง

ออนไลน์หรือเชิญให้ลูกค้าไปเยี่ยมชมสินค้าที่ร้านที่เปิดอยู่ (ออฟไลน์) บางธุรกิจไม่มีร้านค้าไม่มีหน้าร้าน ต้องการทำการตลาดดิจิทัล สร้างเว็บไซต์ สร้างตัวตนออนไลน์และสร้างยอดขาย ดังนั้นเราสามารถแบ่งวัตถุประสงค์ในการทำการตลาดดิจิทัลได้ 4 ประเภท คือ 1. เพื่อเชิญชวนให้ไปเยี่ยมชมที่ร้านค้าของเขา สำหรับกลุ่มที่มีร้านค้าอยู่แล้ว เช่น เปิดร้านขายหนังสือ ใช้การตลาดออนไลน์ สร้างเว็บไซต์ เพื่อโปรโมทไปยังกลุ่มคนที่รักการอ่าน แนะนำหนังสือใหม่ประจำสัปดาห์ ประจำเดือน หรือหนังสือขายดีติดอันดับ กระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจมาซื้อหนังสือที่ร้าน ได้ลูกค้าเพิ่มจากช่องทางออนไลน์

2. เพื่อสร้างยอดขายออนไลน์ สำหรับกลุ่มที่มีร้านค้าปกติอยู่แล้ว สร้างเว็บไซต์ อี-คอมเมิร์ซ มีระบบการชำระเงินออนไลน์ (E-payment) ชำระผ่านบัตรเครดิต หรือชำระ ในช่องทางออฟไลน์ เช่นการโอนเงิน และแจ้งหลักฐานการชำระเงิน เมื่อได้รับแจ้งจากลูกค้าก็ปิดการขายบนช่องทางออนไลน์ส่งสินค้าให้ลูกค้าต่อไป

3. เพื่อสร้างการติดต่อ สร้างผู้สนใจ ธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมที่มีการผลิตสินค้าครั้งละจำนวนมาก การปิดการขายเป็นการพูดคุยระหว่างเซลล์กับลูกค้า มีการเจรจาหลายรอบกว่าจะตกลงทำสัญญากัน เช่น บริษัทผลิตกล่องกระดาษ จะผลิตครั้งละ 2000 กล่องขึ้นไป ไม่ได้มีวัตถุประสงค์จะเชิญชวนให้ลูกค้ามาที่โรงงานเพราะไม่มีหน้าร้าน ไม่ได้ขายสินค้าเป็นชิ้น แต่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างผู้ติดต่อ สร้างผู้สนใจ โดยใช้ช่องทางออนไลน์ เช่น การสร้างเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย สร้างผู้สนใจให้ติดต่อเข้ามาผ่านการแชท โทรศัพท์ การกรอกแบบฟอร์ม อีเมล หรือวิธีการอื่นๆ เมื่อลูกค้าติดต่อเข้ามาก็จะเป็นหน้าที่ของเซลล์ที่จะพูดคุยให้รายละเอียดข้อมูลผลิตภัณฑ์ของบริษัทแก่ลูกค้า นำไปสู่การผลิต การส่งมอบ และการชำระเงินต่อไป

4. เพื่อสร้างฐานสมาชิก สร้างกลุ่มสมาชิกที่มีความสนใจในธุรกิจให้มากที่สุดและส่งข่าวสารสร้างความสัมพันธ์จากธุรกิจไปยังกลุ่มเป้าหมาย ธุรกิจยังไม่ปิดการขายต้องการที่จะมีผู้ติดตาม หรือเรียกว่าการทำ CRM เริ่มจากลูกค้ายอมรับให้ทางเว็บไซต์เสนอสินค้าหรือ

บริการผ่านทางอีเมล พร้อมทั้งให้ข้อมูลความชอบหรือความต้องการของตน ในระหว่างนั้นลูกค้าอาจจะซื้อสินค้าหรือบริการของเว็บไซต์บ้าง หากเกิดปัญหาทางเว็บไซต์ก็พร้อมที่จะแก้ปัญหาอย่างรวดเร็ว

ธุรกิจไม่จำเป็นต้องมีวัตถุประสงค์เพียงข้อเดียวในการทำการตลาดดิจิทัล ธุรกิจสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้หลายกลุ่ม กำหนดวัตถุประสงค์ของแต่ละกลุ่มว่าต้องการความสำเร็จอย่างไร เมื่อกำหนดวัตถุประสงค์แล้วขั้นตอนต่อไปคือการกำหนดเป้าหมายเพื่อให้วัดผลได้ เกณฑ์ในการวัดผล เช่น เพิ่มอัตราการขยายตัวของยอดขาย ต้องการส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น ต้องการให้มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น ต้องการชื่อเสียง และนำมาเปรียบเทียบกับผลที่เกิดขึ้นจริงปรับปรุงแก้ไขอย่างต่อเนื่องต่อไป

2.3 การวิเคราะห์สถานการณ์ของตลาด

การวิเคราะห์สถานการณ์ของตลาด แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอกที่สำคัญ คือ ลูกค้าและคู่แข่ง ธุรกิจจะต้องรู้ว่าลูกค้าของเราเป็นใคร คู่แข่งของเราเป็นใคร จะทำให้เราสามารถทำการตลาดในขั้นตอนต่อไปได้ง่ายขึ้น เช่น การสร้างเนื้อหาให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า การทำโฆษณาออนไลน์ให้ตรงกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม ใช้เครื่องมือทางการตลาดที่เรียกว่า Market Segmentation ทำให้หลายมิติ ด้วย เพศ อายุ ความสนใจไลฟ์สไตล์ เลือกกลุ่มที่ตรงกับสินค้าของเรามากที่สุด อย่างไรก็ตาม เราควรวิเคราะห์ด้วยว่าแต่ละกลุ่มในการตัดสินใจซื้อสินค้าของเราด้วยเหตุผลใด ธุรกิจสามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้หลายกลุ่ม หากได้ทำความเข้าใจและแบ่งรายละเอียดที่ชัดเจนว่าลูกค้าของเรามีกลุ่มแต่ละกลุ่มตัดสินใจซื้อด้วยปัจจัยอะไร ในช่องทางออนไลน์คู่แข่งกันอยู่ห่างกันเพียงปลายนิ้วคลิก และมีอยู่มากมาย ตัวอย่างเช่น ในโลกออฟไลน์เราเปิดร้านขายรองเท้า คู่แข่งของเราคือร้านค้าที่อยู่ทำเลใกล้เคียงกัน มีเพียง 2-3 ร้าน แต่ในช่องทางออนไลน์ไม่มีทำเล ไม่มีลูกค้าในท้องถิ่นใดๆจะเห็นผู้ขายเพียง 2 ราย ผู้ขายออนไลน์สามารถขายลูกค้าได้ทุกคนทั่วโลก ลูกค้า

สามารถเปรียบเทียบได้อย่างสะดวกว่าผู้ขายแต่ละรายมีความแตกต่างกันอย่างไร และตัดสินใจว่าจะติดต่อกับผู้ขายรายใด การรู้จักคู่แข่ง จึงเป็นสิ่งสำคัญ วิธีการค้นหาคู่แข่งในช่องทางออนไลน์สามารถทำได้โดย Search Google ด้วยคำค้นหาหรือคีย์เวิร์ด ที่ธุรกิจเราทำอยู่ ดูว่ามีผู้ขายรายใดบ้างที่ติดอันดับอยู่บน Google ซึ่งผลลัพธ์ด้านบนก็คืออันดับตามพื้นที่โฆษณา อันดับตามธรรมชาติซึ่งอยู่ถัดลงมา เราสามารถทำความเข้าใจคู่แข่งผ่านการคลิกผลลัพธ์บนหน้า Google เข้าไป คู่แข่งแต่ละรายมีการสร้างความแตกต่างอย่างไร มีจุดเด่นอะไรเพื่อนำมากำหนดจุดเด่นและจุดขายของธุรกิจต่อไปการวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอก สิ่งแวดล้อม เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมายและเทคโนโลยี การแข่งขันทั้งทางตรงทางอ้อม การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การใช้สินค้าของผู้บริโภค ส่วนปัจจัยภายใน คือเรื่องของธุรกิจนั่นเอง รู้ว่าจุดเด่นจุดด้อยของสินค้าคืออะไร ใช้กลยุทธ์ดึงดูดเชิงออกมาสร้างเนื้อหา (Content) ใส่ในเว็บไซต์ ตอบคำถามให้ได้ว่าทำไมลูกค้าจึงต้องซื้อสินค้าของเรา จุดเด่นอะไรที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มที่เราได้เลือกไว้ การวิเคราะห์สถานการณ์ภายในเป็นการวิเคราะห์ความสามารถของธุรกิจที่จะปฏิบัติตามโปรแกรมการตลาด จัดรูปแบบองค์กรเพื่อปฏิบัติตามแผนการตลาด การวิเคราะห์ธุรกิจและภาพลักษณ์ของธุรกิจ

2.4 การสร้างตัวตนบนช่องทางดิจิทัล

หากเราจะซื้อสินค้าหรือใช้บริการ เราจะดูว่าธุรกิจนั้นมีความน่าเชื่อถือเพียงใด มีสินค้าหรือบริการอะไรบ้าง เราจะเข้าไปดูที่ช่องทางออนไลน์ที่ธุรกิจนั้นมีตัวตนอยู่ ซึ่งตัวตนออนไลน์นี้ได้แก่ เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย โฆษณาแอปพลิเคชัน อี-มาร์เก็ตเพลส (E-Marketplace) ซึ่งมีรายละเอียด ข้อดี-ข้อด้อย ดังนี้ 1) เว็บไซต์เป็นตัวตนสำคัญอันดับแรก ข้อมูลเป็นทางการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้เข้ามาเยี่ยมชม บอกข้อมูลทั้งหมดของธุรกิจโดยการจัดหมวดหมู่ของสินค้า บอกประวัติอันยาวนานของธุรกิจ ผ่านหน้าที่เรียกว่า About us

มีฟังก์ชันสำหรับการส่งสินค้าและจ่ายเงินออนไลน์ ธุรกิจเป็นเจ้าของโดเมนเนม สร้างแบรนด์ผ่านโซเชียลแพลตฟอร์มอื่นที่เป็นตัวตนของธุรกิจ โดยนำลิงค์หน้าเว็บไซต์ไปโพสต์ เพื่อนำลูกค้ามาที่เว็บไซต์ของเรา การค้นหาผ่าน Search Engine ทำได้ง่าย คือการทำเว็บไซต์ในปัจจุบันนี้มีเทคโนโลยีที่ช่วยให้เราทำเว็บไซต์ได้ง่ายขึ้น สะดวกขึ้น ไม่ต้องใช้ผู้ที่มีความรู้ด้านเทคนิคมากเหมือนในอดีตแต่ธุรกิจเองต้องใส่ใจที่จะเข้าไปปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัย การออกแบบเว็บไซต์ต้องมีความสวยงาม ตอบโจทย์ธีมหรือเอกลักษณ์ของธุรกิจ ในเรื่องโทนสี รูปแบบ โลโก้สไตล์ ต้องมีเว็บมาสเตอร์ แอดมิน ในการเข้าไปดูแลเว็บไซต์ แต่เว็บไซต์ก็มีข้อท้าทายสำหรับธุรกิจคือไม่สามารถทำการตลาดเชิงรุกไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ ทำหน้าที่ตั้งรับผู้มาเยี่ยมชมซึ่งส่วนใหญ่จะมาจาก Search Engine ประโยชน์ของเว็บไซต์ที่เราจะได้คือการสร้างความยั่งยืนในระยะยาว 2) โซเชียลมีเดีย กระบวนการทำงานคือเชิญชวนผู้ใช้งานให้มาสมัครสมาชิกและสร้างความสัมพันธ์กัน โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มที่นิยม เช่น เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ หรือแม้กระทั่งยูทูบซึ่งอยู่ในรูปวิดีโอ เหล่านี้ถือเป็นตัวตนออนไลน์ที่เราสามารถโพสต์ คอมเมนต์ ในสมัยแรกโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มคือการให้คนทั่วไปเข้ามาใช้งาน มีความสัมพันธ์โดยการเป็นเพื่อนกัน สามารถโพสต์เรื่องราวของตนเองให้เพื่อนรู้ว่าเรากำลังทำอะไร และมีปฏิสัมพันธ์กันผ่านการไลค์ คอมเมนต์ แชร์ เป็นต้น ในหลักของการตลาดที่มีคนอยู่รวมกันมากๆ ธุรกิจก็จะเข้ามาขายของไม่ว่าในโลกออฟไลน์หรือออนไลน์ บนโลกดิจิทัลเมื่อผู้บริโภคมารวมตัวกัน โซเชียลแพลตฟอร์มนั้นจะเปิดโอกาสให้ธุรกิจเข้ามาสร้างตัวตน เช่น เฟสบุ๊กเพจ Instagram account ยูทูบชาแนล ทวิตเตอร์ชาแนล ซึ่งเป็นช่องของธุรกิจที่จะเข้ามาโพสต์เรื่องราวของธุรกิจและเข้าสู่กลุ่มผู้ติดตามตามวิถีคิดของแพลตฟอร์มนั้นๆ ด้วยเนื้อหาที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคมาซื้อและปิดการขายบนแพลตฟอร์ม แม้จะมีระบบการทำโฆษณาที่เอื้อให้ธุรกิจเข้าสู่เป้าหมายได้ง่ายแต่ต้องใช้งบประมาณค่าโฆษณาสูง

การทำโฆษณาเพื่อให้ได้ผลลัพธ์จึงจำเป็นต้องมีการวางแผน ทั้งระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว เช่น แผนระยะสั้น เพื่อสร้างการรับรู้ แผนระยะกลางเพื่อนำกลุ่มผู้รับรู้มาปิดการขาย แผนระยะยาวเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า ข้อท้าทายอีกประการหนึ่งคือระบบของโซเชียลต่างๆ จะมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย เช่น การมองเห็นโพสต์ จะต้องเป็นผู้รู้คอยอัปเดตข้อมูลว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไร มิฉะนั้นการโพสต์ก็จะไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ติดตามได้ การทำโฆษณาก็จะไม่เกิดผลลัพธ์ตามที่ต้องการ 3) โมบายแอปพลิเคชัน หลายธุรกิจมีโมบายแอปพลิเคชันเป็นของตนเองและเชิญชวนให้ลูกค้าของธุรกิจดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน โมบายแอปพลิเคชันทำหน้าที่ส่งการแจ้งเตือนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ดาวน์โหลดแล้ว ธุรกิจได้ก็ตามที่เชิญชวนให้ผู้บริโภคมาดาวน์โหลดแอปพลิเคชันของตนเองได้ ก็จะทำให้ความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งขึ้น มีฐานสมาชิกที่จงรักภักดีเป็นลูกค้าประจำ เป็นผู้ที่มาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของธุรกิจบ่อยๆ และพบว่าการใช้โซเชียลมีเดียและเว็บไซต์ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ครบถ้วน เช่น โมบายแอปพลิเคชัน ของธนาคารต่างๆ ที่นอกจากจะมีรายการข้อมูลบัญชีของลูกค้าแล้ว ยังมีฟังก์ชันของการโอนเงิน ชำระบิล เติมน้ำมันโทรศัพท์ ซื้อขายหน่วยลงทุน ประกันรูปแบบต่างๆ ฯลฯ ซึ่งมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า แต่ก็เป็นเรื่องไม่ง่ายนักที่จะทำให้ผู้บริโภคดาวน์โหลดแอปพลิเคชันของธุรกิจ หากความสัมพันธ์ไม่สูงมาก คือต้องมีการใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ 4) อี-มาร์เก็ตเพลส (E-Marketplace) คือ เว็บไซต์สื่อกลางทำหน้าที่เหมือนตลาด เป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ในการรวบรวมข้อมูลผู้ซื้อผู้ขายและบริการ เป็นตลาดออนไลน์ขนาดใหญ่ซึ่งจะเพิ่มโอกาสในการเจอลูกค้าทั่วโลก ผู้ให้บริการอี-มาร์เก็ตเพลส จะทำหน้าที่จูงใจให้ร้านค้าบนเว็บไซต์ของเขา และเชิญชวนให้ผู้บริโภคมาซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ของเขาเช่นกัน ได้ประโยชน์จากร้านค้าที่มาเปิดเป็นค่าเช่าพื้นที่หรือส่วนแบ่งจากการขาย ข้อดีสำหรับผู้ขายที่อยู่

บนอี-มาร์เก็ตเพลส คือ ประหยัดเวลาในการนำสินค้าเข้าสู่ตลาด ลดต้นทุนในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สร้างโอกาสทางการค้าได้ 24 ชม. ลดข้อจำกัดด้านพื้นที่ราคา พนักงานขาย ตัวอย่าง อี-มาร์เก็ตเพลส เช่น Lazada Shopee We love shopping ตลาดดอทคอมซื้อดีสำหรับผู้ซื้อบน อี-มาร์เก็ตเพลส คือ ลดต้นทุนและระยะเวลาในการจัดซื้อ ค้นหาผู้ขายได้อย่างหลากหลาย สามารถลงประกาศซื้อเพื่อให้ผู้ขายติดต่อเสนอขายได้ สามารถเปรียบเทียบข้อมูลสินค้าและบริการได้ตามความต้องการ การเปิดร้านบน อี-มาร์เก็ตเพลส ทำได้ง่ายกว่าการสร้างเว็บไซต์ แต่ข้อจำกัดคือไม่มีโดเมนเนมของธุรกิจเอง การโปรโมทการประชาสัมพันธ์ ความนิยมผู้มาเยี่ยมชมมากนักน้อยเพียงไรขึ้นอยู่กับ อี-มาร์เก็ตเพลส นั้นผลลัพธ์ทางธุรกิจขึ้นอยู่กับชื่อเสียงของ อี-มาร์เก็ตเพลส ไม่สามารถควบคุมได้ แต่เริ่มต้นได้ง่ายสามารถเข้ามาทดลองขายออนไลน์ได้ง่าย ถ้าหากไม่ประสบความสำเร็จ ก็เลิกกิจการง่าย

2.5 การสร้าง Content บนโลกดิจิทัล

Content หรือเนื้อหา หมายความว่ารวมถึงเนื้อหาที่เป็นข้อความ รูปภาพ วิดีโอ ซึ่งธุรกิจใช้ในการสื่อสารข้อมูลของตนเองไปยังกลุ่มเป้าหมาย การสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่า ไม่ใช่การบอกว่าเราขายอะไร ราคาเท่าไร เนื่องจากบนโลกดิจิทัล เรามีคู่แข่งกลุ่มเป้าหมายของเรามีหลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มมีความต้องการแตกต่างกันไป จุดเด่นที่จะนำเสนอสินค้าต่อกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน ดังนั้นธุรกิจจึงต้องมีการวางแผนในการสร้างเนื้อหา ทำให้เนื้อหาที่สร้างออกมาตอบใจทุกกลุ่มเป้าหมายและมีโอกาสสร้างยอดขายได้ดีกว่า การสร้างเนื้อหาจำเป็นจะต้องใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์สถานการณ์ในขั้นตอนก่อนหน้านี้ว่ากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจแบ่งออกเป็นกี่กลุ่มแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อด้วยปัจจัยด้านใด เรามีตัวตนออนไลน์ใดบ้างที่จะต้องสร้างเนื้อหาลงไป ข้อมูลหลักๆ ประกอบด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ และสินค้านั้นให้คุณประโยชน์อย่างไรต่อลูกค้า

การสร้างเนื้อหาเราจะเน้นที่คุณประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับมากกว่าฟังก์ชัน เช่น นาฬิกาที่บอกว่ามีคุณสมบัติอย่างไรใช้อย่างไร สามารถบอกอัตราการเต้นของหัวใจได้ ทำให้เป็นการดูแลสุขภาพของตัวเองและคนที่คุณรัก คุณค่าของการบรรยายแบบนี้จะเหนือกว่าการบอกว่าสามารถวัดอัตราการเต้นของหัวใจได้ เนื้อหาต้องเล่าเรื่องให้ผู้บริโภคเข้าใจและดึงดูดให้มาซื้อสินค้าในที่สุด อีกหนึ่งสิ่งที่สามารถนำมาสร้างเนื้อหาได้คือเรื่องของการให้ความรู้สินค้าจำนวนมากผู้บริโภคตัดสินใจซื้อจากความเชี่ยวชาญของผู้ขาย ดังนั้นการอธิบายว่าธุรกิจเป็นใคร มีความเชี่ยวชาญอย่างไรในสินค้านั้น สนับสนุนให้ลูกค้าประสบความสำเร็จได้อย่างไร จะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างความน่าเชื่อถือให้ผู้ซื้อ หัวข้อที่สำคัญได้แก่ ตัวอย่างลูกค้าที่เคยใช้แล้วประสบผลสำเร็จ เว็บไซต์คือที่รวมเนื้อหาเรื่องราวทั้งหมดของธุรกิจ โซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก อิน스타그램 ไลน์ เราสามารถโพสต์เนื้อหาบางแง่มุม เพื่อเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ติดตามบนโซเชียล เรื่องของอีเว้นต์หรือเหตุการณ์ที่ธุรกิจไปร่วม ก็จะเสริมความน่าเชื่อถือได้ด้วยเช่นกัน เช่นการออกบูธในงานแสดงสินค้า หรือการจับมือกับ partner ก็เป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือได้เช่นกัน หยิบบางแง่มุมไปนำเสนอบนโซเชียลและมีการปรับแต่งแง่มุมในการโพสต์แต่ละครั้ง การสร้างเนื้อหาเราสามารถสร้างได้หลายมิติ เรื่องของการให้ข้อมูล การสร้าง story จากข้อมูลจริง นำมาสร้างให้เกิดคุณค่า ให้ความรู้ สร้างแรงบันดาลใจ ทำให้กลุ่มเป้าหมายประสบความสำเร็จ สร้างสัมพันธ์กับฐานสมาชิก เชิญชวนมาร่วมกิจกรรม

2.6 การโปรโมทและการโฆษณา

หลายธุรกิจใช้งบประมาณในขั้นตอนการโปรโมทและโฆษณา จำนวนมากทั้งด้านแรงงานและจำนวนเงิน เพื่อจะเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายที่เราได้วิเคราะห์ไว้แล้ว บนโลกอินเทอร์เน็ตผู้บริโภคจะไปยังช่องทางที่เขาชื่นชอบ โซเชียลมีเดีย เฟสบุ๊ก อิน스타그램 ทวิตเตอร์ ไลน์ ยูทูบ รวมถึงการฟังเพลงในแอปพลิเคชันต่างๆ

การโปรโมทและโฆษณาไปยังกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ก็ต้องไปในสถานที่ต่างๆ ข้างต้น เราสามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายได้ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มคนที่มีความต้องการในสินค้าหรือบริการ และเข้ามา search ซึ่ง Search Engine ที่นิยมคือ Google ได้ส่วนแบ่งทางการตลาดเกือบทั้งหมดในประเทศไทย เราจึงต้องการปรากฏบนหน้าผล search ของกูเกิ้ล เพื่อเข้าถึงคนกลุ่มนี้นั่นเอง อีกกลุ่มหนึ่งคือ กลุ่มเป้าหมายที่ไม่ได้มีความต้องการโดยตรง แม้จะเป็นกลุ่มเป้าหมายของเราก็ตามแต่ยังไม่ได้มีความต้องการในขณะนี้หรือความต้องการยังไม่มากพอ เมื่อใดก็ตามที่เขามีความต้องการเขาจะ search ดังนั้นการโปรโมทและโฆษณา คือการเข้าสู่กลุ่มคนที่ search และไม่ search นั้นเอง การเข้าสู่กลุ่มคนที่ search ทำได้โดยเครื่องมือที่เรียกว่า Search Engine Marketing เพื่อให้ติดอันดับการค้นหาบนกูเกิ้ล ส่วนคนที่ไม่ search แต่เขายังอยู่บนอินเทอร์เน็ตซึ่งเราต้องทราบว่าเขาเป็นใคร และอยู่ที่ไหน มีพฤติกรรมอย่างไร เพื่อที่จะทำการตลาดไปยังกลุ่มคนเหล่านี้ มีเครื่องมือเช่น facebook marketing youtube marketing หรือโซเชียลมีเดียมาร์เก็ตติ้งในช่องทางอื่น ๆ

2.7 Search Engine Marketing

Search Engine Optimization (SEO) คือ การทำให้หน้าเพจหน้าใดหน้าหนึ่งในเว็บไซต์ติดอยู่ในผลลัพธ์ที่ได้จากการค้นหาในลำดับต้นๆ ของเครื่องมือค้นหาสำหรับในประเทศไทยก็คือกูเกิ้ลนั่นเอง กูเกิ้ลมีวิธีการทำงานโดยจะส่งโปรแกรม มาอ่านข้อมูลของทุกเว็บไซต์ในโลกและนำไปเก็บเป็นฐานข้อมูล จัดเรียงข้อมูลที่ได้จากหน้าเว็บไซต์ ว่ามีหน้าไหนบ้าง เกี่ยวข้องกับเรื่องแต่ละเรื่อง เวลาที่ผู้บริโภคเข้ามาค้นหา กูเกิ้ลก็จะดึงข้อมูลเกี่ยวกับคำค้นหามาแสดง การทำให้ติดอันดับบนกูเกิ้ล มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้ 1. ต้องรู้ว่าสินค้าหรือบริการของเรานั้น ผู้บริโภคจะค้นหาด้วยคำอะไรบ้าง เรียกว่าคีย์เวิร์ด นั่นเอง 2. การติดอันดับตามธรรมชาติเวลาที่มีผู้บริโภคมารค้นหาหาอย่างไร 3. คำค้นหาที่ติดอันดับอยู่แล้วจะเพิ่มพื้นที่ให้แสดง

สู่เป้าหมายได้มากขึ้นอย่างไร การหาคำค้นหา เริ่มจากคำที่เรานึก คิด และมั่นใจว่าเป็นคีย์เวิร์ดของเรา หลังจากนั้นใช้เครื่องมือที่เรียกว่า Keyword Tool keyword Planner เพื่อดูว่ามีคำค้นหาใดอีกบ้างที่เรานึกไม่ถึง เนื่องจากพฤติกรรมการค้นหาของผู้บริโภคจะค้นหาตามความคาดหวังของเขามีการคิดคำค้นหาแตกต่างกันออกไป เมื่อได้คำค้นหาแล้วก็มาวิเคราะห์ว่าคำใดบ้างที่ดึงดูดความสนใจในการซื้อ ขั้นตอนต่อไปคือการนำคีย์เวิร์ดใส่ในเว็บไซต์ ซึ่งเว็บไซต์ประกอบด้วยเว็บเพจแต่ละหน้าจะมีวัตถุประสงค์ในการตอบโจทย์หรือคำค้นหาของลูกค้าเพียงไม่กี่คำ ในขั้นตอนนี้จะทำให้เว็บไซต์ของเราติดอันดับคำค้นหาตามธรรมชาติ การทำโฆษณาเรายังหวังว่าจะนำผู้สนใจมายังเว็บไซต์ของเรา จุดเด่นของการทำโปรโมทโฆษณาคือเราสามารถเลือกคำค้นหาได้ไม่จำกัด สามารถเขียนคำบรรยายบนหน้าคำค้นหาได้ตามที่เราต้องการ แต่สิ่งที่ทำหาย คือ ทุกครั้งที่มีการคลิก นั่นคือค่าใช้จ่ายที่เราต้องเสีย ดังนั้นธุรกิจจะต้องมีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่ว่ามีความลักษณะอย่างไร มีพฤติกรรมอย่างไร ขั้นตอนหลังจากการทำโปรโมทโฆษณา คือ การปิดการขายการบริหารผู้ติดต่อ การบริหารคำสั่งซื้อ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าเราในครั้งนี้ให้มาเป็นลูกค้าที่มีความจงรักภักดีต่อไป

2.8 การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

การทำ CRM หรือ Customer Relationship Management กลยุทธ์การบริหารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า มีวัตถุประสงค์เพื่อ เพื่อยอดขายสินค้าหรือบริการของธุรกิจ สร้างทัศนคติที่ดีต่อสินค้าหรือบริการ เพื่อให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อธุรกิจ หรือเพื่อให้ลูกค้าแนะนำสินค้าหรือบริการต่อไปยังผู้อื่น เริ่มต้นจากการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์หรือตัวตนในช่องทางดิจิทัลที่ธุรกิจมีอยู่ ผู้บริโภคจำนวนมากไม่สามารถตัดสินใจซื้อและชำระเงินได้เลย ดังนั้นเราควรมีระบบแชทที่อำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคติดต่อ สำหรับในประเทศไทยที่นิยม ได้แก่ ไลน์ เฟสบุ๊ค อินบ็อกซ์ อเมริกาและยุโรป นิยมใช้ วอตส์แอปป์ เฟสบุ๊ค จีนนิยมใช้ วีแชท การศึกษา

และเข้าใจพฤติกรรมเหล่านี้จะช่วยสร้างผู้ติดต่อได้ง่ายขึ้น นอกจากการแชทแล้วยังสามารถใช้แบบฟอร์มตอบกลับ เพื่อให้ผู้สนใจฝากคำถามไว้ หรือให้อีเมลติดต่อกลับ การจัดเก็บรายชื่อผู้ติดต่อรวมถึงสินค้าหรือบริการที่ผู้ติดต่อนั้นสนใจเข้าระบบ จะทำให้ทราบวาลักษณะการติดต่อของผู้สนใจแต่ละรายอยู่ในขั้นตอนใด หากมีการเปลี่ยนแปลงพนักงานที่ดูแลก็จะทำให้สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่อง การบริหารกลุ่มผู้ติดต่อที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้เปลี่ยนผู้ติดต่อให้เป็นผู้ซื้อจริงได้

2.9 การวัดผล

เป็นขั้นตอนสุดท้าย เราควรจะทราบว่าในช่วงเวลาหนึ่งๆ ที่เราทำการตลาดไปได้ผลลัพธ์ตามที่ตั้งไว้หรือไม่ มากน้อยเพียงไร เป้าหมายที่วัดผลได้ มีอยู่ 3 เรื่องด้วยกัน 1) พฤติกรรม เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการตั้งเป้าหมาย ธุรกิจอยากให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักธุรกิจมากขึ้น หรืออยากให้กลุ่มเป้าหมายทำอะไรบางอย่าง 2) ปริมาณการเปลี่ยนแปลง ธุรกิจจะต้องระบุให้ได้ว่าอยากเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคมากน้อยเพียงใด สามารถระบุตัวเลขคร่าวๆ เช่น มีลูกค้าเข้ามาเยี่ยมชมหน้าเว็บไซต์เพิ่มขึ้น 5,000 คน หรือ มีลูกค้าใหม่เดินเข้ามาที่ร้านเพิ่มขึ้น 10% มีจำนวนผู้สนใจที่สอบถามเข้ามา จำนวนผู้ติดตาม 3) เวลา ทุกเป้าหมายควรมีกำหนดเวลา ไม่ว่าจะเป็นปี เดือน หรือวัน การวัดผลด้านตัวเงินเป็นสิ่งที่ธุรกิจจะต้องทำเพราะเราได้กำหนดเป้าหมายมีการวางงบประมาณรวมถึงการใช้ทรัพยากรบุคคล ในการทำดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง ธุรกิจต้องเสียเงินค่าโฆษณาให้กับแพลตฟอร์ม เช่น Search Engine Marketing ก็ ง่าย ใ้ กับ ูก ัก ไล facebook advertising ก็ ง่าย ใ้ กับ เฟสบุ๊ค หรือโปรโมทผ่าน ไลน์ แอท สินค้าหลายอย่างผู้บริโภคจะใช้เวลาในการตัดสินใจ โดยเฉพาะสินค้าที่มีมูลค่าสูงการทำโฆษณาจึงเป็นการเสริมการตัดสินใจ สร้างการรับรู้ให้ลูกค้าสนใจ ตัดสินใจซื้อ ระยะเวลา 3 เดือนจะทำให้เราเข้าถึงผู้บริโภคได้ครบวงจรการตัดสินใจ ใช้วิธีการวัดผลแบบขั้นตอนแบบกรวย ว่าเราใช้เงินดึงกลุ่มเป้าหมายเข้ามาในกรวย ซึ่งก็คือจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่รู้จักเรา รับรู้

เรา จำนวนผู้ติดต่อสอบถาม ส่วนปลายสุดของกรวยคือจำนวนผู้ซื้อ สินค้าที่ซื้อ ซื้อเป็นเงินจำนวนเท่าใด รายได้ที่แท้จริงเกิดขึ้นเท่าใด และรายได้นั้นแปลงเป็นกำไรของธุรกิจเท่าไรเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย นอกจากนี้เราควรระวังผลลัพธ์ที่ไม่ได้เป็นตัวเงินควบคู่กันไปด้วย เช่น ยอดไลค์ การเข้าถึง การมีส่วนร่วม คอมเมนต์และการส่งต่อ จำนวนผู้รับชม ผู้ติดตาม ผู้มาเยี่ยมชมมาจากช่องทางไหน ใช้เวลานานเท่าไร และออกไปจากหน้าไหน จึงควรทำอย่างสม่ำเสมอและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งก็จะย้อนขึ้นไปสู่กระบวนการของการวิเคราะห์สถานการณ์ วิเคราะห์ตลาด สร้างเนื้อหา โปรโมทโฆษณา บริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ติดต่อ และวัดผลต่อไป

3. สรุป

การจัดการการค้าสมัยใหม่ในยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นกระบวนการการจัดจำหน่าย มุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลาย มีระบบการจัดการโดยอาศัยความชำนาญและเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งการค้าสมัยใหม่ในยุคดิจิทัลประกอบด้วย 8 ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้ การกำหนดวัตถุประสงค์ การวิเคราะห์สถานการณ์ตลาด การสร้างตัวตนบนช่องทางดิจิทัล การสร้าง Content บนโลกดิจิทัล การโปรโมทการโฆษณา การใช้ Search Engine การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และการวัดผล ทั้งนี้เพื่อให้การจัดการการค้าสมัยใหม่ในยุคดิจิทัลประสบความสำเร็จได้ในอนาคต เป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดดิจิทัล และเป็นการเพิ่มกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรวมถึงการดูแลลูกค้าเดิมให้จงรักภักดีต่อตราสินค้าของเราตลอดไป โดยเน้นช่องทางการทำตลาดดิจิทัล จะทำให้ธุรกิจได้ประโยชน์สูงสุด และมีความยั่งยืนของธุรกิจที่แท้จริง

การทำ Digital Marketing จุดเริ่มต้นที่สำคัญคือการกำหนดวัตถุประสงค์ของธุรกิจว่าต้องการบรรลุสู่ความสำเร็จด้านใด เพื่อการดึงดูดลูกค้า การสร้างช่องทางการขายเพิ่มเติม การเพิ่มลูกค้าใหม่ การสร้าง

ผู้ติดต่อ การสร้างฐานสมาชิกเพิ่ม หรือการทำ CRM โดยสอดคล้องกับธุรกิจว่ามีช่องทางการขาย ลักษณะของลูกค้า วิธีการพบลูกค้าเป็นอย่างไร การกำหนดวัตถุประสงค์ สามารถกำหนดได้หลายวัตถุประสงค์ ขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายของแต่ละกลุ่ม และนำไปสู่การวิเคราะห์สถานการณ์ตลาด ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก รู้ว่าธุรกิจมีจุดเด่นอย่างไร นำจุดเด่นนี้ออกไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างไร การสร้างตัวตนออนไลน์อย่างถูกต้องจะทำให้ธุรกิจได้ประโยชน์สูงสุด ซึ่งมีข้อดีข้อเสียแตกต่างกันไป ซึ่งเนื้อหาที่จะนำไปใช้ในตัวตนออนไลน์สามารถนำเสนอได้หลายแง่มุม เช่น การให้ข้อมูล การสร้างสตอรี่จากข้อมูลจริง การสร้างคุณค่าและอรรถประโยชน์ สร้างแรงบันดาลใจ ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มเป้าหมายความสำเร็จ มากกว่าเน้นเนื้อหาที่เป็นเรื่องของฟังก์ชัน การที่จะโปรโมทไปยังกลุ่มเป้าหมาย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มคนที่มีความต้องการและมา Search บน Search Engine และกลุ่มคนไม่ Search ซึ่งต่อมาอาจจะมา Search เมื่อมีความต้องการ ปัจจัยที่ทำให้หน้าเว็บไซต์ของเราติดอันดับการค้นหา ก็คือ การสร้างคำค้นหาที่ตรงกับสินค้าหาวิธีการทำให้การค้นหาของลูกค้าติดอันดับตามธรรมชาติ ทำโฆษณาเพื่อให้ลูกค้าหาเราเจอ การเปลี่ยนกลุ่มผู้ที่สนใจเป็นผู้ซื้อ รวมถึงการดูแลหลังการขาย การเชื่อมความสัมพันธ์กับผู้ซื้อ หรือผู้สนใจ จะช่วยทำให้เกิดการซื้อซ้ำแนะนำและบอกต่อ การวัดผลและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำ Digital Marketing

ผู้เขียนมีความเห็นว่าความท้าทายของการทำการตลาดดิจิทัล (Digital Marketin) ซึ่งถือว่าเป็นการจัดการการค้าสมัยใหม่ในยุคดิจิทัล มีผลทำให้ธุรกิจมีจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากเทคโนโลยีมีความสะดวก ง่ายขึ้น มีความต้องการการใส่ใจการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัย และยังต้องการผู้ดูแลระบบเนื่องจากเทคโนโลยีของแพลตฟอร์มมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย การวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย รู้ว่าจะเข้าถึงแต่ละกลุ่มได้อย่างไร ถ้าหากวิเคราะห์ไม่แม่นยำก็จะทำให้เราได้ผลลัพธ์ไม่คุ้มค่ากับงบประมาณที่เสียไป อย่างไรก็ตามการดีการสร้างฐานสมาชิกของ

ผู้สนใจอย่างต่อเนื่อง จะเกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจเมื่อได้ทำครบทุกกระบวนการในระยะเวลาหนึ่ง สร้างแบรนด์ที่ชัดเจน สร้างการรับรู้และจดจำทางการตลาด จะมีผู้มาเยี่ยมชมตามธรรมชาติ มีการบอกต่อ การแชร์ ทั้งในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ นี่คือการยั่งยืนของธุรกิจอย่างแท้จริง

4. เอกสารอ้างอิง

- ณัฐพล ไยไพโรจน์. (2561). **Digital Marketing 5G : concept & case study**. กรุงเทพฯ : โอดีซี พรีเมียร์.
- ณัฐศา สุทธิธาดา. (2562). **ลงโฆษณา+โปรโมททำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ให้ครบสูตร**. กรุงเทพฯ : วิตต้ากรุ๊ป.
- ณัฐวีร์ ตันติสังจธรรม. (2562). **ติดอาวุธให้แบรนด์พุ่งแรงในโลกดิจิทัล**. กรุงเทพฯ : อมรินทร์ฮาวทู อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2556). **E-Commerce และ Online Marketing**. กรุงเทพฯ : พิมพ์ดี.
- เอ็มแมน, ซัค และ เบอรรารี ,เคน. (2561). **วิเคราะห์ตลาด บนโลกดิจิทัล : การทำความเข้าใจกับข้อมูลลูกค้าในโลกดิจิทัล = Digital marketing analytics** (วิจิตา สุนทรพิพิธ, แปล). กรุงเทพฯ : ดำรงค์ พิณคุณ.
- สมิทธิ บุญชุตินา. (2561). **การใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : 21 เซ็นจูรี่.
- สำนักงานดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, **การค้าสมัยใหม่**. สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2562, จาก <http://www.thaibiogonline.com/sod>
- อิสริย์ ต่อณคราม. (2561). **การค้าสมัยใหม่**. ก้าวเพชพร : มหาวิทยาลัยราชภัฏ ก้าวเพชพร.
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2561). **พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (มุมมองด้านการบริหาร)**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

การวิเคราะห์ผลการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร พ.ศ.2558

Analysis of the Performance of Curriculum Standard Criteria 2015

อภินันท์ จันตะนี¹ สิริตา ชื่นโชติกิจติ²

บทคัดย่อ

การวิเคราะห์ผลการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี โดยใช้ มคอ.2 เป็นแนวทางการวิเคราะห์คุณภาพ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เข้าใจสาระสำคัญใน มคอ.2 บทบาทและหน้าที่ของอาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ซึ่งปัญหา/อุปสรรคในการปฏิบัติตามตัวบ่งชี้ในแต่ละข้อ ผลการวิเคราะห์โดยสรุปการปฏิบัติตามตัวบ่งชี้ที่ 1.1 มีปัญหาสำหรับการตีความและปฏิบัติตามในข้อ 2 คุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ข้อ 3 คุณสมบัติของอาจารย์ประจำหลักสูตร ข้อ 4 คุณสมบัติของอาจารย์ผู้สอน ซึ่งมีทั้งการใช้เกณฑ์มาตรฐาน 2548 และเกณฑ์มาตรฐาน 2558 สำหรับการประเมินคุณภาพหลักสูตรในตัวบ่งชี้ที่เป็นกระบวนการ (3.1, 3.2, 4.1, 5.1, 5.2, 5.3 และ 6.1) มีปัญหาเพราะส่วนใหญ่ไม่สามารถปฏิบัติตามกระบวนการ PDCA ได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้เพราะสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่ยังประเมินตาม มคอ.7

คำสำคัญ : การปฏิบัติ เกณฑ์มาตรฐาน หลักสูตร

Abstract

This article analyzes the results of the undergraduate curriculum standards using TQF2 as a guideline for quality analysis. Its objective is to understand the content of the TQF2, roles and duties of full time instructors for a curriculum and instructors' responsibility of a curriculum whose problems and obstacles are in implementing each indicator. The summary analysis results in the performance of indicators 1.1, there are problems for interpreting and acting in item 2 of the instructors' qualifications responsible for a curriculum, item 3 the qualifications of full time instructors for a curriculum, item 4 the qualifications of teaching instructors. Both the standard criteria of 2005 and of 2015 are used for evaluating curriculum quality in process indicators (3.1, 3.2, 4.1, 5.1, 5.2, 5.3 and 6.1). There are problems because most of them are unable to comply with the PDCA process, because higher education institutions still follow TQA 7.

Keywords: Performance, Standard Criteria, Curriculum

¹ รองศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

E-mail : aphinant2017@gmail.com

² ดร. พยาบาลวิชาชีพชำนาญพิเศษ หัวหน้างานพัฒนาวิชาชีพการพยาบาล สถาบันโรคทรวงอก

1. บทนำ

โดยที่สถาบันอุดมศึกษาจะต้องปฏิบัติตามภารกิจหลัก 4 ประการ คือ การผลิตบัณฑิตเพื่อการวิจัย การให้บริการทางวิชาการแก่สังคมและการทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม ซึ่งภารกิจทั้ง 4 ดังกล่าว มีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของนิสิตนักศึกษาให้สอดคล้องและเหมาะสมกับพลวัตของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งจะส่งต่อคุณภาพของบัณฑิตตามที่ได้กำหนดไว้ในประกาศกระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2548 และ พ.ศ.2558 และรายละเอียดของหลักสูตร (Program Specification) หรือ มคอ.2 โดยการบริหารจัดการหลักสูตรที่มีลักษณะที่แตกต่างตามจุดเน้นของสาขาวิชาและวิชาชีพต่างๆ ตามความต้องการของตลาดแรงงาน ความก้าวหน้าของศาสตร์และเทคโนโลยี รวมทั้งบริบทของสังคมไทยที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งเป็นการอธิบายภาพรวมของการจัดหลักสูตร การจัดการเรียนการสอนที่จะทำให้บัณฑิตบรรลุผลการเรียนรู้ของหลักสูตรนั้นๆ โดยจะถ่ายทอดผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของบัณฑิตที่กำหนดไว้ในกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ และมาตรฐานคุณวุฒิสภา/สาขาวิชาไปสู่การปฏิบัติในหลักสูตร โดย มคอ.2 ประกอบด้วย 8 หมวด ดังนี้

หมวดที่ 1. ข้อมูลทั่วไป 1) รหัสและชื่อหลักสูตร 2) ชื่อปริญญาและสาขาวิชา 3) วิชาเอก 4) จำนวนหน่วยวิชาที่เรียนตลอดหลักสูตร 5) รูปแบบของหลักสูตร 6) สถานภาพของหลักสูตร 7) ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน 8) อาชีพที่ประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา 9) ชื่อ นามสกุล และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและประจำหลักสูตร 10) สถานที่จัดการเรียนการสอน

หมวดที่ 2. ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1) ปรัชญาของหลักสูตร 2) วัตถุประสงค์ของหลักสูตร 3) แผน พัฒนา/ปรับปรุง โดยพัฒนาหรือปรับปรุง

หลักสูตรให้มีมาตรฐานไม่ต่ำกว่าที่กระทรวงฯ ได้กำหนดไว้

หมวดที่ 3. ระบบการจัดการศึกษา
การดำเนินการและโครงสร้างหลักสูตร 1) ระบบการจัดการศึกษา 2) คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา 3) โครงสร้างหลักสูตรและรายวิชา 4) แผนการรับนักศึกษา 5) การจัดงบประมาณตามแผนจัดการศึกษา

หมวดที่ 4. ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล รวมทั้งการพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้านคือ 1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม 2) ด้านความรู้ 3) ด้านทักษะทางปัญญา 4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ 5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

หมวดที่ 5. หลักเกณฑ์ในการประเมินผล
นิสิต 1) กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด) 2) กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนิสิต 2.1) การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้นิสิตนิสิต ยังไม่สำเร็จการศึกษา 2.2) การทวนสอบมาตรฐาน ผลการเรียนรู้หลังจากนิสิตสำเร็จการศึกษา

หมวดที่ 6. การพัฒนาอาจารย์ โดยมีการเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่ การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์ โดยส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างสมประสบการณ์ในศาสตร์/สาขาวิชา

1) มีการปฐมนิเทศแนะแนวการเป็นครูแก่อาจารย์ใหม่ ให้มีความรู้และเข้าใจนโยบายของสถาบันฯ และคณะวิชา ตลอดในของหลักสูตร/สาขาวิชาที่เปิดสอน

2) ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอนและการวิจัยให้ตรงหรือสัมพันธ์กับหลักสูตร/สาขาวิชาอย่างต่อเนื่อง สนับสนุนด้านการศึกษาต่อ ฝึกอบรม ศึกษาดูงานทางวิชาการ และวิชาชีพในองค์กรต่าง ๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศและ/หรือต่างประเทศ หรือการลาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ของอาจารย์ผู้สอน

3) การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน พัฒนาวិชาการและวิชาชีพในด้านที่เกี่ยวข้อง

(1) ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอนและการวิจัย ที่ตรงในหลักสูตร/สาขาวิชาอย่างต่อเนื่อง สนับสนุนด้านการ ศึกษาต่อ ฝึกอบรมงานทางวิชาการและวิชาชีพใน องค์กรต่าง ๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศและ/ หรือต่างประเทศ หรือการลาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์

(2) การเพิ่มพูนทักษะการจัดการเรียน การสอนและการประเมินผลให้ทันสมัยการมีส่วนร่วมใน กิจกรรมบริการวิชาการแก่สังคมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา ความรู้และคุณธรรม

(3) มีการกระตุ้นอาจารย์ทำผลงานทาง วิชาการที่ตรงหรือสัมพันธ์กัน และส่งเสริมการทำวิจัย สร้างองค์ความรู้ใหม่ รวมทั้งการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียน การสอนที่ส่งผลให้อาจารย์มีความเป็นผู้เชี่ยวชาญใน ศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

(4) จัดสรรงบประมาณสำหรับการทำวิจัย โดย จัดให้อาจารย์ทุกคนเข้าร่วมกลุ่มวิจัยต่าง ๆ ในแต่ละ หลักสูตรฯ

(5) จัดให้อาจารย์เข้าร่วมกิจกรรมบริการ วิชาการต่าง ๆ ของหลักสูตรหรือคณะที่สังกัด

หมวดที่ 7. การประกันคุณภาพหลักสูตร (ปรับให้ สอดรับกับเกณฑ์ สกอ.ปีการศึกษา 2557)

1) การกำกับมาตรฐานหลักสูตร การบริหาร หลักสูตรดำเนินการตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ.๒๕๕๘ โดยมีมอบหมายให้คณบดีหรือรองคณบดีที่ เกี่ยวข้อง ทำหน้าที่กำกับดูแลการบริหารหลักสูตร/สาขา วิชาฯ โดยผ่านทางคณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ ซึ่ง มี การจัดประชุมอย่างน้อยทุก 2 เดือน

2) บัณฑิต หลักสูตรมีการติดตามคุณภาพของ บัณฑิตตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ หรือ ผลการเรียนรู้ ที่คาดหวังของหลักสูตร โดยพิจารณาจากข้อมูลผลลัพธ์ การเรียนรู้ และการมีงานทำ นอกจากนั้นยังติดตาม ความต้องการของตลาดแรงงานและสังคม ซึ่ง

คณะกรรมการบริหารหลักสูตร/สาขาวิชาฯ สํารวจ ความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้ใช้บัณฑิตเป็น ประจําทุกปี และแจ้งผลการสํารวจให้กับ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรได้ทราบเพื่อเป็นข้อมูล สําหรับการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรและการจัดการ เรียนการสอน หลักสูตรกำหนดว่า ผู้ใช้บัณฑิตจะต้องมี คะแนนความพึงพอใจมากกว่า 3.5 (จากระดับ 5)

3) นักศึกษา หลักสูตรให้ความสำคัญกับการ รับนักศึกษาเข้าศึกษาในหลักสูตร การส่งเสริมพัฒนา นักศึกษา และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนักศึกษา โดยมี รายละเอียดดังนี้

(1) หลักสูตรกำหนดคุณสมบัติของ นักศึกษาที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตร/สาขาวิชาจะต้อง มีคุณสมบัติเป็นไปตามประกาศหรือข้อบังคับของ สถาบัน/มหาวิทยาลัยฯ

(2) หลักสูตรส่งเสริมการพัฒนานักศึกษา

(2.1) กำหนดให้การจัดประสบการณ์ การเรียนรู้ด้วยกิจกรรมที่สามารถให้เกิดการเรียนรู้และ พัฒนาศักยภาพที่จําเป็นให้กับนักศึกษาโดยเน้นทักษะ แห่งศตวรรษที่ 21

(2.2) มีระบบสนับสนุนและการให้ คำแนะนำนักศึกษา โดยแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาทาง วิชาการให้แก่ศึกษาทุกคน อาจารย์จะแจ้งวัน เวลา ที่นักศึกษาจะขอรับคำปรึกษาไว้หรือผ่านช่องทางอื่นๆ ที่เหมาะสมเพื่อให้นักศึกษาที่มีปัญหาในการเรียนหรือ ปัญหาอื่นๆ สามารถขอรับคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ ปรึกษาทางวิชาการได้

(2.3) มีระบบการอุทธรณ์ของนักศึกษา ที่ต้องการอุทธรณ์หรือมีเรื่องร้องเรียนทั้งเรื่องทั่วไป หรือผลการประเมิน สามารถติดต่ออาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ที่ทำหน้าที่ดูแลการจัดการเรียนการสอน รายวิชานั้นๆ ได้

(3) หลักสูตรมีการติดตามข้อมูลที่แสดง ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนักศึกษาได้แก่ อัตราการคงอยู่ของ

นักศึกษาอัตราการสำเร็จการศึกษา ความพึงพอใจต่อหลักสูตร

4) อาจารย์ หลักสูตรมีกระบวนการบริหารและพัฒนาอาจารย์ ตั้งแต่ระบบการรับอาจารย์ใหม่ การคัดเลือกอาจารย์ โดยให้ความสำคัญกับคุณสมบัติความรู้ ความเชี่ยวชาญตามหลักสูตร/สาขาวิชา และความมุ่งมั่นในการผลิตผลงานทางวิชาการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) การรับอาจารย์ใหม่ มีการคัดเลือกอาจารย์ใหม่ตามระเบียบและหลักเกณฑ์ของสถาบัน/มหาวิทยาลัย โดยอาจารย์ใหม่จะต้องมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปในสาขาที่ตรงสัมพันธ์กัน และจะต้องสอบผ่านภาษาอังกฤษตามเกณฑ์ที่สถาบัน/มหาวิทยาลัยกำหนด

ทั้งนี้การรับอาจารย์ใหม่จะต้องนำไปสู่การมีอัตรากำลังที่เหมาะสมกับจำนวนนักศึกษาที่รับเข้าศึกษาในหลักสูตร/สาขาวิชา

(2) การบริหารอาจารย์ หลักสูตรมีการกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของอาจารย์ ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอย่างชัดเจน โดยมอบหมายภาระงานตามความเหมาะสมกับคุณวุฒิ ความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ ส่งเสริมจูงใจสนับสนุนในการพัฒนาผลงานทางวิชาการ มีระบบยกย่องและจูงใจอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้อัตราการคงอยู่ของอาจารย์อยู่ในระดับสูง และมีคะแนนความพึงพอใจของอาจารย์มากกว่า 3.5 (จากระดับ 5)

ทั้งนี้โดยบทบาทหน้าที่ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา และอาจารย์ผู้สอนจะต้องประชุมร่วมกันใน การวางแผนจัดการเรียนการสอน ประเมินผลและให้ความเห็นชอบการประเมินผลทุกรายวิชา เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อเตรียมไว้สำหรับการปรับปรุงหลักสูตร/สาขาวิชา ตลอดจนปรึกษาหารือแนวทางที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายตามหลักสูตร และได้บัณฑิตเป็นไปตามคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์

(3) การส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ หลักสูตรสนับสนุนให้อาจารย์ทุกคน ได้รับการพัฒนาด้าน

วิชาการหรือวิชาชีพ ส่งเสริมให้อาจารย์พัฒนาตนเองในการสร้างผลงานทางวิชาการอย่างต่อเนื่อง โดยอาจารย์ผู้สอนทุกคน จะต้องผลิตผลงานวิชาการให้ได้ ดังนี้

(3.1) เอกสารประกอบการสอน (แบบที่ 1) หรือเอกสารคำสอน (แบบที่ 2) ตามรายวิชาที่เปิดสอน

(3.2) ผลงานวิจัย ในสาขาที่ตรงหรือสัมพันธ์กัน จำนวน 1 เรื่องในเวลา 2 ปี

(3.3) บทความทางวิชาการ ที่ตีพิมพ์ในวารสารที่อยู่ในฐาน TCI จำนวน 1 เรื่องต่อปี

(3.4) ตำราหรือหนังสือ /งานแปล ประเภทใดประเภทหนึ่ง จำนวน 1 เรื่องในเวลา 2 ปี

ทั้งนี้ทางคณะวิชาจะต้องพัฒนาระบบและกลไกภายในที่เอื้อต่อการพัฒนาผลงานทางวิชาการดังกล่าวข้างต้น ในขณะเดียวกันในด้านประสิทธิภาพการสอนของอาจารย์จะต้องได้รับผลการประเมินความพึงพอใจจากนักศึกษามีคะแนนความพึงพอใจมากกว่า 3.5 (จากระดับ 5)

5) หลักสูตร การเรียนการสอนและการประเมินผู้เรียน

หลักสูตรมีการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่การออกแบบหลักสูตร มีการควบคุมกำกับกับการจัดทำรายวิชา การวางระบบผู้สอบและกระบวนการจัดการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชา มีการประเมินผู้เรียน การกำกับให้มีการประเมินตามสภาพจริง มีวิธีการประเมินที่หลากหลาย การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิอุดมศึกษา(TQF) โดยมีดังนี้

(1) **สาระของรายวิชาในหลักสูตร** หลักสูตรจัดการเรียนการสอนให้ผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนตรงกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่กำหนดในรายวิชาและหลักสูตร/สาขาวิชา โดยใช้กระบวนการทวนสอบ(ตามคู่มือการทวนสอบ)ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาเป็นเครื่องในการกำกับให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ใน มคอ.2

(2) **การวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน** หลักสูตรจัดผู้สอนให้เหมาะสมกับ

รายวิชาที่สอน ตามความรู้ความสามารถและความชำนาญ ในเนื้อหา ทั้งนี้คำนึงถึงรายวิชาในหลักสูตร/สาขาวิชา ประสบการณ์ทำงาน และผลงานทางวิชาการของผู้สอน โดยมีการกำกับให้อาจารย์ทุกคน จะต้องมีการทำ “รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)” ทุกรายวิชา และมีการประเมินการจัดการเรียนการสอน (มคอ.5 เป็น รายบุคคล) ทุกรายวิชา รวมทั้งมีการประเมินหลักสูตร (มคอ.7) อย่างครบถ้วน

ส่งเสริมให้อาจารย์จัดกิจกรรมที่เป็น กระบวนการบูรณาการการจัดการเรียนการสอนเข้ากับ พันธกิจด้านการวิจัย การบริการวิชาการและการทำนุ บำรุงศิลปวัฒนธรรมอย่างครบถ้วน

(3) การประเมินผู้เรียน หลักสูตรมีการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยใช้การประเมิน ตามสภาพจริง โดยมีเครื่องมือการประเมินที่หลากหลาย ทั้งข้อสอบปรนัย อัตนัย การบ้าน รายงานชิ้นงานที่ระบุ ตามจุดคำ ความรับผิดชอบหลักที่มอบหมาย การสอบ ปากเปล่า การสังเกตพฤติกรรม การวัดทักษะการ ปฏิบัติงาน เป็นต้น

6) สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ หลักสูตรโดย การสนับสนุนของคณะวิชาฯ จัดเตรียมความพร้อมทาง กายภาพทั้ง ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ สภาพแวดล้อม ด้านการเรียนรู้ รวมทั้งจัดสิ่งอำนวยความสะดวก และสิ่งสนับสนุนการศึกษา ประกอบด้วย ห้องสมุด ของคณะวิชา ฐานข้อมูลทรัพยากรการเรียนรู้ วารสารวิชาการเพื่อการสืบค้นให้เพียงพอและทันสมัย มีการบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เพียงพอและทั่วถึงตามความต้องการของนักศึกษา โดยมีการ ปรับปรุงสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ให้มีความทันสมัย ตลอดเวลาโดยอาศัยผลการประเมินความพึงพอใจของ นิสิตต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้มากกว่า 3.5 คะแนน (จากระดับ 5)

7) ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators : KPI) ผลการดำเนินการ บรรลุตามเป้าหมายตัวบ่งชี้ทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ดีต่อเนื่อง

2 ปีการศึกษา เพื่อติดตามการดำเนินการของกรอบ TQF ต่อไป

หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการ ดำเนินการของหลักสูตร 1) การประเมินกลยุทธ์การสอน และประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์ การสอน 2) ประเมินนิสิต/นักศึกษาปัจจุบันและศิษย์เก่า 3) ประเมินจากนายจ้างหรือสถานประกอบการ 4) ประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิหรือที่ปรึกษา 5) การประเมินผล การดำเนินงานตามที่กำหนดในรายละเอียดหลักสูตร 6) การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุง

2. เนื้อหา

2.1 หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการประกอบด้วย (ราชกิจจานุเบกษา หน้า 7 วันที่ 13 พ.ย.2558)

2.1.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร (ปริญญา ตรี) มีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือมี ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ และต้องมีผลงานทาง วิชาการที่ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญา และเป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตาม หลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้ง ให้บุคคล ดำรงตำแหน่งทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการ ในรอบ 5 ปีย้อนหลัง

2.1.2 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อย่างน้อย 5 คน มีคุณวุฒิและคุณสมบัติเช่นเดียวกับ อาจารย์ประจำหลักสูตร กรณีที่หลักสูตรจัดให้มี วิชาเอกมากกว่า 1 วิชาเอก ให้จัดอาจารย์ผู้รับผิดชอบ หลักสูตรที่มีคุณวุฒิและคุณสมบัติตรง/สัมพันธ์กับ สาขาวิชาที่เปิดสอนไม่น้อยกว่าวิชาเอกละ 3 คน โดย ผลงานทางวิชาการฯ จะต้องได้รับการเผยแพร่ (อย่างน้อย) ในฐานข้อมูลระดับชาติ ตามประกาศ ก.พ.อ.เรื่อง หลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทาง วิชาการ (ฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1 หรือกลุ่ม 2) สำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ พ.ศ.2562 (ประกาศ ในราชกิจจานุเบกษา หน้า 13 ข้อ 3 พ.ศ.2562)

2.2 การวิเคราะห์ตัวบ่งชี้เชิงปริมาณและคุณภาพ

จากการประเมินผลตาม “คู่มือการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับหลักสูตร” ในปีการศึกษา 2557 ซึ่งมี 6 องค์ประกอบ 14 ตัวบ่งชี้ โดยจำแนกเพื่อวิเคราะห์ในแต่ละตัวบ่งชี้ ดังต่อไปนี้

องค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน มีตัวบ่งชี้ที่ 1.1

มีตัวบ่งชี้ที่ 1.1 โดยมีการประเมิน 5 ข้อ ดังนี้

1) เกณฑ์ประเมินข้อ 1 จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

- โดยกำหนดไว้ไม่น้อยกว่า 5 คน (ข้อ 10.1.2 ราชกิจจานุเบกษา หน้า 7 วันที่ 13 พ.ย.2558) และเป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเกินกว่า 1 หลักสูตรไม่ได้ (ราชกิจจานุเบกษา หน้า 3 วันที่ 13 พ.ย.2558) และประจำหลักสูตรตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษาตามหลักสูตรนั้น

ข้อสังเกต มีบางหลักสูตร/สถาบันอุดมศึกษาดำเนินการไม่ตรงตามเกณฑ์ในข้อ 1 นี้

2) เกณฑ์ประเมินข้อ 2 คุณสมบัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

- คุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่า (ผศ.) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ในสาขาที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่เปิดสอน

- มีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการ (บทความวิจัย/วิชาการ) ในรอบ 5 ปีย้อนหลัง

- กรณีที่เป็นประเภทวิชาชีพจำนวน 2 ใน 5 คน ต้องมีประสบการณ์ในด้านการปฏิบัติกร

ข้อสังเกต มีบางหลักสูตร/ไม่ได้เผยแพร่ตามเกณฑ์ “เป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการ” ซึ่งจะต้องเผยแพร่ตามประกาศ ก.พ.อ.2556 (สำหรับประกาศ ก.พ.อ.เรื่อง หลักเกณฑ์การพิจารณาการทางวิชาการ

(ฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1 หรือกลุ่ม 2) สำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ พ.ศ.2562 (ราชกิจจานุเบกษา หน้า 13 ข้อ 3 พ.ศ.2562 จะเริ่มใช้ 1 ตุลาคม 2562)

3) เกณฑ์ประเมินข้อ 3 คุณสมบัติอาจารย์ประจำหลักสูตร

- คุณวุฒิระดับคุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่า ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (ผศ.) ในสาขาที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่เปิดสอน

- มีผลงานทางวิชาการอย่างน้อย 1 รายการ (บทความวิจัย/วิชาการ) ในรอบ 5 ปีย้อนหลัง

- เป็นอาจารย์ประจำได้ไม่เกิน 2 หลักสูตร (กำหนดในคู่มือ สกอ.เล่มสี่ชมพู หน้า 38)

4) เกณฑ์ประเมินข้อ 4 คุณสมบัติอาจารย์ผู้สอน

- อาจารย์ประจำ (ประจำคณะหรือสถาบันอุดมศึกษา) นอกจากคุณสมบัติตามข้อ 2 ข้อ 3

- คุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่า ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (ผศ.) ในสาขาวิชานั้น หรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กันหรือสาขาวิชาของรายวิชาที่สอน

- หากเป็นอาจารย์ผู้สอนก่อนเกณฑ์นี้ ประกาศใช้ อนุโลมคุณวุฒิระดับปริญญาตรีได้

- อาจารย์พิเศษ มีคุณวุฒิระดับปริญญาโทหรือคุณวุฒิปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และ

- มีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับวิชาที่สอน ไม่น้อยกว่า 6 ปี

- มีชั่วโมงสอนไม่เกินร้อยละ 50 ของรายวิชาที่สอนฯ โดยมีอาจารย์ประจำหลักสูตรเป็นผู้รับผิดชอบรายวิชานั้น

ข้อสังเกต ในทางปฏิบัติ ก็มีบางหลักสูตรไม่ได้ปฏิบัติตามเกณฑ์ข้อ 4 นี้ และไม่กำหนดอาจารย์เป็นผู้รับผิดชอบรายวิชาที่อาจารย์พิเศษสอน และมีบางวิชาที่แต่งตั้งผู้สอนและผู้รับผิดชอบ เป็นคนเดียวกัน จึงไม่อาจประเมินการสอนให้มีคุณภาพอย่างเต็มที่

5) เกณฑ์ประเมินข้อ 10 (หรือข้อที่ 5)
การปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลาที่กำหนด 5 ปี

สำหรับเกณฑ์ข้อที่ 5 นี้ หลักสูตร/สาขาวิชา ส่วนใหญ่ได้ปรับปรุงเข้ากับเกณฑ์มาตรฐาน พ.ศ.2558 ตั้งแต่ปีการศึกษา 2559 เป็นต้นมา

มีข้อสังเกต มีหลักสูตรจำนวนไม่น้อย(ประมาณ 30-40 %) ที่ยังปฏิบัติ/ดำเนินการไปตามเกณฑ์มาตรฐาน พ.ศ.2548 ซึ่งเป็นเพราะอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรหรือประจำหลักสูตรไม่มีผลงานทางวิชาการ (บทความวิจัย/บทความวิชาการ) จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ “การบริหารจัดการหลักสูตร/สาขาวิชาไม่เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน/คุณภาพหลักสูตรฯ ดังจะพบอยู่เสมอว่า หลักสูตรดังกล่าวไม่อาจจะเข้าสู่ระบบการเผยแพร่ (TQR) คุณภาพและมาตรฐานได้

ดังนั้น **องค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน** ที่มี**ตัวบ่งชี้ 1.1** การบริหารจัดการหลักสูตรตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี ที่กำหนดโดยสกอ.จึงไม่บรรลุเป้าหมายเท่าที่ควร ทั้งนี้เพราะกลไกทำงานไม่เต็มที่

องค์ประกอบที่ 2 บัณฑิต มี**ตัวบ่งชี้ที่ 2.1** และ**ตัวบ่งชี้ที่ 2.2** ดังนี้

ตัวบ่งชี้ที่ 2.1 คุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) เป็นการประเมินคุณภาพบัณฑิต ในมุมมองของผู้ใช้บัณฑิตหรือผู้ประกอบการฯ โดยประเมินความพึงพอใจ 5 ด้านคือ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งมีเงื่อนไขต้องถามผู้ประกอบการไม่น้อยกว่า 20%

ข้อสังเกต ส่วนใหญ่จะให้หน่วยงานวิชาการหรือฝ่ายทะเบียนนักศึกษา ทำการประเมิน หากจะให้ได้คุณภาพ(บัณฑิตที่เข้าไปทำงานในองค์กร) ทางหลักสูตร/สาขาวิชา จะสอบถาม (เชิงปริมาณ) และสัมภาษณ์เชิงลึก (เชิงคุณภาพ) ไปพร้อมกัน

ตัวบ่งชี้ที่ 2.2 ร้อยละของบัณฑิตปริญญาตรี ที่ได้งานทำหรือประกอบอาชีพอิสระ
โดยจำนวนบัณฑิตที่ตอบแบบสำรวจไม่น้อยกว่า 70% บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา

ข้อเสนอแนะ ควรจำแนกบัณฑิตที่ได้งานทำดังนี้

1. ได้ทำงานตรงกับหลักสูตร/สาขาวิชาที่เรียน.....คน
2. ได้ทำงานสัมพันธ์กับหลักสูตร/สาขาวิชาที่เรียน.....คน
3. ได้ทำงานไม่ตรงและไม่สัมพันธ์กับหลักสูตร/สาขาวิชา ที่เรียน.....คน

องค์ประกอบที่ 3 นักศึกษา มี**ตัวบ่งชี้ที่ 3.1** **ตัวบ่งชี้ที่ 3.2** และ**ตัวบ่งชี้ที่ 3.3** ดังนี้

ตัวบ่งชี้ที่ 3.1 การรับนักศึกษา มี 2 ข้อคือการรับนักศึกษาและเตรียมความพร้อมก่อนเรียนฯ

3.1.1 การรับนักศึกษา (ใช้วงจรคุณภาพ PDCA)

1) มีระบบการรับนักศึกษาอย่างชัดเจน คือ การกำหนดคุณสมบัติของผู้สมัครและขั้นตอน/กระบวนการรับสมัคร/สอบคัดเลือกเข้าศึกษาในหลักสูตร/สาขาวิชา โดยประกาศเป็นเอกสารหรือแผ่นพับที่ต้องรับ(P).....จำนวนรุ่น/กลุ่มละ 30 คน

2) โดยมีกลไกที่เป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรหรือหน่วยงานในคณะ/สถาบันอุดมศึกษาและอุปกรณ์/ทรัพยากรต่างๆเพื่อดำเนินการรับสมัครนักศึกษาตามแผนที่กำหนดไว้

3.1.2 การเตรียมความพร้อมก่อนเข้า ศึกษา (ใช้วงจรคุณภาพ PDCA)

1) มีระบบการเตรียมความพร้อมเพื่อจัดอบรมนักศึกษาที่รับเข้ามาแล้ว....แต่ยังขาดคุณสมบัติ/ไม่เป็นไปตามความรู้พื้นฐานที่มีไว้ เช่น จากการสอบคัดเลือก/สัมภาษณ์ ผู้มาสมัครเข้าศึกษาในหลักสูตร/สาขาวิชา พบว่า (D-C) “ภาษาอังกฤษ-คณิตศาสตร์”

- โดยจัดอบรม (กลไก-A) เพื่อปรับปรุง/พัฒนาความรู้พื้นฐาน/สุขภาพกายและจิตใจ ทำให้มีความพร้อมก่อนเรียนวิชาในหลักสูตรฯ ซึ่งจะช่วยให้เรียนได้สำเร็จตามเวลา

- ดำเนินการประเมินผล (เปรียบเทียบ) เพื่อพิจารณาผลการเรียนในแต่ละภาคเรียน/ปี ซึ่งหากมีผล (เป็นรูปธรรม) จากการนำระบบและกลไกมาขับเคลื่อนเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนเรียนได้เห็นเป็นรูปธรรม ก็จะได้ถึง 4 คะแนน

ตัวบ่งชี้ที่ 3.2 การส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา ชนิดตัวบ่งชี้ -กระบวนการ

1) การควบคุมการดูแลการให้คำปรึกษาวิชาการและการแนะแนวนักศึกษาระดับปริญญาตรี

2) การพัฒนาศักยภาพนักศึกษาและการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

มี 4 กลุ่ม ดังนี้ (1) กลุ่มวิชาหลัก (core subjects) (2) กลุ่มทักษะชีวิตและอาชีพ (career skills) (3) กลุ่มทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม (learning and innovation skills) (4) กลุ่มทักษะสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี (information media and technology skills)

3.2.1 การควบคุม การดูแล การให้คำปรึกษา วิชาการ และแนะแนวแก่นักศึกษาปริญญาตรี

1) มีการแต่งตั้งอาจารย์ให้คำปรึกษาเป็นรายกลุ่มและอาจให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลตามแผน (P)

2) โดยมีอาจารย์และอุปกรณ์/ทรัพยากรต่างๆ ซึ่งเป็นกลไกเพื่อให้คำปรึกษารายวิชาลงทะเบียน

เรียนและมีห้องปฏิบัติการเพื่อใช้ศึกษาค้นคว้าเพื่อจัดทำรายงานในแต่ละรายวิชาที่เรียนในหลักสูตร

3.2.2 การพัฒนาศักยภาพนักศึกษาและ เสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

1) จัดเตรียมกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพนักศึกษา เช่น การเชิญวิทยากร/ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์ให้ที่ยังมีประสบการณ์ไม่เพียงพอ โดยกำหนดกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพนักศึกษา

2) การจัดทำโครงการเพื่อเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เช่น การเสริมสร้างทักษะ การเรียนรู้และนวัตกรรม (Learning and Innovation Skills) ทักษะชีวิตและอาชีพ (Life and Career Skills) และทักษะสารสนเทศ และเทคโนโลยี (Information Media and Technology Skills) เป็นต้น

ตัวบ่งชี้ที่ 3.3 ผลที่เกิดกับนักศึกษา ชนิด ตัวบ่งชี้ -ผลลัพธ์

1) การคงอยู่ของนักศึกษา

- การวิเคราะห์อัตราการคงอยู่ของนักศึกษาในหลักสูตร 3 จุด หรือแนวโน้ม 3 ปี

2) การสำเร็จการศึกษา

- การวิเคราะห์การสำเร็จการศึกษาตามระยะเวลาของหลักสูตร 3 จุดหรือแนวโน้ม 3 ปี

3) ความพึงพอใจและผลการจัดการข้อร้องเรียนของนักศึกษา (ประเมินจากตัวบ่งชี้ 3.1 และ 3.2)

- การประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาต่อหลักสูตรและการร้องเรียนของนักศึกษา 3 จุด

องค์ประกอบที่ 4

ตัวบ่งชี้ที่ 4.1 การบริหารและพัฒนา อาจารย์ ชนิดตัวบ่งชี้-กระบวนการ

1) ระบบการรับและแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร

2) ระบบการบริหารอาจารย์

3) ระบบการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์

ตัวบ่งชี้ที่ 4.2 คุณภาพอาจารย์

ชนิดตัวบ่งชี้ ปัจจัยนำเข้า

1) ร้อยละของอาจารย์ประจำหลักสูตร/สาขาวิชาที่มีคุณวุฒิปริญญาเอก

2) ร้อยละของอาจารย์ประจำหลักสูตร/สาขาวิชาที่ดำรงตำแหน่งทางวิชาการ

3) ผลงานวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร/สาขาวิชา

ตัวบ่งชี้ที่ 4.3 ผลที่เกิดกับอาจารย์ ชนิดตัวบ่งชี้-ผลลัพธ์

1) การคงอยู่ของอาจารย์ประจำหลักสูตร/สาขาวิชา ซึ่งมีการพัฒนาผลงานวิชาการอย่างต่อเนื่อง

2) ความพึงพอใจของอาจารย์ประจำหลักสูตรต่อการบริหารจัดการหลักสูตร/สาขาวิชา

องค์ประกอบที่ 5 หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน

ตัวบ่งชี้ที่ 5.1 สารของรายวิชาในหลักสูตร ชนิดตัวบ่งชี้-กระบวนการ

1) การออกแบบหลักสูตรและสารรายวิชาในหลักสูตร/สาขาวิชา

2) การปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยตามความก้าวหน้าในศาสตร์สาขานั้น ๆ

ตัวบ่งชี้ที่ 5.2 กระบวนการเรียนการสอน และการวางระบบผู้สอน ชนิดตัวบ่งชี้-กระบวนการ

1) การกำหนดอาจารย์ผู้สอนรายวิชา

2) การกำกับ ติดตามและตรวจสอบการจัดทำแผนการเรียนรู้ (มคอ.3 และ มคอ.4) จัดการเรียนการสอน

3) การจัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรีที่มีการบูรณาการกับการวิจัย การบริการวิชาการทางสังคมและการทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม โดยอาจารย์และนักศึกษาจัดทำโครงการบูรณาการและประเมินผล

ตัวบ่งชี้ที่ 5.3 การประเมินผู้เรียน ชนิด

ตัวบ่งชี้-กระบวนการ

1) การประเมินผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF)

2) การตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษาในสาขาวิชาที่ทำการประเมินผล

3) การกำกับ การประเมินการจัดการเรียนการสอนและประเมินหลักสูตร (มคอ.5 มคอ.6 มคอ.7)

ตัวบ่งชี้ที่ 5.4 ผลการดำเนินงานหลักสูตร/สาขาวิชาตามกรอบ TQF ชนิดตัวบ่งชี้ โดยมีดัชนีชี้วัด KPI จำนวน 12 ข้อ

องค์ประกอบที่ 6 ตัวบ่งชี้ที่ 6.1 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ชนิดของตัวบ่งชี้-กระบวนการ

1) ระบบดำเนินงานของภาควิชา/คณะ/สถาบันฯ โดยมีส่วนร่วมของอาจารย์ประจำหลักสูตร เพื่อให้มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ การเปิดสอนหลักสูตรบัณฑิตศึกษาควรดำเนินการต่อเมื่อสถาบัน มีความพร้อมและกำหนดความคาดหวังสูงกว่า ทางด้านทรัพยากร การเรียนรู้และสิ่งแวดล้อมต่างๆ

2) จำนวนสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่เพียงพอและเหมาะสมต่อการจัดการเรียนการสอน

- มีการจัดสรรงบประมาณให้นักศึกษาเพื่อทำวิจัย มีห้องทำงานวิจัย (ซึ่งไม่ใช่ห้องเรียน) เพื่อให้ นักศึกษาเข้าใช้ได้สะดวกในการทำวิจัย โดยมีอุปกรณ์และเครื่องมือพื้นฐานที่จำเป็นและเหมาะสมในการทำวิจัย

3) การปรับปรุงตามผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

- การปรับปรุง/พัฒนาสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ตามข้อเสนอของนักศึกษาและอาจารย์ผู้สอนในหลักสูตร

- การประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่ได้ปรับปรุง/พัฒนาขึ้น

- การประเมินความพึงพอใจของอาจารย์ที่มีต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่ได้ปรับปรุง/พัฒนาขึ้น

3. บทสรุป

3.1 ร้อยละ 80 ของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีส่วนร่วมในการประชุมเพื่อวางแผนและเนินงานหลักสูตรฯ

3.2 มีรายละเอียดของหลักสูตร ตาม มคอ.2 ที่สอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิของหลักสูตร/สาขาวิชา

3.3 มีรายละเอียดของรายวิชา และประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.3 และ/ มคอ.4 อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชา

3.4 จัดทำรายงานผลดำเนินการของรายวิชาและประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.5 และ/ มคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา

3.5 จัดทำรายงานผลดำเนินการของหลักสูตรฯ ตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา

3.6 การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ ที่กำหนดใน มคอ.3 อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา

3.7 มีการพัฒนาปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือการประเมินผลการเรียนรู้จาก มคอ.7

3.8 อาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคน ได้รับการปฐมนิเทศหรือคำแนะนำด้านการเรียนการสอน

3.9 อาจารย์ประจำทุกคน ได้รับพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง

3.10 จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน (ถ้ามี) ได้รับพัฒนาวิชาชีพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี

3.11 ระดับความพึงพอใจนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพหลักสูตรเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จาก 5

3.12 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5

6. เอกสารอ้างอิง

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. คู่มือการประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับอุดมศึกษา

พ.ศ.2557 (พิมพ์ครั้งที่ 3). (25560). กรุงเทพฯ :

ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2558. (2558, 13 พฤศจิกายน). **ราชกิจจานุเบกษา**. เล่ม 132 ตอนพิเศษ 295ง. หน้า 12-24.

ประกาศ ก.พ.อ. เรื่อง หลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการ สำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ พ.ศ. 2562. (2562, 12 มิถุนายน). **ราชกิจจานุเบกษา**. เล่ม 136 ตอนพิเศษ 151ง. หน้า 13-14.

อภินันท์ จันตะนี และคณะ. (2560). **คู่มือการประเมินคุณภาพระดับหลักสูตร พ.ศ. 2560**. คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

พลังสื่อมวลชนในสื่อสังคมออนไลน์

The Power of Mass Media in Social Media

พัทธ์พสุตม์ สาธุนวัฒน์¹

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่อง “พลังสื่อมวลชนในสื่อสังคมออนไลน์” มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เห็นถึงการสร้างตัวตนของสื่อมวลชนในสื่อสังคมออนไลน์ วิธีการศึกษาเรียบเรียงจากแนวคิด ทฤษฎีด้านนิเทศศาสตร์ ซึ่งปัจจุบันภูมิทัศน์สื่อ (Media Landscape) เปลี่ยนแปลงไปทำให้รูปแบบ “สื่อสังคมออนไลน์” เข้ามามีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตและความคิดของมนุษย์จนนำไปสู่การประกอบสร้างตัวตนของสื่อมวลชนและใช้มายาคติเพื่อช่วงชิงให้ผู้บริโภครับรู้ชุดข้อมูลและความรู้ที่ต้องการด้วยสัญลักษณ์และภาพตัวแทน (Symbols&representations) ขึ้นในใจผู้บริโภค นอกจากนี้ยังเสนอความล้ำจริง (Hyper-reality) เพราะ “ดูดีกว่าของจริง” “ล้ำกว่าของจริง”

สื่อมวลชนใช้ “สื่อสังคมออนไลน์” เป็นเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น แสร้งความรู้สึกระหว่างสื่อมวลชนด้วยกัน หรือแสร้งข้อมูลความคิดเห็นกับคนอ่าน อันเป็นเหมือนสภากาแฟในโลกดิจิทัล มีการใช้โทรศัพท์มือถือรายงานข่าวที่เรียกว่า Mojo (Mobile Journalist) เพื่อเพิ่มเรตติ้งก่อให้เกิดปรากฏการณ์หนึ่งที่เรียกว่า Emo-Journalism ที่เน้นแต่อารมณ์ ความรู้สึกของผู้เสพข่าวสารเป็นหลัก มีการแสดงอารมณ์ความรู้สึกผ่านการรายงานข่าวกลายเป็นเรื่อง “ดราม่า” ความเร้าอารมณ์ในรูปแบบของ Cinematic Journalism สามารถปลุกอารมณ์ผู้รับสารได้มากจนเกิดปัญหาสำคัญคือรูปแบบการนำเสนอข่าวเหนือกว่าการนำเสนอข้อเท็จจริง หนทางสุดท้ายคงต้องพึ่งปัญญาแห่งการรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy) ที่จะท้าทายความเป็น “ดราม่า” ของสื่อมวลชนนั่นเอง

คำสำคัญ: สื่อมวลชน สื่อสังคมออนไลน์

Abstract

The article entitled “The Power of Mass Media in Social Media” aims to demonstrate the materialization of mass media in the online society. The methodology is composed of the concept and theory in communication arts. Nowadays, the media landscape has changed and thus “the online society” has influenced human lifestyle and thinking. This leads to the realization of the media using the illusion to attract consumers to perceive required knowledge and information by symbols and representations in their minds. Moreover, the media also presents hyper-reality as it looks better than reality.

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

E-mail : patpasut@hotmail.com

The media's "the online society" is used as a tool to exchange information and views, share feelings among mass media or share information and views with readers, as the coffee club in the digital world. Mobile phones are used for news releases called Mojo (Moblle Journalist) in order to raise rating. This phenomenon is called emo-journalism which mainly focuses on emotion and feeling of perceivers. The feeling is expressed via press releases so called "drama". Feeling arousing in form of cinematic journalism can extremely alert perceivers. This leads to the problem that press release presentation is more popular than facts. Finally, people would have to rely on media literacy in order to protect drama of mass media.

Keywords: Mass media, Social Media

1. บทนำ

หลายปีที่ผ่านมาสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญอย่างมากในด้านการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting) ความเป็นตัวกลางการนำคิดและเลือกเสนอข้อมูลข่าวสารในสังคม (Gatekeeper) หรือแนวคิดผู้นำทางความคิดของสังคม (Opinion Leader) แต่ปัจจุบันนี้ บทบาทของสื่อมวลชนซึ่งถือเป็นแกนสำคัญ กำลังถูกสื่อใหม่ท้าทายมากขึ้นหรืออาจถึงขั้นที่แนวคิดและทฤษฎีบางทฤษฎีถูกลบความสำคัญจากตำรายุคใหม่ให้เป็นเพียงประวัติศาสตร์การศึกษาถึงผลกระทบของสื่อมวลชนต่อผู้อ่านเท่านั้น

อีกทั้งยังไม่รวมถึงแนวคิดและทฤษฎีในวิชาการด้านนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชนอีกหลายทฤษฎีที่ปรากฏการณ์ของสื่อใหม่ได้ทำให้แนวคิดและทฤษฎีเหล่านั้นลดความสำคัญไปมาก เช่น ทฤษฎีการไหลของข่าวสาร (Information Flow) ได้แก่ ทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodermic Needle) ที่เชื่อว่าสื่อมวลชนมีบทบาทและทรงอิทธิพลอย่างมากต่อผู้รับสาร ทฤษฎีการไหลของข่าวสารสองขั้นตอน (Two step flow) ที่สื่อมวลชนมีบทบาทในการเลือกนำเสนอข้อมูลข่าวสารและกระจายไปยังคนในสังคม

นอกจากนั้น ทฤษฎีแนวเศรษฐศาสตร์ของสื่อ (Media Economics) ได้แก่ การผลิตข่าวสารมวลชน (Mass Production) การเผยแพร่ข่าวสารมวลชน

(Mass Distribution) การผูกขาดของสื่อมวลชน (Media Monopolies) ก็กำลังถูกท้าทายจากสื่อใหม่

หากย้อนรอยเหตุปัจจัยที่เกิดขึ้นของสื่อใหม่ ทำให้การทำความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและอิทธิพลของสื่อมวลชนต้องหันไปในทฤษฎีบางสำนักที่จะมีบทบาทมากยิ่งขึ้น เช่น ทฤษฎีแนววิพากษ์สื่อ (Media Criticism) หรือทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technology Determinism) นักวิชาการคนแรกๆ ที่สนใจเรื่องนี้เป็น ฮาโรลด์ อินนิส (Harold A Innis) นักวิชาการชาวแคนาดา แห่งมหาวิทยาลัยโตรอนโต (University of Toronto) ปรากฏความคิดในหนังสือชื่อ "Empire and Communication" ตีพิมพ์ครั้งแรกในปี ค.ศ. 1950 และ "The BIAS of Communication" ตีพิมพ์ครั้งแรกในปี ค.ศ. 1951 (Innis, 1951, p.23) ความชัดเจนของแนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดชัดเจนยิ่งขึ้น เมื่อมีคำพูดของมาร์แชล แมคลูฮัน (Marshall McLuhan) นักวิชาการสื่อชาวแคนาดาซึ่งได้รับอิทธิพลจากแนวคิดของอินนิส ที่ว่า "Medium is Massage" ในหนังสือชื่อ "Understanding Media : The Extensions of Man" ตีพิมพ์ครั้งแรกในปี ค.ศ. 1964 คำพูดที่นับว่าเป็นการจุดประกายในหนังสือเล่มนี้ แสดงให้เห็นว่า สื่อเป็นตัวกำหนดรูปแบบการสื่อสารของมนุษยชาติขึ้นมา (Marshall, 1964, pp. 1-11)

จนกระทั่ง ปี ค.ศ. 1989 หนังสืออีกเล่มของ แมคลูฮัน ชื่อ “The Global Village” ซึ่งปรากฏคำว่า “สังคมข่าวสาร” (Information Society) เป็นครั้งแรก (Marshall, 1989, pp. 39-62) อาจถือเป็นครั้งแรกที่ จุดประกายแก่นักวิชาการสื่อสารมวลชนทั่วโลกให้หัน มาสนใจทำความเข้าใจกับการสื่อสารไร้พรมแดนนับแต่ บัดนั้น จะเห็นได้ว่าอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นครั้งแรกใน สหรัฐอเมริกา ในปี พ.ศ. 2512 และประมาณปี พ.ศ. 2530 ขณะที่นักวิชาการคนไทยได้เริ่มนำอินเทอร์เน็ต เข้ามาในประเทศไทย นับเป็นเวลาไล่เลี่ยกับการตีพิมพ์ หนังสือเล่มนี้ของ แมคลูฮัน จุดเด่นของหนังสือเล่มนี้ ของแมคลูฮันคือ การนำเสนอให้เห็นถึงสภาพของ เทคโนโลยีสื่อในศตวรรษที่ 21 นั้นเอง หลังจากนั้น คำว่า “สื่อใหม่” ก็ค่อยๆ ปรากฏมากขึ้น โดยมี นักวิชาการผู้สนใจศึกษาทำความเข้าใจสื่อมวลชนตาม แนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด

เมื่อเทคโนโลยีสารสนเทศเปลี่ยนแปลงไป ระบบการสื่อสารของสังคมโดยเฉพาะสื่อสารมวลชนก็ จะปรับเปลี่ยนตัวเองเข้าสู่โลกเทคโนโลยีสารสนเทศไป ด้วย โดยที่ยังทำหน้าที่และบทบาทหลักของตนเองอยู่ ในด้านปรัชญาพื้นฐานสำคัญของความจริง ความ ถูกต้อง ความตรงไปตรงมา ความเป็นกลาง ความเป็น ธรรม และความรับผิดชอบ โดยยังเป็นแหล่งข้อมูล ข่าวสาร แหล่งบันเทิงใจ เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสาร เปลี่ยน รูปแบบและกระบวนการสื่อสารก็เปลี่ยนตาม ไปด้วย ดังเช่นกรณีการเกิดขึ้นของ “ชุมชนไซเบอร์” (Cyber Community)

เทคโนโลยีการสื่อสารย่อมส่งผลกระทบต่อ สังคมและวัฒนธรรม จากเดิมที่เน้นการสื่อสารด้วยภาษา คำพูดมาเป็นภาษาตัวอักษร จนปัจจุบันเป็นภาษาดิจิทัล (Digital Language) ใน รูป แบบ บ ค อ ม พื ว เต อ ร์ โทรศัพท์มือถือ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นต้น ทำให้พฤติกรรมและจิตวิทยาการสื่อสารในสังคม เปลี่ยนแปลงไป บทบาทของผู้รับสารส่วนใหญ่ในสังคม ก็เปลี่ยนจากเดิมที่เคยเป็นเพียงผู้รับ (Passive Audience)

มาเป็นผู้สืบค้นและรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้วยตัวเองแทน (The Active Audience) นอกจากนั้น การไหลของ ข่าวสารในสังคมจะมีช่องทางหลากหลายมากขึ้น

ข้อสังเกตที่น่าสนใจประการหนึ่งคือ จากยุค ดั้งเดิมมนุษย์มีการสื่อสารตัวต่อตัวเป็นคำพูด และเมื่อ เทคโนโลยีได้พัฒนาสื่อให้มีหลากหลายประเภท เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แต่ปัจจุบันการสื่อสารในสังคมกลับเป็นแบบเฉพาะเจาะจง ตัวบุคคลมากขึ้น มีความหลากหลายได้ในเวลาเดียวกัน จึงอาจกล่าวได้ว่า “สื่อสังคมออนไลน์” (Social Media) เช่น Facebook, Twitter, Youtube, Line ได้นำผู้คน กลับมาพบกันแบบตัวต่อตัวมากขึ้นพร้อมๆ กัน บางกรณี ก็เป็นคนในเครือข่ายเดียวกัน แต่สิ่งที่ยอมรับกันว่า ไม่มีในสื่อเก่ามากนักก็คือความเป็น “พื้นที่สาธารณะ” ของการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง (Political public sphere) ซึ่งเพราะว่าในสังคมไทยสื่อหลักยังอยู่ ภายใต้การดูแลควบคุมของรัฐบาล

ที่กล่าวมานี้ เพื่อชี้ให้เห็นว่าภูมิทัศน์สื่อ (Media Landscape) ได้เปลี่ยนแปลงไป ทำให้รูปแบบ การสื่อสารของคนในสังคมและวัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไป ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม และ เทคโนโลยีหรือ “สื่อสังคมออนไลน์” กำลังเข้ามามี อิทธิพลต่อวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน และคาดว่าใน อนาคต “สื่อสังคมออนไลน์” จะมีอิทธิพลมากขึ้นเรื่อย ๆ ย่อมส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม วิถีชีวิต หรือ แม้กระทั่งความคิดของผู้คน จนนำไปสู่การประกอบ สร้างตัวตนผ่าน “สื่อสังคมออนไลน์” ผลกระทบของ การเปลี่ยนแปลงนี้มีผลต่อกลุ่มคนต่างๆ มากมาย ทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ในที่นี้จะแสดงให้เห็นถึง ผลกระทบด้านการสร้างความเป็นตัวตนของสื่อมวลชน

2. เนื้อหา

การสร้างตัวตนของสื่อมวลชน

ภายใต้โลกที่ไม่มี ความสมบูรณ์ ในตัวเอง เมื่อเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตมนุษย์มากขึ้นทุกที ผู้คนต่างค้นหาตัวเองจากสิ่งรอบตัว เพื่อประกอบสร้างความเป็นตัวตนในสังคมปัจจุบัน เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่ง ที่ผ่านการผลิตซ้ำจากตัวตนของมนุษย์ผู้สร้าง มนุษย์จะอยู่อย่างไรเมื่อเทคโนโลยีกำลังย้อนกลับมากำหนดความเป็นไปของมนุษย์

ในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีช่องทางให้ความรู้มากมาย ข้อมูลต่าง ๆ จะมีความสัมพันธ์เชิงอำนาจเข้ามาเกี่ยวข้องกันว่าจะใครคือข้อมูลและความรู้ที่ผู้บริโภคได้รับ สอดคล้องกับแนวคิดของมิเชล ฟูโกต์ (Foucault, 1972, pp. 3-17) ที่เชื่อเรื่องความสัมพันธ์กันของอำนาจและความรู้ว่าทฤษฎีนี้มีอิทธิพลต่ออุดมการณ์ซึ่งส่งผลต่อความสัมพันธ์เชิงอำนาจอีกต่อหนึ่งในโลกปัจจุบันเห็นได้ชัดมีการใช้สื่อช่วงชิงกันให้ผู้บริโภครับรู้ชุดข้อมูลและความรู้ที่ต้องการให้รับรู้ ช่วงชิงสร้างค่านิยมของชุดความรู้และข้อมูลของตนมีการสร้างสัญลักษณ์ และ ภาพ ตัว แทน (Symbols & representations) ขึ้นในใจผู้บริโภค สัญลักษณ์และภาพตัวแทนเป็นสิ่งสำคัญกว่าความเป็นจริง โดยสิ่งทุกอย่างล้วนแต่ประกอบสร้างเพื่อการโน้มน้าวใจในโลกดิจิทัลเพื่อให้เป็นชุดข้อมูลและความรู้ที่น่าเชื่อถือ นอกจากนี้ความล้าจริง (Hyper-reality) นั้นยังเป็นมากกว่าความจริง เพราะ “ดูดีกว่าของจริง” “ล้ำกว่าของจริง” ประสบการณ์จริงที่คนเรามีอยู่ในโลกความจริงเริ่มปะปนกับโลกเสมือนความจริงในทุกวันนี้ และถ้าคนเรามีจุดมุ่งหมายคือตัวบุคคลที่เราชื่นชมก็จะเป็นเส้นทางที่เราจะบริโภคในวิถีแบบนี้ได้ง่ายขึ้นแล้วน้อยคนนักที่จะค้นพบความจริง เบื้องหลังของ Hyper-reality คนเราเริ่มตกอยู่ในสภาพโลกเสมือน โลกแห่งการลวง อย่างสุภาพพิถีพิถัน “ใส่สีตีไข่” สะท้อนสังคมมนุษย์ว่าการใช้ภาพมันมีความหมาย มีสัญลักษณ์ (sign) ในโลกแห่งความจริงคนเราถูกกำหนดด้วยศูนย์กลางของโลกแต่ในโลกดิจิทัลนั้นสามารถเปลี่ยนคน สังคม และหน่วยงาน ให้มี อัตลักษณ์ตามที่ตนเองต้องการให้เป็น

เมื่อเวลาที่มนุษย์ใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์ แต่มนุษย์หารู้ไม่ว่าเทคโนโลยีก็กำลังเล่นงานหรือก่อให้เกิดปฏิกิริยาในตัวมนุษย์เช่นเดียวกัน เช่น เวลาฟังเพลงกับเพื่อน ถ้าสมัยก่อนก็จะมีเครื่องเล่นเทปแบบพกพาอยู่คนหนึ่ง ก็จะเสียบหูฟังกับเพื่อนคนละข้างเพื่อฟังเพลงเดียวกัน แต่ปัจจุบันเทคโนโลยีเปิดพื้นที่ส่วนตัวให้มนุษย์มากขึ้น ยิ่งนานวันเทคโนโลยี ยิ่งแยกมนุษย์ออกจากกันมากขึ้นเรื่อย ๆ แต่ว่าในเบื้องลึกของมนุษย์ยังคงต้องการความเป็นสังคม ต้องการความมีสัมพันธ์กับบุคคลรอบๆ ตัวเหมือนสังคมแบบดั้งเดิม จึงกลายเป็นปฏิกิริยาแบบที่ 2 คือ เทคโนโลยีนำมนุษย์กลับมาอยู่ด้วยกันอีกครั้งหนึ่งในรูปแบบสังคมออนไลน์ และก็กลับมารวมกันในรูปแบบใหม่ที่ไม่ใช่รูปแบบเดิมอีกแล้ว เป็นการรวมกันผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Line เช่น ทุกวันนี้ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร รถไฟฟ้า สวนสาธารณะ สถานศึกษา ฯลฯ มนุษย์ทุกคนก็นำมองสมาร์ตโฟนในมือ ทุกคนถูกแยกออกจากกัน กลายเป็นสังคมก้มหน้า กลายเป็นคนแปลกหน้ากันแต่ไปมีความสัมพันธ์กับใครก็ไม่รู้ที่อยู่ในโทรศัพท์ อยู่ในเครือข่ายที่เราตั้งใจลงไปอยู่ในเครือข่ายนั้น ๆ ทำให้ไม่มีปฏิสัมพันธ์กับมนุษย์ กลายเป็นสังคมที่ไม่เคยเห็น มนุษย์สมัยนี้จึงไม่เข้าใจว่าตัวตนเป็นใคร กลายเป็นว่าหน้าจอโทรศัพท์ แท็บเล็ต เครื่องคอมพิวเตอร์ ที่เล่นออนไลน์กันตอนกลางคืน เปรียบเสมือนกระจก เพราะในความจริงแล้วขณะเล่นไม่ได้ดูโลก แต่กำลังมองดูตัวเอง เช่น เรื่องที่น่าเสนอ (Post) จะรอดูว่ามีคนมากดไลค์ (Like) ก็คน มีคนมาแสดงความคิดเห็นในเรื่องนั้น (Comment) ก็คน มีคนแชร์ (Share) ข้อความที่น่าเสนอกี่ครั้ง มีคนส่งข้อความมาในกล่องข้อความ (Message) แค่นั้น จริง ๆ แล้วสิ่งเหล่านี้คือ กระจกที่ทำให้มนุษย์พยายามปรับปรุงตนเองให้เข้ากับคนในสังคมออนไลน์ ดังที่สำนักชิคาโกให้แนวคิดเรื่องของ Self อันเป็นคุณูปการต่อการความเข้าใจด้านการสื่อสารของมนุษย์ นักวิชาการกลุ่มนี้เสนอมุมมองใหม่ที่ดีมาคือการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์

(symbolic interactionism) และเป็นต้นแบบให้กับ การวิจัยการสื่อสารมวลชน ในประเด็นผลกระทบของสื่อ (media effects) ในอนาคต

จอร์จ ซิมเมล (George Simmel) นักสังคมวิทยาแห่งชิคาโก การทำความเข้าใจกับกระบวนการสังคม ประกิต (socialization) คือ กระบวนการเรียนรู้ทางสังคม ซึ่งดำเนินอยู่ตลอดเวลาที่มนุษย์มีลมหายใจ เป็น กระบวนการได้มาซึ่งวัฒนธรรมและลักษณะทางสังคม เพื่อที่สังคมจะได้ใช้เป็นกระบวนการที่ทำให้สมาชิกทุกคน โดยเฉพาะสมาชิกใหม่ของสังคมได้รับทราบถึงกฎเกณฑ์ ของสังคมและเนื้อหาของวัฒนธรรมในขั้นต่อมาเพื่อที่ สมาชิกจะได้ยอมรับกฎเกณฑ์เหล่านั้น และในท้ายที่สุด สมาชิกซึมซับเอากฎเกณฑ์และเนื้อหาเหล่านั้นเข้าไปไว้เป็น หลักเกณฑ์ทั่ว ๆ ไปของสังคมและเป็นไปตามวัฒนธรรม ของกลุ่มตน

“ The Metropolis and Mental life” โดยจอร์จ ซิมเมล (Simmel, 1903, pp. 409-424) ในบทความของ จอร์จ ซิมเมล เป็นงานศึกษาแบบแผนการ ดำรงชีพในชีวิตประจำวันของชาวกรุงเบอร์ลินช่วงปลาย ศตวรรษ 19 และต้นศตวรรษที่ 20 โดยซิมเมลเสนอว่า

ชาวกรุงเบอร์ลินนั้นต้องดำรงชีวิตอยู่ท่ามกลาง สิ่งแวดล้อมชนิดใหม่นั้นคือ นครหลวง (Metropolis) ด้วย สภาพแวดล้อมของเมืองแบบใหม่ได้ส่งผลกระทบต่อวิถี การดำเนินชีวิตของผู้คนอย่างรุนแรงในหลายๆทาง ซิมเมล วิเคราะห์ว่า “ร้านรวง รวมทั้งสถานบริการกิจกรรมในยามว่างของชาวเมือง เช่น โรงมหรสพ โรงดนตรี สนามกีฬา และโรงภาพยนตร์ ล้วนแล้วแต่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อ ตอบสนองความต้องการทางสังคมและความต้องการทาง จิตใจของผู้อาศัยในเมืองกระฎุมพีแบบใหม่ล่าสุด”

ซิมเมล เสนอว่า “ปัญหาเบื้องต้นที่สุดของชีวิต สมัยใหม่ คือ ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการอ้างอิงสถานะ ให้กับตัวเองในฐานะของปัจเจกชน และความต้องการ รักษาอิสรภาพของตัวในการดำรงชีวิตอยู่อย่าง ประจักษ์หน้ากับพลังทางสังคมที่กำลังถาโถมเข้าล้อมครอบ มนุษย์มากขึ้นทุกขณะ ตลอดจนแบบแผนการบริโภค

สมัยใหม่เป็นส่วนหนึ่งของผลลัพธ์จากการที่ต้องดำเนิน ชีวิตอยู่ในนครหลวงและเป็น ผลพวงของความพยายาม รักษาอิสรภาพ (Autonomy)

จากแนวคิดข้างต้นจะเห็นว่านักบริโคมใน ปัจจุบันเชื่อมโยงการบริโภคเข้ากับสำนึกเรื่องอัตลักษณ์ ตัวตน (Identity) การเลือกใช้ การดื่ม การกินผ่าน เครื่องหมาย (Sign) โดยการเปลี่ยนสินค้านั้นๆให้มีความหมาย ซึ่งก่อนที่จะตัดสินใจว่าสินค้านั้นๆ นั้น จะถูกบริโภค ตัวสินค้านั้นๆ จะต้องถูกเปลี่ยนไปเป็น เครื่องหมายและความหมายในทางด้านใดด้านหนึ่ง (สัญลักษณ์) เสียก่อน การสร้างตัวตนในสังคมออนไลน์ของผู้รับสารก็เช่นกัน

แนวคิดนี้ได้ตอกย้ำให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคลในกระบวนการสังคมประกิตที่ หล่อหลอมบุคลิกนิสัยของมนุษย์และได้กลายเป็นวัตถุดิบ ในการสร้างแนวคิดเกี่ยวกับ “ตัวตน” (self) ของจอร์จ เฮอร์เบิร์ต มัด (Mead, 1934) อันสรุปความได้ว่า ความคิดเรื่องตัวตนเกิดขึ้นได้เมื่อบุคคลคิดออกไปนอกตัว แล้วมองสะท้อนกลับมา เหมือนผู้อื่นมองเรา = บทบาท ของผู้อื่น (Role of Another) การรับรู้บทบาทไม่ได้ติด ตัวมาแต่กำเนิด ต้องมาเรียนในภายหลัง และเรียนรู้ตอน เป็นเด็ก

มองว่าจิตใจ (Mind) มีลักษณะเชิงสังคม เพราะพัฒนาขึ้นระหว่าง การสื่อสารกับผู้อื่น นั่นคือการ อธิบายว่าปัจเจกบุคคลค่อย ๆ ทำความรู้จักตนเองผ่านการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นที่สื่อสารกับตนว่าพวกเขา คือใคร แนวคิดสำคัญของมัด คือ การสวมบทบาท มัดว่า ไม่มีใครเกิดมาพร้อมกับตัวตน ตัวตนพัฒนา จากกระบวนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้อื่น มีการซึมซับรับเอาความคิดเห็น การตีความและความหมายต่าง ๆ นั่นก็คือ สิ่งที่กำหนดความเป็น ตัวตนของมนุษย์ ประกอบไปด้วย 3 สิ่ง ได้แก่ Mind, Self and Society

เป็นที่น่าสนใจว่าวไรตี้ เกมส์โชว์ ทอล์ก โชว์ เกิดขึ้นมากมาย ไม่ว่าจะเป็นละครตั่ง รายการ

The Voice รายการคนอวดฝีมือ รายการทูไนท์โชว์ รายการตีสิบ รายการ 3 แซ่บ รายการที่ดังเปรี้ยงปร้างขณะนี้ มีการพูดถึงเหตุการณ์ ข้อมูลที่อยู่ในรายการทุกครั้ง เครือข่ายสังคมออนไลน์ก็มีมากขึ้นทุกขณะ สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่า มนุษย์ต้องการเป็นส่วนหนึ่งกับสังคมส่วนใหญ่ เข้าไปมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น เช่น ทุกวันนี่กลับถึงคอนโดมีเนียมหรือห้องพักโดยไม่รู้จักกับเพื่อนบ้าน เมื่อกลับบ้าน เปิดทีวี ดูสื่อออนไลน์ และแชร์ความคิดเห็นที่มีต่อละครลงไป มีการแสดงความเป็นตัวตนในขณะที่ยืนแสดงอยู่บนสื่อหลัก รวมทั้งมีการแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางสื่อออนไลน์เมื่อรับชมรับฟังภายหลัง สิ่งเหล่านี้กลายเป็นเครื่องมือ เชื่อมต่อกัน อาจจะเป็นเครื่องมือทางการเมือง ธุรกิจ แล้วแต่จุดประสงค์

มนุษย์สร้างตัวตนขึ้นมาจากการปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น แต่ว่าถ้าเป็นสังคมดั้งเดิม สังคมชาวบ้านที่ยังไม่มีความทันสมัยมากจะมีโอกาสทางสังคมมากกว่าที่จะได้อยู่ร่วมกับคนอื่น แต่ปัจจุบันสังคมมีความเป็นเมือง มีเทคโนโลยีมากขึ้น แยกมนุษย์ออกจากกัน ถ้าวันไหนส่องกระจก แล้วเห็นกระจกเป็นกระจกที่ว่างเปล่า มนุษย์ผู้นั้นก็จะไม่รู้ว่ วันนี้เราจะมีหน้าตาเป็นอย่างไร แต่ถ้าวันไหนเป็นกระจกใส มีแสงสว่างส่องมาถึงตัว วันนี้ได้มีคนมากด 100 โไลค์ มีคนมาแสดงความคิดเห็น 30 คน มีคนแชร์ข้อความไป 40 คน สิ่งเหล่านี้ก็จะเป็นพลังสร้างความมั่นใจให้แสดงความเป็นตัวตนมากขึ้นทุกวัน ๆ

ทั้งทีในตอนแรกมนุษย์อาจเข้าใจว่า มนุษย์ใช้สังคมออนไลน์เพื่อเสพข้อมูลข่าวสารทั้งโลก แต่จริง ๆ แล้วมนุษย์กลับเข้าใจผิด กลับนำเอาสังคมออนไลน์มาเป็นส่วนใหญ่ของชีวิต นำสิ่งที่อยู่ในโลกออนไลน์มาเป็นกระจกสะท้อนการสร้างความเป็นตัวตนให้เกิดการยอมรับ ถ้าจำนวนไลค์ จำนวนการแสดงความเห็น จำนวนการแชร์ คือ เครื่องมือการสร้างตัวตน โลกนี้คงต้องมีการแข่งขันกันสร้างสเตตัส (Status) ที่น่าหน้าหรือที่ถูกต้องตลอดเวลา ซึ่งวงการ

สื่อมวลชนได้กระทำอยู่นั้นล้วนแต่มีการแข่งขันกันสร้างความเป็นตัวตนให้โลกรับรู้ทั้งสิ้น

เดิมจรรยาบรรณของกลุ่มคนที่เป็นสื่อมวลชนต้องเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นกลาง โดยให้ข้อมูลทั้งสองฝ่ายไม่มีการแสดงความคิดเห็นโน้มเอียงไปด้านใดด้านหนึ่ง แต่เมื่อกาลเวลาคาดินผ่านไป ความพยายามในการแสดงความเป็นตัวตนของกลุ่มผู้ส่งสารก็เปลี่ยนไปเช่นกัน ความพยายามในการใส่สติไขได้เกิดขึ้น จนปัจจุบันให้ดูเหมือนเป็นเรื่องธรรมดา เหมือนกับการแต่งหน้า ทาปาก ของนักแสดงไม่ว่าหญิงและชายที่ดูเป็นเรื่องปกติ เป็นการพยายามเสนอเพื่อการยอมรับจากสังคมรอบข้าง

การนั่งส่องกระจกมองตัวเองทั้งวันเป็นสิ่งที่ทำท่ายุติใจคนรุ่นใหม่เพราะทุกอย่างสำเร็จรวดเร็ว ได้ผลลัพธ์ทันทีทันใด เมื่อโลกออนไลน์ขับเคลื่อนแสดงผลที่รวดเร็วขนาดนี้ การสร้างตัวตนได้รวดเร็วย่อมดึงดูดความสนใจในตัวผู้ส่งสารมากขึ้น ผู้ส่งสารก็จะดูทิศทางว่าสังคมยอมรับแบบไหน คำคมแบบไหนที่โดนใจผู้รับสาร การสร้างตัวตนของตนเองหรือหน่วยงานควรเป็นในแนวทางไหนถึงจะได้ใจผู้รับสารมากขึ้น

ความสำเร็จที่ผู้ส่งสารกำลังมุ่งตรงไปหา บางครั้งอาจจะเป็นหลุมที่อาจจะเขียนว่า Facebook, Twitter หรืออย่างอื่นที่มนุษย์วิ่งเข้าไปหาหลุมอุปสรรคนั้นเอง จนทำให้มองไม่เห็นโลกแห่งความเป็นจริง โลกแห่งศีลธรรมที่รอมนุษย์ไปให้ถึง การสร้างเนื้อหา (Content) ดี ๆ ที่สร้างสรรค์สังคม วรรณคดีสิ่งที่ดีเพื่อสังคม คงยากขึ้นเรื่อย ๆ หากผู้ส่งสารที่เป็นสื่อมวลชนยังคงส่งสารที่หาหน้า ปะแป้งแต่งเติมจนไม่เห็นความเป็นตัวตนที่แท้จริง

ทุกวันนี้ผู้ที่อยากถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารที่ดีจริง ๆ เนื้อหาดินนั้นมันน้อยลงไป เพราะทุกคนต่างรอคอยละคร รายการวาไรตี้ สินค้าใหม่ ๆ ที่สามารถกดได้ง่าย แชร์ได้ง่าย ได้รับปฏิกิริยาโต้ตอบกลับในสื่อออนไลน์ทันทีทันใด การที่มนุษย์ตั้งใจให้เนื้อหา

คุณภาพเป็นเรื่องรองไปแล้ว ผลในอนาคตจะเป็นอย่างไร ไม่มีใครสนใจ เทคโนโลยีสร้างสิ่งที่ทำให้มนุษย์ไม่เห็นตัวตนที่แท้จริง มีแต่ทำอะไรถึงจะสร้างตัวตนให้ถูกใจผู้อื่น ซึ่งตัวตนของผู้ส่งสารขึ้นอยู่กับเวลา (Time) และพื้นที่ (Space) เวลาอยู่ที่บ้านเป็นคนหนึ่ง แต่เมื่อสวมหัวโขนเป็นสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่ส่งสารก็จะเป็นอีกแบบหนึ่ง ตัวตนก็จะเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ มนุษย์ทุกคนล้วนสร้างความเป็นตัวตนเพื่อเป็นโลกแห่งความสมบูรณ์ ในโลกแห่งความเป็นจริงนั้นเป็นเหมือนภาพยนตร์โรแมนติคหรือไม่

การแบ่งตัวตนในช่วงเวลาและพื้นที่นั้นยังตัวตนต่างกันมากเท่าไรยังมีปัญหาและจะจัดการยากขึ้นเรื่อยๆ สุดท้ายจะกลายเป็นปัญหาในระยะยาว ปกติมนุษย์สามารถแสดงพลังความเป็นตัวตนมากเมื่ออยู่ที่แป้นพิมพ์ (Keyboard) เพราะว่าในโลกแห่งความเป็นจริง อาจจะเป็นผู้ที่ซื่อๆ ไม่เอาไหน แต่เมื่อเวลาอยู่หน้าแป้นพิมพ์กลายเป็นคนที่ยิ่งใหญ่สามารถแสดงความเห็นถึงเรื่องอุดมคติ แล้วตัวตนไหนคือตัวตนที่แท้จริงกันแน่ หรือตัวตนของมนุษย์ผู้ส่งสารที่แท้จริงอาจจะไม่มีอยู่ก็ได้

ทางแก้ไขหากสามารถจัดการตัวตนในแต่ละโลกได้ใกล้เคียงกันก็จะรู้สึกสบายใจ ควรพยายามจัดการให้ตัวตนทั้งสองที่ทั้งสองเวลาใกล้เคียงกันมากที่สุด ไม่เป็นภาระที่ต้องหนักใจหรือกังวล การเป็นสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็น นักข่าว นักแสดง นักเขียน ต้องรับผิดชอบกับสิ่งที่ถ่ายทอดออกไปผ่านสื่อ ต้องคำนึงถึงข้อเท็จจริง เพราะมีผู้รับสารอีกจำนวนมากที่ยังไม่รู้เท่าทันสื่อ ต้องมีการกำกับให้สิ่งที่เสนอไม่ใหญ่ไปกว่าตัวตนที่แท้จริงของตน เพราะหากเขียน หรือพูดถึงคำที่ยิ่งใหญ่ แสดงอุดมการณ์ล้นฟ้า ต่อสู้ เกลียดชัง รักชอบบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ผู้ที่เสนอข้อมูลนั้นจะเหนื่อยและหนักใจเอง เพราะจะต้องเล่นเพิ่มมูลค่าให้กับสิ่งที่นำเสนอมากขึ้นเรื่อย ๆ คำก็ต้องใหญ่ขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อกองเชียร์ที่กดไลค์ (like) เพื่อคนที่แชร์จะต้องคอยป้อนคำใหญ่ ๆ เหล่านั้น ซ้ำแล้วซ้ำเล่า

เหมือนเป็นการหลอกตนเองขึ้นเรื่อย ๆ เสมือนซีหลังเสือเมื่อขึ้นแล้วย่อมลงไม่ได้ ในบางสถานการณ์เมื่อเวลาเราไปอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์ จะเห็นการทะเลาะกัน เต็มไปด้วยความเกลียดชัง ทุกสิ่งทุกอย่างอาจเป็นเพียงเล่ห์กลที่ผู้ส่งสารต้องการส่งสารไปเรื่อย ๆ เพื่อเป็นการสร้างกระแสให้โด่งดัง นั่นเอง

เมื่อมีสังคมออนไลน์แล้วสถาบันสื่อมวลชนที่ยิ่งใหญ่จะไม่มี ความจำเป็นอีกต่อไป เพราะมนุษย์สามารถสร้างเนื้อหาของตัวเองได้โดยแต่ละคนก็มีความรู้ความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน เดิมเคยมองสังคมในอุดมคติว่าจะต้องเป็นสังคมที่เต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสารที่ดี เช่นเดียวกับตอนนี้สังคมคาดหวังข้อมูลข่าวสารที่ดีให้มีอยู่ในสังคมออนไลน์ แต่กลับกลายเป็นว่าผู้ส่งสารกลับใช้สื่อออนไลน์เสนอความคิดเดิม ๆ ซ้ำแล้วซ้ำเล่า เกลียดคนนั้นคนนี้ รักคนนั้นรักคนนั้น เป็นการตอกย้ำ มีคนเห็นด้วย มีคนมากดไลค์ แสดงความคิดเห็น ส่งผลให้สุดท้ายตัวผู้ส่งสารก็จะใหญ่ขึ้นเรื่อย ๆ จนกลายเป็นนักมายากล

มายาคติภาพลวงตา

มายาคติ (Myth) เป็นการสร้างการเปลี่ยนแปลงหรือภาพลวงตา เพื่อทำให้การเทียบเคียงคู่ตรงข้าม (binary opposition) ในตัวอย่างคำว่า ดำ-ขาว ธรรมะ-อธรรม หนา-บาง โง่-ฉลาด อ้วน-ผอม ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้รับสาร ตามแนวคิดของ โรลันด์ บาร์ตส์ (Roland Barthes, 1957) จุดเริ่มต้นเกิดจากการที่รู้สึกตนเองหมดสิ้นกับความอดทนในสิ่งที่เรียกว่าความเป็นธรรมชาติของมนุษย์ (Being nature) ที่กำลังจะหมดลงไป มีผู้คนพากันแสวงหาบั่นแค้นขึ้นมาเป็นความคิดใหม่ให้กับสรรพสิ่งในสังคม ไม่ว่าที่กำลังเป็นข่าวอยู่ตามหน้าหนังสือพิมพ์ หรือแฝงอยู่ในงานศิลปะ และในสามัญสำนึกของผู้คนทั่วไป โดยเฉพาะในงานสื่อมวลชน โรลันด์ บาร์ตส์จึงได้วิเคราะห์ค้นหาเล่ห์กลในการสื่ออุดมการณ์ของผู้คน โดยรู้สึกเศร้าใจที่ได้เห็นผู้คนเล้าถึงเหตุการณ์

รอบตัวโดยเอาธรรมชาติ (nature) ไปปนกับวัฒนธรรม (culture) ด้วยการนำเอาแนวคิดเรื่อง “มายาคติ” ที่ได้แสดงให้เห็นถึง “ความลวง” ไปปรากฏขึ้นรอบ ๆ ตัวคนเราอย่างแนบเนียน

มายาคติจึงเป็นผลผลิตทางสังคม วัฒนธรรม การเมือง เศรษฐกิจและสังคมอย่างแน่นแฟ้นในฐานะที่เป็นบริบทของการดำรงอยู่ของมนุษย์ โดยใช้วิจารณ์ การมองผ่านวาทกรรมของสังคม เพื่อให้เห็นถึงความเที่ยงแท้ การเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์และปรากฏการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นในสังคมไทย และเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่งต่อเรื่องราวที่เกิดขึ้นรอบตัวมนุษย์

สังคมไทยในปัจจุบันนี้ก็เช่นเดียวกัน “มายาคติ” นั้นอยู่ล้อมรอบตัวมนุษย์ และแนบแนวมายาคติได้แผ่เร้นอยู่รอบกาย ไม่ว่าจะเป็นบริบททางการเมือง เศรษฐกิจและสังคมของคนไทยอย่างแน่นแฟ้น จนกระทั่งยากที่ “ผู้ไม่รู้เท่าทัน” ในบริบทนั้น ๆ จะรู้ตัวได้ จนกระทั่งพฤติกรรมที่แผ่มาในรูปของมายาคติได้ปกคลุมเอา “ความเป็นจริง” ไปหมดสิ้น

มนุษย์เป็นผู้สร้างเทคโนโลยีเพื่อสร้างความจริง แต่สุดท้ายแล้วเทคโนโลยีย้อนกลับมากำหนดมนุษย์ โดยมนุษย์ไม่สามารถจะนึกถึงตัวตนอื่นหรือโลกอื่นหรือกระทั่งความจริงในลักษณะอื่นที่มาก่อนเทคโนโลยี มนุษย์อยู่ภายใต้กรอบความคิดบางอย่างที่มนุษย์มีอยู่แล้ว ซึ่งสานต่อกันมาจากรุ่นต่อรุ่น ทุกวันนี้เทคโนโลยีผลิตซ้ำตัวตนต่าง ๆ ขึ้นมาเรื่อย ๆ จนกระทั่งมองโลกที่เกิดขึ้นมาหรือเกิดก่อนเทคโนโลยีไม่ได้ เพราะฉะนั้นความจริง ความดี ความงาม ที่มาก่อนสิ่งเหล่านี้ จึงนึกไม่ออกกว่าคืออะไร มนุษย์เป็นตัวของตัวเองได้ในระดับหนึ่งเท่านั้นเอง

มนุษย์ไม่สามารถอยู่กับเทคโนโลยีในโลกสังคมออนไลน์ได้อย่างสมดุลหากยังคิดแต่จะสร้างความเป็นตัวตนของตนเองมากกว่าที่จะหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์มาใช้ในการดำรงชีวิต เทคโนโลยีจะกัดกินความเป็นมนุษย์ให้กลายเป็นร่างที่ไร้วิญญาณความดี จมอยู่กับความปวดเปื่อยในจิตใจ กลายเป็นการยอมรับความพ่ายแพ้ของมนุษย์ ความเชื่อว่ามนุษย์จะยิ่งใหญ่ จะก้าวไปสู่สิ่ง

ที่ดีกว่า พอมีสังคมออนไลน์ ต่อไปนี้ประชาธิปไตยจะยิ่งใหญ่ จริงแท้มนุษย์ตกหลุมและจมอยู่ในห้วงของเทคโนโลยีที่ครอบงำนั่นเอง

ผู้คนที่อยู่ในบริบทของสื่อมวลชนทุกแขนง ไม่ว่าจะเป็น ดารา นักร้อง นักแสดง ศิลปิน ผู้ประกาศข่าว ผู้ดำเนินรายการ รวมถึงนักข่าวล้วนแล้วแต่ใช้ Social media อย่าง Facebook หรือ Twitter กันมากขึ้น ทั้งเพื่อการทำงานและเพื่อความสนุกสนาน ผ่อนคลาย อารมณ์เครียดจากการทำงาน ตลอดจนเพื่อสร้างเครือข่าย ชุมชน สร้างแฟนคลับของตนเองขึ้นมาเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์ ตรวจสอบแหล่งข่าว หรือใช้เป็นช่องทางกระจายข้อมูลข่าวสาร หรือใช้ดึงความร่วมมือมาเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มกระแสมโนทัศน์

ดังนั้น Social media จึงเป็นเครื่องมือหนึ่งในการแสวงหาข้อมูล ข้อเท็จจริงและการเสริมปรุงแต่งข้อมูล ทั้งนี้ก่อนอื่นจำเป็นต้องเรียนรู้ทำความเข้าใจกับธรรมชาติของ Social Media เสียก่อนว่า Social media ที่เรียกว่า “สื่อสังคมออนไลน์” คือ สื่อดิจิทัล ที่เป็นเครื่องมือใช้ในการปฏิบัติการทางสังคม ทั้งการสื่อสาร ปฏิสัมพันธ์ แบ่งปัน แลกเปลี่ยนข้อมูล ภาพ เสียงระหว่างกันโดยเน้นการมีส่วนร่วม (Collaborative) ในการผลิตเนื้อหาจากผู้บริโภคหรือผู้รับสาร ทำให้บางคนเรียก Social media ว่า เป็น User-Generated Content (UGC) หรือ Consumer-Generated Media (CGM)

จากที่กล่าวมาข้างต้นว่ามีผู้ที่อยู่ในแวดวงสื่อมวลชนที่ใช้ Social media กันหลากหลาย แต่สำหรับสื่อมวลชนแล้วสามารถใช้ Social media เป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น หรือร่วมแชร์ความรู้สึกระหว่างสื่อมวลชนด้วยกัน หรือแชร์ข้อมูลความคิดเห็นกับคนอ่าน อันเป็นเหมือนสภากาแฟในโลกดิจิทัล นอกจากนี้สื่อมวลชนยังอาจใช้ Social media สร้างเครือข่าย ชุมชน แฟนคลับของนักข่าวและของ คอลัมน์นิสต์ ได้อีกด้วยและเชื่อว่า ในอนาคตคอลัมน์นิสต์คงต้องสร้างจุดขาย สร้างจุดเด่น สร้างตัวตนแบบดารา นักร้อง เพื่อให้มีกลุ่มแฟนคลับเฉพาะในสังคมออนไลน์ของตน

ด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารพัฒนาขึ้นทุกวัน โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือได้ก้าวล้ำผนวกรวมอุปกรณ์หลากหลายชนิดเข้าไปอยู่ในเครื่องเล็ก ๆ เครื่องเดียว ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตกล้องถ่ายรูป กล้องวิดีโอ เกม ฯลฯ ทำให้โทรศัพท์มือถือขยายขีดความสามารถของตนเองมากกว่าการติดต่อสื่อสารด้วยเสียงเพียงอย่างเดียว จึงไม่น่าแปลกใจเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญใด ๆ เกิดขึ้น จะเห็นผู้คนที่อยู่ในเหตุการณ์ต่างหยิบโทรศัพท์มือถือของตนเองขึ้นมาถ่ายรูป ถ่ายคลิปวิดีโอ จากนั้นก็ส่งผ่านสัญญาณ wifi หรืออินเทอร์เน็ตไปปรากฏในสังคมออนไลน์ต่างๆ

โทรศัพท์มือถือกลายเป็นเครื่องมือชิ้นสำคัญของนักข่าวพลเมือง (Citizen Journalist) รวมทั้งนักข่าวมืออาชีพ (Professional Journalist) ในการถ่ายทอดข่าวสาร เรื่องราว ภาพเหตุการณ์ที่สดใหม่ รวดเร็ว ในแวดวงวารสารศาสตร์ เรียกคนที่ใช้เฉพาะโทรศัพท์มือถือในการรายงานข่าวว่า Mojo ซึ่งย่อมาจากคำว่า Mobile Journalist

Mojo จัดเป็นนักข่าวสายพันธุ์ใหม่ แตกต่างจากนักข่าวมืออาชีพแบบดั้งเดิม เพราะธรรมดาแล้ว การทำข่าวโทรทัศน์แบบมืออาชีพจะต้องใช้ทีมงานไม่น้อยกว่า 3 คน แต่ Mojo สามารถทำข่าวทั้งกระบวนการจบสิ้นได้โดยคนเดียว ผ่านโทรศัพท์มือถือประเภท Smart Phone ใช้ Free software เป็นตัวช่วยในการติดต่อ ก่อนจะเผยแพร่ผ่านสัญญาณเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไร้สาย Mojo กลายเป็นเทรนด์ใหม่ของแวดวงนักข่าว โดยเฉพาะนักข่าวพลเมือง ซึ่งเน้นความดิบ สดใหม่ รวดเร็ว

การแพร่ขยายของ Mojo เป็นปัจจัยส่วนหนึ่งในการกระตุ้นให้สื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นนักข่าวมืออาชีพ ช่างภาพโทรทัศน์ ต้องปรับตัวเพื่อชิงเรตติ้งคนดูของตนเอง ก่อให้เกิดปรากฏการณ์หนึ่งที่เรียกว่า Emo-Journalism ซึ่งย่อมาจาก Emotion Journalism อันหมายถึง วารสารศาสตร์ที่เน้นแต่อารมณ์ ความรู้สึกของผู้เสพข่าวสารเป็นหลัก

บทบาทของสื่อมวลชนในแนวของ Emo-Journalism ผิดแผกแตกต่างจากสื่อมวลชนในแบบเดิม ที่ได้รับการสั่งสอน บ่มเพาะให้นำเสนอข่าวด้วยความ เป็นกลาง เที่ยงตรง เป็นธรรม พยายามดึงตัวเองออกจากเรื่องราวข่าวสารที่กำลังนำเสนอ ที่สำคัญคือ สื่อมวลชน รวมทั้งผู้ประกาศข่าวต้องไม่แสดงอารมณ์รัก ชอบเกลียด โกรธ ผ่านออกมาทางการรายงานข่าว แต่สื่อมวลชนหรือผู้รายงานข่าวในแนว Emo-Journalism ไม่เพียงแต่แสดงอารมณ์ความรู้สึกผ่านการรายงานข่าวเท่านั้น หากแต่ยังกระโดดเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในตัวละครข่าว พุดง่าย ๆ ว่า ข่าวกลายเป็นเรื่อง “ดราม่า” โดยมีนักข่าวเป็นตัวละครเอกคนหนึ่งในช่วง ทั้งนี้การทำข่าวในแนวของ Emo-Journalism ไม่ได้เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ ทุกอย่างล้วนผ่านการกลั่นกรอง คัดสรร ประกอบสร้างด้วยการจัดฉาก เลือกมุมกล้อง เลือกตัวละครมาร่วมการเสนอข่าว

นอกจาก Emo-Journalism แล้ว ในแวดวงวารสารศาสตร์ยังมีอีกปรากฏการณ์หนึ่งเกิดขึ้น ทั้ง “ดราม่า” และเร้าอารมณ์ผู้เสพสื่อคล้ายคลึงกัน นั่นคือ “Cinematic Journalism” อันเป็นการผนวกรวมของ 2 ศาสตร์เข้าหากัน ได้แก่ ศาสตร์แห่งภาพยนตร์ กับวารสารศาสตร์ (มานะ ตรียาภิวัฒน์, 2555) สื่อมวลชนทั้งนักข่าว ช่างภาพมืออาชีพ และอื่น ๆ จำต้องพัฒนาฝีมือการเล่าเรื่องของตนเองให้เหนือกว่าข่าวที่ปรากฏตามสื่อโทรทัศน์ในทุกวันนี้ เพราะในอนาคต Mojo หรือ “นักข่าวมือถือ” จะเหนือกว่านักข่าวมืออาชีพตรงที่สามารถนำเสนอข่าวได้สด และไวกว่า เนื่องจากอยู่ในสถานที่เกิดเหตุการณ์ ดังนั้นนักข่าวมืออาชีพต้องสู้ด้วยการนำเสนอข่าวที่มีคุณภาพทั้งภาพและเสียง

ความเร้าอารมณ์ในรูปแบบของ Cinematic Journalism สามารถปลุกอารมณ์ผู้รับสารได้มาก แนวโน้มของสื่อมวลชนสายพันธุ์ใหม่แบบ Cinematic Journalism และ Emo-Journalism เกิดขึ้นแล้วในซีกโลกตะวันตกและเข้าสู่สังคมไทย ปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นนั้นคือการเน้นแต่รูปแบบการนำเสนอข่าว เน้นกว่าการนำเสนอข้อมูล หรือการนำเสนอข้อเท็จจริงของข่าวด้วย

ความตั้งใจถึงความสนใจของผู้บริโภคสื่อด้วยกลวิธีการเร้าอารมณ์แบบอิงการแสดงเพื่อเพิ่มอรรถรสแก่คนดูนั่นเอง

3. บทสรุป

การนำเสนอข่าว ข้อมูลด้วยการเร้าอารมณ์ อาจกลายเป็นเครื่องมือของสื่อมวลชนทั้งในเรื่องการเพิ่มเรตติ้งให้กับตนเอง รายการ ตลอดจนโฆษณาชวนเชื่อของโฆษณาสินค้าที่จะมอมเมาผู้บริโภคสื่อ หนทางรอดเดียวคือการสร้างพลัง่วงดลจากผู้บริโภคสื่อ ให้รู้เท่าทันนัยยะที่ซ่อนเร้นผ่านเปลือกสวยงามของความ เป็นดราม่าในข่าวสารนั้นว่า แก่นแท้แล้วข่าวสารนั้น ต้องการโน้มน้าวใจเรื่องอะไร อะไรคือข้อเท็จจริง อะไร คือการปรุงแต่งขึ้น

สุดท้ายคงต้องพึงปัญญาแห่งการรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy) ที่จะท้าทายความเป็น “ดราม่า” ของสื่อที่มีมากมายหลายรูปแบบนั่นเอง การรู้เท่าทัน สื่อเป็นเรื่องที่ปัจเจกชนและรัฐบาลควรเอาใจใส่ เพราะ ข้อมูลเก่าและข้อมูลใหม่ในสังคมนั้นไม่ยั่งยืนมีการเกิด และดับต่อเนื่อง ความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ ความคิด ล้วนเป็นสิ่งที่คนเราต้องเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นถึงเวลาแล้วที่มนุษย์ทุกคนต้องร่วมมือร่วมใจใน การเปลี่ยนแปลงตัวเองเพื่อทำให้เป็นสังคมแห่ง คุณธรรมที่น่าชื่นชม

6. เอกสารอ้างอิง

มานะ ตริยาภิวัฒน์. (2555). *Emo-Journalism*.

กรุงเทพฯ: สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์ แห่งประเทศไทย.

Barthes, R. (1957). *Mythologies*. New York : The noonday press.

Mead. G. H. (1934). Symbolic Interactionism. Retrieved 2015, 27 November, from <http://sobek.colorado.edu/SOC/SI/si-mead-bio.htm>.

Simmel, G. (1903). *The Metropolis and Mental Life*. New York : Free Press.

Innis, H.A. (1951). *Empire and communications* (6th ed.). Toronto : Dundurn Press.

McLuhan, M. (1964). *Understanding Media*. London: Routledge.

McLuhan, M. and Powers, B. R. (1989). *The Global Village*. Transformations in World Life and Media in the 21st Century. Oxford : Oxford University Press.

Foucault, M. (1972). *The Archaeology of Knowledge and the Discourse on Language* (translated by Sheridan Smith). New York : Harper and Row.

ภาคผนวก

บทความที่จะลงตีพิมพ์ในวารสาร

1. บทความที่เสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ใดมาก่อนและต้องไม่อยู่ระหว่างการเสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารฉบับอื่น
2. บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ จะต้องผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อย 2 ท่าน ก่อนการตีพิมพ์ โดยผลการพิจารณาจากกองบรรณาธิการถือเป็นการสิ้นสุด
3. ผู้เขียนต้องยินยอมปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์กำหนด และผู้เขียนต้องยินยอมให้กองบรรณาธิการแก้ไขความสมบูรณ์ของบทความได้ในขั้นสุดท้ายก่อนการตีพิมพ์เผยแพร่

การจัดเตรียมต้นฉบับ

1. บทความวิชาการ/บทความวิจัย มีความยาว 8-12 หน้ากระดาษ A4 (รวมตาราง รูปภาพ และเอกสารอ้างอิง) พิมพ์ด้วย Microsoft Word for Windows การตั้งหน้ากระดาษ เว้นระยะห่างจากขอบกระดาษด้านละ 1 นิ้ว
2. ใช้ตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK
 - 1.1 ชื่อบทความวิชาการ/บทความวิจัยภาษาไทย ใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวหนา ภาษาอังกฤษ ตัวอักษร 14 หนา
 - 1.2 ชื่อผู้เขียนและหัวข้อหลัก ใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวหนา
 - 1.3 สาขาวิชา คณะ มหาวิทยาลัย ใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวปกติ
 - 1.4 หัวข้อย่อย บทคัดย่อใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวหนา
 - 1.5 เนื้อเรื่อง ใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวปกติ

การเรียงลำดับเนื้อหา

1. ชื่อเรื่อง ควรกะทัดรัด มีทั้งชื่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ต้นฉบับภาษาไทยให้พิมพ์ชื่อเรื่องภาษาไทยก่อนแล้วตามด้วยภาษาอังกฤษ
2. ชื่อผู้เขียนและที่อยู่ ให้ระบุชื่อเต็ม-นามสกุลเต็ม ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ระบุตำแหน่งทางวิชาการ หน่วยงานหรือสถาบันที่สังกัด
3. บทคัดย่อ (Abstract) ให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ความยาวไม่เกิน 200 คำ
4. คำสำคัญ (Keyword) กำหนดคำสำคัญทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อย่างละไม่เกิน 5 คำ
5. เนื้อหา
 - 5.1 บทความวิชาการ ประกอบด้วย บทนำ เนื้อหา และบทสรุป
 - 5.2 บทความวิจัย ประกอบด้วย บทนำ วัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัย กรอบแนวคิดในการวิจัย(ถ้ามี) สมมติฐานการวิจัย(ถ้ามี) วิธีดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ และเอกสารอ้างอิง แบบ APA

ตัวอย่างการพิมพ์อ้างอิง และบรรณานุกรม

► หนังสือ

การพิมพ์อ้างอิง

(ชื่อผู้แต่ง./ปีพิมพ์./หน้า.)

(รัตนไชย วาสุกี, 2557, หน้า 9-10.)

การพิมพ์บรรณานุกรม

ชื่อผู้แต่ง./ปีพิมพ์./ชื่อเรื่อง./ครั้งที่พิมพ์./เมืองที่พิมพ์/สำนักพิมพ์.

รัตนไชย วาสุกี. (2557). พระนครศรีอยุธยาในความทรงจำของข้าพเจ้า. พระนครศรีอยุธยา:

สถาบันอยุธยาศึกษา.

► สิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะเป็นการรวมบทความ

ผู้เขียนบทความ./ปีพิมพ์./ชื่อบทความ./ใน/ผู้แต่ง./ชื่อหนังสือ./หน้า./เมืองที่พิมพ์/สำนักพิมพ์.

ดวงจันทร์ อาภาวัชรุตม์. (2547). อาการกบตัม (สูก). ใน มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และชัยชนะ ปิ่นเงิน (บก.).

นพีสี่เชียงใหม่. (หน้า 90 – 91). เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

► รายงานการวิจัย / วิทยานิพนธ์

การพิมพ์บรรณานุกรมวิจัย

ชื่อผู้วิจัย./ปีพิมพ์./ชื่อวิจัย./รายงานผลการวิจัย./เมืองที่พิมพ์/สถาบัน.

ฉันทนา บรรณ และศิริโชติ หวันแก้ว. (2535). การศึกษาสถานภาพและนโยบายเกี่ยวกับเด็กและ

เยาวชนผู้ด้อยโอกาส : เด็กทำงาน (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยสังคม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การพิมพ์บรรณานุกรมวิทยานิพนธ์

ผู้แต่ง./ปีพิมพ์./ชื่อวิทยานิพนธ์./วิทยานิพนธ์ตามด้วยชื่อปริญญา/สาขาวิชา./สถาบัน.

จิราภรณ์ ปุณณวิจิตร. (2547). การศึกษาความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการในโรงเรียนที่จัดการเรียน

การสอนระบบนานาชาติระดับชั้นอนุบาลในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาตามความต้องการของ

ผู้ปกครอง. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏ

พระนครศรีอยุธยา.

► วารสาร

ผู้แต่ง./ปีพิมพ์./ชื่อบทความ./ปีที่(ฉบับที่)/หน้าที่อ้าง.

ประมุข สัจจิเศษ. (2541). ปัญหาและแนวทางแก้ไขเศรษฐกิจไทย. สังคมศาสตร์ปริทัศน์, 19(2),

34 – 39.

► หนังสือพิมพ์

ผู้เขียน.// (ปีพิมพ์, //วัน/เดือน).//ชื่อข่าว, //ชื่อหนังสือพิมพ์, //หน้า.

อริชัย ต้นกันยา. (2549, 25 เมษายน). ข้ามพรมแดนไทย – พม่า – จีน สำรวจเส้นทางสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ
หาสู่ทางการค้าท่องเที่ยว, **มติชน**, หน้า 34.

► การสัมภาษณ์

การพิมพ์อ้างอิง

(ผู้ให้สัมภาษณ์, //ปี, //วัน/เดือน.)

(บุรพาทิศ พลอยสุวรรณ, 2552, 8 มิถุนายน.)

การพิมพ์บรรณานุกรม

ผู้ให้สัมภาษณ์.// (ปี, //วัน/เดือน).//ตำแหน่งผู้ให้สัมภาษณ์.//หน่วยงานของผู้ให้สัมภาษณ์.//สัมภาษณ์.

บุรพาทิศ พลอยสุวรรณ. (2552, 8 มิถุนายน). อภิการบดี. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

สัมภาษณ์.

► รายงานการประชุม

ผู้แต่ง.// (ปีที่ประชุม).//หัวข้อเรื่อง.//ใน/ชื่อเอกสารการประชุม.//ชื่อการประชุม.//สถานที่, //เมืองที่ประชุม.

วิจิตร ศรีสะอ้าน. (2541). ภาพรวมระบบการศึกษาไร้พรมแดน “แผน มทส”. ใน เอกสารประมวลสาระ

หน่วยประสบการณ์ที่ 1. การประชุมเชิงปฏิบัติการผลิตชุดสื่อประสมการศึกษาไร้พรมแดน.

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, นครราชสีมา.

► แหล่งข้อมูลออนไลน์

การพิมพ์อ้างอิง

(ชื่อผู้แต่ง, //ปีที่ผลิตหรือปีที่สืบค้น, //เว็บไซต์.)

(รัตนไชย วาสุกี, 2550, เว็บไซต์.)

การพิมพ์บรรณานุกรม

¹ชื่อผู้แต่ง.// (ปีที่ผลิตหรือปีที่สืบค้น).//ชื่อเรื่อง.//ค้นเมื่อ/วัน/เดือน/ปี, //จาก/URL

²รัตนไชย วาสุกี. (2550). ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นย่านหัวแหลม. ค้นเมื่อ 1 มกราคม 2557,

จาก www.ayutthayastudies.aru.ac.th/history.html

► ภาพนิ่ง ภาพถ่ายทางอากาศ แผนที่ และวิดิทัศน์

การพิมพ์อ้างอิง

(ชื่อเรื่อง, //ปีที่ผลิต, //[ชนิดของวัสดุ].)

(ตลาดหัวรอ, 2550, [แผนที่].)

(เทศบาลสงกรานต์กรุงเก่า พ.ศ.2555, 2555, [ภาพนิ่ง].)

การพิมพ์บรรณานุกรม

ชื่อเรื่อง.//[ปีที่ผลิต].//[ชนิดของวัสดุ].//สถานที่ผลิต:/ผู้ผลิต

ตลาดหัวรอ. (2550). [แผนที่]. พระนครศรีอยุธยา: สถาบันอยุธยาศึกษา

เทศบาลสงกรานต์กรุงเก่า พ.ศ.2555. (2555). [ภาพนิ่ง]. พระนครศรีอยุธยา: รัตนไชย วาสุกรี.

หมายเหตุ / หมายถึง ระยะเวลาวรรค 1 ครั้ง

 // หมายถึง ระยะเวลาวรรค 2 ครั้ง