



วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์

สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์

Journal of Management Science Review

Humanities and Social Sciences

ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มีนาคม – สิงหาคม 2561

ISSN:1513-1149

เจ้าของ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บทความวิจัย

- อนาคตภาพของการจัดการการท่องเที่ยวอยุธยาเมืองมรดกโลก 1
วันทนี แสนภักดี ปราณี ต้นประยูร กิตติมา ทามาลี ภทรนันท์ สุรชาติร์ และแสงจิตต์ ไต้แสง
- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ ผ่านแอปพลิเคชัน 11
TMB Touch ของข้าราชการ ส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศ
วิฑูรย์ อนันตเดโชชัย และทรงพร หาญสันติ
- การศึกษาระดับความคิดเห็นของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชน 21
ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
แสงจิตต์ ไต้แสง
- ความเหลื่อมล้ำทางรายจ่ายของประชากรมิติพื้นที่ประเทศไทย 28
ฉัตรชัย นิยะบุญ
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี 35
รังษิชาติ ต้นติกุลวรา บดินทร์ ปั่นบำรุงกิจ และสมพงษ์ เส้งมณี
- การวิเคราะห์ปัจจัยทางการเงินที่มีผลต่อความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจพลังงานไฟฟ้า 48
ด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพในประเทศไทย
อัญชลี เยาวราช ชาคิริต ศรีทอง และศักดิ์ชาย นาคนก
- การสำรวจความต้องการเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการนำเข้า-ส่งออกของผู้ประกอบการ 57
ธุรกิจชุมชน (OTOP) อำเภอบางปะอิน-บางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
นฤมล ญาณสมบัติ กิตติมา ทามาลี
- โลจิสติกส์เพื่อการจัดการขยะมูลฝอย โดยรอบเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 64
สุทธามาศ ยี่มวัฒนา
- การวิเคราะห์ต้นทุนและระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชน กรณีศึกษา : กลุ่มจักสานหวาย 74
บ้านวัดนาค ตำบลปากกราน อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
เพ็ญนภา หวังที่ซอบ

บทความวิชาการ

นโยบายส่งเสริม SMEs ต้นแบบสำหรับประเทศไทย:กรณีประเทศไต้หวัน	82
สุพจน์ ชววีวรรณ	
การตัดสินใจด้านการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุน	91
จุไรวรรณ รินทพล และวิจิต อุ๋อัน	
แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในยุคไทยแลนด์ 4.0	99
จิตติมา อัครธิติพงศ์	
กลยุทธ์การทำงานของผู้อำนวยการอิสระในธุรกิจขายตรงระบบการตลาดหลายชั้น	108
ทิวาพร ลำเนียงดี และวิจิต อุ๋อัน	



วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์

สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์

Journal of Management Science Review

Humanities and Social Sciences

ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มีนาคม - สิงหาคม 2561

ISSN:1513-1149

เจ้าของ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการพัฒนาผลงานทางวิชาการและวิจัย
2. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและวิจัยของอาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา และบุคคลทั่วไป
ศาสตร์ด้านสาขามนุษยศาสตร์ 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 – กันยายน

ประเภทของบทความที่จะรับ

บทความวิชาการ (Academic Article) บทความวิจัย (Research Article) บทความปริทัศน์ (Review 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 ดาวโหลดได้ที่ <http://management.aru.ac.th/admin/>

ที่อยู่วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์

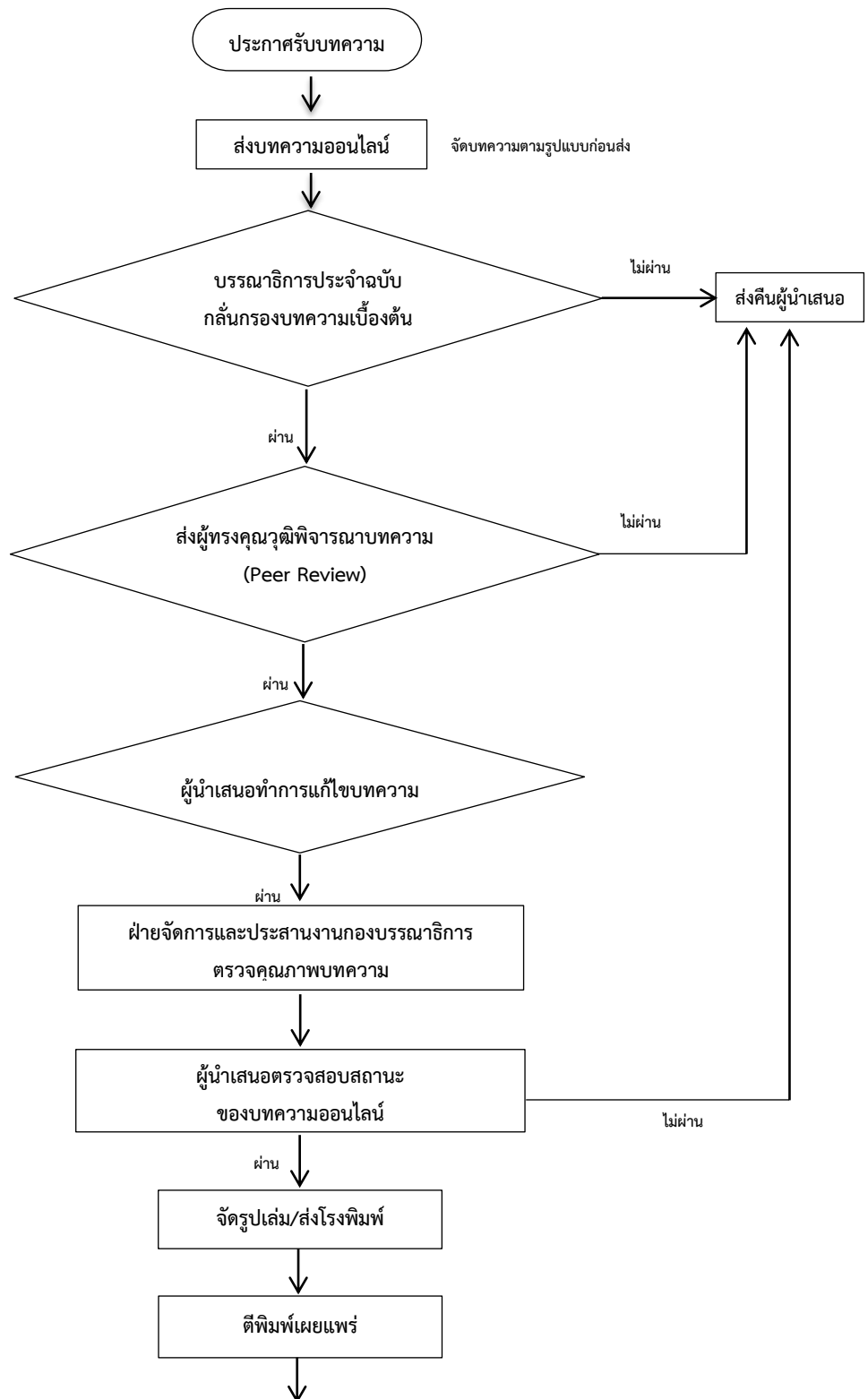
วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

96 ตำบลประตู่ชัย 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
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
รองอธิการบดีฝ่ายกิจการพิเศษและกฎหมาย
ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา

บรรณาธิการ

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

รองบรรณาธิการ

ดร.เมธรัตน์ จันตะนี

กองบรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิ

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

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

รองคณบดีคณะวิทยาการจัดการ ฝ่ายวางแผนและการประกันคุณภาพ
รองคณบดีคณะวิทยาการจัดการ ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รองคณบดีคณะวิทยาการจัดการ ฝ่ายกิจการนักศึกษา

กองบรรณาธิการ

อาจารย์ชุดิมา	นันทนวล	นางเบญญาภา	สอนพรม
อาจารย์ภัทราพร	จันตะนี	นางสาววรรณิศา	ทองสงไสม
อาจารย์สวิตา	อยู่สุขชี	นางสาวทิพย์พรรณณ	คล้ายสังข์
อาจารย์สิริพร	อินทสนธิ์		

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ คณะวิทยาการจัดการ

ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 เดือนมีนาคม – สิงหาคม 2561

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (ภายใน)

1. รศ.วันทนี	แสนภักดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
1. รศ.ปราณี	ต้นประยูร	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
2. รศ.จิตติมา	อัครธิตินงค์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
3. ผศ.ดร.อดิสร	ภูสาระ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
4. ผศ.ดร.วันทนา	เนาว์วัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
5. ผศ.ดร.อัจฉรา	หล่อตระกูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
6. ผศ.สุนนา	พุลผล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
7. ผศ.นัตยา	เกตุสมบุรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
8. ผศ.อรกช	เก็จพิรุฬห์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
9. ผศ.นันทนี	เอ็บอิม	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
10. ดร.กิตติมา	ทามาลี	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
11. ดร.อารมณ	เอี่ยมประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
12. ดร.ภัทรนันท์	สุรชาติ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
13. ดร.แสงจิตต์	ไต้แสง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
14. ดร.รุ่งทิพย์	รัตนกานูศร	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
15. ดร.เมธรัตน์	จันตะนี	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
16. ดร.พัทธ์พสุตม์	สาธนูวัฒน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
17. ผศ.ดวงรัตน์	โพธิ์เงิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
18. ดร.อภิชาติ	พานสุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
19. ผศ.ดร.วิชูกร	นาครน	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (ภายนอก)

1. ศ.ดร.จ่านงค์	อดิวัฒนสิทธิ์	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
2. ศ.ดร.เกรียงศักดิ์	เจริญวงศ์ศักดิ์	สถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนา
3. ศ.วัฒน์	จุฑะวิภาต	มหาวิทยาลัยรังสิต
4. ศ.เสนาะ	ติเยาว์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
5. รศ.ดร.กุลวดี	โรจน์ไพศาลกิจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
6. รศ.ดร.ศศิวิมล	มีอำพล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
7. รศ.ดร.อนันต์	จันตะนี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
8. รศ.ดร.สุนันทา	เลาหนันท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

9. รศ.ดร.พนิตสุภา	ธรรมประมวล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
10. รศ.ธีรวัฒน์	ประกอบผล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
11. รศ.ชนินทร์	สุนทพันธ์รักษ์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
12. รศ.สุจิตรา	จันทนา	วิทยาลัยนานาชาติเซนต์เทเรซา
13. รศ.สุพจน์	ขววิวรรณ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
14. รศ.รวงพร	อัมผล	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
15. รศ.ลำยอง	ปลั่งกลาง	ข้าราชการบำนาญ
16. รศ.ไพฑูรย์	สมัครกิจ	ข้าราชการบำนาญ
17. ผศ.ดร.จันทนา	วัฒนกาญจนะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
18. ผศ.ดร.เทอดศักดิ์	ศรีสุพล	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
19. ผศ.ดร.ภิญญาพัชญ์	นาคภิบาล	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
20. ผศ.ดร.สุธาสินี	ศิริโกศาภิรมย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
21. ผศ.ดร.กุลวรา	สุวรรณพิมล	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
22. ผศ.ดร.พิชิต	พระพินิจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
23. ผศ.เกียรติมา	เดชอุดม	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
24. ผศ.เกษกมล	สุขเกษม	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
25. ดร.วิจิต	บุญสนอง	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
26. ดร.ธงไชย	สุนทรวรังกูร	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
27. ดร.ปรียา	ผาติชล	รองผู้อำนวยการสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้
28. ดร.วริรัตน์	สัมพัทธ์พงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

บทบรรณาธิการ

วิทยาการจัดการปริทัศน์ เป็นวารสารทางวิชาการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ฉบับนี้เป็นปีที่ 20 ฉบับที่ 1 เดือนมีนาคม – สิงหาคม 2561 นับได้ว่าเป็นความก้าวหน้าในการเผยแพร่ผลงานวิชาการ ทั้งบทความวิชาการและบทความวิจัย โดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อพัฒนา ส่งเสริม และเผยแพร่ผลงานทางวิชาการทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ของคณาจารย์ นักวิจัยและนักศึกษารวมถึงเพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษาและองค์กรต่างๆทั้งในและต่างประเทศ

ความตั้งใจของคณะบรรณาธิการ มีความประสงค์จะทำวารสารเล่มนี้ให้สมบูรณ์ตามเกณฑ์ของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index Centre) จึงได้พิจารณาบทความโดยเสนอบทความต่อคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรอง (Peer Review) พิจารณาตรวจแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ของบทความ ก่อนการลงตีพิมพ์ เพื่อคัดเลือกและกลั่นกรองบทความให้เกิดความสมบูรณ์และมีคุณภาพมากที่สุด จนทำให้วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ เข้าสู่ TCI กลุ่ม 2

ขอขอบคุณเจ้าของผลงานบทความทางวิชาการทุกท่าน ที่ได้มีส่วนร่วมในการเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการสู่สาธารณะ ขอขอบคุณคณะกรรมการกลั่นกรองทุกท่านที่ได้ใช้ความเพียรพยายามชี้แนะให้มีการปรับปรุงแก้ไขงานให้ออกมาได้อย่างถูกต้อง เป็นประโยชน์แวดวงวิชาการ และท้ายสุดขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ได้ทำให้มีวารสารฉบับนี้

ด้วยความปรารถนาดียิ่ง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา หล่อตระกูล

บรรณาธิการ

อนาคตภาพของการจัดการการท่องเที่ยวอยุธยาเมืองมรดกโลก A Scenario of Tourism Management in Ayutthaya World Heritage Site

วันทนีย แสนภักดี¹ ปราณี ตันประยูร² กิติมา ทามาลี³
ภัทรนันท์ สุรัชাত্রี⁴ และแสงจิตต์ ไต้แสง⁵

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอนาคตภาพของการจัดการการท่องเที่ยวอยุธยาเมืองมรดกโลก โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่าอนาคตภาพของการจัดการการท่องเที่ยวอยุธยา เมืองมรดกโลกมีดังนี้ ด้านการวางแผนควมมีการบูรณาการแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน การบูรณาการนโยบายของรัฐไปสู่การปฏิบัติที่ชัดเจน การทบทวนและปรับแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์โดยผู้เชี่ยวชาญหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรวมถึงนักท่องเที่ยว ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาจิตใจ การปลูกจิตสำนึก ให้กับประชาชนในพื้นที่ และนักท่องเที่ยว ด้านการจัดองค์การควมมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรม การส่งเสริมการสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน การจัดตั้งกลุ่มพัฒนาอาชีพ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางและเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว การทบทวนบทบาทหน้าที่ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีการดำเนินงานเชิงรุก รวมถึงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูล การท่องเที่ยวจังหวัด ด้านการปฏิบัติการ ควมมีการส่งเสริมพัฒนาและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวอยุธยาเมืองมรดกโลกที่เป็นจุดเด่นทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การสนับสนุนงบประมาณเพื่อพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพิ่มการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบุคลากร ด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล ส่วนด้านการควบคุม ควมมีการปรับปรุงการจกระบบการจราจร การปรับปรุงและพัฒนาสภาพพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และการจัดระเบียบร้านค้าชุมชน ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายควมมีมาตรการในการอนุรักษ์พื้นที่และแผนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ควบคุมกบวิถีชีวิตของชุมชน การจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวอยุธยาเมืองมรดกโลกผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง มีการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว จัดอบรมผู้ประกอบการด้านจิตบริการและความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร

คำสำคัญ: อนาคตภาพ การจัดการการท่องเที่ยว เมืองมรดกโลก

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail: van_1952@hotmail.com

² หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail: tanprayoon@yahoo.com

³ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail: ktamalwww@gmail.com

⁴ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail: surachatri@hotmail.com

⁵ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail: phdpoo@hotmail.com

Abstract

This research, in which qualitative and quantitative methods are combined, aims to study a scenario of tourism management in Ayutthaya World Heritage Site. The results are as follows: In terms of planning, tourism development plans of public and private sectors need to be integrated in the same directions. Integrated government policies concerned should lead to an explicit implementation. Reviewing and revising the strategic action plans by experts from public and private sectors, stakeholders, and tourists are required. Public participation, both locals and tourists, in the conservation of arts, culture, and local wisdom should be promoted. In terms of organization, cultural heritage tourism should be developed. Network development should be enhanced to strengthen the community. A career development group should be established. Travel and tourism facilities should be developed. Reviewing the roles of the authorities concerned for proactive operations are required. Also, a provincial tourist information center should be established. In terms of operation, development and utilization of notable cultural-tourism resources in Ayutthaya World Heritage Site should be promoted. A budget on cultural tourism development should be provided. Proactive public relations should be emphasized. Also, sectors of tourism services providers should be qualified according to the international standards. In terms of management control, traffic system management, tourism environments, and community shop organization should be improved. The policy recommendations are as follows: Measures and plans for environmental conservation should be carried out to be in accordance with the community lifestyles. Tourism promotional documents concerning tourist destinations in Ayutthaya World Heritage Site should be continually publicized through various kinds of media. The basic elements of tourism infrastructures should be improved. Also, tourism entrepreneurs should be trained to have service mind and skills in foreign language communication.

Keywords: scenario, tourism management, world heritage site

1. บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่อำนวยความสะดวกให้แก่ประเทศเป็นอย่างยิ่ง ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม จากข้อมูลขององค์การ การท่องเที่ยวโลก (United Nations World Tourism Organization - UNWTO) ได้พยากรณ์แนวโน้มการเติบโตของการท่องเที่ยวโลกและประเมินการว่าเมื่อถึงปี พ.ศ. 2563 นักท่องเที่ยวเดินทางระหว่างประเทศ จำนวน 1,600 ล้านคน โดยมีการคาดการณ์ว่า เอเชียตะวันออกและแปซิฟิก เอเชียตะวันออกกลาง และแอฟริกา จะมีอัตราเติบโตมากกว่าร้อยละ 5 ต่อปี เปรียบเทียบอัตราเฉลี่ยของโลก ซึ่งคาดการณ์ไว้ ร้อยละ 4.1 ต่อปี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2555) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทย ปี พ.ศ. 2556 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 26.7 ล้านคน อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.60 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา (กรมการท่องเที่ยว, 2557) โดยปรับตัวดีขึ้นทุกกลุ่มตลาดทั้งทางด้านจำนวนนักท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย ปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีการพัฒนาดีขึ้นคือสถานที่ท่องเที่ยว รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์ ด้านการท่องเที่ยว สาธารณูปโภคและการพัฒนาอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวโดย ผู้ประกอบการมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยกับประเทศในกลุ่มอาเซียนและจีน ผู้ประกอบการมีความเห็นว่าประเทศไทยเป็น อันดับหนึ่งในเรื่องความเปี่ยมมิตรของประชาชนและความคุ้มค่าในการท่องเที่ยว (สิรินาถ ฉัตรศุภกุล, 2556)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยศักยภาพของทำเลที่ตั้ง ความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว และความเป็นไทย ประเทศไทยยังคงมี ศักยภาพ และโอกาส ทำการท่องเที่ยวมากมาย ทั้งด้านทำเลที่ตั้งในการเป็น จุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม

ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ อัญมณียไมตรีของคนไทย โดย ในปี พ.ศ. 2558 World Economic Forum: WEF ได้จัดอันดับ ชีตความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 35 จาก 141 ประเทศทั่วโลก นอกจากนี้ การท่องเที่ยวของประเทศไทยยังได้รับการคัดเลือกให้เป็นที่สุดด้านการท่องเที่ยวของโลกในการจัดอันดับระดับนานาชาติ เช่น กรุงเทพมหานครได้รับเลือกเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในปี 2558 โดย Master Card เป็นต้น ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและขีดความสามารถของประเทศไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมระดับโลก (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (2560 – 2564))

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอดีตราชธานีที่ยาวนานที่สุดถึง 417 ปี เป็นดินแดนที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นทั้งด้านกายภาพ ประวัติศาสตร์และอารยธรรม มีโบราณสถานที่ยังเหลืออยู่เป็นเครื่องบ่งชี้ความรุ่งเรืองในอดีต ซึ่งองค์การศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้รับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ไว้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2534 เป็นผลให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศให้ความสนใจเข้ามาเยี่ยมชมตลอดทั้งปี (คู่มือการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดและแผนพัฒนากลุ่มจังหวัด (พ.ศ. 2557 - 2560) โดยเฉพาะวัดที่มีชื่อเสียงของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งถือได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยว

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ การท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ผ่านมาได้จัดทำโดยหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานเอกชนบางส่วน ย่อมทำให้แผนยุทธศาสตร์ ที่ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่ตรงต่อความต้องการได้ นอกจากนี้ยังมีการทำงานด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ทับซ้อนกัน เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและ

กีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เทศบาลองค์การบริหารส่วนจังหวัด เป็นต้น ขาดการบูรณาการของแผน ทำให้เกิดการทำงานซ้ำซ้อนและไม่เกิดความยั่งยืน เพื่อให้เกิดการบูรณาการในการวางแผนการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวอยุธยา เมืองมรดกโลกอย่างยั่งยืน บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่าย จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้พยายาม ในการที่จะดำเนินศึกษาและรวบรวมข้อมูลประกอบการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายในจังหวัดอย่างเต็มประสิทธิภาพ โดยได้ระดมสรรพกำลังจากหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ มาร่วมคิดร่วมดำเนินการวางแผน ผู้วิจัยจึงได้สนใจที่จะศึกษาขนาดภาพในการจัดการการท่องเที่ยวอยุธยา เมืองมรดกโลก

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาขนาดภาพของการจัดการ การท่องเที่ยวอยุธยาเมืองมรดกโลก

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 การศึกษาเบื้องต้น (Primary Research) ได้แก่การศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา วารสาร บทความ รายงาน แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย

2.2 การศึกษาภาคสนาม (Field Research) คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นหลัก ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการแหล่งมรดกโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยาครอบคลุมในส่วนต่าง ๆ จำนวนรวมทั้งสิ้น 30 คน นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในเชิงปริมาณเพื่อนำข้อมูลมาประกอบการวิเคราะห์โดยประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวยังพระนครศรีอยุธยาเมืองมรดกโลก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของนักท่องเที่ยว

ชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวยังพระนครศรีอยุธยาเมืองมรดกโลกที่แน่นอน คณะผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างของ สูตรของ ดับเบิลยูจี คอคแรน (Cochran, 1953) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 ตัวอย่าง

เครื่องมือในการการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสารต่าง ๆ การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง รวมถึงการจัดประชุมกลุ่มย่อยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแบบเจาะจงประเด็น หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งกำหนดค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 (กลัยา วานิชย์บัญชา, 2551: หน้า 240-258) ได้ค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ .9581 ซึ่งถือว่าเชื่อถือได้

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลสารสนเทศการวิเคราะห์สภาพ การดำเนินงานการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอยุธยา เมืองมรดกโลก ใช้การศึกษาเอกสารและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร โดยการรวบรวมความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะลึก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนที่เป็นวิจัยเชิงปริมาณใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

3.1 การวิเคราะห์สภาพปัจจุบันการจัดการการท่องเที่ยวอยุธยาเมืองมรดกโลก พบว่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทาง มาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ 1) ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งนักท่องเที่ยวมักจะนิยมเดินทางไปวัดที่

สำคัญๆ และมีชื่อเสียงมีการจัดการที่ดี จึงมีผลดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปเยือนพื้นที่นั้น 2) ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อทำบุญ ไหว้พระ ชมโบราณสถาน ล่องเรือแม่น้ำเจ้าพระยา ชมวิถีชีวิตริมฝั่งแม่น้ำ นั้งช้างและสัมผัสวิถีชีวิตชาวไทย 3) ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหรสพเทศกาลและงานประเพณี นักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจกับการจัดงานประเพณีที่สำคัญ ๆ ของจังหวัด ได้แก่ งานลอยกระทงไฟอยุธยา มรดกโลกและงานกาชาดประจำจังหวัด งานเทศกาลตรุษจีน “อยุธยา महามงคล” เทศกาลสงกรานต์กรุงเก่า ประเพณีลอยกระทงตามประทีปและแข่งขันเรือยาวประเพณี ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร 4) ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านการบริการ ที่ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน จัดบริการให้กับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมองว่า บริษัททัวร์หรือการบริการนำเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีมาตรฐานในการให้บริการที่ดี การคมนาคมขนส่งทางบก ทางรถไฟ และทางน้ำ เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวก

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้ความสำคัญกับกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวอยุธยาเมืองมรดกโลก โดยกำหนดเป็นยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตามแผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2558-2560) ประกอบไปด้วย การกำหนดวิสัยทัศน์ : อยุธยานครประวัติศาสตร์ น่าเที่ยว น่าอยู่ ก้าวสู่สากล ประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวและบริการสู่มาตรฐานสากล การกำหนดเป้าประสงค์ไว้ในประเด็นที่ 1 เพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ พร้อมกำหนดกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องคือ 1) ส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ งานประเพณี และการประชาสัมพันธ์เชิงรุกด้านการท่องเที่ยว 2) พัฒนาคุณภาพการให้บริการของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล 3) ส่งเสริมการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพด้านการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์

4) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางและเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล

ผลผลิตในด้านการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ บริเวณเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย พระราชวังโบราณ พิพิธภัณฑ์แห่งชาติ เจ้าสามพระยา ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา วัดพระศรีสรรเพชญ์ วัดราชบูรณะ วัดพระมงคลบพิตร วัดใหญ่ชัยมงคล วัดไชยวัฒนาราม วัดพนัญเชิงวรวิหาร ป้อมเพชร หมู่บ้านญี่ปุ่น เป็นต้น สถานที่ท่องเที่ยวบริเวณอำเภอโดยรอบ ได้แก่ บริเวณอำเภอบางปะอิน และอำเภอบางไทร เช่น พระราชวังบางปะอิน วัดนิเวศน์ธรรมประวัติ ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร บริเวณอำเภอนครหลวง และอำเภอท่าเรือ เช่น ปราสาทนครหลวง หมู่บ้านอรัญญิก วัดสะตือ บริเวณอำเภอมหาราช ได้แก่ พุทธอุทยานมหาราชหลวงปู่ทวด สถานที่ท่องเที่ยวที่บริหารโดยเอกชน ได้แก่ วังช้างแลเพนียด พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่น ตลาดน้ำที่ขึ้นชื่อ ได้แก่ ตลาดน้ำ อโยธยา ตลาดน้ำทุ่งบัวชม ตลาดน้ำวัดท่ากรัง การท่องเที่ยวแบบ Night Tour ล่องเรือชมแสงสว่างยามค่ำคืนกับบรรยากาศริมแม่น้ำเจ้าพระยา รอบเกาะเมืองอยุธยาและแม่น้ำป่าสัก

3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กรโดยใช้ SWOT Analysis โดยกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการพิจารณาศักยภาพการดำเนินงานบริหารจัดการการท่องเที่ยวอยุธยาเมืองมรดกโลก พบว่า จุดแข็งได้แก่ 1) เป็นนครประวัติศาสตร์เมืองราชธานีเก่า ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนมรดกโลก 2) มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายเอื้อต่อการท่องเที่ยว เช่น โบราณสถาน วัด และพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น 3) มีทรัพยากรด้านกิจกรรมที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมทำบุญ ไหว้พระ ชมโบราณสถาน ล่องเรือแม่น้ำเจ้าพระยาชมวิถีชีวิตริมฝั่งแม่น้ำ นั้งช้างและสัมผัสวิถีชีวิตชาวไทย เป็นต้น 4) มีประชากรที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ มีชุมชนที่มีรากเหง้าทางเชื้อชาติที่มีความแตกต่างกัน แต่สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข และสามารถเป็นเครือข่าย

ส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างประเทศ และ 5) มีเส้นทางการคมนาคมสะดวก สามารถเชื่อมโยงได้ทุกภูมิภาคของประเทศไทย ส่วนจุดอ่อน ได้แก่ 1) บุคลากรด้านการบริการยังมีข้อจำกัดด้านภาษาต่างประเทศ 2) การบูรณาการแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนมีทิศทางที่ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน 3) การบริการขนส่งยังไม่สะดวกและครบวงจร 4) ระบบการจราจรแออัดในวันเสาร์-อาทิตย์ ทำให้เป็นปัญหาต่อการท่องเที่ยว และ 5) การบุกรุกพื้นที่โบราณสถานจากพ่อค้าแม่ค้าในพื้นที่ การจัดระเบียบของร้านขายของฝากที่ยังไม่เป็นระเบียบ วางขายระเกะระกะ บดบังทัศนียภาพของโบราณสถาน ในส่วนของสภาพแวดล้อมภายนอกพบว่า โอกาสได้แก่ 1) รัฐบาลได้มีแผนนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว การเปิดการเขตการค้าเสรีเศรษฐกิจประชาคมอาเซียน 2) การกำหนดนโยบายการจัดทำตลาดประชารัฐ ที่เอื้อต่อการพัฒนาการรวมกลุ่มผู้ค้าและนักลงทุน และ 3) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ และการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ สำหรับอุปสรรคที่พบได้แก่ 1) ความไม่มีเสถียรภาพทางการเมือง ความผันผวนทางเศรษฐกิจโลก และการแข่งขันทางการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติของประเทศเพื่อนบ้านสูง และ 2) การจัดผังเมือง และการบริหารจัดการพื้นที่ภายในเขตบริเวณนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

3.3 ผลการวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวพระนครศรีอยุธยาเมืองมรดกโลก มีดังต่อไปนี้

3.3.1. ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพรับจ้าง รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท นับถือศาสนาพุทธ และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง

3.3.2. นักท่องเที่ยวมีลักษณะและแผนการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวรับรู้แหล่งข่าวสารการท่องเที่ยวพระนครศรีอยุธยาเมืองมรดกโลกจากสื่อโฆษณา ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ที่สามารถเข้าถึงได้รวดเร็วและเข้าใจง่ายที่สุดคือสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ เคยไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมคือในประเทศ เคยไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม 5 ครั้งขึ้นไป วัดอุปสมงค์ในการท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลกทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อพักผ่อน ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวเดินทางมาเอง กับครอบครัว/ญาติพี่น้อง เลือกมาท่องเที่ยวในแหล่งมรดกโลกทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในช่วงเช้า (6.00 - 12.00 น.) เลือกมาท่องเที่ยวในแหล่งมรดกโลกทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ เลือกมาพักค้างคืนในแหล่งมรดกโลกทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม 1 วัน มีรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งมรดกโลกทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ท่องเที่ยวแบบไปกลับ

3.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวพระนครศรีอยุธยาเมืองมรดกโลก มีดังต่อไปนี้

3.4.1 นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวพระนครศรีอยุธยาเมืองมรดกโลก ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวมีความรู้ในเรื่องประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกอย่างเพียงพอ

3.4.2 นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวพระนครศรีอยุธยาเมืองมรดกโลก นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวพระนครศรีอยุธยาเมืองมรดกโลก ด้านกระบวนการการให้บริการและประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมากโดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ

มีเอกสารแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกอย่างชัดเจนและสามารถเข้าใจง่าย

3.4.3 นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวพระนครศรีอยุธยาเมืองมรดกโลกด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในแหล่งคมนาคมที่ความสะดวกและเดินทางเข้าถึงได้ง่าย

3.4.3 นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวพระนครศรีอยุธยาเมืองมรดกโลกด้านกระบวนการการให้บริการและประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีเอกสารแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกอย่างชัดเจนและสามารถเข้าใจง่าย

3.4.5 นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวพระนครศรีอยุธยาเมืองมรดกโลก ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในแหล่งคมนาคมที่ความสะดวกและเดินทางเข้าถึงได้ง่าย

3.4.6 นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวพระนครศรีอยุธยาเมืองมรดกโลกด้านการจัดการพื้นที่ในแหล่งมรดกโลกโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ภูมิทัศน์โดยรอบแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกร่มรื่น สะอาด สวยงาม เหมาะสมเป็นระเบียบ

3.4.7 นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวพระนครศรีอยุธยาเมืองมรดกโลกด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โบราณสถานได้รับการอนุรักษ์ รักษาสภาพได้อย่างเหมาะสม

3.4.8 นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวพระนครศรีอยุธยาเมืองมรดกโลกด้านการมีส่วนร่วมโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีมีคฤหาสน์ท้องถิ่นที่มีศักยภาพให้บริการอย่างเพียงพอ

3.4.9 นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวพระนครศรีอยุธยาเมืองมรดกโลกด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการดูแลแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม

3.4.10 นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวพระนครศรีอยุธยาเมืองมรดกโลกด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก ด้านการจัดการพื้นที่ในแหล่งมรดกโลก ด้านกระบวนการให้บริการและการประชาสัมพันธ์ ด้านสถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก ในการให้บริการด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และ ด้านการมีส่วนร่วมตามลำดับ

ผลการสังเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพพบว่าอนาคตภาพการจัดการการท่องเที่ยวอยุธยาเมืองมรดกโลกในด้านต่าง ๆ มีดังนี้

ด้านการวางแผน ควรมีการดำเนินการดังนี้

1. การบูรณาการแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันในการพัฒนาส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว พัฒนาสินค้าและกิจกรรม ตลอดจนการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

2. การบูรณาการและนโยบายของรัฐที่เกี่ยวข้องไปสู่การปฏิบัติที่ชัดเจน โดยเฉพาะนโยบายตลาดประชารัฐ ซึ่งจะส่งผลดีทั้งด้านการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ และการพัฒนาชุมชน

3. การทบทวนและปรับแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และนักท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างแท้จริง

4. การสนับสนุน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาจิตใจ การปลูกจิตสำนึก ให้กับประชาชนในพื้นที่ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านการจัดการ ควรมีการดำเนินการดังนี้

1. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. การส่งเสริมการสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน มีการจัดตั้งกลุ่มพัฒนาอาชีพ ผลิตภัณฑ์และ

3. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางและเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว

4. การทบทวนบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีการดำเนินงานเชิงรุก

5. การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและพัฒนาให้เป็นศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบและครบวงจร

ด้านการปฏิบัติงาน ควรมีการดำเนินการดังนี้

1. การส่งเสริม พัฒนา และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรท่องเที่ยวอยุธยาเมืองมรดกโลกที่เป็นจุดเด่นทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหรหรรเทศกาลและงานประเพณี และทรัพยากรท่องเที่ยวด้านการบริการ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2. การสนับสนุนงบประมาณเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กิจกรรม ประเพณี การบูรณะซ่อมแซม และการดูแลรักษาความสะอาด และความปลอดภัย

3. การส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ งานประเพณี การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การจัดกิจกรรมเพื่อความบันเทิง การจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ เป็นต้น

4. การเพิ่มการประชาสัมพันธ์เชิงรุกด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้น

5. การพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล

ด้านการควบคุม ควรมีการดำเนินการดังนี้

1. การปรับปรุงการจัดระบบการจราจร โดยเฉพาะวันหยุดและช่วงเทศกาล

2. การดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาสภาพพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงาม เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว

3. การจัดระเบียบร้านค้า ชุมชน ให้มีความเหมาะสม และไม่บดบังทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว

4. อภิปรายผล

ผลการศึกษาอนาคตภาพของการจัดการการท่องเที่ยวอยุธยาเมืองมรดกโลก ในส่วนของการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอยุธยาเมืองมรดกโลก สอดคล้องกับงานวิจัยของธนภูมิ ปองเสียมและวารัตน์ มัธยมบุรุษ (2552) เรื่อง การพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่พบว่าสิ่งแรกจะต้องให้ความสำคัญคือการประเมินความเป็นไปได้ในการจัดการท่องเที่ยว 2) ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อทำบุญไหว้พระชมโบราณสถาน ล่องเรือแม่น้ำเจ้าพระยาชมวิถีชีวิตริมฝั่งแม่น้ำ นั้งช้างและสัมผัสวิถีชีวิต ช่างไทย 3) ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหรหรรเทศกาลและงานประเพณี 4) ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านการบริการ

การวิเคราะห์สภาพการดำเนินงาน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของจิราณัฐ โสภา และคณะ (2554) เรื่องการศึกษาศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก กรณีศึกษา: อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และสุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย-กำแพงเพชร เพื่อการท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรมอย่างยั่งยืน และ ผลงานวิจัยของวีรพล จินตามณี (2550) เรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในโครงการหลวง: กรณีศึกษาโครงการหลวงดอยอ่างขาง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเริ่มจากการศึกษาบริษัทเชิงพื้นที่ทรัพยากรการท่องเที่ยว สภาพเศรษฐกิจวัฒนธรรม และนโยบาย เพื่อดำเนินการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกกำหนดจุดแข็งและโอกาสดำเนินการส่งเสริมจุดอ่อน และอุปสรรคดำเนินการแก้ไขปัญหาสอดคล้องกับแนวคิดการวางแผนการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน มีการวางแผนการท่องเที่ยวแบบบูรณาการกับการวางแผนพัฒนาด้านการปลูกจิตสำนึกเข้าไปในแผนพัฒนาเพื่อนำไปสู่เป้าหมาย เริ่มจากการตรวจสอบทรัพยากรประเมินระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ประเมินสภาพแวดล้อมภายใน ภายนอก วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

ผลการวิจัยที่พบว่าลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางกับครอบครัวและนักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของจิราณูช โสภา และคณะ (2554) เรื่องการศึกษาศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก กรณีศึกษา:อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และสุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนที่พบว่าลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางส่วนตัวกับครอบครัว และ สื่อในการรับรู้ข้อมูลของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือโทรทัศน์ ส่วนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมาก ต่อภูมิทัศน์โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว ร่มรื่น สะอาดสวยงามที่และเส้นทางคมนาคมที่สะดวกเข้าถึงง่าย การมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ และมีมาตรการป้องกันรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวในแหล่งมรดกโลกอย่างเหมาะสมก็ยังคงสอดคล้องกับผลงานวิจัยของจิราณูช โสภา และคณะด้วยเช่นกัน

5. ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง อนาคตภาพของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอยุธยาเมืองมรดกโลก ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เกี่ยวข้อง อาทิ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การท่องเที่ยวเทศบาลนครพระนครศรีอยุธยา กรมศิลปากร กองบังคับการตำรวจภูธร สถาบันการศึกษาต่าง ๆ องค์กรปกครองท้องถิ่น ฯลฯ ได้ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

5.1 ควรมีการดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาสภาพพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงาม เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว โดยเน้นการจัดการดูแลรักษาความสะอาดเรียบร้อยของแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงมีการจัดมาตรการการรักษาสภาพความปลอดภัยให้เป็นที่น่าเชื่อถือของนักท่องเที่ยว

5.2 ควรมีการบูรณาการดำเนินกิจกรรมร่วมกันในการพัฒนาส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว พัฒนาสินค้าและกิจกรรมตลอดจนการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อลดการทำงานที่ซ้ำซ้อนและลดงบประมาณ ที่สิ้นเปลืองในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ

5.3 ควรให้ภาคประชาชน ชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ของพื้นที่ มีการรณรงค์ชี้ให้เห็นถึงผลกระทบที่เกิดจากการทำลายสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดความตระหนักต่อการเป็นเจ้าของพื้นที่

5.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย จังหวัดพระนครศรีอยุธยาควรมีมาตรการในการอนุรักษ์พื้นที่การอนุรักษ์ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับวิถีชีวิตของชุมชน ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนควรจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์เส้นทาง การท่องเที่ยวอยุธยาเมืองมรดกโลกผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ควรปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการอบรมผู้ประกอบการในเรื่องจิตบริการและทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร

6. เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2557). **สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว
มกราคม-ธันวาคม 2556**. กรุงเทพมหานคร:
กองวิชาการท่องเที่ยว.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555). **แผนยุทธศาสตร์
และกลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2555-
2559**. กรุงเทพมหานคร: กองวิชาการท่องเที่ยว.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). **การวิเคราะห์ข้อมูล
หลายตัวแปร**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (10 สิงหาคม 2554).
ทรัพยากรการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ
15 กันยายน 2560, จาก
http://highlightthailand.com/th/main/detail_content/Tourism-esources/57.html.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (30 มิถุนายน 2555).
ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด. สืบค้น
เมื่อ 15 กันยายน 2560, จาก
<http://www.marketingdatabase.tat.or.th/main.php?filename=index>.

คู่มือการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดและแผนพัฒนากลุ่ม
จังหวัด (พ.ศ. 2557-2560). (2560). สืบค้นเมื่อ
15 กันยายน 2560 , จาก
http://www.opdc.go.th/content.php?menu_id=4&content_id=2562.

จิราณัฐ โสภาก และคณะ. (2554). **ศักยภาพการจัดการแหล่ง
ท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกของประเทศไทย**
กรณีศึกษา: อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-
ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชรและอุทยาน
ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเพื่อ
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ
: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ธนภูมิ ปองเสียม และ วาริชต์ มัธยมบุรุษ. (2558).
แผนพัฒนาศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
อย่างยั่งยืน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. **วารสาร
อาวธรรมศึกษาโฆง-สาละวิน** 6 (2), 95-111.

วีรพล จินตามณี. (2550, มกราคม-มิถุนายน).
แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน
โครงการหลวง : กรณีศึกษาโครงการหลวง
ดอยอ่างขาง จังหวัดเชียงใหม่ **วารสารร่มไทรทอง**.
17 (1), 18-30.

สิรินาถ ฉัตรศุภกุล. (2556, เมษายน). **สรุปสถานการณ์การ
ท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ ปี 2555 และ
แนวโน้ม ปี 2556**. **จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว**.
(2), 4-5.

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

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ ผ่านแอปพลิเคชัน

TMB Touch ของข้าราชการ ส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศ

Marketing Mix Factors Affecting the Use of PromptPay Services of TMB Touch Mobile

Application of Officers in the Royal Thai Air Force Headquarters

วิวัฒน์ อนันตเดชชัย¹ และทรงพร หาญสันติ²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจของข้าราชการส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch 2) ศึกษาการตัดสินใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ของข้าราชการ ส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศ และ 3) วิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ของข้าราชการ ส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศ โดยจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และส่วนประสมทางการตลาด วิธีการศึกษาในครั้งนี้คือแบบสอบถามแก่ข้าราชการ ส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศ จำนวน 14 หน่วยงาน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ t-test (Independent-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว(One-Way ANOVA) ซึ่งหากพบความแตกต่างรายคู่จะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD ในการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์และส่วนประสมทางการตลาดจะใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) และใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร

การวิจัยพบว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch นั้นไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านสังกัด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ที่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดนั้น พบว่า ปัจจัยทางด้านราคา ด้านผู้ให้บริการ และกระบวนการให้บริการนั้น มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch นั้นไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch นั้นแตกต่างกัน

คำสำคัญ : พร้อมเพย์ TMB Touch ข้าราชการทหารอากาศ

¹ นักศึกษาสาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ E-mail : anan.wittawat@gmail.com

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ E-mail : fbuspha@ku.ac.th

Abstract

The purposes of this research are to: 1 study marketing mix factors and decision-making processes affecting the use of PromptPay services of TMB Touch Mobile Application of officers in the Royal Thai Air Force (RTAF) Headquarters; 2) examine their decision-making processes in using the application; and 3) analyze the marketing mix factors affecting their choices classified by demographic characteristics. A questionnaire has been used to collect data from officers working in 14 departments under the RTAF Headquarters. The statistical tools used for data analysis are frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, One-way ANOVA, together with LSD for testing a difference found between a pair of means, *Pearson's correlation coefficient* for analyzing relationships between two variables of the demographic characteristics and the marketing mix factors, and Multiple Linear Regression for testing relationships among the variables.

The results are as follows: In terms of demographic characteristics, it is found that a difference in affiliation significantly affects the decision-making processes of officers in the RTAF Headquarters in using PromptPay services of TMB Touch Mobile Application. In terms of marketing mix factors, it is found that differences in product, placement, promotion and physical evidence significantly affect their decision-making processes in this case.

Keywords: PromptPay services, TMB Touch Mobile Application, officer of The Royal Thai Air Force

1. บทนำ

1.1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยกำลังเข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) คือ การนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ เทคโนโลยีดิจิทัล เข้ามาเพิ่มกำลังการผลิต เพื่อสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์และลดเวลาในการผลิตให้ได้มากที่สุด ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถเสริมสร้างเศรษฐกิจให้มีการเจริญเติบโต และสามารถต่อสู้กับชาติต่างๆ ดังนั้นภาครัฐจึงจำเป็นต้องมีนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่จะทำให้ประเทศไทยมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ในปัจจุบันประเทศไทยได้มีการใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ส่งผลให้ภาครัฐและภาคเอกชนจำเป็นต้องมีการนำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาใช้ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ยกตัวอย่างเช่น ภาครัฐเองก็ได้มีแผนที่จะดำเนินการเกี่ยวกับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ จากแผนดังกล่าวนี้จึงเกิดบริการที่เรียกว่า บริการพร้อมเพย์ (Promptpay) หมายถึง การโอนเงินและรับเงินของประชาชน ให้ความสะดวกมากขึ้นโดยไม่ต้องใช้เลขที่บัญชีของผู้รับโอน และค่าธรรมเนียมถูกกว่าการโอนเงินข้ามธนาคารแบบเดิม เพื่อลดข้อจำกัดของระบบ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

การทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Internet นั้น มีอัตราเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดดขึ้นทุกปี ในปี 2559 พบว่า มีผู้ใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางเครือข่าย E - Payment ผ่าน Mobile Internet ของผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันทางการเงิน จำนวน 585,009.49 ล้านรายการ ซึ่งหากเปรียบเทียบกับในปี 2557 นั้นมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดด จำนวน 109,349.73 ล้านรายการ (ธนาคารแห่งประเทศไทย ปี 2557-2559, 2560)

ปัจจุบันจะพบว่า สัดส่วนการใช้ Mobile Banking ของธนาคารไทยนั้นมีสัดส่วนการใช้งานน้อยที่สุด (Marketing Oops!, 2560) โดยลูกค้าของธนาคารทหารไทยนั้น จะเป็นข้าราชการกระทรวงกลาโหม ได้แก่

กองทัพบก กองทัพเรือ กองทัพอากาศ และกองบัญชาการกองทัพไทย ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มประชากรที่มีจำนวนมากใหญ่ของธนาคาร เนื่องจากมีอัตรากำลังพลที่สามารถพร้อมรบอยู่ตลอดเวลา และหมุนเวียนอยู่ตลอดเวลาอีกทั้งยังมีบัญชีผูกขาดในการจ่ายเบี้ยหวัด เงินเดือน หรือธุรกรรมการเงินต่างๆ จะขึ้นตรงกับธนาคารทหารไทยทั้งสิ้น ซึ่งหากเปรียบเทียบกำลังรบแล้วจะพบว่ากองทัพอากาศนั้นมีสัดส่วนอัตรากำลังพลอยู่ในระดับที่น้อยที่สุด เมื่อเทียบกับเหล่าทัพอื่น จึงเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการวิจัยเพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านระบบ TMB Touch ของธนาคารทหารไทย เพื่อเป็นแนวทางสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ข้าราชการทหารอากาศ รวมถึงตอบรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ อีกทั้งยังเป็นข้อเสนอแนะให้แก่ผู้ประกอบการธนาคาร ซึ่งจะเป็นแนวทางในการจัดทำแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์ให้แก่ข้าราชการ

1.2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจของข้าราชการส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch

1.2.2 ศึกษาการตัดสินใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ของข้าราชการส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศ

1.2.3 วิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ของข้าราชการ ส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศ

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ของข้าราชการส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศ จำนวน 14 หน่วยงาน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ ดังนี้

1.3.1 ด้านประชากร ได้แก่ ข้าราชการ ส่วน
บัญชาการ กองทัพอากาศ ที่เคยใช้บริการพร้อมเพย์
ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch

1.3.2 ด้านตัวแปร ได้แก่

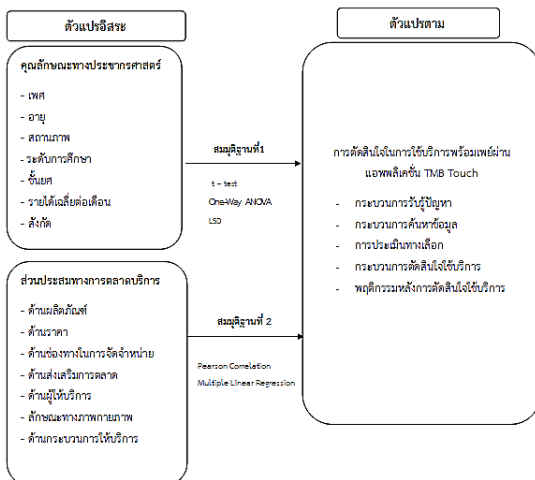
1.3.2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณลักษณะ
ทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับ
การศึกษา ชั้นยศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สังกัด และส่วนประสม
ทางการตลาด (7Ps)

1.3.2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ กระบวนการ
ตัดสินใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ผ่าน TMB Touch

1.4 สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่
แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่าน
แอปพลิเคชัน TMB Touch ของข้าราชการ ส่วนบัญชาการ
กองทัพอากาศ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมี
อิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการพร้อมเพย์พร้อมผ่าน
แอปพลิเคชัน TMB Touch ของข้าราชการส่วนบัญชาการ
กองทัพอากาศ



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

จะใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก
กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้าราชการ ส่วนบัญชาการกองทัพอากาศ
จำนวน 14 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานเลขานุการ
กองทัพอากาศ (สกก.ทอ.) กรมสารบรรณทหารอากาศ
(สบ.ทอ.) กรมกำลังพลทหารอากาศ (กพ.ทอ.) กรมข่าวทหาร
อากาศ (ขว.ทอ.) กรมยุทธการทหารอากาศ (ยก.ทอ.)
กรมส่งกำลังบำรุงทหารอากาศ (กบ.ทอ.) กรมกิจการพลเรือน
ทหารอากาศ (กร.ทอ.) กรมเทคโนโลยีสารสนเทศและ
การสื่อสารทหารอากาศ (ทสส.ทอ.) สำนักงานปลัดบัญชาทหาร
อากาศ (สปล.ทอ.) กรมการเงินทหารอากาศ (ง.ทอ.)
กรมจเรทหารอากาศ (จร.ทอ.) สำนักงานตรวจสอบภายใน
ทหารอากาศ (สตน.ทอ.) สำนักงานนิรภัยทหารอากาศ
(สนภ.ทอ.) และ สำนักงานพระธรรมนูญทหารอากาศ
(สธน.ทอ.) ทั้งหมด 374 คน ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์การคำนวณ
ทาร์ยามานะ จะใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบความไม่น่าจะ
เป็น (Non – Probability Sampling) โดยจะมีวิธีการแจก
แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบเฉพาะเจาะจง
(Purposive Sampling) ซึ่งจะเก็บข้อมูลจากข้าราชการในส่วน
บัญชาการ กองทัพอากาศ เท่านั้น

2.2 เครื่องมือสำหรับการวิจัย

คำถามคัดกรองเกี่ยวกับการใช้บริการพร้อมเพย์ผ่าน
แอปพลิเคชัน TMB Touch ประกอบด้วยคำถามให้เลือกตอบ
เพียง 1 ตรวจสอบรายการ (Check-list) ได้แก่ ผู้ที่เคยใช้
บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch และผู้ที่ไม่
เคยใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch โดย
สามารถเลือกตอบได้ข้อเดียวเท่านั้น

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป
ด้านประชากรศาสตร์ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบ
รายการ (Check-List) โดยเลือกตอบคำถามละ 1 ข้อ
ประกอบไปด้วยข้อคำถาม ทั้งหมด 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ
สถานภาพสมรส การศึกษา สังกัด ชั้นยศ และรายได้เฉลี่ย
ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการพร้อมเพย์ในแอปพลิเคชัน TMB Touch ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านผู้ให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ซึ่งเป็นคำถามลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราส่วน (Rating Scale) ซึ่งเกณฑ์ในการกำหนดค่าจะแบ่งออกเป็น 5 ระดับจำนวน 20 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ประกอบด้วย กระบวนการรับรู้ปัญหา กระบวนการค้นหาข้อมูล กระบวนการประเมินทางเลือก กระบวนการตัดสินใจใช้บริการ และ พฤติกรรมหลังการใช้บริการ ซึ่งเป็นคำถามลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราส่วน (Rating Scale) ซึ่งเกณฑ์ในการกำหนดค่าจะแบ่งออกเป็น 5 ระดับจำนวน 9 ข้อ

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล/สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งประกอบไปด้วย สถิติค่า ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสถิติ t-test (Independent-test) เพื่อทดสอบตัวแปรทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างระหว่าง 2 กลุ่ม วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบว่าปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ซึ่งหากพบความแตกต่างรายคู่จะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) เพื่อตรวจสอบตัวแปรอิสระที่ไม่มีค่าสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) ด้วยค่า Variance Inflation Factor (VIF) และใช้การวิเคราะห์สมการแปรถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ด้วยวิธี Enter เพื่อใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร

3. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 374 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.10 อายุระหว่าง 24-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.70 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 66 การศึกษาจะเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 81.80 ชั้นยศนายทหารชั้นประทวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.8 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 12,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.5

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ของข้าราชการ ส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่า ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการพร้อมเพย์พร้อมผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ในระดับมากที่สุด ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ นั้นกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

กระบวนการตัดสินใจที่มีผลต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ของข้าราชการ ส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างนั้นเห็นด้วยกับ กระบวนการค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก กระบวนการตัดสินใจใช้บริการ และ พฤติกรรมหลังการตัดสินใจใช้บริการ นั้นมีผลต่อการตัดสินใจมาก ยกเว้นกระบวนการด้านการรับรู้ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างนั้นเห็นด้วยกับกระบวนการนั้นมีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง

ดังนั้นเมื่อพิจารณาจากความคิดเห็นสามารถนำไปทดสอบสมมุติฐาน ได้ดังนี้

การทดสอบสมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ของข้าราชการส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศด้วยสถิติ t-test แบบ Independent และ One way-ANOVA ในกรณีที่สอดคล้องกับสมมุติฐานนั้นจะใช้วิธีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ LSD สามารถสรุปได้ว่า เพศ

สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ชั้นยศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ของข้าราชการส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศ จะมีค่า significant มากกว่า 0.05 ส่วนปัจจัยด้านสังกัดมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ของข้าราชการ ส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศจะมีค่า significant น้อยกว่า 0.05

จากผลการทดสอบสมมุติฐาน เกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ของข้าราชการส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศ พบว่า ปัจจัยทางด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ชั้นยศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนสังกัดนั้นจะสอดคล้องตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยที่อ้างอิงเมื่อพิจารณากระบวนการทดสอบรายคู่ พบว่า ปัจจัยด้านสังกัดนั้น มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ของข้าราชการส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศพบว่า ปัจจัยด้านสังกัดผลทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD (Least Significant Difference) นั้นจะพบความแตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งหมด 14 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 สลก.ทอ.มีการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch สูงกว่า สตน.ทอ. กง.ทอ.สบ.ทอ. ขว.ทอ. ยก.ทอ. กร.ทอ.และ กพ.ทอ. ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2 สบ.ทอ.มีการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ต่ำกว่า สลก.ทอ. สนภ.ทอ.และ ทสส.ทอ.ตามลำดับ

กลุ่มที่ 3 กพ.ทอ.มีการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ต่ำกว่า สนภ.ทอ. ทสส.ทอ. สธน.ทอ. จร.ทอ. กง.ทอ. สบข.ทอ.และ สตน.ทอ.ตามลำดับ

กลุ่มที่ 4 ขว.ทอ.มีการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ต่ำกว่า สลก.ทอ.สนภ.ทอ.และ ทสส.ทอ.ตามลำดับ

กลุ่มที่ 5 ยก.ทอ.มีการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ต่ำกว่า สลก.ทอ.สนภ.ทอ.และ ทสส.ทอ.ตามลำดับ

กลุ่มที่ 6 กบ.ทอ.มีการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch สูงกว่า กพ.ทอ.

กลุ่มที่ 7 กร.ทอ.มีการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ต่ำกว่า สลก.ทอ.สนภ.ทอ. ทสส.ทอ.และ สธน.ทอ.ตามลำดับ

กลุ่มที่ 8 ทสส.ทอ.มีการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch สูงกว่า สบ.ทอ. ขว.ทอ. ยก.ทอ. กร.ทอ.และ กพ.ทอ.ตามลำดับ

กลุ่มที่ 9 สบข.ทอ.มีการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch สูงกว่า กพ.ทอ.

กลุ่มที่ 10 กง.ทอ.มีการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ต่ำกว่า สลก.ทอ.และ สนภ.ทอ.ตามลำดับ

กลุ่มที่ 11 จร.ทอ.มีการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch สูงกว่า กพ.ทอ.

กลุ่มที่ 12 สตน.ทอ.มีการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ต่ำกว่า สลก.ทอ.

กลุ่มที่ 13 สนภ.ทอ.มีการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch สูงกว่า กง.ทอ., สบ.ทอ. ขว.ทอ. ยก.ทอ. กร.ทอ.และ กพ.ทอ.ตามลำดับ

กลุ่มที่ 14 สธน.ทอ.มีการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch สูงกว่า กร.ทอ.และ กพ.ทอ.ตามลำดับ

การทดสอบสมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ของข้าราชการส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศ จะใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) เพื่อ

ตรวจสอบตัวแปรอิสระที่ไม่มีค่าสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) ด้วยค่า Variance Inflation Factor (VIF) และใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ด้วยวิธี Enter เพื่อใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 วิธีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยตารางเมตริกซ์สหสัมพันธ์ ด้วยวิธี Pearson Correlation

ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทางการจัดจำหน่าย	ส่งเสริมการตลาด	ผู้ให้บริการ	ลักษณะทางกายภาพ	กระบวนการให้บริการ	
ผลิตภัณฑ์	1.000						
ราคา	0.276	1.000					
ช่องทางการจัดจำหน่าย	0.433	0.232	1.000				
ส่งเสริมการตลาด	0.344	0.226	0.496	1.000			
ผู้ให้บริการ	0.416	0.291	0.441	0.499	1.000		
ลักษณะทางกายภาพ	0.422	0.339	0.525	0.460	0.467	1.000	
กระบวนการให้บริการ	0.522	0.422	0.557	0.534	0.543	0.569	1.000
ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05							

จากตารางที่ 1 แสดงถึงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรตามด้วยวิธี Pearson Correlation เพื่อตรวจสอบเงื่อนไขการเกิดปัญหาความสัมพันธ์พหุเชิงเส้น พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวจะมีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แต่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าน้อยกว่า 0.70 หมายความว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่มีความสัมพันธ์กันน้อย ทำให้ไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์พหุเชิงเส้น จึงเป็นไปตามเงื่อนไขของความเป็นอิสระจากกันของตัวแปรอิสระเพื่อใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ และเพื่อยืนยันให้เกิดความมั่นใจว่าตัวแปรอิสระในการวิจัยครั้งนี้ไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์พหุร่วมเชิงเส้น ผู้วิจัยจึงพิจารณาค่า Tolerance ค่า VIF และค่า Durbin – Watson ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นด้วยวิธี Enter เพื่อตรวจสอบเงื่อนไขการเกิดปัญหาความสัมพันธ์พหุร่วมเชิงเส้น

ตัวแปรอิสระ	Durbin – Watson	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
ผลิตภัณฑ์	1.993	0.674	1.485
ราคา		0.800	1.250
ช่องทางการจัดจำหน่าย		0.576	1.738
ส่งเสริมการตลาด		0.608	1.645
ผู้ให้บริการ		0.605	1.654
ลักษณะทางกายภาพ		0.568	1.760
กระบวนการให้บริการ		0.441	2.265

จากตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นด้วยวิธี Enter เพื่อตรวจสอบเงื่อนไขการเกิดปัญหาความสัมพันธ์พหุเชิงเส้น พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวนั้น มีค่า Tolerance และ VIF เข้าใกล้ 1 และค่า Durbin – Watson นั้นมีค่ามากกว่า 1.5 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์น้อยทำให้ไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์พหุเชิงเส้น จึงเป็นไปตามเงื่อนไขของความเป็นอิสระจากกันของตัวแปรอิสระเพื่อใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ แสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการพร้อมแพทย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ตัวแปรที่ใช้ในการทดสอบ	F	R Square	Standardized Coefficients Beta	Unstandardized Coefficients		Sig.
				B	Std. Error	
	3.0868	0.371				
Sig.(0.000)						
(Constant)				1.327	0.190	0.000*
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(0)						
ด้านผลิตภัณฑ์(X ₁)			0.160	0.139	0.044	0.002*
ด้านราคา(X ₂)			0.022	0.016	0.034	0.632
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(X ₃)			0.158	0.119	0.041	0.004*
ด้านส่งเสริมการตลาด(X ₄)			0.279	0.223	0.043	0.000*
ด้านผู้ให้บริการ(X ₅)			-0.074	-0.056	0.040	0.163
ลักษณะทางกายภาพ(X ₆)			0.154	0.111	0.040	0.005*
ด้านกระบวนการให้บริการ(X ₇)			0.089	0.074	0.041	0.153
หมายเหตุ * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05						

จากตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ด้วยวิธี Enter สามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการพร้อมแพทย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (X₁) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X₃) ด้านส่งเสริมการตลาด (X₄) และลักษณะทางกายภาพ (X₆) ส่วนด้านราคา (X₂) ด้านผู้ให้บริการ (X₅) และ ด้านกระบวนการให้บริการ(X₇) จะไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการพร้อมแพทย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ดังนั้นเมื่อพิจารณาจากค่า Standardized Coefficients Beta จะสามารถนำมาเขียนสมการได้ดังต่อไปนี้

$$Y = 0.160X_1 + 0.158X_3 + 0.279X_4 + 0.154X_6$$

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และ ลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจ (R-Square) เท่ากับ ร้อยละ 37.10 ส่วนอีกร้อยละ 62.90 จะเกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณาด้วย ซึ่งจะทำให้ค่า R-Square นั้นจะมีค่าค่อนข้างสูง ทำให้นักวิชาการจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับตัวแปรดังกล่าวมากๆ เพราะในอนาคตอาจจะก่อให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่าน แอปพลิเคชัน TMB Touch ต่อไปในอนาคต

4. อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ของข้าราชการ ส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศ สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยมาอภิปรายผล ตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจของข้าราชการ ส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch สรุปได้ว่า ในด้านส่วนประสมทางการตลาดนั้น กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่า ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ในระดับมากที่สุด ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ นั้นกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ (ชุดิมนนท์ เข้าเจริญ , 2559) ที่ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง นั้นเห็นด้วยกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดนั้น แต่ละด้านนั้นมีข้อคิดเห็นในระดับ มากถึงมากที่สุด ส่วนทางด้านกระบวนการตัดสินใจนั้น พบว่า

กลุ่มตัวอย่างนั้นเห็นด้วยกับ กระบวนการค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก กระบวนการตัดสินใจใช้บริการ และ พฤติกรรมหลังการตัดสินใจใช้บริการ นั้นมีผลต่อการตัดสินใจมาก ยกเว้นกระบวนการด้านการรับรู้ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างนั้นเห็นด้วยกับกระบวนการนั้นมีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับ (ฤทัยภัทร ท้าวอง, 2557) ที่ได้ทำการวิจัย เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่าน แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตลำปาง 1 พบว่า ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการนั้นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาถึงรายได้ นั้นโดยรวมอยู่ในระดับมาก

วัตถุประสงค์ที่ 2 ศึกษาการตัดสินใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ของข้าราชการส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศสามารถสรุปผลการอภิปรายได้ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในด้านสังกัดที่แตกต่างกันจะมีผลต่อกระบวนการในการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ในขณะที่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา ชั้นยศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันนั้น จะไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ซึ่งสอดคล้องกับ Sadia Noor Khan, et (2016) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ Mobile Banking ของชาวบังกลาเทศที่มีประสบการณ์ในการใช้ชาวบังกลาเทศโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและหาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ การรับรู้ถึงการยอมรับการใช้ Mobile Banking ของผู้ใช้ โดยมีตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ และอาชีพ และการรับรู้ของผู้ใช้ซึ่งผลการทดสอบนั้นพบว่าคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ไม่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ Mobile Banking

วัตถุประสงค์ที่ 3 วิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ข้าราชการส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศ สามารถสรุปผลการอภิปรายได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อกระบวนการในการตัดสินใจใช้

บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ในขณะที่ปัจจัยทางด้านราคา ด้านผู้ให้บริการ และด้านกระบวนการนั้น จะไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ซึ่งสอดคล้องกับ (Kara Chan, et ,2017) ได้ศึกษาการตลาดของการบริการด้านธนาคารที่มีต่อเยาวชนในประเทศจีนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างประสบการณ์การใช้บริการของธนาคารและการรับรู้ของเยาวชนในประเทศจีนซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมักจะจำภาพลักษณ์การโฆษณา สื่อบันเทิงต่างๆ และโฆษณาทางเกมออนไลน์ อีกทั้งประสบการณ์การใช้บริการระหว่างตนเองและครอบครัวข้างนั้นไม่แตกต่างกัน แต่ประสบการณ์การใช้งานระหว่างสังคมเมืองและสังคมชนบทจะมีความแตกต่างกันในเชิงสภาพสังคมทางเศรษฐกิจ และ สอดคล้องกับ อรชร ศักดิ์พรหม และ (จิรพล สังข์โพธิ์, 2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบพร้อมเพย์ และศึกษาแนวทางในการช่วยส่งเสริมให้เกิดการใช้งานระบบพร้อมเพย์ โดยผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลได้แก่ กระบวนการการสมัครใช้งานพร้อมเพย์ ประโยชน์ของตัวระบบพร้อมเพย์ และการส่งเสริมจากรัฐบาล และปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบพร้อมเพย์ของคนที่ยังไม่ได้ใช้งาน ได้แก่ ความปลอดภัย แรงจูงใจในการเริ่มต้นการใช้งาน

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

5.1.1 จากผลการวิจัยทางด้านประชากรศาสตร์พบว่า ข้าราชการ ส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศส่วนใหญ่เป็น เพศชาย อายุระหว่าง 24-29 ปี มีสถานภาพโสดการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่าปริญญาตรี ข้าราชการทหารชั้นประทวนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,001 – 15,000 บาท ดังนั้นเมื่อทราบกลุ่มเป้าหมายแล้ว จะสามารถทำให้เรานำข้อมูลเหล่านี้ไปปรับปรุงการใช้บริการพร้อมเพย์ ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch และสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ เพื่อนำมาใช้ปฏิบัติได้อย่างเหมาะสม หรือใกล้เคียงกับความ

ต้องการใช้งานของผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของการข้าราชการทหารเหล่าอื่นๆ ได้แก่ กองทัพบก กองทัพเรือ หรือ กองทัพไทย เพื่อเป็นการพัฒนาระบบและการต่อยอดในการเพิ่มฐานลูกค้าในกลุ่มใกล้เคียงต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น

5.1.2 จากผลการวิจัยด้านกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ของข้าราชการ ส่วนบัญชาการ กองทัพอากาศ ทำให้ทราบว่า สังเกตมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ดังนั้นธนาคารควรที่จะประชาสัมพันธ์หรือเสนอแนะโดยให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้บริการโดยแยกตามสังกัดมากกว่าตัวแปรอื่นๆ เช่น เพศ อายุ หรือ ระดับการศึกษามากกว่า เพื่อที่จะทำให้การให้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch นั้น มีความสะดวก รวดเร็ว และมีผู้ใช้ที่มากขึ้น

5.1.3 จากผลการวิจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และลักษณะทางกายภาพ โดยตัวแปรดังกล่าวนี้ทางธนาคารสามารถที่จะนำไปพัฒนา เพื่อเป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มการให้บริการพร้อมเพย์ผ่านแอปพลิเคชัน TMB Touch ในกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เช่น ข้าราชการกองทัพอากาศ ส่วนอื่นๆ หรือ ข้าราชการทหารเหล่าต่างๆ ที่นอกเหนือจากกองทัพอากาศ

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.2.1 การวิจัยครั้งนี้ได้เลือกส่วนประสมการตลาดบริการ มาใช้ในการวิจัยเท่านั้น หากทำการวิจัยต่อไป ควรเลือกเครื่องมือทางตลาดอื่นๆ มาศึกษาเพิ่มเติม เพื่อเป็นการทดสอบว่าตัวแปรอื่นนั้นจะมีผลอย่างไร ซึ่งจะสามารถให้ธนาคารสามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ เพื่อประโยชน์ของธนาคารและผู้ให้บริการในอนาคต

5.2.2 ปัจจุบันธนาคารต่างๆ ได้มีการยกเลิกค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่างๆ เพื่อต้องการให้ผู้บริโภค

นั้น เข้ามาใช้บริการการโอนเงิน หรือ ชำระสินค้า ผ่าน แอปพลิเคชันมากขึ้น ดังนั้น หากมีการวิจัยในอนาคตสามารถที่จะทำการวิจัยเชิงเปรียบเทียบเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ชัดเจนถูกต้องและแม่นยำมากที่สุด

6. เอกสารอ้างอิง

ชูติมณฑน์ เชาว์เจริญ. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย คณະพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). รายงานปริมาณการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์อย่างหนึ่งอย่างใด หรือ ผ่านทางเครือข่าย (e-Payment) ปี 2557-2559. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2560, จาก: <http://www2.bot.or.th>

ฤทัยภัทร ทำว่อง. (2557). การตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตลำปาง 1. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเนชั่น

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2560, จาก <http://www.nesdb.go>.

อรชร ศักดิ์พรหม และ จิรพล สังข์โพธิ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยาลัยนวัตกรรมการมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Kara chan & Lennon LL Tsang & Jie Chen. (2017). Marketing bank service to youth in China. Department of Communication Studies, Hong Kong Baptist University.

Marketing Oops!. (2560). นิสิตเล่นเผยแพร่พฤติกรรมคนไทยใช้มือถือเน้นเล่นเกมส์-ทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2560, จาก

www.marketngoops.com

Sadia Noor Khan & Maimuna Akter & Rozina Akter. (2017). Factors Influencing Adoption and Usage of Mobile Banking: Bangladesh Experience. Department of Banking and Insurance, University of Dhaka.

การศึกษาระดับความคิดเห็นของบุคลากรต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

A study the level of opinion of person for human resource development in economic community networking on Sufficiency Economic policy, Phra Nakhon Si Ayutthaya District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

แสงจิตต์ ไต้แสง¹²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของบุคลากรต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งประธานและตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทุกระดับชั้นที่ปฏิบัติงานในธุรกิจชุมชนในเขตพื้นที่ที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานพัฒนาชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และขึ้นทะเบียนในกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น (OTOP) อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 152 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ การหาคุณภาพของแบบสอบถามโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.965 กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามเชิงสำรวจ (Survey Research) เชิงปริมาณ (Quantitative Research) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ระดับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ระดับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้ทุกคนรู้เรื่องให้มีรายได้ และมีการจัดทำระบบเครือข่ายตลาดสินค้าและการออกแบบสินค้าตามแผนธุรกิจ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชน สำหรับข้อเสนอแนะ ควรพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วยการจัดฝึกอบรมการให้ความรู้ด้านการตลาดและการจัดทำแผนธุรกิจแบบพอเพียงอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, การสร้างเครือข่าย, เศรษฐกิจชุมชนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง

¹ อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา Email: phdpoo@hotmail.com

Abstract

This research aims to study the level of opinion of person for human resource development in economic community networking on Sufficiency Economic policy, Phra Nakhon Si Ayutthaya District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The samples are including 152 of the personnel who performed the duties of the chairman and the staffs of all levels working in the community business in the area registered with the Office of Community Development in Ayutthaya, and registered in the local community (OTOP), Phra Nakhon Si Ayutthaya District, Phra Nakhon Si Ayutthaya province. The instrument used was a five-level rating scale questionnaire with the reliability at 0.965 The size of the sample was determined using the tables provided by Krejcie and Morgan and Focus Group Discussion. The statistical tools used for data analysis are percentage, mean and standard deviation. The result of the level of opinion of human resource development in economic community networking on Sufficiency Economic policy, Phra Nakhon Si Ayutthaya District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province indicate that Overall, the average level of business activity was found to be higher in all households. Secondary the implementation of the marketing system to sell products. Technology and design add value to the product, it also requires improvements to the business plans that are supported by the public sector and the attendance of business plan training.

Sufficiency Economy in Phra Nakhon Si Ayutthaya District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. Overall, the average value was at the highest level, namely, business operation, from the purchase of raw materials to production and sales, considering the value of money used to buy raw materials, the production of goods in accordance with the needs of customers, the purchase of raw materials only needed to use only and need to improve, group members do not borrow money from village or community funds beyond the necessity, and the purchase of raw materials in the amount not too.

For suggestion, the researcher should develop human resources by training to marketing and making a business planning to sufficiency sustainable of knowledge.

Keywords: Human Resource Development, Networking, Sufficient economy

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพให้ทรัพยากรมนุษย์ ให้เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อสังคมและประเทศชาติ ซึ่งการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้นเพื่อส่งเสริมการเตรียมความพร้อมในการรองรับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงให้เร่งพัฒนาทักษะความรู้ ความสามารถ ให้เกิดมีความเชี่ยวชาญ ความชำนาญในหน้าที่และงานที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพของบุคลากรให้มีความพร้อมตลอดเวลาและให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้น มีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงในแต่ละยุคแต่ละสมัย เป็นอย่างยิ่ง จึงต้องมีการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างไม่หยุดนิ่ง โดยเป้าหมายหลักในการพัฒนาเพื่อรองรับระบบ และกลไกภาครัฐและให้สอดคล้องกับนโยบายในการพัฒนา เครือข่ายธุรกิจชุมชน ให้มีความเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง ทางด้านสังคม เศรษฐกิจ จึงต้องมุ่งพัฒนาการบริหาร จัดการภายในชุมชนอย่างยั่งยืน เนื่องจากการกระจาย ความรู้ให้มีความรู้ที่หลากหลายในการเตรียมความพร้อมให้ มีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความทัดเทียมต่อ การพัฒนาทักษะความรู้ ความสามารถ นำไปใช้ประโยชน์ ให้เกิดประสิทธิภาพอย่างพอเพียง เนื่องจากสภาพปัญหาที่ เกิดขึ้นในสังคมไทย พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงมี พระราชแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางการดำเนิน ชีวิตและวิถีปฏิบัติ โดยทรงมีพระราชดำริชี้แนะแนวทาง ในการดำรงชีวิตตามกระบวนการการขับเคลื่อนให้ สอดคล้องกับแนวคิดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ซึ่ง แผนการพัฒนาที่ปรากฏนั้นเริ่มมีความชัดเจนนับตั้งแต่ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (2545-2549) - ฉบับที่ 10 (2550-2554) เป็นต้นมา ซึ่งถือว่าเป็น การปรับทิศทางและแนวทางการพัฒนาประเทศให้ลดความ

เสี่ยงและให้เกิดความสมดุลอย่างยั่งยืน ซึ่งแนวคิดทฤษฎี ใหม่ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีการขยายผลไปสู่ ชุมชนและจังหวัดต่างๆในพื้นที่ชนบท โดยมีการนำหลัก ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งจะทำให้มีการ พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้ชุมชนมีความเข้มแข็งตามแนว ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้ประชาชนในชนบทมี รายได้ อาชีพ เพียงพอต่อการดำรงชีวิตตรงตามเป้าหมาย ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืน

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการสร้าง เครือข่ายเศรษฐกิจชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้ชุมชนมีรายได้เพียงพอต่อการพัฒนาอาชีพและสร้าง รายได้ให้กับครัวเรือน ซึ่งการพัฒนาและการขยายเครือข่าย ธุรกิจนั้น เพื่อให้เกิดความพอเพียงแบบสมดุลในการ บริหารจัดการภายในชุมชนอย่างพอเพียง อีกทั้งยังเป็นการมุ่งพัฒนาฝีมือแรงงาน คุณภาพสินค้า ให้มีมาตรฐาน เดียวกัน โดยการบริหารจัดการธุรกิจด้วยต้นทุนที่ไม่สูง จนเกินไปเพื่อเป็นการรองรับการบริหารจัดการภายใต้ความ เสี่ยงของเศรษฐกิจชุมชนอย่างพอเพียง ดังนั้นการพัฒนา ลักษณะแบบกระจุกตัวเฉพาะบางพื้นที่หรือบางชุมชนจึง เกิดขึ้นภายในชุมชน

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาระดับความคิดเห็นของ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจ ชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง อำเภอ พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อนำ ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับการ พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการสร้างเครือข่ายธุรกิจอย่าง พอเพียงภายในชุมชน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ในการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชนตาม แนวทางเศรษฐกิจพอเพียง

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของบุคลากรต่อ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจ ชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ขอบเขตด้าน

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งประธานและตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทุกระดับชั้นที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ขอบเขตประชากรจำนวน 250 คน อ้างอิงจากบุคลากรที่ขึ้นทะเบียนในกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น (OTOP)

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างวิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสุ่มสุ่มของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) กลุ่ม ตัวอย่างจำนวน 152 คน โดยจำแนกเป็นประธานธุรกิจชุมชน 43 คน เจ้าหน้าที่ 109 คน

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

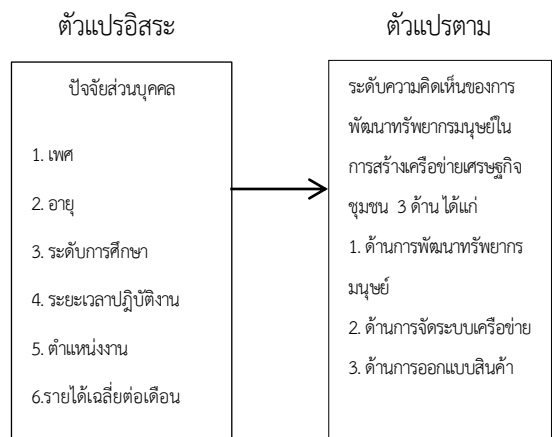
การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีระดับความคิดเห็นของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตัวแปรต้นได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติ ตำแหน่งงาน
ตัวแปรตาม ได้แก่ ระดับความคิดเห็นของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชน

1.4 สมมติฐานการวิจัย

การพัฒนาบุคลากรในเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ในการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชนแบบพอเพียงต่างกัน

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้ เรื่อง ระดับความคิดเห็นของบุคลากรต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีระเบียบวิธีการวิจัยดังนี้ 1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร ประกอบด้วย 1 กลุ่มดังนี้ 1) ประชากร ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กับประธานกลุ่มและเจ้าหน้าที่ทุกระดับชั้นที่ปฏิบัติงานในธุรกิจชุมชน อำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตัวอย่างเชิงปริมาณ โดยการเก็บแบบสอบถามจาก ประธานกลุ่ม และเจ้าหน้าที่ทุกระดับชั้นที่ปฏิบัติงานในธุรกิจชุมชน จากข้อมูลรายชื่อกลุ่มผู้ผลิตที่มีจำนวนสมาชิกของกลุ่มในปัจจุบันจำนวน 152 คน ผู้วิจัยทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ในกรณีที่ประชากรมีจำนวนเท่ากับ 250 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 152 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยยึดจุดมุ่งหมายของการศึกษาเป็นหลัก

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งประธานและตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทุกระดับชั้นที่ปฏิบัติงานในธุรกิจชุมชน ในเขตพื้นที่ที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานพัฒนาชุมชน จำนวน 152 คน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ขึ้นทะเบียนในกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น (OTOP)

เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์โดยแบบสอบถาม ทำการสอบถามระดับความคิดเห็นของบุคลากรต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง แบ่ง ออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ตัว อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาปฏิบัติงาน ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ข้อคำถามมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชน เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทั้ง 3 ด้าน แต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ และตอนที่ 3 คำถามปลายเปิด (Open – End) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงข้อเสนอแนะเพิ่มเติม สำหรับแบบสัมภาษณ์เป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

2.2 วิธีสร้างเครื่องมือ การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ และการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้คือ 1) ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจนได้นิยามของตัวแปรที่จะศึกษา 2) ร่าง แบบสอบถามให้มีความสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรและวัตถุประสงค์การวิจัย 3) สร้างแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้ที่เชี่ยวชาญด้านสถิติ 1 ท่าน ผู้ที่มีความรู้ความสามารถในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 ท่าน เพื่อตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยเลือกข้อคำถามที่มีค่า ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มากกว่าหรือเท่ากับ 0.6 สำหรับนำไปสร้าง

แบบสอบถาม 4) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองเก็บข้อมูล (Try Out) โดยทำบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งประธานและตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทุกระดับชั้นที่ปฏิบัติงานในธุรกิจชุมชน 5) ทดสอบความเข้าใจตรงกันในข้อคำถามต่างๆ และวัดความสม่ำเสมอสอดคล้องภายใน (Internal Consistency โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach's Alpha ซึ่งมีค่าระดับความเชื่อมั่น ของแบบสอบถามทั้งชุดเท่ากับ 0.965 และในการสร้างแบบสัมภาษณ์ ดำเนินการสร้างเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ดังนี้ 1) ศึกษาหลักเกณฑ์ กระบวนการ และวิธีการสร้างเครื่องมือ 2) นำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้จาก การศึกษาเอกสารมากำหนดกรอบในการสร้างแบบสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของเนื้อหาที่ต้องการ 3) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ในข้อที่ 2 มาใช้ในการออกแบบ สัมภาษณ์ 4) นำเครื่องมือที่สร้างขึ้นเสนอที่ปรึกษา งานวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสม ตลอดจนให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข 5) ปรับปรุงแก้ไขตามที่ปรึกษางานวิจัยเสนอแนะแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแก้ไขอีกครั้ง 6) แก้ไขข้อบกพร่องตามที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำ เพื่อความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ช่วงเวลาที่เก็บข้อมูลเดือน มีนาคม – เมษายน พ.ศ. 2560 และ 7) เก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งแบ่งออกเป็น 2 แหล่ง ได้แก่ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ทั้งนี้ในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ทำ หนังสือเพื่อขออนุญาตเข้าพื้นที่และเก็บรวบรวมข้อมูล ส่งไปยังบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งประธานและตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทุกระดับชั้นที่ปฏิบัติงานในธุรกิจชุมชน และทำหนังสือเชิญตัวแทน กลุ่มผู้ผลิต เพื่อบริการนัดหมายวันจัดประชุมหาแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการ สำหรับแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีการเก็บรวบรวมไว้แล้ว ได้แก่ หนังสือทางวิชาการ บทความวิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ และวารสารต่างๆ

3. สรุปการวิจัย

จากการศึกษาระดับความคิดเห็นของบุคลากรต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชน อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 35-40 ปี จบการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส./เทียบเท่า มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 2 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทั่วไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาทขึ้นไป

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามกับบุคลากรที่ปฏิบัติงานในธุรกิจชุมชน พบว่า ระดับความคิดเห็นของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์การสร้างเครือข่ายเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.07$, $SD = 0.74$) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก คือ ลำดับแรกด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ ระดับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้ทุกคนรู้เรื่องให้มีรายได้ ($\bar{x} = 4.42$, $SD = 0.77$) ลำดับที่สองด้านการจัดระบบเครือข่าย ได้แก่ การจัดทำระบบเครือข่ายตลาดสินค้า ($\bar{x} = 4.27$, $SD = 0.83$) และลำดับสุดท้ายด้านการออกแบบสินค้า ได้แก่ การออกแบบสินค้าตามแผนธุรกิจ ($\bar{x} = 4.13$, $SD = 0.94$) การจัดทำแผนธุรกิจ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชน ($\bar{x} = 3.82$, $SD = 1.21$) ตามลำดับ

4. อภิปรายผล

จากการศึกษาระดับความคิดเห็นของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ในอำเภอ พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถอภิปรายได้ดังนี้

จากการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศิริขวัญ ดวงแก้ว, 2552) ศึกษาเรื่องแนวทางการบริหาร จัดการกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านผาทั้ง ตำบลห้วยแห้ง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี พบว่า

แนวทางการการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คือ การจัดอบรมให้ความรู้เรื่อง บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการ การจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริหารแต่ละคนให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (วัธนีย์ นำชัยศรีคำ, 2550) ศึกษาเรื่องการศึกษาและวิจัยเพิ่มศักยภาพด้านการบริหารจัดการของสินค้า OTOP กลุ่มชุมชนพื้นที่อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี และผลการวิจัยพบว่า ในการเพิ่มศักยภาพการบริหารด้านการเงินต้องมีการลงบัญชีรับ-จ่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศิริขวัญ ดวงแก้ว, 2552) ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง บ้านผาทั้ง ตำบลห้วยแห้ง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการในพัฒนาการบริหารการตลาดและการประชาสัมพันธ์ควรมีการถ่ายทอดให้ความรู้ ในเรื่องเทคนิคการส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์เพื่อ เป็นการส่งเสริมแรงจูงใจให้กับคณะกรรมการผู้บริหารการผลิต ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการบริหารจัดการด้านการจัดทำแผนธุรกิจ จัดโครงการฝึกอบรมพัฒนาความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ ซึ่งยังขาดระบบในการบริหารจัดการควรส่งเสริมให้มีกลุ่มนักวิชาการเข้าไปดำเนินการจัดสอนวิธีการจัดการความรู้ (knowledge management) เพื่อทำการบันทึกจัดเก็บความรู้รูปแบบที่ชัดเจนให้กับกลุ่มผู้ผลิตเพื่อเสริมสร้างให้กลุ่มผู้ผลิตมีศักยภาพที่เข้มแข็งและสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดธุรกิจในทุกภูมิภาค โดยจัดอบรมผู้นำกลุ่มและผู้ผลิตสินค้า เพื่อขอรับคำแนะนำจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าหรืออาจใช้วิธีการเชิญตัวแทนจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้ามาเป็นวิทยากรบรรยายให้ความรู้แก่กลุ่มผู้ผลิตสินค้าเพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับธุรกิจชุมชนต่อไป

5.2 ข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งต่อไป ควรส่งเสริมการแนวทางการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรใน

การรองรับนวัตกรรมสมัยใหม่เพื่อให้เกิดความยั่งยืนควรศึกษาแนวทางในการขยายเครือข่ายการพัฒนาธุรกิจชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจชุมชนต่อไปควรส่งเสริมการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนในการรองรับนวัตกรรมแบบบูรณาการ

6. การอ้างอิง

- กาญจนา บุญยัง และคณะ. (2552). **ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในองค์การบริหารส่วนตำบล**, รายงานวิจัย, กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.
- ชูเกียรติ นวลศรี. (2552). **แนวทางการบริหารกองทุนเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนกรณีศึกษา: องค์การบริหารส่วนตำบลนาทุ่ง อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- วันทนี นาชัยศรีคำ. (2550). **การศึกษาและวิจัยเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มชุมชน OTOP อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี**. (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- อนงนาฏ อุ่นเรือน. (2556). **การศึกษาสภาพการดำเนินงานด้านการจัดการของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้).
- อัจฉรา มลิวงศ์ และชจรศักดิ์ วงศ์วิราช. (2554). **การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรสมุนไพรมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทยบ้านแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

- ศิริขวัญ ดวงแก้ว. (2552). **แนวทางการบริหารจัดการกลุ่ม ทอผ้าพื้นเมือง บ้านผาตั้ง ตำบลห้วยแห้ง อำเภอ บ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี**. นครสวรรค์: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
- Herberg B., Hicks, (1967). **Management of Organization**, (New York : McGraw-Hill Book Company, (1967), pp.234-240.)
- Jackson E. T. (2004). **Community Innovation Through Entrepreneurship: Grant making in Canadian Community Economic Development**. Journal of the Community Development Society. 35(1): 65-81.

ความเหลื่อมล้ำทางรายจ่ายของประชากรมิติพื้นที่ประเทศไทย Population's Expenditure Inequality: Thailand's Spatial Dimensions

ฉัตรชัย นิยะบุญ¹

บทคัดย่อ

การพัฒนาประเทศไทยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ให้ความสำคัญต่อภาคการอุตสาหกรรม และการส่งออก (Todaro, & Smith, 2012) ทำให้ครัวเรือนมีรายได้เพิ่มมากขึ้นสะท้อนถึงคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและมีรายจ่ายในการสะสมทุน แต่การสะสมทุนนั้นอาจไม่เกิดการกระจาย อาจเกิดการกระจุกตัวอยู่บางพื้นที่ (Piketty, 2015) ซึ่งเป็นเรื่องที่หลายประเทศกำลังเผชิญกับปัญหาความความเหลื่อมล้ำ ประเทศไทยเผชิญกับปัญหาความยากจนที่ไม่ลดลง และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น จากปัญหาทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาความเหลื่อมล้ำทางรายจ่ายของประชากรมิติพื้นที่ประเทศไทยโดยคำนวณหาค่า Gini Coefficient และพบว่าความเหลื่อมล้ำทางรายจ่ายของประชากรประเทศไทยมีค่า 0.32 และเมื่อทำการวิเคราะห์มิติพื้นที่ พบว่า กรุงเทพมหานครมีความเหลื่อมล้ำมากที่สุด รองลงมาภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคอีสาน และภาคใต้ และเมื่อศึกษามิติพื้นที่ในเขตเมืองและนอกเขตเมือง พบว่า ในเขตเมืองมีความเหลื่อมล้ำทางรายจ่ายสูงกว่านอกเขตเมือง

คำสำคัญ : รายจ่าย การสะสมทุน ความเหลื่อมล้ำ

¹ อาจารย์สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเงินการธนาคาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

Abstract

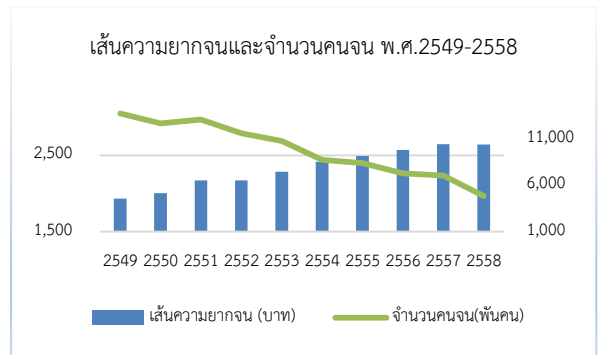
Over the past decades, industry and export have been the prominent business sectors developed in Thailand (Todaro, 2012). Due to an increase in household incomes, population of Thailand have had a better quality of life with an increase in capital flow. However, it is evident that the wealth has been concentrated only in some regions (Piketty, 2015). Inequality is a challenging issue many countries are facing, including Thailand. Thailand has been struggling with long-term poverty in which it is likely to increase. Thus, this article aims at studying the population's expenditure inequality in Thailand classified by its spatial dimensions. **The Gini Coefficient** has been applied for data analysis. The result reveals that the population's expenditure inequality index in Thailand is 0.32. When classified by the spatial dimensions, it is found that the most inequality region is in Bangkok, followed by the central, northern, northeastern and southern regions of Thailand respectively. When urban and rural areas have been compared, it is found that the expenditure inequality in the urban area is higher than the one in the rural area.

Keywords: expenditure, capital accumulation, inequality

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การพัฒนาประเทศไทยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาให้ความสำคัญต่อภาคอุตสาหกรรม และการส่งออก ซึ่งประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ Todaro (2012) เพื่อเป็นรายได้กลับเข้ามาในประเทศ ประเทศไทยมีการส่งออกเป็นลำดับต้นๆของอาเซียนและมูลค่าการส่งออกยังมีสัดส่วนต่อรายได้ประชาชาติ หรือ Gross domestic product (GDP) ที่มีมูลค่าการส่งออกเติบโตอย่างต่อเนื่องทำให้ภาคธุรกิจ ภาคบริการ ภาคแรงงาน มีรายได้เพิ่มมากขึ้นจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจ หรืออาจเป็นการสะท้อนถึงคุณภาพชีวิตของคนไทยดีขึ้นจากการมีงานทำและสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้การสะสมทุนเพิ่มขึ้น (Piketty, 2015) แต่อีกด้านหนึ่งก็เป็นเรื่องที่ไม่ได้รับความกังวลของการสะสมทุนที่ไม่เกิดการกระจายให้ทั่วถึงทุกคน (Stark, Taylor & Yitzhaki, 1986) ซึ่งเป็นเรื่องที่หลายประเทศกำลังเผชิญกับปัญหาความความเหลื่อมล้ำ (Atkinson & Brandolini, 2001) ประเทศไทยก็เผชิญกับปัญหาความความเหลื่อมล้ำ (Motonishi, 2006). และได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก เมื่อมีการจัดอันดับจาก (We forum, 2017) ประเทศไทยขยับขึ้นจากอันดับ 11 เป็นอันดับ 3 ของประเทศที่มีความเหลื่อมล้ำมากที่สุดในโลก รองจากรัสเซีย และอินเดีย (สถาบันวิจัยและพัฒนาประเทศไทย, 2017) และตระหนักถึงปัญหาที่ส่งผลต่อ การเติบโตทางเศรษฐกิจที่ผ่านมา ทำให้ปัญหาความยากจนของคนไทยให้ลดลงและความยากจนยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น (Khanal, Veerman, Nissen & Hollingworth, 2017). และจำนวนคนจนที่มีทิศทางที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ยิ่งสะท้อนถึงความยากจนที่เกิดการกระจุกตัวเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า มีคนจนลดลงแต่คนที่ยากจนนั้นจนมากขึ้น ยิ่งสะท้อนถึงปัญหาความยากจนรุนแรงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเมื่อความยากจนของคนไทยในช่วงเวลาทศวรรษที่ผ่านมาเริ่มมีค่าสูงกว่าค่าเฉลี่ยของเส้นความยากจน



ภาพที่ 1 เส้นความยากจนและจำนวนคนจน พ.ศ. 2549- 2558

ซึ่งสามารถดูได้จากภาพที่ 1 เส้นความยากจนและจำนวนคนจน พ.ศ. 2549 ถึง พ.ศ. 2558 ของคนไทยในมิติเส้นความยากจนและจำนวนคนจน เกิดความไม่เสมอภาคทางเศรษฐกิจและสังคมในการเข้าถึงสวัสดิการสังคม (Kakwani, 2000) มีทิศทางที่ตรงกันข้ามกัน ซึ่งเห็นได้ชัดเจนหลังจากปี พ.ศ. 2554 ทำให้เกิดคำถามที่ว่า จะเกิดปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมหรือไม่ เช่น ปัญหาอาชญากรรม ปัญหาครอบครัว เป็นต้น ซึ่งเป็นคำถามที่รัฐบาลจะมีนโยบายช่วยประชาชนได้อย่างไรที่จะทำให้เกิด social welfare หรือสวัสดิการสังคมที่ดีขึ้น เพื่อช่วยลดปัญหาความความเหลื่อมล้ำในมิติต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม หรือช่วยเหลือประชาชนที่เป็นคนจนที่มีรายได้น้อย ได้อย่างไรเป็นคำถามที่ภาครัฐต้องเผชิญเพื่อให้มีคุณภาพชีวิตของประชาชนที่ดี ซึ่งเป็นคำถามที่ท้าทายสำหรับผู้กำหนดนโยบาย ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เกิดการสร้างงานการกระจายรายได้สู่สังคมให้มากขึ้นได้อย่างไร (Ikemoto, & Uehara, 2000) เพื่อลดปัญหาความเหลื่อมล้ำที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาความเหลื่อมล้ำทางรายได้ของประชากรมิติพื้นที่ประเทศไทย เพื่อเป็นการสะท้อนถึงการกระจุกตัวทางด้านรายได้ของประชาชนพร้อมเปรียบเทียบกับมิติพื้นที่เพื่อดูการกระจุกของข้อมูล

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 ศึกษาความเหลื่อมล้ำทางด้านรายจ่ายของประชากรมิติพื้นที่ประเทศไทย

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

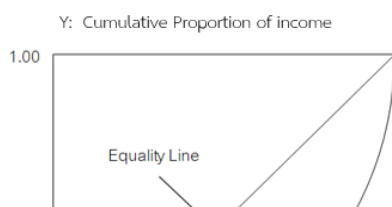
ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ เรื่อง การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2558 Socio – Economic Survey (SES 2558) เป็นข้อมูลแบบตัดขวาง Cross-Sectional และจำนวนประชากร 43,400 กลุ่มตัวอย่าง

2. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาความเหลื่อมล้ำทางรายจ่ายของประชากรประเทศไทย ผู้วิจัยเลือกวิธีการศึกษา Gini Coefficient ตามแบบ (Lerman and Yitzhaki, 1985) Lopez-Feldman, 2006) เพื่อคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ Gini คือ วิธีวัดการกระจายของข้อมูลทางสถิติอย่างหนึ่งที่ใช้เป็นตัวบ่งชี้ความไม่เท่าเทียมของการกระจายรายได้ เป็นอัตราส่วนซึ่งมีค่าระหว่าง 0 และ 1 ค่าสัมประสิทธิ์จีนิต่ำจะแสดงถึงความเท่าเทียมกันในการกระจายรายได้ หากค่านี้สูงขึ้นการกระจายรายได้จะเหลื่อมล้ำกันมากขึ้น ค่าสัมประสิทธิ์จีนิเท่ากับ 0 หมายถึง ความเท่าเทียมกันอย่างสมบูรณ์ (ทุกคนมีรายได้เท่ากัน) และ 1 หมายถึง ความไม่เท่าเทียมอย่างสมบูรณ์ (มีคนที่มียาได้เพียงคนเดียว ส่วนคนที่เหลือไม่มีรายได้เลย)

โดยดูจากพื้นที่ระหว่างเส้น 45 องศา และเส้นลอเรนซ์ (Lorenz curve) รูปภาพที่ 2 ตามแบบ (Todaro, & Smith, 2012) คือ A และพื้นที่ใต้เส้นลอเรนซ์ (Lorenz curve) คือ B ดังนั้นค่าสัมประสิทธิ์จีนิคือ พื้นที่ A / (A+B) การกระจายรายได้เป็นไปในทิศทางใดนั้นสามารถคำนวณได้จาก Gini Coefficient ซึ่งมีสูตรทางคณิตศาสตร์ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Gini Coefficient} &= \frac{A}{A+B} \\ &= \frac{A}{\frac{1}{2}} \\ &= 2A \\ \text{และ พื้นที่ A} &= \frac{1}{2} - B \end{aligned}$$



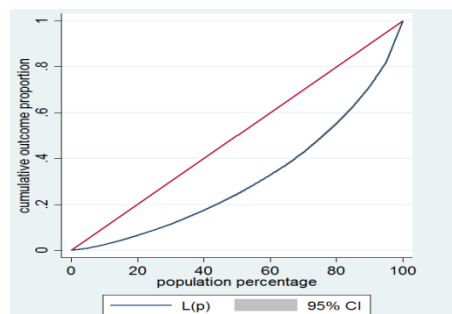
$$\begin{aligned} \text{พื้นที่ B} &= \sum_i^k [(f_{i+1} - f_i)y_i + \{\frac{1}{2} (f_{i+1} - f_i)(y_{i+1} - y_i)\}] \\ \text{พื้นที่ A} &= \frac{1}{2} - B \end{aligned}$$

∴ Gini Coefficient

$$2A = 1 - \sum_i^k (f_{i+1} - f_i) (y_{i+1} + y_i)$$

3. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาความเหลื่อมล้ำทางรายจ่ายของประชากรประเทศไทย พบว่า เส้นลอเรนซ์ (Lorenz curve) มีลักษณะโค้ง ดังรูปภาพที่ 3 และผลจากการคำนวณค่า Gini coefficient พบว่าค่าใช้จ่ายระดับครัวเรือน มีค่า 0.32 และเมื่อศึกษาค่า Gini coefficient ในมิติพื้นที่ Deolalikar, 2003) ดังตารางที่ 3.1 พบว่า กรุงเทพฯมีค่า 0.33ภาคกลางมีค่า 0.23 ภาคเหนือมีค่า 0.08ภาคอีสานมีค่า 0.06 ภาคใต้มีค่า 0.03 และเมื่อศึกษาค่า Gini coefficient ในเขตเมืองและนอกเขตเมือง ตารางที่ 3.2 พบว่า ในเขตการปกครองเมืองมีค่า Gini coefficient 0.33 นอกในเขตการปกครองเมืองมีค่า Gini coefficient 0.29 ตามลำดับ



ตารางที่ 3.1 ความเหลื่อมล้ำทางรายจ่าย ในมิติพื้นที่

ภาค	Gini coefficient
1.กรุงเทพ	0.33
2.ภาคกลาง	0.23
3.ภาคเหนือ	0.08
4.ภาคอีสาน	0.06
5.ภาคใต้	0.03

ตารางที่ 3.2 ความเหลื่อมล้ำทางรายจ่ายแบบการปกครองในเขตเมืองและนอกเขตเมือง

เขตการปกครอง	Gini coefficient
1. เขตเมือง	0.33
2. นอกเขตเมือง	0.29

4. อภิปรายผล

จากการศึกษาความเหลื่อมล้ำทางรายจ่ายของประชากรประเทศไทย ปี พ.ศ. 2558 พบว่าและเส้นลอเรนซ์ (Lorenz curve) มีลักษณะโค้งตามแบบ (Todaro, & Smith, 2012) และผลจากการคำนวณ Gini coefficient พบว่าค่า Gini มีค่า 0.32 แสดงได้ถึงความเหลื่อมล้ำทางรายจ่ายของประชาชน (Milanovic, 2002) แต่ข้อมูลไม่สามารถบอกถึงการเปลี่ยนแปลงของเหลื่อมล้ำได้ เนื่องจากข้อจำกัดของข้อมูล และเมื่อทำการวิเคราะห์เหลื่อมล้ำทางรายจ่ายของประชากรประเทศไทย ในมิติเชิงพื้นที่ (Canuto, 2014) ทำให้พบว่า ความเหลื่อมล้ำมิติเชิงพื้นที่ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ กรุงเทพฯ มีค่า 0.33 เนื่องจากกรุงเทพฯ เป็น ศูนย์กลางของการประกอบอาชีพ (Bourguignon, & Morrisson, 2002) ในภาคส่วนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ภาคอุตสาหกรรมที่มีความหลากหลาย ภาคเกษตรกรรมที่เป็นแหล่งผลิตที่มีขนาดพื้นที่ใหญ่ที่สุด และภาคบริการที่มีการทำประกอบอาชีพที่หลากหลายและเกิดการกระจุกตัวของประชากรที่มาประกอบอาชีพเป็นจำนวนมาก Motonishi, 2006). ทำให้เกิดการอุปโภคและบริโภค ประชาชนที่ย้ายถิ่นมาทำงานในกรุงเทพฯ ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการกระจุกตัวของเหลื่อมล้ำ

ทางรายจ่าย (Kakwani, & Pernia, 2000) และเส้นความยากจนในปี พ.ศ. 2548 ยังมีค่าที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย สะท้อนถึงปัญหาเหลื่อมล้ำ ได้ชัดเจน และจำนวนคนจนที่ลดลงในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาแสดงถึง คนจนยิ่งจนมากขึ้น (Pickett, & Wilkinson, 2017) แสดงถึงความกระจุกตัวของความจนได้ชัดเจนมากขึ้น และเมื่อศึกษาดูแบบมิติเชิงพื้นที่ที่รายภาค ยังสะท้อนถึงปัญหาเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่ได้ชัดเจนมากขึ้น ทำให้ทราบว่าภาคกลางมีปัญหาเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่สูงที่สุดถึง แสดงถึงการกระจุกตัวของการผลิตและการบริโภค เนื่องจากภาคกลางเป็นศูนย์กลางในการผลิตมีภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตร และภาคบริการทำให้ประชากรย้ายเข้ามาประกอบอาชีพเพื่อทำมาหากิน ส่งผลให้เกิดการอุปโภค บริโภค ทำให้มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินชีวิตมากกว่าภาคอื่น ส่งผลให้เกิดเหลื่อมล้ำทางรายจ่ายเนื่องจากเกิดการกระจุกตัวของประชากรเป็นจำนวนมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาพบปัญหาเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่ในภาคเหนือ เนื่องจากความอุดมสมบูรณ์ทางภูมิศาสตร์ มีเขตแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประเทศพม่าและประเทศจีน ทำให้เกิดการค้าขายการขายทำให้ภาคอุตสาหกรรมเติบโตจากการค้าขายแดนเป็นอย่างมากในส่วนภาคเกษตรได้เปรียบ เนื่องจากมีแหล่งน้ำหลักเพื่อการเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตร เป็นต้น ส่วนปัญหาเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่ภาคอีสาน มีลำดับรองลงมา เนื่องจากภาคอีสานมีพื้นที่กว้างแต่ขาดแห่งทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งน้ำทำให้เกิดการกระจุกตัวของประชาชนน้อย แต่ประชากร ภาคอีสานมีจำนวนประชากรมากที่สุดแต่เกิดการเคลื่อนย้ายทางประชากรศาสตร์เป็นจำนวนมาก (Fields, & Yoo, 2000) และเข้ามาประกอบอาชีพในเมืองเป็นจำนวนมาก ประชากรในภาคอีสานส่วนใหญ่ที่อพยพย้ายถิ่นฐาน เกิดจากรายได้ไม่พอต่อการดำรงชีพทำให้เกิดการย้ายถิ่นฐานตามความสามารถของประชากร (Deshingkar, 2006) และปัญหาความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่ภาคใต้ มีปัญหาความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่น้อยที่สุดเนื่องจากปัญหาความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนส่งผลให้ภาคอุตสาหกรรมไม่เติบโตนักลงทุนไม่มั่นใจในการลงทุนทำ

ให้ภาคบริการการค้าการขายไม่เติบโต ส่งผลให้ ประชาชนในภาคได้เกิดการจับจ่ายที่น้อยกว่าภาคอื่นๆ ส่งผลให้ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางรายจ่ายของภาคได้อยู่ในระดับที่น้อยที่สุดกว่าภาคอื่นไปด้วย และเมื่อศึกษาความเหลื่อมล้ำทางรายจ่ายของประชากรมิติเขตการปกครองในเมืองและนอกเมืองพบว่าในเขตเมือง มีค่าความเหลื่อมล้ำทางรายจ่ายสูงกว่านอกเขตเมือง แสดงให้เห็นได้ว่าการกระจุกตัวของปัจจัยทางโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม อยู่ในเขตเมืองมากกว่านอกเขตเมือง ทำให้ประชากรที่อยู่ในเขตเมืองมีการอุปโภค บริโภคที่มากกว่าประชากรนอกเขตเมืองยิ่งในเขตเมืองมีประชากรหนาแน่นมากเท่าไรปัญหาความเหลื่อมล้ำยิ่งสูงมากขึ้นเท่านั้น เนื่องจากการแบ่งกลุ่มชั้นทางรายได้และสัดส่วนของกลุ่มคนที่มีรายได้ปานกลาง กลุ่มคนจน และกลุ่มคนจนสุด มีสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มคนรวยและรวยสุด ดูได้จากรูปภาพเส้นลอเรนซ์ (Lorenz curve) แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยยังเผชิญกับปัญหาความเหลื่อมล้ำทางรายจ่ายในสังคมไทยอยู่ ภาครัฐควรหาแนวทางเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ เพื่อป้องกันปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมที่จะเกิดขึ้นในอนาคตต่อไป

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 เชิงบริบททางเศรษฐกิจและสังคม ควรมีการศึกษาความเหลื่อมล้ำในมิติอื่นๆเพิ่มเติม เพื่อเป็นการสะท้อนปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมในมิติต่างๆ

5.2 เชิงเทคนิค ควรวิเคราะห์ข้อมูลแบบอนุกรมเวลาเพื่อให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วงเวลาที่เกิดขึ้นไป

6. เอกสารอ้างอิง

- Atkinson, A. B., & Brandolini, A. (2001). Promise and pitfalls in the use of "secondary" data-sets: Income inequality in OECD countries as a case study. *Journal of economic literature*, 39(3), 771-799.
- Bourguignon, F., & Morrisson, C. (2002). Inequality among world citizens: 1820-1992. *American economic review*, 92(4), 727-744.
- Canuto, O. (2014). How Can Brazil Escape the Middle-income Trap. In World Economic Forum, Geneva,
- Deolalikar, A. B. (2003). Poverty, growth, and inequality in Thailand. In Poverty, growth, and institutions in developing Asia (pp. 247-272). Palgrave Macmillan, London.
- Deshingkar, P. (2006). Internal migration, poverty and development in Asia. ODI Briefing Paper, 11.
- Fields, G. S., & Yoo, G. (2000). Falling labor income inequality in Korea's economic growth: Patterns and underlying causes. *Review of Income and Wealth*, 46(2), 139-159.
- Ikemoto, Y., & Uehara, M. (2000). Income inequality and Kuznets' hypothesis in Thailand. *Asian Economic Journal*, 14(4), 421-443.
- Kakwani, N., & Pernia, E. M. (2000). What is pro-poor growth?. *Asian development review*, 18(1), 1-16.
- Kakwani, N. (2000). On measuring growth and inequality components of poverty with application to Thailand. *Journal of Quantitative Economics*, 16(1), 67-80.
- Khanal, S., Veerman, L., Nissen, L., & Hollingworth, S. (2017). Forecasting the quantity and cost of medicines to treat non-communicable diseases in low-and

- middle-income countries: Applying knowledge on medicine use from developed countries. **Research in Social and Administrative Pharmacy**, 13(1), 257-258.
- Lerman, R. I., and S. Yitzhaki. (1985). Income inequality effects by income source: A new approach and applications to the United States. *Review of Economics and Statistics* 67:151-156.
- Lopez-Feldman, A. 2006. Decomposing inequality and obtaining marginal effects. *The Stata Journal* 6:106-111. (freely available at **The Stata Journal website!**)
- Milanovic, B. (2002). True world income distribution, 1988 and 1993: First calculation based on household surveys alone. **The economic journal**, 112(476), 51-92.
- Motonishi, T. (2006). Why has income inequality in Thailand increased?: An analysis using surveys from 1975 to 1998. *Japan and the World Economy*, 18(4), 464-487.
- Pickett, K. E., & Wilkinson, R. G. (2017). Immorality of inaction on inequality. *BMJ: British Medical Journal*. (Online), 356.
- Piketty, T. (2015). About capital in the twenty-first century. *American Economic Review*, 105(5), 48-53.
- Stark, O., J. E. Taylor, and S. Yitzhaki. (1986). Remittances and inequality. **Economic Journal**. 96: 722-740.
- Switzerland.[Electronic resource]. <https://www.weforum.org/agenda/2014/02/can-brazil-escape-middle-income-trap/>(accessed: 17.12. 2017)
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2012). *Economic Development*, 12th Edition

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี

Factors Affecting Lifestyles of the Elderly in Muang Chanthaburi District

รัตน์ชีวาต์ ตันตีกุลวรา¹ บดินทร์ ปันบำรุงกิจ² และสมพงษ์ เส้งมณี³

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเครือข่ายทางสังคมของกิจกรรมลีลาศเพื่อผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมืองจังหวัดจันทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาลักษณะทั่วไปของผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี (2) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี และ (3) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนจากประชากรผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ทั้งหมด 6,089 คน ใช้แบบสอบถามวิถีชีวิตผู้สูงอายुरวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ลักษณะทั่วไปผู้สูงอายุด้วยสถิติพรรณนา วิเคราะห์วิถีชีวิตผู้สูงอายุด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัย และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า (1) ลักษณะทั่วไปของผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีส่วนใหญ่เป็นหญิงอายุระหว่าง 60-64 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ทำกิจกรรมทางศาสนา เป็นที่พึ่งของครอบครัว มีฐานะทางเศรษฐกิจพอใช้ ได้รับการสนับสนุนทางสังคมน้อย เข้าถึงแหล่งบริการสุขภาพของรัฐเกือบทุกครั้ง รับรู้ภาวะชราระดับปานกลาง ใช้วิถีแบบผู้สูงอายุระดับปานกลาง และสนใจกิจกรรมลีลาศเพื่อสุขภาพ (2) องค์ประกอบของปัจจัยวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีมี 6 ลักษณะ คือ แบบใช้สติปัญญา แบบเฝ้าระวังสุขภาพ แบบวางแผนการใช้ชีวิต แบบคล้อยตาม แบบสร้างความสัมพันธ์ และแบบบันเทิง และ (3) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตผู้สูงอายุ พบว่า ความสนใจกิจกรรมลีลาศเพื่อสุขภาพมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตผู้สูงอายุ 5 แบบ ตัวแปรด้านอายุ กิจกรรมทางศาสนา และการเข้าถึงบริการสุขภาพของภาครัฐมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตผู้สูงอายุ 4 แบบ บทบาทสำคัญในครอบครัว และการรับรู้ภาวะชรามีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตผู้สูงอายุได้ 3 แบบ ทั้งนี้ชุดตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวนวิถีชีวิตของผู้สูงอายุแบบใช้สติปัญญามากที่สุดร้อยละ 86.4 ส่วนวิถีชีวิตแบบเฝ้าระวังสุขภาพร้อยละ 67.2 วิถีชีวิตแบบวางแผนชีวิตร้อยละ 62.6 วิถีชีวิตแบบบันเทิงร้อยละ 59.9 วิถีชีวิตแบบคล้อยตามร้อยละ 53.0 และวิถีชีวิตแบบสร้างความสัมพันธ์น้อยที่สุดได้เพียงร้อยละ 32 ตามลำดับ

คำสำคัญ: วิถีชีวิตผู้สูงอายุจันทบุรี การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัย

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิทยาการจัดการการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Email : rajashivar.s@rbru.ac.th

² อาจารย์ สาขาวิชาพลศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี Email : bodin.p@rbru.ac.th

³ อาจารย์ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี Email : sompong.s@rbru.ac.th

Abstract

This article, part of the research project on communication for social network development using dance activities for the elderly in Muang Chanthaburi District, Chanthaburi Province, aims to: (1) study general characteristics of the elderly in Muang Chanthaburi District; (2) analyze factors affecting lifestyles of the elderly in Muang Chanthaburi District; and (3) examine the correlations among factors affecting lifestyles of the elderly in Muang Chanthaburi District. The subjects, randomly selected by multi-stage sampling, are 385 elderly people, aged 60 and over, living in Muang Chanthaburi District. A questionnaire has been used to collect data. The elderly's general characteristics have been analyzed by descriptive statistics. Factors affecting lifestyles of the elderly have been analyzed and Multiple Linear Regression has been applied to examine the correlations among these factors. The results are as follows: (1) Most elderly people in Muang Chanthaburi District are female aged between 60 and 64 with a bachelor's degree graduation. They usually participate in religious activities. They have to support their families with quite low household income. They have gotten less social support and, in general, relied on only public sectors for healthcare services. The state of being senile has been moderately recognized among them. They have been moderately satisfied with their own old age lifestyles and quite interested to participate in dance activities for health benefits. (2) Discernment, healthcare, life planning, conformity, relationship and entertainment are 6 factors affecting lifestyles of the elderly in Muang Chanthaburi District. (3) According to the 6 factors affecting their lifestyles, 5 factors have been found to strongly correlate with an interest in dance activities for health benefits; 4 factors strongly correlating with age, religious activities and an access to public healthcare services; while 3 factors strongly correlating with a prominent role in family and recognition of senility. All these variables have been found to mostly affect the elderly lifestyle, 'discernment' at 86.4%, followed by 'healthcare' at 67.2%, 'life planning' at 62.6%, 'entertainment' at 59.9% and 'conformity' at 53.0% respectively while 'relationship' has been affected the least at 32.0%.

Keywords: lifestyles of the elderly in Chanthaburi Province, factor analysis

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การทำความเข้าใจแนวคิดผู้สูงอายุในสังคมไทยโดยใช้เกณฑ์การศึกษาผลการรายงานจาก (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2558) เปิดเผยว่า ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2507 ประชากรไทยเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 55.9 ปี เพิ่มขึ้นเป็น 69.9 ปี ปีพ.ศ. 2539 และปีพ.ศ. 2557 มีอัตราการอายุประชากรเท่ากัน คือ 71.3 ปี ขณะที่ประชากรเพศหญิงมีอายุเฉลี่ย 62.0 ปี และเพิ่มขึ้น 74.9 ปี ในปีพ.ศ. 2507 ปีพ.ศ. 2539 ปีพ.ศ. 2557 มีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 78.2 ปี จากสถิติแสดงให้เห็นว่า จำนวน และสัดส่วน ประชากรผู้สูงอายุเพิ่มสูงขึ้น แสดงถึงการมีชีวิตที่ยืนยาวของประชากร จึงทำให้ประเทศไทยเป็นสังคมผู้สูงอายุในปัจจุบัน

การเพิ่มขึ้นทั้งจำนวน และสัดส่วนของ ประชากรวัยสูงอายุในโครงสร้างสังคมย่อมส่งผลโดยตรงต่อกระบวนการทางสังคม เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของประชากรผู้สูงอายุ และเข้าสู่การเป็นสังคมสูงวัย (age society) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประชากรผู้สูงอายุในสังคมไทยมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้น เพราะอัตราการเพิ่มของประชากรไทยที่มีอายุ 80 ปีขึ้นไปสูงกว่าประชากรที่มีอายุ 60-79 ปี (นภาพร ขโยวรรณ และ จอห์น โนเดล, 2552) การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของประชากรผู้สูงอายุในสังคมไทยส่งผลกระทบต่อโครงสร้างประชากร ภาวะเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ ยกตัวอย่างเช่น อัตราการพึ่งพิงวัยผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงภาระค่าใช้จ่ายจากภาครัฐ และครัวเรือนในการการดูแลผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น (คณะอนุกรรมการจัดสมัชชาผู้สูงอายุระดับชาติ, 2556) ผลกระทบจากการเพิ่มจำนวนผู้สูงอายุกลายเป็นปัญหาด้านสุขภาพ และความต้องการบริการทางการแพทย์ และสาธารณสุข

เพิ่มขึ้นตามไปด้วย เนื่องจากเป็นวัยที่ร่างกายเกิดการเปลี่ยนแปลงเสื่อมถอย โดยเฉพาะการทำงานของระบบต่างๆ ในร่างกาย เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และจิตวิญญาณ (สฤณา บุญนารกร, 2554) การคำนึงถึงวิถีคุณภาพ สุขภาพชีวิตผู้สูงอายุที่ดีจึงมีความจำเป็นและสำคัญที่จะทำให้เข้าใจ และศึกษาพฤติกรรมต่างๆ ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต และวิถีชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุในสังคมไทยได้ แม้จะเป็นสังคมเมืองในเขตชนบทอย่างจันทบุรี

การวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี โดยใช้กรอบการวิจัยของ (สุรเดช สำราญจิตต์, 2550) ทำการศึกษาวิถีชีวิตผู้สูงอายุเขตเมืองภาคกลางในประเทศไทยเป็นแนวทาง ซึ่งคณะผู้วิจัยมองว่า การสำรวจวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีควรได้รับการศึกษาอย่างจริงจังเพื่อนำผลการวิจัยเบื้องต้นจากการศึกษาสู่ การปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี ซึ่งมีปัจจัยหลายสิ่งส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตผู้สูงอายุในสังคมปัจจุบัน ดังนั้นนอกจากจะศึกษาวิถีชีวิตของผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีเป็นอย่างไรแล้ว จึงนำไปสู่การสร้างคำถามนำวิจัยที่ว่า มีปัจจัยใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตแต่ละด้านของผู้สูงอายุ

คณะผู้วิจัยเชื่อว่างานวิจัยดังกล่าวจะสะท้อนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีในภาพรวม อย่างน้อยประโยชน์จากการวิจัยครั้งนี้หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุจะสามารถกำหนดนโยบาย แผนงานในการช่วยเหลือดูแลผู้สูงอายุในสังคมจากสังคมผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีกลุ่มเล็กๆ สามารถกำหนดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ใน การสื่อสารสุขภาพ ทำให้บุคคลที่กำลังก้าวสู่วัยสูงอายุในอนาคตทราบวิถีชีวิตของตนต่อไป ดังจะได้ทำการศึกษาต่อไปตามวัตถุประสงค์การวิจัย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี

1.2.2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี

1.2.3 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาคุณลักษณะทั่วไป และวิถีชีวิตของผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี ซึ่งจากข้อมูลผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี โดยกำหนดความจำเพาะของข้อมูลเบื้องต้นว่าผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีเป็นผู้มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ทั้งหมด 6,089 คน (ระบบสถิติของการทะเบียน, 2560) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ทั้งหมด 385 คน

1.3.2 ขอบเขตด้านตัวแปรการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีแบ่งตัวแปรการวิจัยออกเป็น (2.1) ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล การสนับสนุนทางสังคม การเข้าถึงแหล่งบริการสุขภาพของรัฐ การรับรู้ภาวะชรา และความสนใจกิจกรรมสันทนาการเพื่อสุขภาพ และ (2.2) ตัวแปรตาม คือ วิถีชีวิตของผู้สูงอายุ

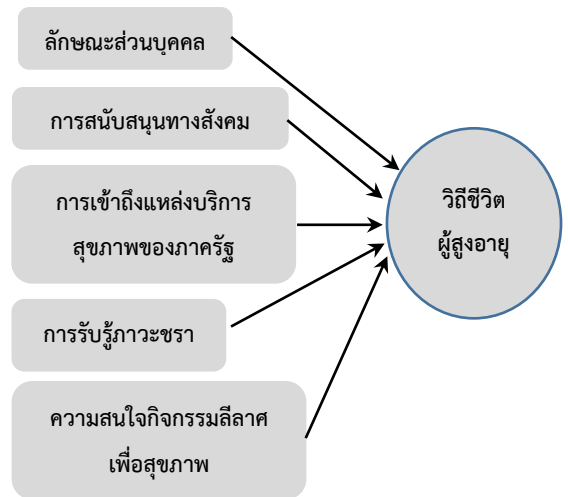
1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ และระยะเวลา

พื้นที่การศึกษาวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีจะดำเนินการสำรวจผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ระยะเวลาที่ใช้ในการสำรวจตั้งแต่เดือนตุลาคม 2560-เดือนกุมภาพันธ์ 2561

1.4 สมมติฐาน

ลักษณะส่วนบุคคล การสนับสนุนทางสังคม การเข้าถึงแหล่งบริการสุขภาพของรัฐ การรับรู้ภาวะชรา และความสนใจกิจกรรมสันทนาการเพื่อสุขภาพความสัมพันธ์กับชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี

1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีคณะผู้วิจัยได้นำแนวคิดวิถีชีวิตผู้สูงอายุของสุรเดช สาระญูจิตต์ (2550) มาเป็นกรอบการวิจัยเพื่อดำเนินการวิจัยต่อไป

2. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

2.1 การสุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป็นผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดจันทบุรี โดยใช้เกณฑ์ด้านอายุกำหนดขอบเขตการศึกษากลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุ 60-75 ปีขึ้นไป ทั้งหมด 6,089 คน (ระบบสถิติของการทะเบียน, 2560, เว็บไซต์.) จากนั้นจึงดำเนินการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็นแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sample sampling) ประกอบด้วย การใช้ตารางขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Krejcie & Morga, 1970) ที่ระดับ

ความเชื่อมั่น 95% จะได้กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุทั้งหมด 385 คน จากนั้นจึงทำการสุ่มแบบแบ่งชั้น (stratified sampling) ดังตาราง

ตารางที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นใช้เกณฑ์อายุ

ผู้สูงอายุ	จำนวน ประชากร (N)	กลุ่มตัวอย่าง (n)
60-64 ปี	2,429	153
65-69 ปี	1,737	109
70-74 ปี	1,097	70
75-79 ปี	826	53
รวม	6,089	385

งานวิจัยครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี จำนวน 385 คน

2.2 เครื่องมือการวิจัย และการทดสอบเครื่องมือ

คณะผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกับผู้สูงอายุ โดยแบบสอบถามวิถีชีวิตผู้สูงอายุได้ประยุกต์จาก (สุรเดช สารานุกิตต์, 2550) ประกอบด้วยชุดคำถามทั้งหมด 6 ข้อ ในลักษณะคำถามปลายเปิด (open-ended question) และคำถามปลายปิด (close-ended question) ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ การได้รับการสนับสนุนทางสังคม การเข้าถึงแหล่งบริการสุขภาพของรัฐ การรับรู้ภาวะชรา มาตรฐานวิถีชีวิตผู้สูงอายุ และความสนใจกิจกรรมสันทนาการเพื่อสุขภาพ สำหรับข้อคำถามด้านการได้รับการสนับสนุนทางสังคม การเข้าถึงแหล่งบริการสุขภาพของรัฐ การรับรู้ภาวะชรา มาตรฐานวิถีชีวิตผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นมาตรวัดแบบประมาณค่า (rating scale) จึงใช้วิธีการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้อง (index of item objective congruence-IOC) โดยการประเมินผ่านผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ซึ่งข้อคำถามส่วนใหญ่จะมีค่า IOC มากกว่า 0.5 จากนั้นทำ

การทดสอบแบบสอบถามวิถีชีวิตผู้สูงอายุจำนวน 40 คน ในเขตอำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี กลุ่มผู้สูงอายุที่ผู้วิจัยเชื่อว่ามีลักษณะความใกล้เคียงกับกลุ่มผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมืองจันทบุรีมากที่สุด ซึ่งทำการทดสอบค่าความเชื่อถือได้ (reliability) โดยใช้วิธีการของ Cronbach's Alpha Coefficient ได้ค่าความเชื่อมั่นแต่ละข้อดังนี้ การได้รับการสนับสนุนทางสังคม ($\alpha = .667$) การเข้าถึงแหล่งบริการสุขภาพของรัฐ ($\alpha = .927$) การรับรู้ภาวะชรา ($\alpha = .838$) และ มาตรวัดวิถีชีวิตผู้สูงอายุ ($\alpha = .952$) จากนั้นจึงนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

2.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

นอกจากผู้วิจัยทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบทางทฤษฎี (theoretical framework) แล้วยังได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสร้างแบบสอบถามเครื่องมือการวิจัยที่นำไปสู่การหาคำตอบให้ตรงตามกรอบความคิดการวิจัย (conceptual framework) การเก็บรวบรวมข้อมูลจึงให้ความสำคัญที่แบบสอบถามวิถีชีวิตของผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี จำนวน 2-3 เดือน จากนั้นจึงนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ

2.4 สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์การวิจัย และการอธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ เกี่ยวกับวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีนั้น คณะผู้วิจัยเลือกใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อตอบวัตถุประสงค์การศึกษาลักษณะทั่วไปของผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี จากนั้นเลือกใช้สถิติวิเคราะห์ปัจจัย (factor analysis) เพื่อศึกษาองค์ประกอบวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (multiple regression analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลผู้สูงอายุ การ

สนับสนุนทางสังคม การเข้าถึงแหล่งบริการสุขภาพของรัฐ การรับรู้ภาวะชรา และความสนใจกิจกรรมสันทนาการเพื่อสุขภาพกับองค์ประกอบวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี

3. สรุปผลการวิจัย

3.1 ผลการศึกษาลักษณะทั่วไป การได้รับการสนับสนุน การเข้าถึงแหล่งบริการของรัฐ การรับรู้ภาวะชรา และวิถีชีวิตผู้สูงอายุ

1. ลักษณะทั่วไปของผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุจำนวน 385 คน ส่วนใหญ่ เป็นหญิงร้อยละ 77.4 มีอายุระหว่าง 60-69 ปีร้อยละ 68.3 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี และปริญญาโท ร้อยละ 76.6 มีการปฏิบัติกิจทางศาสนาไม่เคร่งครัด ร้อยละ 55.3 มีสถานภาพสมรสแบบเดี่ยว (โสด/หม้าย/ หย่าร้าง) ร้อยละ 61.8 และเป็นที่พึ่งของครอบครัวร้อยละ 87.8

สภาพสังคมเศรษฐกิจของผู้สูงอายุเขตเมืองจันทบุรีส่วนใหญ่ ก่อนเกษียณอายุราชการประกอบอาชีพรับราชการร้อยละ 59 มีฐานะเศรษฐกิจแบบพอมีพอกินร้อยละ 61 มีรายรับต่อเดือนร้อยละ 93.5 มีรายจ่ายต่อเดือนร้อยละ 72.7 มีหนี้สินต่อเดือนร้อยละ 16.6 ทั้งนี้กิจกรรมที่ทำให้เกิดการเข้าสังคมอย่างกิจกรรมสันทนาการเพื่อสุขภาพนั้น ผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีให้ความสนใจร้อยละ 67

2. การได้รับสนับสนุนทางสังคม

การได้รับการสนับสนุนทางสังคมของผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี พบว่า ภาพรวมได้รับการสนับสนุนทางสังคมในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.246$, S.D. = .603) ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุจะได้รับการสนับสนุนทางสังคมเมื่อเวลามีปัญหาทุกใจ หรือต้องการกำลังใจ

ได้รับความช่วยเหลือในการทำงานที่ไม่ต้องใช้กำลังมาก หรืองานเบาๆ ในระดับน้อย และได้รับความช่วยเหลือในการทำงานที่ต้องใช้กำลังมาก หรืองานหนักๆ ได้รับอาหารเสื้อผ้า และของใช้อื่นๆ รวมทั้งการดูแลด้านความเป็นอยู่ และได้รับความช่วยเหลือในด้านการรับ-ส่ง หรือเป็นเพื่อนเดินทางน้อยที่สุด

3. การเข้าถึงแหล่งบริการสุขภาพของรัฐ

การเข้าถึงแหล่งบริการสุขภาพของภาครัฐของผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี พบว่า ภาพรวมเข้าถึงแหล่งบริการสุขภาพของภาครัฐเกือบทุกครั้ง ($\bar{X} = 1.567$, S.D. = .869) ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุซักถามแพทย์เกี่ยวกับการเจ็บป่วยบางครั้ง ทั้งนี้ผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีได้รับความรู้ หรือคำแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติตัวเพื่อรักษาสุขภาพให้แข็งแรง ได้รับการตรวจสุขภาพเบื้องต้นจากแพทย์พยาบาล หรือเจ้าหน้าที่ ได้รับการดูแลเอาใจใส่จนท่านพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ และได้รับความสะดวกสบายในการเข้ารับบริการตรวจรักษาโรคเมื่อท่านเจ็บป่วยนานๆ ครั้ง

4) การรับรู้ภาวะชรา

การรับรู้ภาวะชราของผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี พบว่า ภาพรวมผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีรับรู้ภาวะชราในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 1.689$, S.D. = .763) ส่วนใหญ่รับรู้ภาวะชราในลักษณะทำกิจกรรมทุกอย่างในชีวิตประจำวันอย่างระมัดระวังเพิ่มมากขึ้น ลดภาระความรับผิดชอบในกิจการงาน การกิจของชุมชน หรือภารกิจอื่นๆ รอบตัว ตั้งแต่อายุ 60 ปี เป็นต้นมามีการระวังในการดำเนินชีวิตประจำวันตลอดจนถึงปัจจุบัน งด หรือลดการเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง หรือรถรับจ้าง หรือขับรถไปไหนมาไหนตามลำพัง และมักหลีกเลี่ยงการใช้แรงงาน หรือหลีกเลี่ยงการออกแรงในการทำงาน

5. วิถีชีวิตของผู้สูงอายุ

วิถีชีวิตของผู้สูงอายุเขตเมืองจันทบุรีพบว่า ภาพรวมวิถีชีวิตผู้สูงอายุจัดอยู่ในระดับปานกลาง กระทำบ้าง หรือไม่กระทำบ้าง หากพิจารณารายด้านที่โดดเด่นที่สุดที่ผู้สูงอายุนิยมกระทำในระดับมากคือ ทำความสะอาดสุขภาพปาก และฟันเสมอ ทำความสะอาดบ้านเรือนรวมทั้งแต่งสวนรอบบ้านด้วยตนเอง มีเครื่องนุ่งห่มเพียงพอ และเหมาะสมกับชีวิต ออกกำลังกายเป็นประจำอย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 ครั้ง ครั้งละ 20-30 นาที ดูแลการใช้จ่ายเงินในครอบครัวด้วยตัวเอง ศึกษาสรรพคุณของยา และวิธีการใช้ทุกครั้ง ตรวจสุขภาพประจำปีด้วยตนเอง ขวนเพื่อน หรือบุคคลที่รักไปออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ มีกิจกรรมที่ทำให้มีการเคลื่อนไหวกล้ามเนื้อต่างๆ ของร่างกาย พยายามรับประทานอาหารครบ 5 หมู่ และมีประโยชน์ วางแผนการใช้จ่ายล่วงหน้า มีพฤติกรรมใช้เวลาว่างกับการดูหนังฟังเพลงนอกบ้านน้อย และแทบจะไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบวิถีชีวิตผู้สูงอายุ

ตารางที่ 2 จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมเกี่ยวกับวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี

องค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ร้อยละความแปรปรวน	ร้อยละความแปรปรวนสะสม
1	17.693	36.109	36.109
2	9.487	19.362	55.470
3	4.072	8.309	63.779
4	3.653	7.455	71.234
5	2.918	5.956	77.190
6	1.946	3.971	81.160

จากตารางที่ 2 เมื่อสกัดองค์ประกอบตัวแปรวิถีชีวิตผู้สูงอายุโดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก

(principal component analysis) ซึ่งพบองค์ประกอบที่มีค่าไอเกน (eigen value) มากกว่า 1 จำนวน 6 องค์ประกอบ หากพิจารณาค่าไอเกน และร้อยละการอธิบายความแปรปรวนภาพรวม พบว่า วิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี จากที่นำมาอธิบายทั้งหมด 49 ตัวแปร สามารถจัดกลุ่มตัวแปรใหม่ได้เป็น 6 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) วิถีชีวิตแบบใช้สติปัญญา (2) วิถีชีวิตแบบเฝ้าระวังสุขภาพ (3) วิถีชีวิตแบบวางแผน (4) วิถีชีวิตแบบคล้อยตาม (5) วิถีชีวิตแบบสร้างความสัมพันธ์ และ (6) วิถีชีวิตแบบบันเทิง ดังภาพ



ภาพที่ 2 องค์ประกอบวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี

3.3 ผลทดสอบปัจจัยที่ความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี

จากสมมติฐานการวิจัยที่ว่า ลักษณะส่วนบุคคล การสนับสนุนทางสังคม การเข้าถึงแหล่งบริการสุขภาพของรัฐ การรับรู้ภาวะชรา และความสนใจกิจกรรมสันทนาการเพื่อสุขภาพ มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี

การทดสอบปัจจัยต่างๆ ที่เป็นตัวแปรอิสระว่ามีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตผู้สูงอายุแต่ละด้านนั้นสามารถอธิบายได้ดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุวิถีชีวิต
ผู้สูงอายุแบบใช้สติปัญญา

FAC1_2	b	β	t	Sig.
ค่าคงที่ (a)	17.558		19.998	.000
เพศ	-.629	-.264	-8.963	.000
อายุ	-.286	-.486	-19.358	.000
กิจกรรมทางศาสนา	.195	.097	4.116	.000
สถานภาพสมรส	.059	.029	1.109	.268
บทบาทในครอบครัว	-2.068	-.678	-27.427	.000
การสนับสนุนทางสังคม	1.105	.667	20.692	.000
การเข้าถึงแหล่งบริการสุขภาพของรัฐ	-.126	-.110	-2.985	.003
การรับรู้ภาวะชรา	.941	.718	19.933	.000
ความสนใจกิจกรรมลีลาศ	.609	.287	9.606	.000
R= .930	R ² = .864	SE= .372	F= 265.051	Sig.= .000

จากตารางที่ 3 สามารถอธิบายความแปรปรวนของวิถีชีวิตผู้สูงอายุแบบใช้สติปัญญาได้ร้อยละ 86.4 โดยพบตัวแปรที่มีผลต่อวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีแบบใช้สติปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเชิงบวก ได้แก่ กิจกรรมทางศาสนา สถานภาพสมรส การสนับสนุนทางสังคม การรับรู้ภาวะชรา และความสนใจกิจกรรมลีลาศ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุวิถีชีวิต
ผู้สูงอายุแบบเฝ้าระวังสุขภาพ

FAC2_2	b	β	t	Sig.
ค่าคงที่ (a)	2.562		1.878	.061
เพศ	-.794	-.332	-7.272	.000
อายุ	-.038	-.065	-1.672	.095
กิจกรรมทางศาสนา	1.146	.571	15.569	.000
สถานภาพสมรส	1.091	.531	13.104	.000
บทบาทในครอบครัว	1.166	.382	9.952	.000
การสนับสนุนทางสังคม	.053	.032	.640	.522
การเข้าถึงแหล่งบริการสุขภาพของรัฐ	.233	.203	3.541	.000
การรับรู้ภาวะชรา	-.357	-.272	-4.868	.000
ความสนใจกิจกรรมลีลาศ	.792	.373	8.041	.000
R= .820	R ² = .672	SE= .579	F= 85.339	Sig.= .000

จากตารางที่ 4 สามารถอธิบายความแปรปรวนของวิถีชีวิตผู้สูงอายุแบบเฝ้าระวังสุขภาพได้ร้อยละ 67.2 โดยพบตัวแปรที่มีผลต่อวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีแบบเฝ้าระวังสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเชิงบวก ได้แก่ กิจกรรมทางศาสนา สถานภาพสมรส บทบาทในครอบครัว การสนับสนุนทางสังคม การเข้าถึงแหล่งบริการสุขภาพของรัฐ และความสนใจกิจกรรมลีลาศ

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุวิถีชีวิต
ผู้สูงอายุแบบวางแผนชีวิต

FAC3_2	b	β	t	Sig.
ค่าคงที่ (a)	-9.612		-6.602	.000
เพศ	-.227	-.095	-1.953	.052
อายุ	.155	.262	6.302	.000
กิจกรรมทางศาสนา	.521	.260	6.636	.000

สถานภาพ สมรส	-.188	-.092	-2.119	.035
บทบาทใน ครอบครัว	.051	.017	.407	.684
การ สนับสนุน	-.211	-.127	-2.385	.018
ทางสังคม				
การเข้าถึง แหล่ง บริการ	.921	.801	13.119	.000
สุขภาพ ของรัฐ				
การรับรู้	-.444	-.339	-5.673	.000
ภาวะชรา				
ความสนใจ	-.434	-.204	-4.124	.000
กิจกรรม				
ลีลาศ				
R= .792	R ² = .626	SE= .618	F= 69.887	Sig.= .000

จากตารางที่ 5 อธิบายความแปรปรวนของ
วิถีชีวิตผู้สูงอายุแบบวางแผนชีวิตได้ร้อยละ 62.6
โดยพบตัวแปรที่มีผลต่อวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมือง
จันทบุรีแบบวางแผนชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
เชิงบวก ได้แก่ อายุ กิจกรรมทางศาสนา บทบาทใน
ครอบครัว และการเข้าถึงแหล่งบริการสุขภาพของรัฐ
ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุวิถีชีวิต
ผู้สูงอายุแบบคล้อยตาม

FAC4_2	b	β	t	Sig.
ค่าคงที่ (a)	-12.608		-7.723	.000
เพศ	.836	.350	6.401	.000
อายุ	.160	.271	5.807	.000
กิจกรรม	-.584	-.291	-6.634	.000
ทางศาสนา				
สถานภาพ สมรส	-.474	-.231	-4.757	.000
บทบาทใน ครอบครัว	.278	.091	1.981	.048
การ สนับสนุน	.004	.003	.045	.964
ทางสังคม				
การเข้าถึง แหล่ง	-.355	-.309	-4.511	.000

FAC4_2	b	β	t	Sig.
บริการ				
สุขภาพ				
ของรัฐ				
การรับรู้	.958	.731	10.916	.000
ภาวะชรา				
ความสนใจ	.396	.186	3.359	.001
กิจกรรม				
ลีลาศ				
R= .728	R ² = .530	SE= .693	F= 47.050	Sig.= .000

จากตารางที่ 6 อธิบายความแปรปรวนของวิถี
ชีวิตผู้สูงอายุแบบคล้อยตามได้ร้อยละ 53.0 โดยพบตัว
แปรที่มีผลต่อวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีแบบ
คล้อยตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเชิงบวก ได้แก่ เพศ
อายุ บทบาทในครอบครัว การสนับสนุนทางสังคม การ
รับรู้ภาวะชรา และความสนใจกิจกรรมลีลาศ

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุวิถีชีวิต
ผู้สูงอายุแบบสร้างความสัมพันธ์

FAC5_2	b	β	t	Sig.
ค่าคงที่ (a)	-17.011		-8.667	.000
เพศ	-.163	-.068	-1.035	.301
อายุ	.264	.448	7.976	.000
กิจกรรมทาง	-.587	-.292	-5.543	.000
ศาสนา				
สถานภาพสมรส	.084	.041	.699	.485
บทบาทใน	-.019	-.006	-.112	.911
ครอบครัว				
การสนับสนุน	-.257	-.155	-2.153	.032
ทางสังคม				
การเข้าถึงแหล่ง	.448	.390	4.734	.000
บริการสุขภาพ				
ของรัฐ				
การรับรู้ภาวะ	.113	.086	1.068	.286
ชรา				
ความสนใจ	.709	.334	5.002	.000
กิจกรรมลีลาศ				
R= .567	R ² = .321	SE= .833	F= 19.710	Sig.= .000

จากตารางที่ 7 อธิบายความแปรปรวนของวิถีชีวิตผู้สูงอายุแบบสร้างความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 32.1 โดยพบตัวแปรที่มีผลต่อวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีแบบสร้างความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเชิงบวก ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส การเข้าถึงแหล่งบริการสุขภาพของรัฐ การรับรู้ภาวะชรา และความสนใจกิจกรรมสันทนาการ

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุวิถีชีวิตผู้สูงอายุแบบบ้านเทิง

FAC6_2	b	β	t	Sig.
ค่าคงที่ (a)	-		-11.846	.000
	17.868			
เพศ	-1.422	-.596	-11.789	.000
อายุ	.339	.576	13.345	.000
กิจกรรมทางศาสนา	.336	.167	4.131	.000
สถานภาพสมรส	-.008	-.004	-.082	.935
บทบาทในครอบครัว	-.113	-.037	-.872	.384
การสนับสนุนทางสังคม	-1.295	-.781	-14.106	.000
การเข้าถึงแหล่งบริการสุขภาพของรัฐ	.313	.272	4.307	.000
การรับรู้ภาวะชรา	.343	.262	4.236	.000
ความสนใจกิจกรรมสันทนาการ	.491	.231	4.508	.000
R=	.774	R ² =	SE=	F= 62.251
		.599	.640	Sig.= .000

จากตารางที่ 8 อธิบายความแปรปรวนของวิถีชีวิตผู้สูงอายุแบบบ้านเทิงได้ร้อยละ 59.9 โดยพบตัวแปรที่มีผลต่อวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีแบบบ้านเทิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเชิงบวก ได้แก่ อายุ กิจกรรมทางศาสนา การเข้าถึงแหล่งบริการสุขภาพ

ของรัฐ การรับรู้ภาวะชรา และความสนใจกิจกรรมสันทนาการ

4. อภิปรายผล

4.1 ลักษณะทั่วไป การได้รับการสนับสนุน การเข้าถึงแหล่งบริการของรัฐ การรับรู้ภาวะชรา และวิถีชีวิตผู้สูงอายุ

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุระหว่าง 60-69 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ไม่นิยมปฏิบัติเคร่งครัดกับศาสนา สถานภาพสมรสแบบโสดเดี่ยวเป็นที่พึงของครอบครัว มีอาชีพรับราชการก่อนเกษียณ ฐานะทางเศรษฐกิจแบบพอมีพอใช้มีค่าเฉลี่ยรายรับต่อเดือน 39,790 บาท/เดือน รายจ่ายเฉลี่ย 19,260 บาท/เดือน ภาวะหนี้สินเฉลี่ย 2,753 บาทต่อเดือน ซึ่งจะเห็นว่าผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีมีคุณภาพชีวิตที่ดีตามลักษณะทั่วไปของประชากร สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าความเป็นเมือง (urbanization) เกิดขึ้นเพราะปัจจัยผลักดัน (push factor) จากถิ่นที่อยู่อาศัยเดิม โดยเฉพาะเรื่องอาชีพ และรายได้เป็นมูลเหตุสำคัญในการดำรงชีวิตที่ต้องหลั่งไหลเข้าสู่ความเป็นเมือง ประกอบด้วยตลาดแรงงานมีแหล่งประกอบอาชีพมากมาย มีสถานศึกษาที่มีคุณภาพ มีสถานบริการ ด้านสุขภาพอย่างพอเพียง มีแรงเสริมให้เกิดการพัฒนาเพื่อยกระดับทางสังคม การคมนาคมสะดวก มีแหล่งประโยชน์และทรัพยากรมากมาย (งามพิศ สัตย์สงวน, 2543) (ปรีชา คุณรินทร์พันธุ์, 2547) (ผานิต อินเจริญศักดิ์, 2541)

ทั้งนี้หากมองพื้นที่ความเป็นเมืองของจังหวัดจันทบุรีก็เกิดขึ้นเพราะปัจจัยผลักดัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องอาชีพการประกอบธุรกิจค้าพลอย ทำสวน ซึ่งในอีกมิติคนในเมืองก็มีอาชีพหลักอย่างการรับราชการไปด้วย มีสถานศึกษาที่มีคุณภาพ ซึ่งผู้คนที่อาศัยในจังหวัดจันทบุรีก็นิยมศึกษาต่อระดับมหาวิทยาลัยในจังหวัดจันทบุรีถึง 3 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลภาคตะวันออก ดังนั้นแม้ว่าคนในเขตเมืองจันทบุรีจะอายุเพิ่มขึ้นจนกระทั่งเข้าสู่วัยผู้สูงอายุอย่างเต็มตัวจึงไม่ลำบากในเรื่องวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เศรษฐกิจ และการยกระดับตนเองทางสังคม จึงส่งผลต่อการได้รับการสนับสนุนทางสังคมในระดับน้อย เกือบทุกครั้งที่เข้าถึงแหล่งบริการสุขภาพของรัฐ เนื่องจากผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีสามารถพึ่งตนเองได้ มีรายได้ในการดูแลรักษาร่างกายให้แข็งแรงอยู่เสมอจึงรับรู้ภาวะชราในระดับปานกลาง คือมองอายุเป็นเพียงตัวเลข แต่ยังสามารถช่วยเหลือตนเองในด้านต่างๆ ได้อยู่ และผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีบางกลุ่มยังสนใจกิจกรรมสันทนาการเพื่อสุขภาพ และเป็นกิจกรรมในการพบปะสังสรรค์ทางสังคมด้วย

4.2 องค์ประกอบวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (principle analysis) ทำการหมุนแกนแบบ orthogonal โดยวิธี varimax ได้องค์ประกอบวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี 6 องค์ประกอบ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (สุรเดช สารานุกิตต์, 2550) ที่สามารถวิเคราะห์วิถีชีวิตของผู้สูงอายุเขตเมืองภาคกลางในประเทศไทยได้ 12 องค์ประกอบ ที่สอดคล้องกับการศึกษาวิถีชีวิตบุคคลอื่นทั้งในสังคมไทย และสังคมอเมริกัน (Green & Kreuter, 1999) (Levey, Dignan, & Shirreffs, 1992) (Green & Ottoson, 1994) (Pender, Murdaugh, & Parsons, 2002; Victor, 1994) องค์ประกอบวิถีชีวิตทั้ง 6 แบบ ที่จะนำมาอภิปรายต่อประกอบด้วย

วิถีชีวิตแบบใช้สติปัญญา (intellectual life-style) เป็นวิถีชีวิตที่ผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีเกิดกระบวนการแก้ปัญหาในการดำเนินชีวิตด้วยสติปัญญา สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า สภาพสังคมเมืองนั้นจะมีการศึกษาระดับสูง หรือวิถีชีวิตของสังคมอเมริกันแบบ

ใช้ความรู้ (cognitive style) เป็นวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการคิด การเลือก การตัดสินใจ โดยใช้กลวิธีต่างๆ ในการแก้ปัญหาบนฐานของความจริง

วิถีชีวิตแบบเฝ้าระวังสุขภาพ เป็นวิถีชีวิตของผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ความสะดวกของร่างกาย เช่นเดียวกับแนวคิดที่ว่า ถ้าผู้สูงอายุมีการระมัดระวังสุขภาพอยู่เสมอ มีกิจกรรมการทำงานตลอดเวลาเป็นประจำจะทำให้ผู้สูงอายุมีอายุยืนยาว มีพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ดี (บรรลุ ศิริพานิช, 2544) และเช่นเดียวกันงานวิจัยเรื่องพฤติกรรม การดูแลสุขภาพตนเองของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพ ดูแลสุขภาพตนเอง ต้องการสวัสดิการจากรัฐ (ศิริสุข นาคะเสนีย์, 2561)

วิถีชีวิตแบบวางแผนชีวิต (planning life-style) ซึ่งเป็นวิถีชีวิตของผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรีมีการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ วางแผนการดำเนินชีวิตทั้งในปัจจุบัน และอนาคต เช่นเดียวกับวิถีชีวิตสังคมอเมริกันแบบการจัดการธุรกิจการเงิน (finance or business style)

วิถีชีวิตแบบคล้อยตาม (conformity life-style) เป็นวิถีชีวิตผู้สูงอายุที่เกี่ยวกับการชวนเชื่อ คำโฆษณา ซึ่งนักสังคมวิทยาเชื่อว่า พฤติกรรมมนุษย์ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม หรือสภาวะภายนอก ทั้งปวงที่อยู่รอบตัวมนุษย์มักจะคล้อยตามได้ง่าย (นวลลออ แสงสุข, 2548) และสอดคล้องกับสังคมอเมริกันแบบเน้นการบริโภค (consuming style)

วิถีชีวิตแบบสร้างความสัมพันธ์ (relationship life-style) เป็นวิถีชีวิตผู้สูงอายุที่ต้องการยอมรับของครอบครัว สังคม และชุมชน ประพฤติปฏิบัติตนให้สังคม และบุคคลใกล้ชิดยกย่องนับถือ เช่นเดียวกับแนวคิดที่สนับสนุนว่า การขาดการสนับสนุนที่ดีทำให้มนุษย์เกิดโรคง่าย หากมนุษย์ได้รับการสนับสนุนเอาใจ

ใส่จากสังคมเป็นอย่างดีจะทำให้มีสุขภาพดี และมีอายุยืนยาว (บรรลุ ศิริพานิช, 2544) ในสังคมอเมริกันจะมีวิถีชีวิตที่เรียกว่าการสร้างสัมพันธ์ภาพ (relating style)

วิถีชีวิตแบบบันเทิง (entertain life-style) เป็นวิถีชีวิตของผู้สูงอายุที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการ (recreation) เกิดความเพลิดเพลินสนุกสนาน วิถีชีวิตลักษณะนี้สอดคล้องกับทฤษฎีกิจกรรม (activity theory) (Havighurst, 1963) ที่ว่า กิจกรรมทำให้ผู้สูงอายุเพลิดเพลินมี 2 ประเภทคือ กิจกรรมไม่มีรูปแบบเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นในครอบครัวและสังคม กิจกรรมที่มีรูปแบบ เป็นกิจกรรมที่มีการเข้าร่วมในชมรม หรือสมาคมภายนอกครอบครัว ผู้สูงอายุจะปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคม

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 การศึกษาวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรียังเป็นการศึกษาวิถีชีวิตของผู้สูงอายุที่ดำรงตนในความเป็นเมืองซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่มาก เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมวิถีชีวิตผู้สูงอายุควรศึกษาวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตชนบท ทั้งนี้เป็นการยืนยันและพิสูจน์ทฤษฎีที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีและเป็นธรรมในการพัฒนาคุณภาพผู้สูงอายุต่อไป

5.2 กิจกรรมทางสังคม และนันทนาการ เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิต และสุขภาพที่ดี เช่น กิจกรรมลีลาศเพื่อสุขภาพ กิจกรรมการออกกำลังกายประเภทอื่นๆ ภาครัฐจึงควรส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมที่เอื้ออำนวยต่อคุณภาพชีวิต และสุขภาพของผู้สูงอายุให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

5.3 ผลการศึกษาแสดงถึงวิถีชีวิตของผู้สูงอายุสามารถนำไปสู่การสร้างสรรค โครงการกิจกรรมเพื่อพัฒนาสุขภาพ และคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุได้ต่อไป

6. เอกสารอ้างอิง

คณะกรรมการการจัดสมัชชาผู้สูงอายุระดับชาติ. (2556).

เอกสารหลักและมติสมัชชาผู้สูงอายุระดับชาติปี 2556. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.

งามพิศ สัตย์สงวน. (2543). การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในยุคโลกาภิวัตน์. ใน อารง สุทธาศาสน์ (บรรณาธิการ). **รวมบทความสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา** (หน้า 5-22). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นภาพร ชโยวรรณ และจอห์น โนเดล. (2552).

การสูงอายุทางประชากรและการอยู่ดีมีสุขของผู้สูงอายุในประเทศไทย แนวโน้มในอดีต สถานการณ์ปัจจุบัน และความท้าทายในอนาคต. กรุงเทพมหานคร: กองทุนประชากรแห่งสหประชาชาติประจำประเทศไทย และสำนักงานภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิก.

นวลลออ แสงสุข. (2548). คนไทยกับพฤติกรรม การพึ่งตนเอง. **วารสารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์**, 1(1), 67-84.

บรรลุ ศิริพานิช. (2544). **คู่มือผู้สูงอายุฉบับสมบูรณ์.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ดี.

ปรีชา คูวินทร์พันธุ์. (2547). **สังคมวิทยาและมานุษยวิทยานคร.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผานิต อินเจริญศักดิ์. (2541). **ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะประชากรและวิถีชีวิตกับสภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์วิทยา ศาสตร-มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.

มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2558).

สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2557.

กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

สกุณา บุญรากร. (2554). **การเสริมสร้างสุขภาพแบบ**

องค์กรทุกช่วงวัย. สงขลา: เทมการพิมพ์.

สุรเดช สำราญจิตต์. (2550). **วิถีชีวิตผู้สูงอายุเขต**

เมืองภาคกลางในประเทศไทย. ดุษฎี

นิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สังคมวิทยา,

มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Green, L.W., & Kreuter, M.W. (1999). **Health promotion planning: An educational and environmental approach** (3rd ed.). Mountain View, CA: Mayfield.

Green, L.W., & Ottoson, J.M. (1994). **Community health** (7th ed.). Salem, MA: Mosby-Year.

Havighurst, R.J. (1963). Successful ageing. **The Gerontologist**, 1: 8-13. Doi: 10.1093/geront/1.1.8

Levy, M.R., Dignan, M., & Shirreffs, J.H. (1992). **Targeting wellness the core.** New York: McGraw-Hill.

Pender, N.J., Murdaugh, C.L. & Parsons, M.A. (2002). **Health Promotion in nursing practice** (4th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Victor, C.R. (1994). **The aging experience: An introduction to social gerontology** (2nd ed.). San Diego, CA: Chapman & Hall.

การวิเคราะห์ปัจจัยทางการเงินที่มีผลต่อความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจพลังงานไฟฟ้า

ด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพในประเทศไทย

An Analysis of Financial Factors Affecting the Readiness to Start Biogas Power Plant Industry in Thailand

อัญชลี เยาวราช¹ ชาคริต ศรีทอง² และศักดิ์ชาย นาคนก³

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงผสม (Mix Method) มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางการเงินที่ส่งผลต่อความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพ โดยมีเครื่องมือในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และการวิจัยเชิงปริมาณได้ทำการรวบรวมข้อมูลปัจจัยทางการเงินของโรงงานในอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนด้วยก๊าซชีวภาพที่ได้เข้าสู่การจ่ายไฟเข้าระบบ (COD) รวมทั้งสิ้น 40 แห่ง โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) มาทำวิเคราะห์ทางสถิติด้วยการวิเคราะห์ความถดถอย และสหสัมพันธ์ (Regression and Correlation Analysis) พบว่า การจัดกลุ่มตัวแปรอิสระทั้ง 9 ตัว ได้ทั้งหมด 4 ปัจจัยได้แก่ 1) ความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ 2) ความสามารถในการหมุนเวียนลูกหนี้ 3) ประสิทธิภาพของผู้ถือหุ้น และ 4) อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้า โดยมีระดับนัยสำคัญที่ 0.000 จึงนำปัจจัยดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ 0.658 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุคูณ (R Square) เท่ากับ 0.433 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) เท่ากับ 0.422 แสดงว่า ตัวแปรความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ ประสิทธิภาพของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้า และความสามารถในการหมุนเวียนลูกหนี้ สามารถทำนายความพร้อมในการต่อยอดเป็นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพได้ในร้อยละ 43.30 โดยแสดงเป็นสมการทำนายในรูปคะแนนดิบแสดงว่า ความพร้อมในเริ่มต้นเป็นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพ (ถ้าไรสุทธิตี) = 0.655β นั่นคือ หากธุรกิจมีความสามารถในการบริหารสินทรัพย์อันประกอบด้วยการบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมและความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย ซึ่งการบริหารการเงินในด้านเหล่านี้จะช่วยให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี และมีความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนจากก๊าซชีวภาพ

คำสำคัญ : การเริ่มต้นธุรกิจ ธุรกิจพลังงานไฟฟ้า พลังงานทดแทน ก๊าซชีวภาพ

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

E-mail : anchalee@vru.ac.th

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

E-mail : charcrit.sritong@gmail.com

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

E-mail : sakchai@vru.ac.th

Abstract

The purpose of this mixed methods research is to analyze financial factors affecting the readiness to start biogas power plant industry in Thailand. The research instruments used for collecting data are divided into two sections: 1) for a qualitative research, a semi-structured interview; and 2) for a quantitative research, financial data of 40 biogas industrial plants whose businesses have been through commercial operation date (COD). The statistical tools used for data analysis are Exploratory Factor Analysis (EFA) together with Regression and Correlation Analysis. The results are as follows: The 9 independent variables can be grouped into 4 financial factors with the significance level at 0.000, i.e. 1) asset management capacity; 2) account receivable turnover; 3) shareholder efficiency; and 4) inventory turnover ratio. When these 4 financial factors have been analyzed to find the relationships among them, it is found that the value of Multiple R is 0.658; the value of R Square is 0.433; and the value of Adjusted R Square is 0.422. Accordingly, these 4 financial factors can be used to predict the readiness to start biogas power plant industry in Thailand at 43.30% with the net profit at 0.655 β . It can be said that the management of these 4 financial factors significantly affects the readiness to start biogas power plant industry in Thailand.

Keywords: business start-up, power plant industry, renewable energy, biogas

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ในปัจจุบันประเทศไทยยังคงนำเข้าพลังงานเพื่อมาใช้ภายในประเทศอยู่ แม้ว่าจะถูกส่งเสริมให้สร้างพลังงานทดแทนมาใช้แล้ว ก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการจากข้อมูลการสรุปสถานการณ์พลังงานของประเทศไทย ไตรมาสที่ 1/2561 พบว่า ประเทศไทยมีการใช้พลังงานขั้นสุดท้ายในช่วงไตรมาสแรกของปี 2561 มีปริมาณ 21,692 พันตัน เทียบเท่าน้ำมันดิบ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 7.8 คิดเป็นมูลค่ากว่า 318,622 ล้านบาท และยังคงมีอัตราการใช้พลังงานที่เพิ่มขึ้นตามการเติบโตของเศรษฐกิจในปัจจุบัน ซึ่งในขณะนี้รัฐบาลได้มีการสนับสนุนให้มีการใช้พลังงานทดแทนภายในประเทศในอัตราที่เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานโดยลดสัดส่วนการใช้พลังงานต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม พบว่า ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2561 ประเทศไทยมีการใช้พลังงานทดแทน 3,383 พันตัน เทียบเท่าน้ำมันดิบ เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.9 จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา สัดส่วนการใช้พลังงานต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2553 ซึ่งเป็นปีฐานที่เริ่มดำเนินการตามแผนอนุรักษ์พลังงานระยะยาว 20 ปี (พ.ศ. 2554-2573) และแผนอนุรักษ์พลังงาน พ.ศ. 2558 – 2579 (กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน, 2561) และแม้ว่าคนไทยจะหันมาใช้พลังงานทดแทนกันเพิ่มขึ้น แต่ในทางกลับกันพบว่า ผู้ที่มีธุรกิจของตนเองและมีการเจริญเติบโตอยู่กลับยังคงดำเนินธุรกิจของตนเองต่อไป ไม่ได้หันมาให้ความสนใจ ในการจะต่อยอดธุรกิจของตนเองเข้าสู่ธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทน โดยเฉพาะพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพที่ยังคงมีจำนวนการผลิตได้ต่ำเมื่อเทียบกับความต้องการไฟฟ้า ซึ่งวิจัยในต่างประเทศของ (Kathrin Suhlsen and Matthijs Hisschemoller, 2014). พบว่า พลังงานทดแทนสามารถพัฒนาให้เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญในด้านพลังงานของประเทศเยอรมัน จนจะสร้างให้เกิดเป็นนโยบายของรัฐบาลที่มีรูปธรรมและเปลี่ยนการใช้พลังงานภายในประเทศได้และงานวิจัยของศราวุธ โพชะกะ

และคณะ พบว่า ระบบผลิตก๊าซชีวภาพมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลดและอัตราผลตอบแทนภายใน 15.06 ล้านบาท 7.26 ปี 16.62% ตามลำดับจากผลการวิจัยนี้ทำให้เห็นว่า อุตสาหกรรมก๊าซชีวภาพ เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่สามารถคืนทุนได้เร็วและจากรายงานผลการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และธุรกิจพลังงานทดแทนที่มีความพร้อมและปัญหาน้อยที่สุดได้แก่ กลุ่มธุรกิจไบโอแก๊ส เนื่องจากคืนทุนได้เร็ว อีกทั้งเทคโนโลยีของคนไทยก็ได้รับการยอมรับไม่ต่างจากของต่างประเทศ อย่างไรก็ตามกลุ่มธุรกิจประเภทนี้ยังประสบปัญหาเรื่องการขาดนักลงทุน (สภาอุตสาหกรรม, 2554 : หน้า 15) และในปัจจุบันยังคงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ทำให้หากผู้ประกอบการสามารถสร้างธุรกิจนี้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

ดังนั้นจากข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพในประเทศไทย เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยทางการเงินของธุรกิจหลักที่มีการดำเนินกิจการของตนเองและทำการต่อยอดเข้าสู่ธุรกิจพลังงานก๊าซชีวภาพ รวมถึงธุรกิจที่กำลังมีต้องการเข้าสู่ธุรกิจพลังงานไฟฟ้านั้นควรมีการวิเคราะห์ปัจจัยความพร้อมของตนเองในด้านการเงินอย่างไร จึงจะทำให้หากเข้าสู่ธุรกิจก๊าซชีวภาพแล้วจะสามารถอยู่รอดได้อย่างยาวนาน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยทางการเงินที่มีผลต่อความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพในประเทศไทย

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยทางการเงิน

(1) การวิเคราะห์สภาพคล่อง

1) อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน

- 2) อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้
- 3) อัตราส่วนหมุนเวียนของสินค้า
- (2) การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร
 - 1) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
 - 2) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด
 - 3) อัตราส่วนผลตอบแทนจากส่วนผู้ถือหุ้น
- (3) การวิเคราะห์สภาพหนี้
 - 1) อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม
 - 2) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น
 - 3) ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย

ตัวแปรตาม คือ

ความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพ

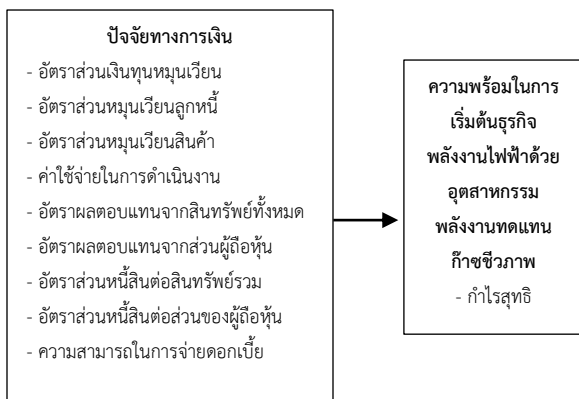
1.4 สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยทางการเงิน ได้แก่การวิเคราะห์สภาพคล่อง การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร และการวิเคราะห์สภาพหนี้มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพในประเทศไทย

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



2. วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

(1) ผู้วิจัยจัดได้ดำเนินการศึกษาถึงสภาพปัญหาด้วยการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ตำรา วารสาร บทความวิชาการ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการเริ่มต้นของธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพในประเทศไทย โดยการสัมภาษณ์ในขั้นตอนนี้ เพื่อจัดทำสรุปข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย

(2) สัมภาษณ์แบบเชิงลึก(In-depth Interviewing) โดยใช้ในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง(Semi-structure interview) สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องเพื่อขอคำแนะนำ/ชี้แนะ และความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นของธุรกิจผลิตไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพ และตัวแปรที่จะศึกษา ซึ่งประชากรที่ใช้ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้คือผู้ทรงคุณวุฒิในธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพ ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญที่ต้องมีคุณสมบัติอย่างน้อยข้อใดข้อหนึ่ง ดังต่อไปนี้

- 1) นายกสมาคมก๊าซชีวภาพ ของประเทศไทย
- 2) รองประธานสภาอุตสาหกรรมและกรรมการสมาคมก๊าซชีวภาพของประเทศไทย
- 3) ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพ

(3) เมื่อดำเนินการสัมภาษณ์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำผลการสัมภาษณ์มาสรุปพร้อมกับการทบทวนวรรณกรรมโดยใช้งานวิจัย ตำรา บทความทางวิชาการ และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมากำหนดเป็นกรอบแนวความคิดและตัวแปรในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลปัจจัยทางด้าน

การเงินจากกลุ่มโรงงานในอุตสาหกรรมพลังงานทดแทน ด้วยก๊าซชีวภาพที่มีธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการของตนเอง และทำการต่อยอดธุรกิจของตนเองด้วยธุรกิจพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพและได้เข้าสู่อุตสาหกรรมจ่ายไฟเข้าระบบ (COD) รวมทั้งสิ้น 40 แห่ง ซึ่งได้ทำการรวบรวมข้อมูลสถิติของแต่โรงงานจากเว็บไซต์กรมธุรกิจการค้า (www.dbd.org.th) เพื่อนำมาใช้ในวิเคราะห์ปัจจัยการเงินของกลุ่มธุรกิจที่มีผลต่อความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพ ประกอบด้วย

(1) การวิเคราะห์สภาพคล่อง

(2) การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร

(3) การวิเคราะห์สภาพหนี้ และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 3 สรุปและอภิปรายผล ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยตามที่ได้ดำเนินการวิเคราะห์สรุปผล และอภิปรายผลการวิจัย โดยมีเหตุผลประกอบตามหลักวิชาการและเป็นที่ยอมรับและสามารถสื่อสารให้ทุกคนเข้าใจได้โดยง่าย

ขั้นตอนที่ 4 การนำเสนอ และเผยแพร่การวิจัย ผู้วิจัยทำการเผยแพร่งานวิจัย การวิเคราะห์ความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพขนาดเล็ก ในประเทศไทย โดยดำเนินการส่งบทความวิจัยไปตีพิมพ์ในวารสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง เพื่อเผยแพร่ผลการวิจัยนี้ให้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานด้านวิชาการ ด้านวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การสัมภาษณ์ (Interview)

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure interview) เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviewing) ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน โดยข้อคำถามต่างๆ มาจากตัวแปรปัจจัยทางการเงินเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ความพร้อมการเริ่มต้นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วย

อุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพในประเทศไทยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการสร้างกรอบแนวความคิด

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantities Research)

เป็นส่วนที่ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเกี่ยวกับ สภาพปัญหาในปัจจุบัน รวมไปถึงความพร้อมของธุรกิจหากต้องการเข้าสู่ธุรกิจด้านพลังงาน จะทำการวิเคราะห์จากปัจจัยทางการเงินของธุรกิจที่ได้มีการต่อยอดธุรกิจของตนเองด้วยการทำธุรกิจพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพ โดยวิเคราะห์จากตัวแปร 3 ตัวคือ การวิเคราะห์สภาพคล่อง การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร และการวิเคราะห์สภาพหนี้ โดยผู้วิจัยจะทำการรวบรวมข้อมูลทางการเงินจากงบการเงินของธุรกิจย้อนหลัง 5 ปี แล้วจึงนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสัมภาษณ์ โดยใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interviewing) เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview) โดยมีวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์ 2 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละท่าน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกรอบแนวความคิดการวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความพร้อมการเริ่มต้นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพในประเทศไทย อย่างไรบ้าง

ประเด็นที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละท่าน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวบ่งชี้ตัวแปรแต่ละตัวหรือไม่ อย่างไร และควรมีตัวบ่งชี้ใดเพิ่มเติม

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และจากการสัมภาษณ์เชิงลึก มาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย และทำการรวบรวมข้อมูลทางการเงินเพื่อใช้ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ

(1) หนังสือแนะนำตัวเองเพื่อขอความอนุเคราะห์

สำหรับการขอเข้าสัมภาษณ์ไปยังผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – depth Interviewing) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure interview)

(2) นัดหมายวัน-เวลาในการเข้าสัมภาษณ์

(3) ผู้วิจัยสรุปประเด็นต่างๆ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ แบบกึ่งโครงสร้าง เขียนข้อสรุปและนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัยที่ผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรม

3. สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษาวิจัย “การวิเคราะห์ความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพในประเทศไทย” ได้แก่ สถิติเชิงอนุมานเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวอย่างเพื่ออ้างอิงไปยังประชากรที่ศึกษา โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) มาทำวิเคราะห์ทางสถิติด้วยการวิเคราะห์ความถดถอย และสหสัมพันธ์ (Regression and Correlation Analysis) สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ตัวแปรอิสระด้านปัจจัยทางการเงิน ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพคล่อง การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร และการวิเคราะห์สภาพหนี้ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ตัวแปรอิสระด้านปัจจัยทางการเงิน ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพคล่อง การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร และการวิเคราะห์สภาพหนี้ มีความสัมพันธ์กัน

พบว่าเห็นได้ว่า ค่า KMO = .600 มีค่าเข้าใกล้ 1 ทำให้สรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระดังกล่าวมีความสัมพันธ์กัน หรืออาจพิจารณาจาก Bartlett's Test ก็ได้ โดยค่า Chi – Square ที่ได้จากการทดสอบของ Bartlett นั้นจะมีค่าประมาณ 142.914 และค่า Sig =

.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐาน H_1 นั้นเป็นจริง นั่นคือ ชุดตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันซึ่งวิจัยจึงได้ทำการนำไปวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบความสัมพันธ์

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.600
Bartlett's Test Approx. Chi-Square	142.914
of Sphericity df	36
Sig.	.000

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) นั้นจะเป็นการวิเคราะห์เพื่อทำการจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน หรือปัจจัยเดียวกันเพื่อลดจำนวนตัวแปร ซึ่งสามารถสรุปปัจจัย (Factor) ที่ส่งผลต่อความพร้อมในการต่อยอดเป็นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพจากการวิเคราะห์ตัวแปร (Factor Analysis) ปัจจัยทางการเงิน ได้ 4 ปัจจัย ดังแสดงตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัย (EFA)

ตัวแปรด้านอัตราส่วนทางการเงิน	1	2	3	4
อัตราเงินทุนหมุนเวียน	0.403	0.640	-0.116	-0.159
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้	-0.048	0.789	0.165	0.127
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้า	0.055	-0.002	-0.12	0.935
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	0.606	-0.337	0.105	0.083
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด	0.694	0.300	0.057	0.088
อัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น	0.094	0.123	0.714	0.056
อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม	-0.769	-0.257	0.177	0.004

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	-0.080	-0.054	0.723	-0.079
ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย	0.383	-0.058	0.044	-0.282

จากตารางที่ 3 สามารถสรุปผลการจัดกลุ่มตัวแปรอิสระทั้ง 9 ตัว ได้ทั้งหมด 4 ปัจจัยได้แก่ 1) ความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ 2) ความสามารถในการหมุนเวียนลูกหนี้ 3) ประสิทธิภาพของผู้ถือหุ้น และ 4) อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้า โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ .000 ผู้วิจัยจึงได้นำปัจจัยดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในลำดับถัดไป

การวิเคราะห์สัมพันธของข้อมูลโดยเทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression Analysis) ผู้วิจัยได้นำกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) มาทำการทดสอบสมมติฐานโดยความพร้อมในการต่อยอดเป็นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพในประเทศไทยเป็นตัวแปรตาม (Dependent Variable) ในขณะที่ใช้กลุ่มปัจจัยทั้ง 4 ที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย เป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ดังแสดงผลตารางที่ 4

H_0 : ปัจจัยทางการเงินได้แก่ ความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ ความสามารถในการหมุนเวียนลูกหนี้ ประสิทธิภาพของผู้ถือหุ้นและอัตราส่วนหมุนเวียนสินค้า ไม่มีผลต่อความพร้อมในการต่อยอดเป็นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพ (ก๊าซสุทธิ)

H_1 : ปัจจัยทางการเงินได้แก่ ความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ ความสามารถในการหมุนเวียนลูกหนี้ ประสิทธิภาพของผู้ถือหุ้นและอัตราส่วนหมุนเวียนสินค้า มีผลต่อความพร้อมในการต่อยอดเป็นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพ (ก๊าซสุทธิ)

ผลการวิจัยพบว่า ความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทน

ก๊าซชีวภาพ (ก๊าซสุทธิ) เรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้ ความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ ประสิทธิภาพของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้า และความสามารถในการหมุนเวียนลูกหนี้

ผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ .658 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุคูณ (R Square) เท่ากับ.433 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) เท่ากับ .422 แสดงว่าตัวแปรความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ ประสิทธิภาพของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้า และความสามารถในการหมุนเวียนลูกหนี้ สามารถทำนายความพร้อมในการเริ่มต้นของธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพ (ก๊าซสุทธิ) ได้ร้อยละ 43.30 และเมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรพบว่า ความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแสดงเป็นสมการทำนายในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

ความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพ(ก๊าซสุทธิ)
 $= 0.655\beta$ (ความสามารถในการบริหารสินทรัพย์)
 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	35430230.041	5865021.098		6.041	.000
ความสามารถในการบริหารสินทรัพย์	71497552.639	5879738.865	.655	12.160	.000
ความสามารถในการหมุนเวียนลูกหนี้	-911130.183	5879738.865	-.008	-.155	.877
ประสิทธิภาพของผู้ถือหุ้น	5669431.140	5879738.865	.052	.964	.336
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้า	3479556.600	5879738.865	.032	.592	.555

a. Dependent Variable: ก๊าซสุทธิ

4. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยการวิเคราะห์ความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพในประเทศไทย พบว่า ตัวแปรความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ ประสิทธิภาพของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้า และความสามารถในการหมุนเวียนลูกหนี้ สามารถทำนายความพร้อมในการต่อยอดเป็นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพ (กำไรสุทธิ) ได้ร้อยละ 43.30 และเมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรพบว่า ความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดอัตราความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio) ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด ค่าใช้ในการดำเนินงาน ซึ่งการวิเคราะห์อัตราส่วนเหล่านี้มักวิเคราะห์ทางการเงินนำไปใช้เพื่อวัดการประเมินผลประกอบการของแต่ละบริษัท โดยพิจารณาจากข้อมูลทางการเงิน เช่น ยอดขาย สินทรัพย์ ส่วนของผู้ถือหุ้นและหนี้สิน ซึ่งการวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจจะช่วยให้สามารถมองเห็นหรือเข้าใจในสถานการณ์และการทำกำไรของธุรกิจได้เป็นอย่างดี สามารถนำมาเปรียบเทียบดูความสัมพันธ์ของรายการกำไรต่างๆ ในงบกำไรขาดทุนของธุรกิจกับการลงทุนต่างๆในงบดุล ทำให้ทราบถึงการลงทุนของกิจการที่จะก่อให้เกิดประโยชน์รูปของกำไรได้ และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมดสามารถเรียกได้ว่าเป็นการวัดอัตราความสามารถในการทำกำไร (Earning Power) ซึ่งถือว่าเป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดประสิทธิภาพในการบริหารงานของฝ่ายบริหาร ซึ่งจะช่วยให้ผลการดำเนินงานว่ามีความสามารถในการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ที่มีอยู่อย่างไร (ณัฐนันท์ กุลจิรัฐติกาลศิริพร กาญจนสุทธิแสง, 2549 ; (จุฑามาศ จรุงกลิน, 2547) และยังสามารถสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพหนี้ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์สัดส่วนของหนี้สินประเภทต่างๆ ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ ในการระดมทุนประกอบด้วย

การวิเคราะห์ถึงอัตราส่วนหนี้สินใหม่ในอนาคตและได้ทราบถึงแหล่งที่มาของเงินทุนว่ามาจากแหล่งใด ประกอบด้วยอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม และความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (สำนักพัฒนานโยบายและกฎกติกา, 2561) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ อันประกอบด้วยตัวแปร 4 ตัวคือ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด ค่าใช้ในการดำเนินงาน อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม และความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย หากผู้ประกอบการสามารถทำนายอัตราส่วนเหล่านี้ได้ ก็จะสามารถส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการมีความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนชีวภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อบริหารสินทรัพย์เพราะการบริหารสินทรัพย์ที่ดี จะทำให้สามารถใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ได้อย่างคุ้มค่าอันจะส่งผลต่อกำไรที่จะเกิดขึ้นดีตามไปด้วย ทำให้การเข้าสู่ธุรกิจพลังงานก๊าซชีวภาพมีความเป็นไปได้

5.2 ผู้ประกอบการควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ร่วมอาทิปัจจัยด้านเศรษฐศาสตร์ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเทคโนโลยี เพื่อเตรียมความพร้อมในการลงทุนในธุรกิจพลังงานก๊าซชีวภาพ

5.3 ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับความอยู่รอดและความเป็นไปได้ของธุรกิจพลังงานไฟฟ้าด้วยอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนก๊าซชีวภาพ เพื่อให้สามารถเป็นแนวทางในการให้ผู้สนใจที่จะต่อยอดในธุรกิจก๊าซชีวภาพ

6. เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาและอนุรักษ์พลังงานทดแทน. (2561).

สถานการณ์พลังงานประเทศไทยไตรมาสที่

1/2561. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2561,จาก

http://www.dede.go.th/download/state_61/frontpag.pdf.

กระทรวงพลังงาน. (2560). แผนพัฒนาพลังงาน.
สืบค้นเมื่อ (15 เมษายน 2560), จาก
[http://energy.go.th/2015/
annual-report/](http://energy.go.th/2015/annual-report/).

จุฑามาศ จรุงกลั่น. (2554). ปัจจัยที่กำหนดความสามารถ
ในการทำกำไรของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มใน
ตลาดหลักทรัพ์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์,
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ณัฏฐนันท์ กุลจิรฐิติกาลและศิริพร กาญจนสุทธิแสง. (2549).
การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนกระแส
เงินสดกับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต:
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพ์แห่ง
ประเทศไทย หมวดอุตสาหกรรมอาหารและ
เครื่องดื่ม. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศราวุธ โพชะกะ. (2556). การบริหารความเสี่ยงเรื่อง
ของโรงไฟฟ้าก๊าซชีวภาพสำหรับฟาร์มโคนม
ประเทศไทย. (ออนไลน์), เข้าถึงได้จาก
<http://beyond.library>.

สภาอุตสาหกรรม. (2554). รายงานผลการวิเคราะห์ขีด
ความสามารถในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน กลุ่ม
พลังงานทดแทน. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2560,
จาก [file:///C:/Users/Pea/Downloads/
Renewable%20energy%20industry.pdf](file:///C:/Users/Pea/Downloads/Renewable%20energy%20industry.pdf).

Kathrin Suhlsen and Matthijs Hisschemoller. (2014).
Lobbying the Energies Assessing the
effectiveness of strategies to promote the

renewable energy business in Germany,
Journal of Energy Policy. Volume 69, June
2014, Page 316-325.

การสำรวจความต้องการเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการนำเข้า-ส่งออกของผู้ประกอบการ ธุรกิจชุมชน (OTOP) อำเภอบางปะอิน-บางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

A Demand Survey for Empowering Import-Export Businesses of OTOP Entrepreneurs in the Districts of Bang Pa-In and Bang Sai of Phranakhon Si Ayutthaya Province

นฤมล ญาณสมบัติ¹ กิตติมา ทามาลี²

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสำรวจความต้องการเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการนำเข้า-ส่งออกของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน (OTOP) อำเภอบางปะอิน-บางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน (OTOP) อำเภอบางปะอิน-บางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อศึกษาการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน (OTOP) อำเภอบางปะอิน-บางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ OTOP ในอำเภอบางปะอิน-บางไทร จำนวน 85 ราย เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม และการสนทนากลุ่ม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า :

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน OTOP พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 64 คน คิดเป็นร้อยละ 75.29 มีอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 49.41 มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจส่วนใหญ่ 4-6 ปี จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีประเภทธุรกิจเป็นแบบเจ้าของคนเดียว จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.60 มีระดับดาว 3 ดาว จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.94 ทำธุรกิจอยู่ในอำเภอบางไทร จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 50.59 มี OTOP ประเภทอาหาร 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.94

2. ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน OTOP พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการได้รับความช่วยเหลือจากรัฐด้านการส่งออกต่างประเทศ มีจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.65 ต้องการเพิ่มพูนความรู้ โดยต้องการอบรมด้านทักษะการนำเข้า-ส่งออก จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.29 ต้องการได้รับความช่วยเหลือด้านความรู้ด้านอุปกรณ์การผลิต จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.76 กลุ่มลูกค้าหลักอยู่ในจังหวัดอื่น ๆ จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.47

3. ข้อมูลการพัฒนาศักยภาพให้ผู้ประกอบการธุรกิจ โดยผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนมีความต้องการพัฒนาศักยภาพให้ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน OTOP โดยต้องการมีความรู้ในด้าน ดังนี้ 1) ด้านทักษะการนำเข้า-ส่งออก และ 2) ด้านช่องทางการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

คำสำคัญ : การสำรวจความต้องการ, การพัฒนาศักยภาพด้านการนำเข้า-ส่งออก, ธุรกิจชุมชน OTOP

¹ นักวิจัยอิสระ E-mail : nune-nun@hotmail.com

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail : chittima_jeab@hotmail.com

Abstract

The purposes of this qualitative research are to study: 1) demands of OTOP entrepreneurs in the districts of Bang Pa-In and Bang Sai, Phranakhon Si Ayutthaya Province; and 2) empowerment of OTOP entrepreneurs in the districts of Bang Pa-In and Bang Sai, Phranakhon Si Ayutthaya Province. The subjects are 85 OTOP entrepreneurs in the districts of Bang Pa-In and Bang Sai, Phranakhon Si Ayutthaya Province. The instruments used to collect data are a questionnaire and focus group discussion. The statistical tools used for data analysis are frequency and percentage. The results are as follows:

1. According to the personal factors of OTOP entrepreneurs in the districts of Bang Pa-In and Bang Sai, Phranakhon Si Ayutthaya Province, it is found that most of them are female (75.29%) aged 41 or older (49.41%) with 4-6 years of work experience (40%). They are mostly single proprietorships (50.60%) of the 3-star OTOP products (52.94%). There are 43 people working in Bang Sai District (50.59%). Food is a kind of OTOP products found in 28 entrepreneurs (32.94%).

2. According to the demands of OTOP entrepreneurs in the districts of Bang Pa-In and Bang Sai, Phranakhon Si Ayutthaya Province, it is found that 32 entrepreneurs need help from the public sectors in exporting their products (37.65%); 30 entrepreneurs need to gain knowledge and to be trained in the area of import-export businesses (35.29%); 44 entrepreneurs need to gain knowledge in the area of manufacturing equipment (51.76%); and their 65 main customers are in the other provinces (76.47%).

3. According to the empowerment of OTOP entrepreneurs in the districts of Bang Pa-In and Bang Sai, Phranakhon Si Ayutthaya Province, it is found that most of them need to develop the skills in importing and exporting as well as the opportunities to enter the international markets.

Keywords: demand survey, empowerment of import-export businesses, OTOP community enterprise

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเปิดเสรีทางการค้าก่อให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ทำให้ประเทศไทยต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ อย่างไรก็ตามการเปิดเสรีทางการค้าดังกล่าวจะเป็นโอกาสของประเทศไทยในการใช้ประโยชน์จากความเชื่อมโยงในอนุภูมิภาคและภูมิภาคให้สนับสนุนการพัฒนา ห่วงโซ่มูลค่าร่วมกัน ทิศทางการพัฒนาของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 จึงมุ่งเตรียมความพร้อมและวางรากฐานในการยกระดับประเทศไทยให้เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีการประเมินสภาพแวดล้อมการพัฒนาทั้งจากภายนอกและภายในประเทศที่บ่งชี้ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของประเทศและการสะท้อนถึงโอกาสและความเสี่ยงในการที่จะผลักดันขับเคลื่อนให้การพัฒนาในด้านต่างๆ เพื่อให้เศรษฐกิจเข้มแข็งแข่งขันได้ มีเสถียรภาพ และมีความยั่งยืนสร้างความเข้มแข็งของฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานใหม่โดยการใช้นวัตกรรมที่เข้มข้นมากขึ้น สร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากและมีการผลักดันให้ประเทศไทยมีความเชื่อมโยง (Connectivity) กับประเทศต่างๆ ทั้งในระดับอนุภูมิภาค ภูมิภาค และนานาชาติได้อย่างสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม, 2557)

ปัจจุบันผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ได้รับผลกระทบจากคู่แข่งภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากการลอกเลียนแบบในการขายสินค้าเหมือนกัน และมีผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่เดียวกัน ขายสินค้าชนิดเดียวกันมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน (OTOP) จำเป็นต้องพัฒนาความรู้ใหม่ๆ และต้องมีการแสวงหาลูกค้าจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นเพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการเพิ่มรายได้ และต้องมีการปรับตัวเพื่อส่งสินค้าไปขายในตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องศึกษา

ข้อมูลเกี่ยวกับทักษะการนำเข้า-ส่งออก เพื่อให้เกิดความรู้ในการหาช่องทางการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ และเพื่อพัฒนาตนเองจากการเป็นแค่ผู้ผลิตที่ตอบสนองต่อความต้องการระดับท้องถิ่นในประเทศ ให้ยกระดับไปสู่ผู้ผลิตที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในระดับสากลหรือตลาดต่างประเทศได้ นอกจากนี้อาจมีการเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนและเป็นช่องทางการเข้าถึงลูกค้าในต่างประเทศ และเป็นการนำธุรกิจเข้าสู่ตลาดต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง “การสำรวจความต้องการเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการนำเข้า-ส่งออกของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน (OTOP) ในอำเภอบางปะอิน-บางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนหรือผู้ผลิตสินค้า OTOP มีความสามารถในการดำเนินธุรกิจสู่สากล และเป็นการเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับทักษะด้านการนำเข้า-ส่งออก ที่กลุ่มต้องการ และทำให้ผู้ผลิตสินค้า OTOP มีความสามารถในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดมูลค่าเพิ่มให้สอดคล้องต่อความต้องการของตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ เพื่อให้ธุรกิจมีการปรับการพัฒนาให้พร้อมกับการแข่งขันตลอดเวลาต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน (OTOP) อำเภอบางปะอิน-บางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. เพื่อศึกษาการพัฒนาศักยภาพด้านการนำเข้า-ส่งออก และด้านช่องทางการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศให้ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน (OTOP) อำเภอบางปะอิน-บางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ในการวิจัยอำเภอบางปะอิน-บางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากร (Population) คือ ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน OTOP อำเภอบางปะอิน-บางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จำนวน 85 ผู้ประกอบการ จึงทำการเก็บกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวนทั้งสิ้น 85 ผู้ประกอบการ

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจ OTOP และข้อมูลความต้องการในการพัฒนาความรู้ 2) ตัวแปรตาม ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพด้านการนำเข้า-ส่งออก และด้านช่องทางการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศให้ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน (OTOP)

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการศึกษาผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัยเป็นเวลา 1 ปี ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2560 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2561

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

ธุรกิจ OTOP หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในอำเภอบางปะอิน-บางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

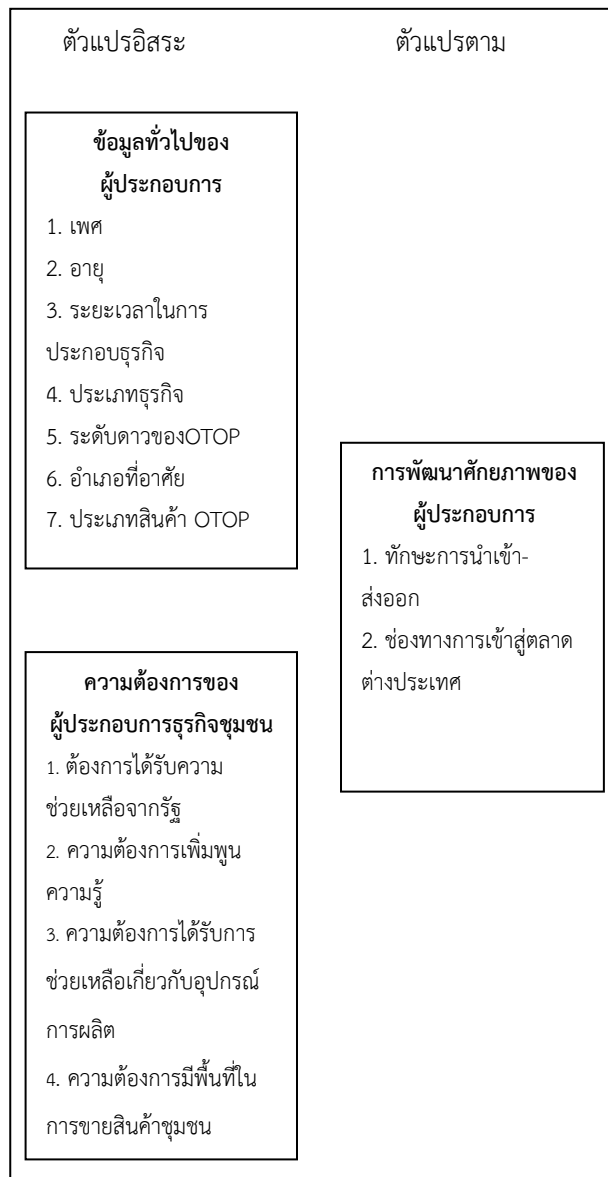
การพัฒนา หมายถึง การพัฒนาศักยภาพด้านการนำเข้า-ส่งออก และด้านช่องทางการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศให้ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน (OTOP)

ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถหรือความพร้อมในตัวของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาการปรับปรุง การจัดการ หรือการ

การนำเข้า-ส่งออก หมายถึง การส่งออกและนำเข้าซึ่งสินค้าจะต้องมีหน่วยงานที่ต้องเกี่ยวข้องด้วยคือ กรมศุลกากรและที่สำคัญต้องอยู่ภายใต้กฎหมายการนำเข้าและส่งออกของประเทศนั้น ๆ

การสำรวจความต้องการ หมายถึง การค้นหาความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน OTOP ว่าผู้ประกอบการต้องการได้รับความช่วยเหลือจากรัฐด้านการเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับการเพิ่มผลผลิต

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร (Population) คือ ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน (OTOP) อำเภอบางปะอิน-บางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 85 ผู้ประกอบการ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2560) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่ม

ตัวอย่างประชากรที่จะใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 85 ผู้ประกอบการ (โดยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)

2.2 เครื่องมือการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม เพื่อนำไปเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการซึ่งแบ่งออกได้เป็น 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน (OTOP) ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ (OTOP) ตอนที่ 3 ข้อมูลการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน (OTOP) ด้านการนำเข้า-ส่งออก และช่องทางการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน OTOP อำเภอบางปะอิน-บางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 85 ชุด จากนั้นจึงนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล แล้วจึงประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามไปจัดโครงการพัฒนาศักยภาพให้ผู้ประกอบการ

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวม และค้นคว้ามาจากหนังสือ เอกสาร ตำราวิชาการ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องในพื้นที่อำเภอบางปะอิน-บางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ ค่าความถี่และค่าร้อยละ เพื่อใช้อธิบายข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกได้เป็น 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน (OTOP) ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ (OTOP) ตอนที่ 3 ข้อมูลการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน (OTOP) ด้านการนำเข้า-ส่งออก และช่องทางการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

3. ผลการวิจัย

3.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน OTOP

1) ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน OTOP ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 64 คน คิดเป็นร้อยละ 75.29 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 24.71

2) ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน OTOP ส่วนใหญ่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 49.41 รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 30.59 และอายุ 20-31 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 16.47 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.53 ตามลำดับ

3) ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน OTOP ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจส่วนใหญ่ 4-6 ปี จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ 7-9 ปี จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.94 รองลงมาคือ 10 ปีขึ้นไป มีจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ 1-3 ปี มีจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.06 ตามลำดับ

4) ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน OTOP ส่วนใหญ่ประเภทธุรกิจเป็นแบบเจ้าของคนเดียว จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.60 รองลงมาคือแบบกลุ่มผู้ผลิต จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.23 รองลงมาคือ SMEs จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.17

5) ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน OTOP ส่วนใหญ่มีระดับดาว 3 ดาว จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.94 รองลงมาคือระดับ 2 ดาว มีจำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.06 และ 1 ดาว จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.42 และ 4 ดาว จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.06 และ 5 ดาว จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.52

6) ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน OTOP ส่วนใหญ่ทำธุรกิจอยู่ในอำเภอบางไทร จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 50.59 รองลงมาคือ อำเภอบางปะอิน มีจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.41

7) ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน OTOP ส่วนใหญ่มี OTOP ประเภทอาหาร 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.94 รองลงมาคือ OTOP ประเภทของใช้ มีจำนวน 8 ราย คิดเป็นจำนวน 9.41 รองลงมาคือ OTOP ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร มีจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.24 และประเภทเครื่องดื่ม มีจำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.88 และประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย มีจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.53

2. ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ OTOP

1) ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน OTOP ส่วนใหญ่ต้องการได้รับความช่วยเหลือจากรัฐด้านการส่งออกต่างประเทศ มีจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.65 รองลงมาคือต้องการอบรมความรู้ต่าง ๆ มีจำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.41 และต้องการให้รัฐลดภาษีหรือยกเว้นภาษีให้ มีจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.95 และต้องการให้รัฐสนับสนุนงบประมาณ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76 และต้องการให้รัฐจัดหาแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้ มีจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.88 และต้องการให้รัฐรับซื้อผลผลิต มีจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 2

2) ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน OTOP มีความต้องการเพิ่มพูนความรู้ โดยต้องการโครงการอบรมด้านทักษะการนำเข้า-ส่งออก จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.29 รองลงมาคือต้องการให้จัดโครงการอบรมด้านช่องทางการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.29 รองลงมาคือต้องการให้จัดโครงการอบรมด้านพิธีทางศุลกากร จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.82 รองลงมาคือต้องการให้จัดโครงการอบรมด้านแนวทางการพัฒนาสินค้า OTOP จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.72 รองลงมาคือมาตรการส่งเสริมของหน่วยงานรัฐ มีจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.35 และต้องการให้จัดโครงการอบรมด้านมาตรการภาษี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.35 ตามลำดับ

3) ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน OTOP ส่วนใหญ่ต้องการได้รับความช่วยเหลือด้านการให้ความรู้ด้าน

อุปกรณ์การผลิต จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.76 รองลงมาคือต้องการได้รับความช่วยเหลือด้านแหล่งเงินทุนในการประกอบธุรกิจ จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.71 และต้องการได้รับความช่วยเหลือด้านการหาช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.94 และต้องการได้รับความช่วยเหลือด้านความรู้การทำบัญชี จำนวน 9 ราย คิดเป็นจำนวน 10.59

4) ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน OTOP ส่วนใหญ่ต้องการขายสินค้าในพื้นที่อื่น ๆ จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.47 รองลงมาคือต้องการขายสินค้าในชุมชน จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.53 ตามลำดับ

2.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากการสัมภาษณ์การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน (OTOP) ผลจากการสัมภาษณ์ต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไปจัดโครงการอบรมทักษะให้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน (OTOP) ในด้านดังนี้

1. การอบรมด้านทักษะการนำเข้า-ส่งออก
2. การอบรมด้านช่องทางการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

เพื่อเป็นการเพิ่มทักษะความรู้ให้ผู้ประกอบการได้มีความรู้ในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการทำธุรกิจในระดับสากล และทำให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนได้

4. อภิปรายผล

1. ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ประกอบการ พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการได้รับความช่วยเหลือจากรัฐด้านการส่งออกต่างประเทศ มีจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.65 มีความต้องการเพิ่มพูนความรู้ โดยต้องการโครงการอบรมด้านทักษะการนำเข้า-ส่งออก จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.29 มีต้องการได้รับความช่วยเหลือด้านการให้ความรู้ด้านอุปกรณ์การผลิต จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.76 กลุ่มลูกค้าหลักอยู่ในจังหวัดอื่น ๆ จำนวน 65 ราย

คิดเป็นร้อยละ 76.47 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากประกอบการธุรกิจชุมชน OTOP มีความต้องการและพัฒนาให้ธุรกิจดำเนินสู่สากล และเป็นการเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับทักษะด้านการนำเข้า-ส่งออก ตามที่กลุ่มต้องการ และจะทำให้ผู้ผลิตสินค้า OTOP เกิดมูลค่าเพิ่ม และให้สอดคล้องต่อความต้องการของตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ ธุรกิจจึงต้องการพัฒนาให้พร้อมกับการแข่งขันตลอดเวลาต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (ณัฐพันธุ์ เจริญนันท์, 2552)

2. ข้อมูลการพัฒนาศักยภาพให้ผู้ประกอบการธุรกิจ โดยผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนมีความต้องการพัฒนาศักยภาพให้ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน OTOP ได้มีความรู้ในด้าน 1) ทักษะการนำเข้า-ส่งออก และ 2) ช่องทางการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ประกอบการต้องนำธุรกิจเข้าสู่สากล และต้องการมีความรู้ในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ จึงทำให้ผู้ประกอบการ OTOP ต้องการพัฒนาศักยภาพในด้านทักษะการนำเข้าและการส่งออก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (ณัฐพันธุ์ เจริญนันท์, 2552) ทั้งนี้การส่งออกเป็นกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ให้สามารถบรรลุความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้ตามเป้าหมาย

5. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในครั้งนี้

ภาครัฐควรมีการส่งเสริมด้านการตลาดต่างประเทศ และหาลูกค้าจากต่างประเทศให้กับผู้ประกอบการ และให้ภาครัฐช่วยขยายตลาดมีการส่งออกต่างประเทศมากขึ้น ช่วยจัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำเพื่อนำเงินมาลงทุนและขยายธุรกิจให้หน่วยงานของรัฐช่วยการลดภาษีหรือยกเว้นภาษีให้กับกลุ่มธุรกิจชุมชน

พร้อมทั้งหาแนวทางในการพัฒนาส่งเสริมธุรกิจ OTOP หน่วยงานรัฐบาล ควรจัดการฝึกอบรมในประเด็นที่ผู้ประกอบการต้องการและพัฒนาศักยภาพการนำเข้า-ส่งออก และช่องทางเข้าสู่ตลาดต่างประเทศให้กับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน (OTOP)

2. ข้อเสนอแนะในครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาในเรื่องของแนวทางในการส่งเสริมด้านการส่งออกสินค้า OTOP ของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

6. เอกสารอ้างอิง

- ขวัญกมล ดอนขวา. 2556. การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ณัฐพันธุ์ เจริญนันท์. (2552). การจัดการเชิงกลยุทธ์ (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2560). ยกระดับความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตของประชาชน. สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม. (2557). โอกาสและผลกระทบของ OTOP กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กรุงเทพฯ : สสว.
- สำนักงานสถิติพยากรณ์. 2554. เรื่องการสร้างงานสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ประชาชน เพื่อพัฒนาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.
- อุทิศ ศิริวรรณ. 2558. นวัตกรรมธุรกิจ SMEs ไทยและกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ : บริษัท ฐาน Research & Market จำกัด

โลจิสติกส์เพื่อการจัดการขยะมูลฝอย โดยรอบเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Logistics for Solid Waste Management in the Island City of

Phranakhon Si Ayutthaya Province

สุทามาศ ยิ้มวัฒนา¹

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “โลจิสติกส์เพื่อการจัดการขยะมูลฝอย ในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการจัดการโลจิสติกส์ขยะมูลฝอย โดยรอบเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการโลจิสติกส์ขยะมูลฝอยโดยรอบเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา งานวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในท้องถิ่น จำนวน 78 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ สันทนากลุ่ม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษา พบว่า

1. การจัดการโลจิสติกส์ขยะมูลฝอยโดยรอบเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 84 ช่วงอายุของผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 40-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 61.5 การศึกษาระดับประถมศึกษา 36 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 มีหน้าที่และความรับผิดชอบหลักเป็นพนักงานเก็บขยะ คิดเป็นร้อยละ 67.9 มีอายุงานต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.6 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของระบบการเก็บขนและระบบขนส่งเพื่อการจัดการขยะมูลฝอย แบ่งออกเป็น 9 ประเด็น ดังนี้ ประเด็นที่ 1 อุปกรณ์ในการเก็บขน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่ 2 อุปกรณ์ในการรองรับขยะมูลฝอย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่ 3 เส้นทางเก็บขนขยะมูลฝอย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่ 4 ปริมาณขยะมูลฝอย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่ 5 พลังงาน(เชื้อเพลิง) มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ประเด็นที่ 6 ระยะเวลาไปยังจุดกำจัด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่ 7 อุปกรณ์ในการขนส่ง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่ 8 บุคลากร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่ 9 เทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการโลจิสติกส์ขยะมูลฝอยของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 4 แนวทางหลัก ดังนี้

2.1 รณรงค์และประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเข้าใจถึงวิธีการคัดแยกและเห็นความสำคัญในการคัดแยกขยะมูลฝอย โดยมีการติดตามและประเมินผลแบ่งออกเป็น 3 ระยะเพื่อเปรียบเทียบก่อน-หลังการพัฒนา

¹ อาจารย์สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail : sutamard@aru.ac.th

2.2 ส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บขนและขนส่ง ให้มีสภาพพร้อมใช้งานอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับปริมาณขยะที่อาจเกิดขึ้นตามสถิติที่พบ

2.3 แนวทางการลดปริมาณขยะด้วยการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจถึงประโยชน์ของการนำสิ่งของที่มีอยู่ในครัวเรือนกลับมาใช้ใหม่ การเลือกใช้วัสดุจากธรรมชาติทดแทนการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ทำลายได้ยาก ขอความร่วมมือจากสถาบันการศึกษาแนะนำการซ่อมแซมเครื่องใช้ไฟฟ้าเบื้องต้น หรือการทำปุ๋ยหมักชีวภาพจากเศษผัก ผลไม้ ใช้เองภายในครัวเรือน

2.4 กำหนดระบบการติดตามและกำกับการทำงานของรถขนส่งขยะมูลฝอยเพื่อดูแลควบคุมการทำงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น ระบบ GPS TRACKING ที่สามารถควบคุมการดำเนินงานขนส่งได้อย่างครบวงจรเพื่อควมมีประสิทธิภาพสูงสุดทั้งด้านเวลาและพลังงาน

คำสำคัญ : โลจิสติกส์ การจัดการขยะ โลจิสติกส์เพื่อการจัดการขยะมูลฝอย

Abstract

The purposes of this qualitative research are to: 1) study logistics for solid waste management in the island city of Phranakhon Si Ayutthaya Province; and 2) suggest logistic guidelines for solid waste management in the island city of Phranakhon Si Ayutthaya Province. The subjects are 78 local people concerned. The research instruments used for collecting data are a questionnaire and a focus group discussion. The statistical tools used for data analysis are frequency, percentage, mean and standard deviation. The results are as follows:

1. According to the personal information of the subjects, it is found that most of them are male (84%), aged between 40 and 60 (61.5%). 36 people are in the elementary level of education (46.2%). Most have been working as garbage collectors (67.9%) with less than 5 years of work experience (52.6%). Their opinions concerning the solid waste management can be divided into 9 aspects. As a whole, garbage collection equipment, garbage disposal equipment, garbage collection route, the amount of garbage, distance from garbage sources to disposal sites, garbage transport and a number of staff are the 7 aspects ranked at a high level in their opinions concerned; a fuel (gasoline) is the aspect ranked at a medium level while technology is the aspect ranked at the lowest.

2. The suggested logistic guidelines for solid waste management in the island city of Phranakhon Si Ayutthaya Province consist of 4 key procedures:

2.1 The ways and the importance of solid waste sorting should be campaigned and publicized among people;

2.2 The solid waste management under the provincial administrative organizations should be promoted and supported by the authorities concerned;

2.3 The ways to reduce the amount of solid waste should be suggested and publicized among people; and

2.4 The operational tracking and monitoring in solid waste transportation should be comprehensively set up for the benefits of the most efficient uses of time and energy.

Keywords: logistics, solid waste management, logistics for solid waste management

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ.2555-2559) ได้กำหนดแนวทางเพื่อมุ่งเน้นให้การดำเนินการวิจัยของหน่วยงานวิจัยต่างๆ ใช้เป็นกรอบทิศทางในการทำวิจัยของหน่วยงาน โดยสอดคล้องกับสถานการณ์ของประเทศบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งความต้องการของพื้นที่ และสอดคล้องกับทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) สำหรับการวิจัยด้านการจัดการขยะของชุมชน ถือว่าเป็นปัญหาสำคัญของประเทศ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ได้พิจารณาถึงปัญหาของการจัดการขยะที่เกิดขึ้นในบางส่วนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการผลงานวิจัยและความรู้เพื่อเร่งแก้ไขปัญหาดังกล่าว จึงกำหนดการวิจัยด้านการจัดการขยะของชุมชนไว้เป็นสิ่งที่ควรมุ่งเน้น ความสำคัญในด้านการจัดการโลจิสติกส์ขยะของชุมชน ประกอบกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยาประสบกับปัญหาปริมาณขยะที่มากขึ้นทุกปี ด้วยภายในเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา เป็นแหล่งมรดกโลกที่ผู้คนจากทั่วโลกให้ความสนใจเข้ามาท่องเที่ยว พักอาศัย ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้เกิดปัญหาขยะตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ในปัจจุบัน ซึ่งมากเกินความสามารถในการทำลายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 1 พื้นที่รอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา

ที่มา : <http://thai-tour.com>

ปัญหาขยะมูลฝอย เป็นปัญหาใหญ่ที่สะสมมานานของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีสาเหตุจากการขาดการคาดการณ์ปริมาณขยะที่จะเกิดขึ้น จนไม่สามารถมีระบบการรองรับปริมาณขยะที่ดี ด้วยจุดเด่นในการเป็นเมืองท่องเที่ยวจึงทำให้นักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้ามาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปัญหาที่ตามมาของชุมชนคือปัญหาขยะ ซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบควบคุมปริมาณขยะ และจัดการปริมาณขยะของเสีย สิ่งปฏิกูลต่างๆ ยังขาดแนวทางที่ดีในการบริหารจัดการสังเกตได้จากสถิติขยะมูลฝอยที่พบในปัจจุบัน

จากข้อมูลด้านสถิติของขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาระหว่างปี พ.ศ. 2558 พบว่า ปริมาณขยะมูลฝอยทั้งหมดที่เกิดขึ้นมีถึง 1,066 ตันต่อวัน สามารถทำลายได้เพียง 693.65 ตันต่อวัน จึงมีขยะมูลฝอยคงเหลือค้าง 372.35 ตันต่อวัน

ตารางที่ 1 ข้อมูลด้านสถิติสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2558

รายละเอียดขยะมูลฝอยในจังหวัด	2558
ปริมาณขยะมูลฝอยทั้งหมด (ตัน/วัน)	1,066
ปริมาณขยะมูลฝอยที่สามารถทำลายได้ (ตัน/วัน)	693.65
คงเหลือ	372.35

จากตารางที่ 1 ข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าการจัดการขยะมูลฝอย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ยังประสบปัญหาการศึกษาเรื่องนี้จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ต่อการบริหารจัดการขยะที่มีมากขึ้นของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและสามารถใช้ในการวางแผนการรองรับกับปริมาณขยะมูลฝอยที่จะมีมากขึ้นในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาการจัดการโลจิสติกส์ขยะมูลฝอย โดยรอบเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.2.2 เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการโลจิสติกส์ขยะมูลฝอยโดยรอบเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

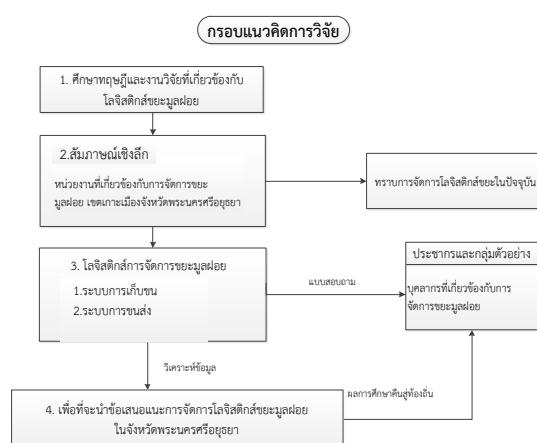
1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ปฏิบัติหน้าที่ในกิจกรรมโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะมูลฝอย ในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 78 คน และหน่วยงานต่อเนื่อง เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องรับช่วงต่อในช่วงทำลายขยะ 1 คน

1.3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ในการวิจัย ครั้งนี้คือพื้นที่ในความดูแลของเทศบาลนครพระนครศรีอยุธยา

1.3.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา สถิติการเก็บขนขยะมูลฝอย ย้อนหลัง นโยบายการจัดการขยะมูลฝอยของท้องถิ่น และการจัดการขยะมูลฝอย ในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.3.4 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัย ครั้งนี้ ดำเนินการระหว่างเดือน สิงหาคม 2559 – ตุลาคม 2560

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดโครงการวิจัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ศึกษาข้อมูล ที่มีผู้รวบรวมเป็นเอกสารเผยแพร่ไว้แล้ว และเอกสารทางราชการที่เกี่ยวข้อง อาทิ ข้อมูล สถิติการเก็บขนขยะมูลฝอย ย้อนหลัง นโยบายการจัดการขยะมูลฝอยของท้องถิ่น เป็นต้น

2.2 การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ซึ่งเก็บจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกิจกรรมโลจิสติกส์การจัดการขยะมูลฝอยในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.3 ทำการสอบถามโลจิสติกส์ขยะมูลฝอยในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากหน่วยงาน

ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลไปดำเนินการสำรวจกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับขยะมูลฝอย ตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำต่อไป

3. สรุปผลการวิจัย

3.1 ผลการสัมภาษณ์การจัดการโลจิสติกส์ขยะมูลฝอย โดยรอบเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า

3.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 84 เพศหญิง มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 ช่วงอายุของผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 40-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 61.5 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ระดับประถมศึกษา 36 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีหน้าที่และความรับผิดชอบหลักเป็นพนักงานเก็บขยะ 53 คน คิดเป็นร้อยละ 67.9 และส่วนใหญ่มีอายุงานต่ำกว่า 5 ปี 41 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6

3.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของระบบการเก็บขนและระบบขนส่งเพื่อการจัดการขยะมูลฝอย โดยรอบเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ประเด็นที่ 1 อุปสรรคในการเก็บขน ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีต่อระบบการเก็บขน ประเด็นที่ 1 อุปสรรคในการเก็บขน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$ และ $S.D. = 0.37$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าประเด็นความคิดเห็น เรื่องอุปสรรคป้องกันผู้ปฏิบัติงานเก็บขนขยะมีความคิดเห็นมากที่สุด

ประเด็นที่ 2 อุปสรรคในการรองรับขยะมูลฝอย ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีต่อระบบการเก็บขน ประเด็นที่ 2 อุปสรรคในการรองรับขยะ

มูลฝอย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$ และ $S.D. = 0.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าประเด็นความคิดเห็นเรื่องจุดวางถังขยะมีความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ที่มีความคิดเห็นในระดับมาก

ประเด็นที่ 3 เส้นทางเก็บขนขยะมูลฝอย ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีต่อระบบการเก็บขน ประเด็นที่ 3 เส้นทางเก็บขนขยะมูลฝอย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$ และ $S.D. = 0.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าประเด็นความคิดเห็นเรื่องมีการวางแผนเส้นทางในการเก็บขยะเพื่อขนส่งไปยังจุดปลายทางมีความคิดเห็นมากที่สุด

ประเด็นที่ 4 ปริมาณขยะมูลฝอย ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีต่อระบบการเก็บขน ประเด็นที่ 4 ปริมาณขยะมูลฝอย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$ และ $S.D. = 0.61$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกประเด็นความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และมีประเด็นเรื่องมีการวางแผนปริมาณในการเก็บขนขยะตามพื้นที่ต่างๆ มีค่าสูงกว่าทุกด้าน

ประเด็นที่ 5 พลังงาน(เชื้อเพลิง) ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีต่อระบบการเก็บขน ประเด็นที่ 5 ด้านพลังงาน (เชื้อเพลิง) มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.18$ และ $S.D. = 0.49$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าประเด็นความคิดเห็นเรื่องมีการตรวจสอบปริมาณเชื้อเพลิงที่ใช้ต่อรถขยะ 1 คันมีความเหมาะสมมากที่สุด

ประเด็นที่ 6 ระยะทางไปยังจุดกำจัด ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีต่อระบบการขนส่ง ประเด็นที่ 6 ระยะทางไปยังจุดกำจัดขยะ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$ และ $S.D. = 0.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ประเด็นความคิดเห็นเรื่องระยะทางจากจุดเก็บขยะไปถึงสถานีกำจัดขยะเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าทุกด้าน

ประเด็นที่ 7 อุปกรณ์ในการขนส่ง ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีต่อระบบการขนส่ง ประเด็นที่ 7 อุปกรณ์ในการขนส่ง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$ และ $S.D. = 0.78$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าประเด็นความคิดเห็นเรื่องอุปกรณ์ในการขนส่งมีความเหมาะสมพร้อมใช้งานมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าทุกด้าน

ประเด็นที่ 8 บุคลากร ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีต่อระบบการขนส่ง ประเด็นที่ 8 บุคลากร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$ และ $S.D. = 0.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าประเด็นความคิดเห็นเรื่องบุคลากรมีความรู้ในระบบขนส่งมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าทุกด้าน

ประเด็นที่ 9 เทคโนโลยี ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีต่อระบบการขนส่ง ประเด็นที่ 9 เทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X} = 1.50$ และ $S.D. = 0.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าทุกประเด็นมีค่าน้อยที่สุด เช่น มีการวางแผนจัดซื้อเทคโนโลยีเพื่อควบคุมรถ เช่น ความเร็ว เส้นทาง การใช้เทคโนโลยีควบคุมรถในการขนส่งไปจนถึงจุดกำจัด เช่น GPS การใช้เทคโนโลยีในระบบขนส่ง เช่น การควบคุมพลังงานและการใช้เทคโนโลยีควบคุมบุคลากรขับรถ

3.2 แนวทางการจัดการโลจิสติกส์ขยะมูลฝอย โดยรอบเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการศึกษาในส่วนของผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ และเครื่องมือ พบว่า หน่วยงานขาดการให้ความสำคัญของการลดปริมาณขยะมูลฝอยในครัวเรือน ไม่สามารถแยกประเภทขยะมูลฝอย ปริมาณขยะที่ใช้งานได้มี

จำนวนจำกัด รวมถึงขาดเทคโนโลยีในการควบคุมการดำเนินกิจกรรมการจัดการขยะมูลฝอย แนวทางพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ขยะมูลฝอยของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 4 แนวทางหลัก

3.2.1 รณรงค์และประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเข้าใจถึงวิธีการคัดแยกและเห็นความสำคัญในการคัดแยกขยะมูลฝอย โดยมีการติดตามและประเมินผลแบ่งออกเป็น 3 ระยะเพื่อเปรียบเทียบก่อน-หลังการปรับปรุง

3.2.2 ส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บขนและขนส่ง ให้มีสภาพพร้อมใช้งานอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับปริมาณขยะที่อาจเกิดขึ้นตามสถิติที่พบ

3.2.3 แนวทางการลดปริมาณขยะด้วยการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจถึงประโยชน์ของการนำสิ่งของที่มิอยู่ในครัวเรือนกลับมาใช้ใหม่ การเลือกใช้วัสดุจากธรรมชาติทดแทนการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ทำลายได้ยาก ขอความร่วมมือจากสถาบันการศึกษาแนะนำการซ่อมแซมเครื่องใช้ไฟฟ้าเบื้องต้น หรือการทำปุ๋ยหมักชีวภาพจากเศษผัก ผลไม้ใช้เองภายในครัวเรือน

3.2.4 กำหนดระบบการติดตามและกำกับการดำเนินงานของรถขนส่งขยะมูลฝอยเพื่อดูแลควบคุมการทำงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น ระบบ GPS TRACKING ที่สามารถควบคุมการดำเนินงานขนส่งได้อย่างครบวงจรเพื่อควมมีประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งด้านการใช้ทรัพยากร

4. อภิปรายผล

ประเด็นที่ 1 อุปสรรคในการเก็บขน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$ และ $S.D. = 0.37$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีประเด็นความคิดเห็นเรื่องอุปสรรคป้องกันผู้ปฏิบัติงานเก็บขนขยะมีความคิดเห็นมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากหน่วยงานมีความคำนึงความปลอดภัยในการปฏิบัติการงานของบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของการจัดการโลจิสติกส์ขยะมูลฝอย เพราะอุปสรรคในการเก็บขน เป็นจุดเริ่มต้นในการจัดการขยะในส่วนของการต้นน้ำให้เกิดประสิทธิภาพ

ประเด็นที่ 2 อุปสรรคในการรองรับขยะมูลฝอย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$ และ $S.D. = 0.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีประเด็นความคิดเห็นเรื่องจุดวางถังขยะมีความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ที่มีความคิดเห็นในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากหน่วยงานมีความคำนึงถึงองค์ประกอบของการจัดการโลจิสติกส์ซึ่งกระบวนการจัดการโลจิสติกส์อุปสรรคในการรองรับ ถือเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญเปรียบเสมือนจุดรวบรวม เพื่อนำไปส่งต่อหรือทำลายขยะมูลฝอยต่อไป

ประเด็นที่ 3 เส้นทางเก็บขนขยะมูลฝอย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$ และ $S.D. = 0.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีประเด็นความคิดเห็นเรื่องมีการวางแผนเส้นทางในการเก็บขยะเพื่อขนส่งไปยังจุดปลายทางมีความคิดเห็นมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากหน่วยงานมีการวางแผนในการควบคุมต้นทุนด้านพลังงาน ทั้งเวลา และพลังงานเชื้อเพลิง เรียกว่าคือรูปแบบหนึ่งของกระบวนการควบคุมต้นทุนด้านโลจิสติกส์ขยะมูลฝอยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ หรือ แนวคิดของการจัดการโลจิสติกส์ขยะมูลฝอย

ประเด็นที่ 4 ปริมาณขยะมูลฝอย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$ และ $S.D. = 0.61$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทุกประเด็นความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และมีประเด็นเรื่องมีการวางแผนปริมาณในการเก็บขนขยะตามพื้นที่ต่างๆมีค่าสูงกว่าทุกด้าน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากหน่วยงานมีความคำนึงถึงปริมาณขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นในอดีต ซึ่งสอดคล้องกับรายงานสถานการณ์ด้านการจัดการขยะมูลฝอยของประเทศไทย (กรมควบคุมมลพิษ, 2559)

ประเด็นที่ 5 พลังงาน(เชื้อเพลิง) มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.18$ และ $S.D. = 0.49$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีประเด็นความคิดเห็นเรื่องมีการตรวจสอบปริมาณเชื้อเพลิงที่ใช้ต่อรถขยะ 1 คันมีความเหมาะสมมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากหน่วยงานมีการตรวจสอบการเบิก-จ่ายน้ำมันเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โพนนาค

ประเด็นที่ 6 ระยะทางไปยังจุดกำจัด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$ และ $S.D. = 0.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีประเด็นความคิดเห็นเรื่องระยะทางจากจุดเก็บขยะไปถึงสถานีกำจัดขยะเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าทุกด้าน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากหน่วยงานมีการวางแผนต่อเนื่องจากการควบคุมต้นทุนด้านพลังงาน ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของการจัดการขยะมูลฝอย

ประเด็นที่ 7 อุปสรรคในการเก็บขน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$ และ $S.D. = 0.78$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีประเด็นความคิดเห็นเรื่องอุปสรรคในการขนส่งมีความเหมาะสมพร้อมใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าทุกด้าน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากหน่วยงาน

มีการวางแผนการใช้อุปกรณ์และบรรจุแผนดังกล่าวเพื่อขออนุมัติงบประมาณประจำปี เพื่อการจัดการอุปกรณ์ให้มีความเพียงพอต่อการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากร ส่งผลให้การดำเนินการกิจกรรมโลจิสติกส์ขยะมูลฝอยในส่วนนี้ดำเนินการได้อย่างราบรื่น ซึ่งสอดคล้องกับรายงานสถานการณ์ด้านการจัดการขยะมูลฝอยของประเทศไทย (กรมควบคุมมลพิษ, 2559)

ประเด็นที่ 8 บุคลากร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$ และ $S.D. = 0.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีประเด็นความคิดเห็นเรื่องบุคลากรมีความรู้ในระบบขนส่งมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าทุกด้าน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากหน่วยงานมีการจัดอบรมขั้นตอนวิธีการปฏิบัติงานให้แก่บุคลากรเพื่อลดความเสี่ยงในการทำงาน และเพื่อความรวดเร็วในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของการจัดการขยะมูลฝอย

ประเด็นที่ 9 เทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X} = 1.50$ และ $S.D. = 0.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าทุกประเด็นมีค่าน้อยที่สุด เช่น มีการวางแผนจัดซื้อเทคโนโลยีเพื่อควบคุมรถ เช่น ความเร็ว เส้นทาง การใช้เทคโนโลยีควบคุมรถในการขนส่งไปจนถึงจุดกำจัด เช่น GPS การใช้เทคโนโลยีในระบบขนส่ง เช่น การควบคุมพลังงาน และการใช้เทคโนโลยีควบคุมบุคลากรขับรถ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากหน่วยงานยังไม่มีให้นำเทคโนโลยีเข้ามาควบคุมการดำเนินการจัดการขยะเลยจากการศึกษาประเด็นด้านเทคโนโลยี GPS ควรต้องมีการทบทวนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการโลจิสติกส์ขยะมูลฝอย ซึ่งพบว่าประเด็นดังกล่าวไม่สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการขยะ มูลฝอย

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

โลจิสติกส์การจัดการขยะมูลฝอยในส่วนของกิจกรรมการเก็บขนบุคลากรที่ทำงานมีความจำเป็นต้องทำให้มีการจัดวางถังขยะ อุปกรณ์เก็บขนให้เพียงพอ เพื่อให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงาน และต้องการให้มีการแบ่งแยกขยะตามประเภทความอันตราย เพื่อป้องกันอันตรายที่อาจเกิดในการปฏิบัติหน้าที่ของผู้รับผิดชอบ ในส่วนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะมูลฝอยควรให้ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานอย่างปลอดภัย รวมถึงมีการกระตุ้นให้ใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายขณะปฏิบัติงานในอนาคตต้องการให้นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ควบคุมการทำงานของรถขนขยะมูลฝอย

5.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรมีศึกษาด้านทุนกิจกรรมในระบบโลจิสติกส์ขยะมูลฝอย และควรมีการนำเทคโนโลยีการวางแผนเส้นทางการขนส่งเข้ามาเพิ่มเติมในการศึกษา

6. เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมมลพิษ, (2559) .แผนแม่บทการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของประเทศ พ.ศ. 2559 – 2564. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์.
- สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2558). ข้อมูลด้านสถิติขยะ ประจำปี 2558 แยกรายอำเภอ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี .แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559. กรุงเทพฯ

สาธิต พะเนียงทอง. (2548) . Supply Chain Strategy

การจัดการโซ่อุปทานเชิงกลยุทธ์, ซีเอ็ดดูเคชั่น,
กรุงเทพ.

สำนักจัดการกากของเสียและสารอันตราย กรมควบคุม

มลพิษ.(2559). สรุปผลการดำเนินงานประจำปี
งบประมาณ พ.ศ. 2559 , กรุงเทพ.

อโนทัย พวงนาค . (2549). การศึกษาโลจิสติกส์

การจัดการมูลฝอยทางน้ำของแม่น้ำเจ้าพระยา
ในกรุงเทพมหานครด้วยระบบสารสนเทศ
ภูมิศาสตร์. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม วิทยาลัย
สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อัครณัฐ อุ้นจางวาง. (2554). การจัดการขยะมูลฝอย

ในครัวเรือนของประชาชนในเขตเทศบาล
ตำบลสามัคคีพัฒนา อำเภออากาศอำนวย
จังหวัดสกลนคร . ปริญญา รัฐ
ประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต.รัฐประศาสน
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

การวิเคราะห์ต้นทุนและระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชน กรณีศึกษา : กลุ่มจักสานหวาย

บ้านวัดนาค ตำบลปากกระแ อําเภอพนครศรีอยุธยา จังหวัดพนครศรีอยุธยา

Cost Analysis and Cost Accounting Systems of Community Products: A Case Study of Rattan Basketry

Group of Ban Wat Nak, Pak Kran Sub-district, Phranakhon Si Ayutthaya Province

เพ็ญภา หวังที่ชอบ

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนและระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มจักสานหวาย บ้านวัดนาค ตำบลปากกระแ อําเภอพนครศรีอยุธยา จังหวัดพนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบบัญชีต้นทุน และต้นทุนผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อศึกษาความสามารถของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเกี่ยวกับการวางระบบบัญชีต้นทุนและการวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ เพื่อจัดทำแนวทางการวางระบบบัญชีต้นทุนและการวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานหวาย เครื่องมือการวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานหวายมีสินค้าที่เป็นที่นิยมอยู่ 5 แบบด้วยกัน ได้แก่ ฝาชีขนาดใหญ่ ฝาชีขนาดเล็ก ตะกร้าถือนานกลาง กระเป๋าทู และกล่องใส่กระดาษทิชชู ลักษณะการผลิตเป็นการผลิตเอง ลักษณะการขายเป็นการขายปลีก การศึกษาระบบบัญชีต้นทุนพบว่าใช้ระบบมือในการทำบัญชี การวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วยจะใช้วิธีกะประมาณ ไม่มีการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน กำหนดราคาขายโดยการกะประมาณ ระบบบัญชีต้นทุนของกลุ่มจะใช้เอกสารประกอบการบันทึกบัญชี คือ บิลเงินสด การบันทึกรายการขึ้นต้นจะบันทึกสมุดในสมุดรายรับรายจ่ายเพียงเล่มเดียว ไม่ได้จัดทำงบการเงิน ใช้เครื่องคิดเลข ปากกา ดินสอ เป็นเครื่องมือในการทำบัญชี มีความสามารถในงานบัญชีเล็กน้อย ด้านความสามารถไม่มีความสามารถในการทำระบบบัญชีต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุนฝาชีขนาดใหญ่ มีต้นทุนต่อหน่วยอันละ 540 บาท ราคาขาย อันละ 810 บาท จะมีกำไรอันละ 270 บาท คิดเป็น 50% ฝาชีขนาดเล็ก มีต้นทุนต่อหน่วยอันละ 290 บาท ราคาขาย อันละ 435 บาท จะมีกำไรอันละ 145 บาท คิดเป็น 50% ตะกร้าถือนานกลาง มีต้นทุนต่อหน่วยอันละ 360 บาท ราคาขาย อันละ 540 บาท จะมีกำไรอันละ 180 บาท คิดเป็น 50% กระเป๋าทู มีต้นทุนต่อหน่วยอันละ 350 บาท ราคาขาย อันละ 525 บาท จะมีกำไรอันละ 175 บาท คิดเป็น 50% กล่องใส่กระดาษทิชชู มีต้นทุนต่อหน่วยอันละ 150 บาท ราคาขาย อันละ 225 บาท จะมีกำไรอันละ 75 บาท คิดเป็น 50% แนวทางระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลทางการเงิน มี 7 ระบบ เอกสารทางบัญชีที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน มี 13 ฉบับ

คำสำคัญ : ต้นทุน ระบบบัญชี ผลิตภัณฑ์ชุมชน

Abstract

The purposes of this research are to study cost accounting systems and cost analysis conducted by producers of community products and to propose suggested guidelines for them. The subjects, selected by purposive sampling, are rattan basketry producers. The instrument used for this research is a questionnaire.

The results are as follows: Large and small mesh food covers, medium hand baskets, handbags and tissue boxes are their best-selling rattan basketry products. They are homemade products sold in retail. In terms of their cost accounting systems and cost analysis, it is found that manual accounting systems and cost estimation methods have been used. A break-even-point analysis has not been conducted. Their selling prices have been approximately determined. A receipt has been used for accounting records without documents of financial statements. They have a little knowledge of accounting and don't know how to design cost accounting systems. In terms of the guidelines for developing cost accounting systems to meet their needs, 7 cost accounting systems for accounting users and 13 accounting documents for the producers of community products have been suggested.

Keywords: cost, accounting system, community product

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาที่ชี้แนะทางการดำรงชีวิต ที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชมีพระราชดำรัสแก่ชาวไทย เพื่อเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของประเทศไทย ให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนในกระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้นำปรัชญาหลักเศรษฐกิจพอเพียง มาเป็นหลักการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) และฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ซึ่งเป็นหลักในการดำเนินชีวิตที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงพระราชทานแก่ประชาชนชาวไทย ให้นำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต เพื่อเสริมสร้างครอบครัวชุมชน ให้พึ่งตนเองเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจสังคม และวัฒนธรรมในยุคโลกาภิวัตน์

นโยบายขจัดความยากจนและปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลภายใต้หลักเศรษฐกิจพอเพียงของรัฐบาล และพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ได้ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมาจากการรวมตัวของประชาชนในท้องถิ่นที่มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมกันดำเนินงานในเชิงธุรกิจ ที่จะก่อให้เกิดรายได้อันเป็นที่มาของความมั่นคงทางฐานะการเงิน และส่งผลให้ชุมชนหรือท้องถิ่นนั้นๆ มีความเข้มแข็งต่อไป ดังนั้น การที่จะดูแลและพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการมีระบบบัญชีที่เหมาะสม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมดูแลทางการเงินและพัฒนาธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ (สำนักพัฒนาการบัญชีเกษตรกร กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2552)

ผู้วิจัยเป็นบุคลากรในสถาบันการศึกษา และเป็นคณะกรรมการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจชุมชน ได้พบปัญหาของกลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานหวาย สตรีวัดนาค ตำบลปากกรรณ อำเภอยะนิงครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็น

กลุ่มที่ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจชุมชนได้ร่วมอบรมสร้างกลุ่มจักสาน จนได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และจากการได้สัมภาษณ์เบื้องต้นกับสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่ายังต้องการความช่วยเหลือทางด้านบัญชี โดยเฉพาะการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้สอนด้านการบัญชี จึงสนใจศึกษาการคำนวณต้นทุนและระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาองค์ความรู้ในการจัดการเรียนการสอน และเป็นการส่งเสริมสนับสนุนชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้ด้วยการจัดทำระบบบัญชีและคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ เพื่อกำหนดราคาขายที่เหมาะสม ส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนเกิดการพัฒนาดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจนเกิดการพัฒนากฎหมายชีวิต

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระบบบัญชีต้นทุน และต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชน

1.2.2 เพื่อศึกษาความสามารถของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเกี่ยวกับการวางระบบบัญชีต้นทุน และการวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์

1.2.3 เพื่อจัดทำแนวทางการวางระบบบัญชีต้นทุนและการวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ด้านเนื้อหา การวิจัยเรื่องนี้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ภายใต้แบบสอบถามและคำนิยามศัพท์ ดังนี้

1) การวิเคราะห์ต้นทุนและระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ใช้ปัจจุบัน

2) ศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุนและ การจัดทำระบบบัญชีต้นทุน

3) วิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชนและจัดทำระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่เหมาะสม

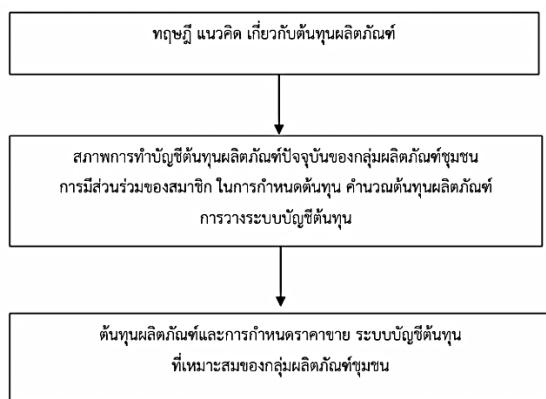
1.3.2 ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากประชากรที่ถูกคัดเลือก

ได้แก่ กลุ่มจักสานหวาย บ้านวัดนาค ตำบลปากกราม
อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.3.3 ด้านพื้นที่ การวิจัยครั้งนี้กำหนดพื้นที่
การศึกษาเฉพาะพื้นที่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพที่ 1.1



2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่กลุ่มผลิตเครื่องจักสานหวาย บ้านวัดนาค ตำบลปากกราม อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ประธานกลุ่ม และผู้จัดทำบัญชีของกลุ่ม

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเป็นลักษณะคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) เพื่อรวบรวม สรุป ข้อมูลการสัมภาษณ์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนมีจำนวน 12 ข้อ โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับชื่อกลุ่ม ชื่อประธานกลุ่ม ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์/ผู้ทำบัญชี ตำแหน่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพในการทำงานในกลุ่มผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ระยะเวลาในการดำเนินกิจการของกลุ่มผลิตภัณฑ์ ลักษณะการประกอบ

อาชีพกลุ่มผลิตภัณฑ์ จำนวนสมาชิกทั้งหมดในปัจจุบัน ลักษณะการผลิตสินค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์ ลักษณะการขายสินค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์ จำนวนผู้ทำบัญชีของกลุ่มผลิตภัณฑ์ เกณฑ์การบันทึกบัญชีที่ใช้ และระบบบัญชีที่ใช้ของกลุ่มผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ต้นทุนและระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ใช้ปัจจุบัน ประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ต้นทุนของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในปัจจุบัน โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย การจำแนกเป็นต้นทุนวัตถุดิบทางตรงและวัตถุดิบทางอ้อม การจำแนกเป็นต้นทุนค่าแรงงานทางตรง ค่าแรงงานทางอ้อม การจำแนกค่าใช้จ่ายในการผลิต การจำแนกต้นทุนขั้นต้นและต้นทุนแปรสภาพ การจำแนกต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร ต้นทุนกึ่งคงที่ ต้นทุนกึ่งผันแปร จำแนกต้นทุนผลิตภัณฑ์และต้นทุนจวดเวลา การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาขาย ส่วนที่ 2 ระบบบัญชีต้นทุนกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในปัจจุบัน โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับเอกสารการบันทึกบัญชี การบันทึกรายการขั้นต้น การทำสมุดบัญชีแยกประเภท การทำงบการเงิน หมายเหตุประกอบงบการเงิน การทำทะเบียนคุมและบัญชีย่อย การกำหนดขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการใช้แบบฟอร์มการบันทึกข้อมูล ตลอดจนการจัดทำรายงานต่าง ๆ ที่ชัดเจน เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการลงบัญชี ผู้ทำหน้าที่ปฏิบัติงานมีคุณสมบัติ/คุณวุฒิ/ประสบการณ์บัญชี ความรู้ความสามารถในงานบัญชี/ลักษณะการดำเนินงานและประเภทของธุรกิจ/การจัดสายงานของธุรกิจ/กฎหมายที่เกี่ยวข้อง/หลักการและวิธีการตรวจสอบบัญชี

ตอนที่ 3 ความสามารถของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุนและระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุน ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย การจำแนกต้นทุนวัตถุดิบ

ทางตรงและวัตถุดิบทางอ้อม การจำแนกต้นทุนค่าแรงงานทางตรงและค่าแรงงานอ้อม การจำแนกค่าใช้จ่ายในการผลิต การจำแนกต้นทุนขั้นต้นและต้นทุนแปรสภาพ การจำแนกต้นทุนผลิตภัณฑ์และต้นทุนงวดเวลา การคำนวณจุดคุ้มทุน การกำหนดราคาขาย และส่วนที่ 2 ความสามารถของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเกี่ยวกับการจัดทำระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชน ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับเอกสารประกอบการบันทึกบัญชี สมุดบัญชี งบการเงิน หมายเหตุประกอบงบการเงิน ทะเบียนคุมและบัญชีย่อย

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุนและระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เหมาะสม

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้คือ

2.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูล que ผู้วิจัยได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ภาคสนาม (Field Research) ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาสิ่งดังต่อไปนี้

- 1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน
- 2) การวิเคราะห์ต้นทุนและระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ใช้ปัจจุบัน
- 3) ความสามารถของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชนเกี่ยวกับการ วิเคราะห์ต้นทุนและ การจัดทำระบบบัญชีต้นทุน
- 4) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุนและระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เหมาะสม

2.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงข้อมูลการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มจักสานหวาย จากขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ใช้การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสัมภาษณ์ และนำข้อมูลที่รวบรวมได้มานำเสนอข้อมูลในรูปแบบการบรรยาย และสรุปผลการวิจัยวิเคราะห์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ต้นทุนและระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ใช้ปัจจุบันใช้ การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสัมภาษณ์ และนำข้อมูลที่รวบรวมได้มานำเสนอข้อมูลในรูปแบบการบรรยาย และสรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 3 ความสามารถของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุน และการจัดทำระบบบัญชีต้นทุน ใช้การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสัมภาษณ์ และนำข้อมูลที่รวบรวมได้มานำเสนอข้อมูลในรูปแบบการบรรยาย และสรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุนและระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เหมาะสม ใช้การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสัมภาษณ์ และนำข้อมูลที่รวบรวมได้มานำเสนอข้อมูลในรูปแบบการบรรยาย และสรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชนและแนวทางการจัดทำระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชน ใช้การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน และนำข้อมูลที่รวบรวมได้มานำเสนอข้อมูลในรูปแบบการคำนวณการบรรยาย และสรุปผลการวิจัย โดยสูตรในการคำนวณมีดังนี้

1. สูตรการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต (เบญจมาศ อภิสิทธิ์ภิญโญ, 2550 หน้า 17)

ต้นทุนการผลิต = วัตถุดิบทางตรง + ค่าแรงงานทางตรง + ค่าใช้จ่ายในการผลิต

2. สูตรการวิเคราะห์ราคาขาย (ศศิวิมล มีอำพล, 2550 : หน้า 9-5)

2.1 กำหนดราคาขายจากต้นทุนรวม

ราคาขาย = ต้นทุนรวม + (อัตราส่วนเพิ่ม x ต้นทุนรวม)

2.2 กำหนดราคาขายจากต้นทุนผันแปร

ราคาขาย = ต้นทุนผันแปร +
(อัตราส่วนเพิ่ม × ต้นทุนผันแปร)

3. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยประยุกต์ ศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบบัญชีต้นทุน และต้นทุนผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ศึกษาความสามารถของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเกี่ยวกับการวางแผนระบบบัญชีต้นทุน และการวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ เพื่อจัดทำแนวทางการวางแผนระบบบัญชีต้นทุนและการวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม กลุ่มตัวอย่างการวิจัย ได้แก่ กลุ่มจักสานหวายบ้านวัดนาคน ตำบลปากกราน อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ดำเนินการวิจัยโดยการเข้าไปสำรวจภาคสนามในพื้นที่จริงเพื่อ เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (Deep interview) และจัดประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาการวิเคราะห์ต้นทุนและจัดทำระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เหมาะสม

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานหวาย มีนางนารี วงศ์สิงห์ เป็นประธานกลุ่ม ประสบการณ์ในการทำงานในกลุ่ม 5 ปี มีสมาชิกในกลุ่ม 20 คน ลักษณะการผลิตเป็นการผลิตเอง ลักษณะการขายเป็นการขายปลีก ใช้ระบบมือในการทำบัญชี การวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย จะใช้วิธีกะประมาณ ไม่มีการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน กำหนดราคาขายโดยการกะประมาณ ระบบบัญชีต้นทุนของกลุ่ม จะใช้เอกสารประกอบการบันทึกบัญชี คือ บิลเงินสด การบันทึกรายการขึ้นต้น จะบันทึกสมุดในสมุดรายรับรายจ่ายเพียงเล่มเดียว ไม่ได้จัดทำงบการเงิน ใช้เครื่องคิดเลข ปากกา ดินสอ เป็นเครื่องมือในการทำบัญชี มีความสามารถในงานบัญชีเล็กน้อย ความสามารถของกลุ่มในการวิเคราะห์ต้นทุนและระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ ซึ่ง

ความสามารถในการทำไม่ถูกต้อง ไม่ครบถ้วน ได้แก่ วิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วย การกำหนดราคาขาย ส่วนไม่มีความสามารถในการทำ ได้แก่ จำแนกต้นทุนวัตถุดิบทางตรงและวัตถุดิบทางอ้อม จำแนกต้นทุนค่าแรงงานทางตรงและค่าแรงงานทางอ้อม คำนวณจุดคุ้มทุน จัดทำใบสั่งผลิต บัตรจดเวลาการทำงาน ใบกำกับสินค้าใบกำกับภาษี ใบเบิกเงิน ใบสรุปยอดรายรับประจำวัน ใบสรุปยอดรายจ่ายประจำวัน บัญชีย่อยลูกหนี้ ใบเสร็จรับเงิน และใบเสร็จรับเงินใบกำกับภาษี

การวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชนและการกำหนดราคาขาย กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานหวาย มีสินค้าที่เป็นที่นิยม 5 แบบ ได้แก่ ฝาชีขนาดใหญ่ ฝาชีขนาดเล็ก ตะกร้าถือนาคนกลาง กระเป๋าถือนาคนกลาง ใใส่กระดาษทิชชู การวิเคราะห์ต้นทุนฝาชีขนาดใหญ่ มีต้นทุนต่อหน่วยอันละ 540 บาท ราคาขาย อันละ 810 บาท จะมีกำไรอันละ 270 บาท คิดเป็น 50% ฝาชีขนาดเล็ก มีต้นทุนต่อหน่วยอันละ 290 บาท ราคาขาย อันละ 435 บาท จะมีกำไรอันละ 145 บาท คิดเป็น 50% ตะกร้าถือนาคนกลาง มีต้นทุนต่อหน่วยอันละ 360 บาท ราคาขาย อันละ 540 บาท จะมีกำไรอันละ 180 บาท คิดเป็น 50% กระเป๋าถือนาคนกลาง มีต้นทุนต่อหน่วยอันละ 350 บาท ราคาขาย อันละ 525 บาท จะมีกำไรอันละ 175 บาท คิดเป็น 50% ใใส่กระดาษทิชชู มีต้นทุนต่อหน่วยอันละ 150 บาท ราคาขาย อันละ 225 บาท จะมีกำไรอันละ 75 บาท คิดเป็น 50%

ระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลทางการบัญชี มี 7 ระบบ ได้แก่ ระบบบัญชีการผลิตสินค้าและจ่ายค่าแรงงาน ระบบบัญชีการซื้อขายสินค้าเป็นเงินสด ระบบบัญชีการซื้อขายสินค้าเป็นเงินเชื่อ ระบบบัญชีการขายสินค้าเป็นเงินเชื่อ ระบบบัญชีการขายสินค้าเป็นเงินเชื่อ ระบบบัญชีการนำเงินฝากธนาคาร ระบบบัญชีการถอนเงิน ฝากธนาคาร เอกสารทางบัญชีที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนมี 13 ฉบับ ได้แก่ ใบสั่งผลิต ใบเบิกวัตถุดิบ บัตรจดเวลาการทำงาน ทะเบียนคุมสินค้าสำเร็จรูป

ใบเสร็จรับเงิน ใบเสร็จรับเงิน/ใบกำกับภาษี ใบกำกับสินค้า/ใบกำกับภาษี ใบสรุปรายรับประจำวัน ใบสรุปรายจ่ายประจำวัน สมุดเงินสดรับ สมุดเงินสดจ่าย บัญชีย่อยลูกหนี้ บัญชีย่อยเจ้าหนี้

4. อภิปรายผล

จากผลการวิจัย กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานหวาย ขาดความสามารถในการวิเคราะห์ต้นทุน และระบบบัญชีต้นทุน การจำแนกต้นทุนต่าง ๆ การจัดทำเอกสารประกอบการบันทึกบัญชีและรายงานทางการเงิน ซึ่งไม่เอื้อต่อการนำมาใช้ในการบริหารงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ (วินัส ฤาชัย, 2544) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจชุมชน ภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อการวิเคราะห์ศักยภาพด้านการจัดการด้านการตลาด ด้านการผลิตและด้านการเงินของธุรกิจชุมชน 4 กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มเกษตรกรร้องวัวแดง กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านป่าไผ่ กลุ่มอาชีพกระดาดสาและหัตถกรรม กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสันทรายและสอดคล้อง (มานิตย์ มานุษยานนท์, 2551) ได้ศึกษาการพัฒนาระบบบัญชีและการเงินของกลุ่มผลิต ตำบลท่าศาลา อำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบบัญชีการเงินให้กลุ่มนี้นำไปประยุกต์ใช้เพื่อรวบรวมข้อมูลและจัดทำแบบฟอร์มเอกสาร ซึ่งปัจจุบันมีอยู่ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ลงในระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะสามารถใช้ประโยชน์เพื่อการดำเนินงานตั้งแต่ การเก็บข้อมูล ประมวลผลข้อมูล และสนับสนุนการทำงานสำหรับการตัดสินใจในด้านต่าง ๆ ในระบบบัญชีและการเงินได้ด้วยตนเอง

5. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ 2 ประเด็น ดังนี้

5.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแผนงาน

จากผลการวิจัย กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานหวาย ยังขาดความสามารถในการวิเคราะห์ต้นทุน และระบบบัญชีต้นทุน การจำแนกต้นทุนต่าง ๆ การจัดทำเอกสารประกอบการบันทึกบัญชีและรายงานทางการเงิน ซึ่งไม่เอื้อต่อการนำมาใช้ในการบริหารงาน ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

5.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้มีการจัดอบรม เรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุน การจำแนกต้นทุน และการวางระบบบัญชีต้นทุน และการจัดทำบัญชีแก่กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

5.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดทำระบบบัญชีต้นทุนด้วยคอมพิวเตอร์ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปที่เหมาะสมให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

5.3 ประธานกลุ่มควรจัดให้มีผู้ทำบัญชีที่มีความรู้ความสามารถ จัดทำบัญชีอย่างต่อเนื่อง และเอกสารข้อมูลทางการเงินบัญชีมาใช้ในการบริหารงาน

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยบริบทของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า ส่วนใหญ่จัดทำบัญชีโดยใช้ระบบมือ และใช้เอกสารทางบัญชีเป็นสมุดรายรับรายจ่ายเพียงเล่มเดียว ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า ควรศึกษาและพัฒนาเกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อเป็นประโยชน์ในการบริหารงานต่อไป

6. เอกสารอ้างอิง

- เบญจมาศ อภิสิทธิ์ปัญญา. (2550). การบัญชีต้นทุน 1. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส (1989) จำกัด.
- มานิตย์ มานุษยานนท์. (2551). การพัฒนาระบบบัญชีและการเงินของกลุ่มผลิต ตำบลท่าศาลา อำเภอเมืองเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วินัส ฤชัย. (2544). การวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจชุมชน

ภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ในจังหวัดเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัยเศรษฐศาสตร์

มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศศิวิมล มีอำพล. (2550). การบัญชีเพื่อการจัดการ.

กรุงเทพฯ: บริษัท อินโฟโมนิ่ง จำกัด.

สำนักพัฒนาการบัญชีเกษตรกร กรมตรวจสอบบัญชี

สหกรณ์. (2552). โครงการพัฒนาการบัญชี

วิสาหกิจ.

นโยบายส่งเสริม SMEs ต้นแบบสำหรับประเทศไทย:กรณีประเทศไต้หวัน

A Prototype of SMEs Promotion Policies for Thailand: The Case of Taiwan

สุพจน์ ขววิวรรณ¹

บทคัดย่อ

รัฐบาลไทยในทุกยุคทุกสมัยที่ผ่านมาล้วนแล้วแต่มีความพยายามดำเนินนโยบายเพื่อส่งเสริมธุรกิจ SMEs แทบทั้งสิ้น แต่ผลของนโยบายดังกล่าวนี้กลับไม่เคยที่จะประสบความสำเร็จเท่าที่ควร หนทางหนึ่งที่น่าจะเป็นวิธีที่เหมาะสมในการดำเนินนโยบายที่สามารถจะส่งเสริมความเข้มแข็งในการประกอบธุรกิจ SMEs จนสามารถขยายธุรกิจออกไปยังตลาดต่างประเทศ ก็คือ การนำเอาแบบอย่างของนโยบายการส่งเสริม SMEs ของต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จที่มีสภาพโครงสร้างต่างๆ ใกล้เคียงกับประเทศไทยมากที่สุดมาปรับใช้ ก็น่าจะเป็นหนทางลัดในการประสบกับความสำเร็จได้ โดยในบทความนี้ได้มีการวิเคราะห์ให้เห็นว่าประเทศไต้หวันน่าจะเป็นประเทศที่ควรเป็นประเทศแบบอย่างสำหรับประเทศไทยในการดำเนินนโยบายส่งเสริม SMEs โดยประเทศไต้หวันได้มีการดำเนินนโยบายส่งเสริมในหลายๆ แ่ง คือ นโยบายสร้างสภาพแวดล้อมเพื่อการพัฒนา SMEs ที่ยั่งยืน การสนับสนุนการทำนวัตกรรมและการเริ่มธุรกิจใหม่ การให้คำแนะนำในการบริหาร การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันโดยดิจิทัลแก่ SMEs และการเสริมกลไกสนับสนุนทางการเงิน โดยบทความนี้ได้มีการกล่าวถึงเงื่อนไขทางสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่เป็นพื้นฐานในความสำเร็จของนโยบายส่งเสริมของประเทศไต้หวันเพื่อเป็นประโยชน์แก่รัฐบาลไทยในการปรับเปลี่ยนนโยบายส่งเสริมของประเทศไต้หวันให้สามารถส่งผลสำเร็จในการส่งเสริม SMEs ไทยด้วย

คำสำคัญ : นโยบายส่งเสริม SMEs ไต้หวัน ต้นแบบสำหรับประเทศไทย

¹ รศ.คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ E-mail : supoj@tbs.tu.ac.th

Abstract

So far, Thai governments have kept on implementing SMEs promotion policies in the country. Unfortunately, these policies have unlikely been successful on any large scale. One possible suggestion for strengthening and pushing forward Thai SMEs to the global marketplace is to adopt and adapt the successful SMEs promotion policies of the other countries, whose structures are mostly similar to Thailand, to be a shortcut for Thailand. In this article, it is claimed that the SMEs promotion policies proposed and conducted by Taiwan would be considered as the best prototype for the case of Thailand. The SMEs promotion policies established by Taiwan includes one for enhancing the environment for SMEs sustainable development; one for supporting innovations and startups; one for providing guidance in business management; one for empowering the SMEs competitiveness by adopting digital technology; and one for improving the financial support systems. Basic conditions for the success of the SMEs promotion policies conducted by Taiwan will be provided in this article for the benefits of Thailand.

Keywords: SMEs promotion policy, Taiwan, prototype for Thailand

1. บทนำ

เท่าที่ผ่านมาแม้รัฐบาลไทยจะได้มีความพยายามที่จะใช้งบประมาณส่งเสริมธุรกิจ SMEs มาอย่างต่อเนื่อง โดยตลอดเนื่องจากเป็นภาคธุรกิจที่ช่วยให้เกิดการจ้างงานมากถึงร้อยละ 80.4 ของการจ้างงานรวมของประเทศ แต่ผลปรากฏว่าธุรกิจ SMEs ไทยก็ยังไม่อาจมีการพัฒนาได้ตามที่รัฐบาลได้คาดหวังไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาธุรกิจให้มีความมั่นคงก้าวหน้าจนสามารถส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศอย่างเป็นล่ำเป็นสันเพื่อจะได้ช่วยประเทศชาติใน การนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศเข้ามายังประเทศไทยได้อย่างเป็นกอบเป็นกำต่างๆ ที่ภาคเอกชน SMEs ของไทยก็ไม่ได้มีความสามารถที่ด้อยกว่าประเทศอื่นๆ มากนัก มูลเหตุของความล้มเหลวที่เกิดขึ้นกับ SMEs ไทยนี้จึงน่าที่จะมีเหตุมาจากการดำเนินนโยบายของภาครัฐบาลที่ผ่านมาเป็นสำคัญ ดังจะเห็นได้จากรายงานการพิจารณาศึกษามาตรการขับเคลื่อน SMEs โดยคณะกรรมการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน ของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ที่ได้มีการสรุปปัญหาอุปสรรคการพัฒนาธุรกิจ SMEs ออกมาเป็นประเด็นต่างๆ ซึ่งประเด็นเกือบทั้งหมดนั้นมีมูลเหตุมาจากปัญหาการดำเนินการของภาครัฐบาล อาทิเช่น

1. การขาดการบูรณาการในการดำเนินงานและการใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการส่งเสริมและพัฒนา SMEs ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ SMEs
2. ขาดฐานข้อมูลเชิงลึกของ SMEs ทั่วประเทศ
3. มี SMEs อยู่นอกระบบภาษีจำนวนมาก
4. ผู้ประกอบการ SMEs เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ค่อนข้างยากและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับประเทศในภูมิภาคเดียวกัน
5. พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไม่สอดคล้องกับบทบาทและโครงสร้างของ สสว. ทำให้ไม่เอื้อต่อการพัฒนา SMEs

ด้วยเหตุนี้ภาครัฐจึงควรที่จะมีการปรับเปลี่ยนนโยบายส่งเสริม SMEs ที่เหมาะสมกว่าที่เคยดำเนินการมาในอดีตที่ผ่านมา โดยควรที่จะมีการนำตัวอย่างทางด้านการนโยบายส่งเสริมที่เคยมีการดำเนินการได้อย่างสัมฤทธิ์ผลมาแล้วในต่างประเทศมาเป็นแบบอย่างในการสร้างนโยบายส่งเสริมภายใต้บริบทสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมในสังคมไทยที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมภาคธุรกิจ SMEs ไทยให้สามารถโดดเด่นในเวทีการค้าระดับโลกต่อไป ประเทศไต้หวันเป็นประเทศที่ประสบความสำเร็จในการใช้นโยบายส่งเสริม SMEs ที่ค่อนข้างจะโดดเด่นอย่างมาก ดังปรากฏบทความมากมายที่มีการกล่าวถึงประเด็นความสำเร็จนี้ ตัวอย่างเช่น SMEs success story ที่มีการตีพิมพ์ใน Taiwan Today ฉบับวันที่ 5 ตุลาคม 2013 และมีการยกเป็นกรณีตัวอย่างใน ICDF SME Development Work Fast Track to Economic Growth ในคอลัมน์ SMEs Development เขียนโดย International cooperation & Development หน้า 22-27 หรือแม้กระทั่งหน่วยงานสหประชาชาติ เช่น United Nations on Trade and Development (UNCTAD) ก็ได้มีการตีพิมพ์เป็นรายงานแนะนำให้ประเทศต่างๆ ยึดถือเป็นตัวอย่าง ดังที่ได้มีการกล่าวอ้างโดย Peter Tzeng ในบทความของเขาชื่อ Lost Paradigm: Taiwan's SMEs Sector

นอกจากนี้ยังมีงานวิทยานิพนธ์ปริญญาเอกจากมหาวิทยาลัย Heidelberg ในประเทศเยอรมัน (Veselka, 2005) ก็ได้มีการสรุปว่าบริษัทต่างๆ ของไต้หวันได้รับการสนับสนุนภายใต้นโยบายพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลที่เน้นการพัฒนากระบวนการสะสมทุนของบริษัทเอกชน การสร้างนวัตกรรม และการสร้างกระบวนการเรียนรู้จนทำให้บริษัทต่างๆ สามารถผลิตสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นสินค้านวัตกรรมใหม่ๆ ที่ไม่เคยมีการผลิตมาก่อน โดยมีการพัฒนาทั้งทุนมนุษย์และทุนทางกายภาพอย่างเข้มข้นจนทำให้เศรษฐกิจไต้หวันสามารถเคลื่อนตัวเข้าสู่เศรษฐกิจสมัยใหม่ ซึ่งก็มีพื้นฐานจุดเริ่มต้นที่คล้ายคลึงกับประเทศ

ไทยในปัจจุบันและตรงตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจที่ประเทศไทยได้วางเป้าหมายไว้

ด้วยเหตุนี้การศึกษาของประเทศไต้หวันจึงเป็นกรณีศึกษาที่ประเทศไทยควรให้ความสนใจในการใช้เป็นแบบอย่างในการสร้างแนวนโยบายส่งเสริม SMEs ของไทย มากกว่าการนำตัวอย่างการดำเนินนโยบายส่งเสริม SMEs ของประเทศอื่นมาเป็นแบบอย่าง

2. กรณีศึกษานโยบายไต้หวัน

การนำเอากรณีศึกษาจากประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเกาหลีใต้ และประเทศญี่ปุ่นมาเป็นแบบอย่างในการพัฒนา SMEs ของไทยนั้นดูจะไม่เป็นการเหมาะสมนักเมื่อเทียบกับประเทศไต้หวัน เนื่องจากโครงสร้างทางการผลิตของประเทศสหรัฐอเมริกามีความแตกต่างจากประเทศไทยอย่างสิ้นเชิงกล่าวคือ ร้อยละ 70 ของภาคการผลิตในสหรัฐอเมริกาทันทีนั้นเป็นภาคบริการ ในขณะที่ร้อยละ 70 ของภาคการผลิตในไทยทั้งหมดนั้นเป็นภาคการผลิตสินค้า อีกทั้งจุดเริ่มต้นของ SMEs ในสหรัฐอเมริกานั้นมาจากธุรกิจผลิตอาวุธสงครามจึงมีความแตกต่างจากประเทศไทยอย่างมาก ส่วนประเทศเกาหลีใต้นั้นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาธุรกิจการผลิตนั้นมาจากความเป็นชาตินิยมที่ค่อนข้างสูงและความแค้นที่มีต่อประเทศญี่ปุ่นโดยมีการยึดถือประเทศญี่ปุ่นเป็นคู่แข่งตลอดเวลา ดังจะเห็นได้จาก การใช้รถยนต์ยี่ห้อของตนเท่านั้น โดยไม่มีการใช้รถยนต์ยี่ห้อต่างชาติ โดยเฉพาะไม่มีการใช้รถยนต์ยี่ห้อญี่ปุ่นโดยเด็ดขาด นอกจากนี้การพัฒนาของบริษัทซัมซุงก็เป็นการพัฒนาที่มีจุดเริ่มต้นมาจากความต้องการที่จะเอาชนะ บริษัทโซนี่ของญี่ปุ่น เป็นต้น ซึ่งแนวคิดในการพัฒนาเช่นนี้มีความแตกต่างจากสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมของประเทศไทยอย่างสิ้นเชิง เพราะคนไทยไม่มีค่านิยมในการใช้สินค้ายี่ห้อของตนแรงเท่ากับคนเกาหลีใต้ อีกทั้ง

เรามีความเป็นมิตรกับชาติญี่ปุ่นซึ่งเป็นชาติแห่งเทคโนโลยีค่อนข้างดี ไม่เคยมีทัศนคติว่าเป็นศัตรูแต่อย่างใด ส่วนกรณีของประเทศญี่ปุ่นนั้นก็มีความแตกต่างจากไทยทั้งทางด้านค่านิยมในการใช้สินค้าของตนเองที่มากกว่า การมีวัฒนธรรมการรวมกลุ่มที่สูงกว่า จนทำให้มีโครงสร้างการผลิตที่บริษัทใหญ่ต่าง ๆ มักจะมีบริษัทเล็ก ๆ อยู่ในเครือข่ายที่คอยป้อนวัตถุดิบเข้าสู่ระบบการผลิตของรายใหญ่ ในทางกลับกันธุรกิจขนาดใหญ่ก็มักจะมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่รายเล็กในเครือข่ายของตน นอกจากนี้การพัฒนาเทคโนโลยีของเราก็มีได้อาศัยการถ่ายทอดจากการลงทุนเข้ามาตั้งโรงงานของชาวต่างชาติ ซึ่งผิดกับกรณีประเทศไทยที่มีวัฒนธรรมเชิงปัจเจกบุคคลที่สูงจนขาดการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดเล็ก โดยธุรกิจขนาดใหญ่มักที่จะไปสร้างเครือข่ายกับบริษัทต่างชาติ

ส่วนในกรณีของประเทศไต้หวันนั้นกลับมีความคล้ายคลึงกับประเทศไทยหลายประการ กล่าวคือ ทั้งสองประเทศไม่มีค่านิยมในการกีดกันการใช้สินค้านี้ยี่ห้อต่างชาติเหมือนกัน การพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศก็มีจุดเริ่มต้นมาจากบริษัทต่างชาติที่เข้ามาลงทุนการผลิตเช่นเดียวกัน ทั้งสองประเทศมีทัศนคติที่เป็นมิตรกับชาติญี่ปุ่นซึ่งเป็นชาติแห่งเทคโนโลยีเหมือนกัน และมีโครงสร้างที่เน้นการผลิตสินค้าทางกายภาพเหมือนกัน

ด้วยเหตุผลนานาประการข้างต้น แนวทางนโยบายส่งเสริม SMEs ของประเทศไต้หวันจึงน่าที่จะได้รับการหยิบยกมาเป็นแบบอย่างในการพัฒนานโยบายการส่งเสริม SMEs ของประเทศไทยมากที่สุด รัฐบาลประเทศไต้หวันมีแนวนโยบายในการส่งเสริม SMEs ในหลายหลากมิติ กล่าวคือมีการส่งเสริมทั้งมิติที่เป็นด้านการเงิน การวิจัยพัฒนา การพัฒนานวัตกรรม การอำนวยความสะดวก และการให้ความรู้ โดยมีการดำเนินนโยบายที่ประสบความสำเร็จดังรายละเอียดต่อไปนี้

■ การใช้นโยบายสร้างสภาพแวดล้อมเพื่อการพัฒนา SMEs ที่ยั่งยืน

การสร้างระบบการสร้างนโยบายใหม่และการพัฒนาความสามารถในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของรัฐบาล โดยสร้างขึ้นจากการวิเคราะห์และการสำรวจอย่างละเอียด นโยบายที่นำมาใช้ต้องมีการสนับสนุนจากข้อมูลทางสถิติที่ยืนยันว่าเป็นที่ต้องการของ SMEs อย่างแท้จริง โดยเฉพาะการสร้างสภาพแวดล้อมทางกฎหมายและกฎระเบียบที่เป็นธรรมเพื่อลดอุปสรรคที่จะสู่การดำเนินการที่ประสบความสำเร็จ โดยการรับฟังปัญหาจาก SMEs ที่มีผลมาจากระบบกฎหมายและกฎระเบียบที่ไม่เหมาะสมรวมทั้งมีการเก็บข้อมูลในประเด็นดังกล่าว อีกทั้งมีการเร่งรัดให้หน่วยงานของรัฐบาลทุกระดับได้มีการเพิ่มกระบวนการวิเคราะห์การปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับ SMEs ให้ดีขึ้นกว่ากฎหมายและกฎระเบียบปัจจุบัน รวมทั้งมีการจัดตั้งระบบแบบจำลองทบทวนอัจฉริยะสำหรับการวิเคราะห์ในธุรกิจต่างๆ และมีการวิจัยในเรื่องของอุปสรรคกฎหมายและกฎระเบียบที่ SMEs ต้องเผชิญตลอดจนความต้องการของ SMEs ต่อการปรับเปลี่ยนกฎหมายและกฎระเบียบด้วย

■ การสนับสนุนการทำนวัตกรรมและการเริ่มธุรกิจใหม่ โดยการดำเนินการดังนี้

1. การปรับปรุงการทำงานของศูนย์บริการแก่การเริ่มธุรกิจใหม่และการกระตุ้นให้เกิด SMEs ในอุตสาหกรรมใหม่ โดยให้ศูนย์บ่มเพาะนี้มีการพัฒนาดังนี้

(ก) ส่งเสริมให้ศูนย์บ่มเพาะแต่ละแห่งมีการสร้างจุดเด่นที่แตกต่างจากที่อื่น โดยรัฐบาลส่งเสริมให้ศูนย์บ่มเพาะแต่ละแห่งที่มีการสร้างความชำนาญเฉพาะในพื้นที่ตนเองในการส่งเสริมอุตสาหกรรมในท้องถิ่นร่วมกับมหาวิทยาลัย

(ข) การจัดตั้งศูนย์สนับสนุนการบ่มเพาะในแต่ละภูมิภาคเพื่อเหนี่ยวนำการรวมทรัพยากร

โดยรัฐบาลต้องติดตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดเล็กและทรัพยากรที่จำกัดของศูนย์บ่มเพาะที่อยู่ตามมหาวิทยาลัยเพื่อให้เกิดการรวมเทคโนโลยีการตลาดเงินทุน และบริการทรัพยากรสิ้นทางปัญญา ที่ก่อให้เกิดการสร้างพลังการรวมตัวระหว่างศูนย์ต่างๆ ในภูมิภาคเดียวกัน การสร้างศูนย์สนับสนุนการบ่มเพาะธุรกิจแห่งภูมิภาคสำหรับอุตสาหกรรมเฉพาะนี้จะช่วยให้ศูนย์บ่มเพาะสามารถบรรลุผลประโยชน์ที่เกิดจากการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม หรือ Industry Clusters

(ค) การเสริมความร่วมมือระหว่างภาคอุตสาหกรรมและภาคมหาวิทยาลัยให้แน่นแฟ้นเพื่อประโยชน์สูงสุดจากการดำเนินการศูนย์บ่มเพาะโดยผ่านระบบและกลไกที่เป็นอยู่

2. การรวมทรัพยากรทางด้านความรู้และข้อมูลในการเริ่มธุรกิจเพื่อสร้างแรงบันดาลใจแก่ผู้ประกอบการ

3. การเพิ่มแหล่งเงินทุนแก่การทำนวัตกรรมเพื่อการปรับปรุงโอกาสการเริ่มธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ โดยมีการรวมแหล่งเงินทุนภายนอก เช่น the Executive Yuan Development Fund, the SME Development Corporations, trust-type investment accounts, private-sector financing, the industrial banks, and venture capital providers เสริมเข้ากับ credit guarantees ของ SME Credit Guarantee Fund เพื่อให้ SMEs มีแหล่งเงินทุนมากขึ้น

4. การสร้างความแข็งแกร่งในการให้คำแนะนำการเริ่มธุรกิจแก่ผู้ประกอบการรายเล็ก ผู้ประกอบการรายย่อยและผู้ประกอบการสตรี เพื่อช่วยให้เกิดความมั่นคงในสังคม เนื่องจากแนวโน้มในปัจจุบันสังคมจะมีผู้สูงอายุมากขึ้นและขนาดครอบครัวก็มีขนาดลดลง บทบาทของสตรีในตลาดแรงงานจึงมีความสำคัญ ธุรกิจหลายแขนง เช่น ธุรกิจบริการการดูแลเด็กและคนชรา ก็มักจะเหมาะกับผู้ประกอบการที่เป็นสตรี

5. การดำเนินการในเชิงรุกในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งการสรรหาบุคลากรจาก

ต่างประเทศ เพื่อเร่งกระบวนการพัฒนาบุคลากร โดยรัฐบาลได้มีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาประสานกับศูนย์ฝึกอบรม SMEs ที่ได้ตั้งขึ้น เพื่อสร้าง SME Online College จนสามารถอบรมพัฒนาคนในวงกว้างได้

■ การให้คำแนะนำในการบริหาร โดยมีดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาอุตสาหกรรมพิเศษในท้องถิ่นให้ปลุกระบบเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยนอกจากจะให้คำแนะนำในเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ และการขยาย One Town One Product โดยผ่าน Web แล้ว ก็ยังมีการดำเนินการต่างๆ ดังนี้

(ก) การแนะนำให้มีการรวมทรัพยากรเพื่อสร้างพลังการรวมตัว หรือ Synergy

(ข) การมอบหมายให้รัฐบาลท้องถิ่นมีบทบาทหลักในการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมท้องถิ่นพิเศษนั้นๆ

(ค) การให้คำแนะนำที่แตกต่างกันที่เหมาะสมกับสถานะและความต้องการคำแนะนำของอุตสาหกรรมนั้นๆ อุตสาหกรรมแต่ละท้องถิ่นที่ต้องการคำแนะนำที่ต่างกัน

2. การสร้างกลไกความร่วมมือเพื่อการพัฒนาธุรกิจใหม่ๆ โดยรัฐบาลส่งเสริมให้ SMEs มีการทำงานประสานกันเป็นพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์และมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกันข้ามอุตสาหกรรม การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการผลิต เทคโนโลยี การตลาด และข้อมูลเชิงลึกทางธุรกิจ มักจะช่วยให้ SMEs บรรลุผลของความประหยัดเนื่องจากขนาดเพราะจะเกิดการแลกเปลี่ยนวิธีการในการแก้ไขจุดอ่อนซึ่งกันและกัน จนอาจนำไปสู่รูปแบบการทำธุรกิจแบบใหม่ๆ

3. การสร้างเวทีในการพบปะทางธุรกิจเพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าสู่ตลาด โดยรัฐบาลได้มีการสร้างฐานข้อมูลที่เรียกว่า international purchasing offices (IPOs) เพื่อทำให้บริษัทต่างชาติสามารถเข้ามา

ใช้ในการเลือกซื้อสินค้าจากบริษัท SMEs นอกจากนี้ฐานข้อมูลดังกล่าวยังช่วยให้การดำเนินพิธีการศุลกากรง่ายขึ้นด้วย

4. การช่วย SMEs ในการพัฒนาตราสัญลักษณ์และความสามารถในการตลาดในต่างประเทศ โดยรัฐบาลได้มีการสร้างระบบ Corporate Identification System (CIS) การวางโฆษณาในสื่อต่างประเทศการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายในต่างประเทศ การจัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ ฯลฯ นอกจากนี้ยังได้มีการตั้งตัวแทนสำนักงานในการเป็นหน้าตาทางการให้บริการแก่ผู้ซื้อสินค้าจากไต้หวันในต่างประเทศ

■ การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันโดยดิจิทัลแก่ SMEs ของไต้หวัน โดยมีดังต่อไปนี้

1. การเสริมความสามารถแก่ SMEs ในการใช้ข้อมูลเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพและการสร้างผลประโยชน์สูงสุดจากห่วงโซ่มูลค่าโดยใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์

2. การเสริมความสามารถในการใช้เทคนิคผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อให้คุณภาพสินค้าตอบสนองต่อกระแสโลกที่มีการตื่นตัวเรื่องสิ่งแวดล้อม

3. การสนับสนุนให้มีการประยุกต์การใช้ความรู้ทางการจัดการเพื่อลดช่องว่างทางดิจิทัลระหว่างอุตสาหกรรมต่างๆ

4. การสร้างระบบข้อมูลทางธุรกิจแบบบูรณาการที่ช่วยต่อความสามารถในการตัดสินใจและการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

■ การเสริมกลไกสนับสนุนทางการเงิน โดยมีดังต่อไปนี้

1. การเสริมระบบบัญชีการเงินเพื่อเพิ่มความสามารถแก่ SMEs ในการทำให้การเงินมีความมั่นคง

2. การต่อยอดศักยภาพของกองทุนประกันสินเชื่อของ SMEs เพื่อขยายช่องทางความช่วยเหลือทางการเงินแก่ SMEs

3. การจัดสรรเงิน 10 ล้านเหรียญให้หน่วยงานกองทุนการพัฒนาชาติเพื่อลงทุนใน SMEs ที่มีศักยภาพในการเติบโตที่สูง

4. การสร้างกลไกการขึ้นการปรับโครงสร้างเพื่อช่วย SMEs ที่มีศักยภาพในการกลับมายืนอยู่ด้วยตัวเองได้

ความสำเร็จของนโยบายส่งเสริม SMEs ของไต้หวันนั้นนอกจากจะเกิดมาจากการดำเนินนโยบายที่เหมาะสมแล้ว ยังมีผลมาจากแรงสนับสนุนทางสภาพแวดล้อมต่างๆ ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม จากสุภาษิตโบราณของไต้หวัน “Better to be the head of a chicken than the tail of an ox” มีส่วนสำคัญในการสร้างแรงบันดาลใจอยากเป็นผู้ประกอบการเองโดยมีการบริการกิจการตามแนวคิด “black hands” bosses ก็คือ การเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการผลิตสินค้าเองโดยมีเคยศึกษาในสถาบันชั้นสูง แต่เรียนจากภาคปฏิบัติและโรงเรียนอาชีวะ โดยมีภรรยาที่มีบทบาทหลายอย่างในการช่วยบริหารธุรกิจ โดยไม่มีเงินเดือนแต่ทำงาน 24 ชั่วโมง จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ SMEs ต่างๆ มีการเติบโต

2. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การที่ประเทศไต้หวันมีรัฐวิสาหกิจต่างๆ ผูกขาดตลาดภายในประเทศ ทำให้ SMEs ไม่มีโอกาสที่จะขายสินค้าในตลาดภายในประเทศ จึงต้องส่งออกไปยังต่างประเทศ นอกจากนี้ระบบกฎหมายก็ไม่ค่อยเข้มงวด จึงสามารถตั้งธุรกิจ SMEs ไม่ยากนักจึงปรากฏนักลงทุนอายุน้อยเข้ามาเป็นผู้ประกอบการ SMEs จำนวนมาก

3. สภาพแวดล้อมจากผลกระทบของโลกาภิวัตน์ ซึ่งทำให้ SMEs ไต้หวันหลายรายได้มีการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน และจีนเพื่อใช้ข้อได้เปรียบทางด้านแรงงานค่าจ้างต่ำและ

ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างสมบูรณ์ และเหตุที่ SMEs ไต้หวันประสบความสำเร็จในการเข้าไปลงทุนในประเทศเหล่านี้ก็เพราะ

3.1 ธุรกิจ SMEs เหล่านี้มีประสบการณ์ด้านการส่งออกในอดีตมาแล้ว ดังนั้นจึงมีความพร้อมในความเชี่ยวชาญในการแข่งขันระหว่างประเทศ

3.2 มีวัฒนธรรมและภาษาที่คล้ายคลึงกันกับคนโพ้นทะเลที่กระจายอยู่ตามประเทศที่ตนเข้าไปลงทุนและประเทศจีน จึงมีความได้เปรียบสูงในการเข้าไปลงทุนโดยเฉพาะประเทศจีนโดยมักมีการดำเนินการผ่านช่องทางทั้งในรูปแบบการส่งสินค้าผ่านแดนและตัวแทนการลงทุน

3.3 และด้วยนโยบายการสร้างเครือข่ายในกลุ่ม SMEs ของรัฐบาลไต้หวันดังกล่าวมาข้างต้นทำให้ SMEs เหล่านี้มีการแบ่งข้อมูลการทำธุรกิจในต่างประเทศและร่วมกันเจรจาต่อรองกับรัฐบาลประเทศที่เข้าไปลงทุน จึงทำให้อัตราความล้มเหลวการทำธุรกิจในต่างประเทศนั้นต่ำ

ส่วนจุดอ่อนบางประการที่ยังอาจมีอยู่ก็คือ การมีข้อจำกัดทางการเงิน การขาดการทำเทคโนโลยีที่ทันสมัย และการขาดความสามารถทางการตลาดที่ยังไม่ดีมากพอ

4. สภาพแวดล้อมทางสถาบัน หน่วยงานที่ทำหน้าที่สนับสนุน SMEs นี้คือ กระทรวงเศรษฐกิจ ที่มีความเหมาะสมในการดำเนินนโยบายแบบบูรณาการและองค์รวมทั้งทางด้าน การเงิน การพัฒนาเทคโนโลยี การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาการเกษตร การพัฒนาอุตสาหกรรม การพัฒนาเครือข่าย การพัฒนาการตั้งธุรกิจใหม่ การพัฒนาการทำธุรกิจระหว่างประเทศ การพัฒนาการตลาด ฯลฯ มิใช่กระทรวงอุตสาหกรรมที่มุ่งแต่การพัฒนากระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมเท่านั้น โดยกระทรวงเศรษฐกิจซึ่งก็ได้มีการดูแลกิจการธนาคารและการเงินอยู่ด้วยได้มีการประสานให้ภาคการเงินเอกชนได้ช่วยกันบริจาคเงิน

เพื่อตั้งเป็นกองทุน SME Credit Guarantee Fund ในปี ค.ศ. 1974 ซึ่งเป็นกองทุนที่อยู่จนถึงปัจจุบัน

5. สภาพแวดล้อมที่มีการสนับสนุนการลงทุนโดยตรงแก่นักลงทุนต่างชาติ (FDI) นโยบายนี้ส่งผลดีต่อการพัฒนา SMEs ของไต้หวันในหลายประการด้วยกัน **ประการแรก** FDI ช่วยให้เทคนิคการผลิตและโอกาสทางการค้าแก่ SMEs ผ่านการเปลี่ยนจากการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศมาเป็นการซื้อภายในประเทศ **ประการที่สอง** ผลของประการแรกยังทำให้เป็นการบังคับให้ SMEs ต้องแข่งขันการผลิตกับต่างประเทศจนสามารถส่งออกได้ **ประการที่สาม** จากการเป็นเครือข่ายภายในกระบวนการผลิตของบริษัทข้ามชาติเหล่านี้ ทำให้ SMEs ได้เรียนรู้ถึงหลักปฏิบัติทางการค้าระหว่างประเทศและความคุ้นเคยกับการติดต่อกับต่างประเทศด้วยภาษาต่างประเทศ **ประการที่สี่** SMEs หลายรายก่อตั้งขึ้นมาจากการเคยเป็นพนักงานของบริษัทข้ามชาติเหล่านั้นมาก่อน

6. สภาพแวดล้อมทางกฎระเบียบที่ไม่ยุ่งยากและเหมาะสมกับระบบเศรษฐกิจแบบเสรี การเริ่มธุรกิจ SMEs ใหม่ ๆ เป็นเรื่องง่ายระบบราชการก็ไม่ยุ่งยากแต่อย่างใด

7. สภาพแวดล้อมทางนโยบายที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมให้ขยายตัวในการส่งออก โดย SMEs ได้รับผลประโยชน์จากนโยบายรัฐบาลที่มีการให้สินเชื่อแก่การส่งออกด้วยดอกเบี้ยอัตราต่ำ ผลประโยชน์นี้เป็นสิ่งสำคัญสำหรับ SMEs ที่มีมักจะประสบกับปัญหาสภาพคล่องเพราะมีอาจหาเงินทุนสนับสนุนจากสถาบันการเงินเอกชนได้

3. บทสรุป

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าประเทศไต้หวันนี้มีสภาพแวดล้อมที่คล้ายคลึงกับประเทศไทยอยู่หลายประการโดยเฉพาะสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมความเชื่อ และความรู้สึกนึกคิดของคน

ส่วนสภาพแวดล้อมทางนโยบายบางอย่างที่แตกต่างออกไปก็เป็นสิ่งที่ประเทศไทยสามารถปรับแต่งให้เหมือนกันได้ไม่ยากนัก ความรู้สึกนึกคิดต่อชาวต่างชาติทุกชาติก็มีความเป็นมิตรเช่นกัน ซึ่งต่างจากกรณีประเทศเกาหลีและญี่ปุ่นที่มักมีความเป็นชาตินิยมสูงยึดติดกับการใช้สินค้าของตนเองเป็นหลัก ดังนั้นถ้ารัฐบาลจะได้มีการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมและแนวนโยบายการส่งเสริม SMEs โดยยึดหลักกรณีศึกษาของประเทศไทยได้ หวัน SMEs โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมทางสถาบันที่รัฐบาลไทยควรมีการจัดตั้งกระทรวงเศรษฐกิจที่ดูแลนโยบายทั้งทางด้าน การเงิน การพัฒนาเทคโนโลยี การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาการเกษตร การพัฒนาอุตสาหกรรม การพัฒนาเครือข่าย การพัฒนาการตั้งธุรกิจใหม่การพัฒนาการทำธุรกิจระหว่างประเทศ การพัฒนาการตลาด ฯลฯ มิใช่มีแต่กระทรวงอุตสาหกรรมที่มุ่งแต่การพัฒนากระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมแต่เพียงอย่างเดียว การปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมดังกล่าวนี้ก็น่าที่จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการพัฒนาตัวที่ต่อธุรกิจ SMEs ของประเทศไทยให้สามารถส่งสินค้าออกไปขายยังต่างประเทศสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามายังประเทศไทยสามารถที่จะประกอบธุรกิจโดยพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนและเป็นแหล่งจ้างงานให้กับคนไทยเพื่อความก้าวหน้าและความมั่นคงแก่ระบบเศรษฐกิจของชาติไทยสืบไป

4. เอกสารอ้างอิง

Chris Wang , Helping Taiwan's Small and Medium Enterprises, Published by the Thinking Taiwan Foundation, thinking-taiwan.com/helping-Taiwan's-small-and-medium-e..., September 12, 2014

Ministry of Economic Affairs, White Paper on
SMEs in Taiwan 2007, Chapter 11,
[www.moeasmea.gov.tw/dl.asp?filena
me=711614152071...](http://www.moeasmea.gov.tw/dl.asp?filena
me=711614152071...) , p 239-249.

PETER TZENG, The Lost Paradigm: Taiwan's
SME Sector,
[www.amcham.com.tw/.../2827-the-
lost-paradigm-taiwanas-...](http://www.amcham.com.tw/.../2827-the-
lost-paradigm-taiwanas-...)

Rong-I Wu and Chung-Che Huang,
ENTREPRENEURSHIP IN TAIWAN:
TURNING POINT TO RESTART,
[www.mansfieldfdn.org/backup/progra
ms/.../ent_taiwan.pdf](http://www.mansfieldfdn.org/backup/progra
ms/.../ent_taiwan.pdf)

SME Development in Taiwan, Chapter 5,
[nccur.lib.nccu.edu.tw/bitstream/140.1
19/.../93303913.pdf](http://nccur.lib.nccu.edu.tw/bitstream/140.1
19/.../93303913.pdf)

Taiwan's Economic Development,
www.moeasmea.gov.tw > Home >
Status & Statistics of SMEs

The “Taiwan Experience” is the result of
decades of careful,
[www.icdf.org.tw/web_pub/200205161
62921P22-28.pdf](http://www.icdf.org.tw/web_pub/200205161
62921P22-28.pdf)

Taiwan Today, SME success story,
[aiwantoday.tw/ct.asp?xItem=210
210&ctNode=425](http://aiwantoday.tw/ct.asp?xItem=210
210&ctNode=425), Publication
Date: October 5, 2013

Veselka, Taiwan's Economic Development:
The Role of Small and Medium-sized
Enterprises beyond the Statistics, the
Department of International
Economics, South-Asia-Institute of
HeidelbergUniversity,
abstract=872387, 2005

การตัดสินใจด้านการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุน

Decision Making Processes of Investors in Equity Trading

จุไรวรรณ รินทพล¹ และวิชิต อุ๋อัน²

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อนำเสนอความรู้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการการตัดสินใจ เพื่ออธิบายถึงความหมายและความเป็นมา องค์ประกอบ และความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจด้านการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุน โดยมีแหล่งที่มาของบทความจากฐานข้อมูลต่างๆ และนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ตัวแปรที่ได้รับความนิยมใช้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจ ประกอบด้วย พฤติกรรม เทคโนโลยี และผลการตัดสินใจ

คำสำคัญ: การตัดสินใจ พฤติกรรม เทคโนโลยี การซื้อขายหลักทรัพย์

Abstract

This article aims to study decision-making processes of investors in equity trading in the areas of definitions, backgrounds, related factors and relationships of the factors or variables on decision-making processes of the investors. The data have been collected from the documents concerned and then have been analyzed by means of content analysis. It is found that the factors mostly studied include behavior, technology and decision-making outcomes.

Keywords: decision making, behavior, technology, equity trading

¹ นักศึกษาด้านบริหารธุรกิจบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : churaivan_r@hotmail.com

² อาจารย์วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม E-mail : vichit.uo@spu.ac.th

1. บทนำ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Stock Exchange of Thailand) หรือตลาดหุ้น นับเป็นแหล่งเงินทุนที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ ที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและความเจริญของประเทศชาติ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการระดมเงินทุนและจัดสรรเงินทุนระยะยาวให้แก่ภาคธุรกิจต่างๆ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนตลาดทุนและระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ การซื้อขายหลักทรัพย์ในขณะนั้นๆ จะมีความสัมพันธ์กับทิศทางและแนวโน้มของการพัฒนาทางเศรษฐกิจ เนื่องจากกลไกตลาดทุนในปัจจุบันขณะนั้นจะสะท้อนถึงความต้องการเพื่อการลงทุนของภาคการผลิตและความเชื่อมั่นของผู้ลงทุน การลงทุนซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์กำลังเป็นที่น่าสนใจแพร่หลายของทุกวงการ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และทั่วไป การลงทุนในหลักทรัพย์ (Financial or Securities Investment) นั้นโดยปกติแล้วผู้ลงทุนพยายามเลือกการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนสูงสุด ระดับความเสี่ยงหนึ่ง การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่ดี นักลงทุนจำเป็นต้องเข้าใจหลักการการลงทุนเป็นอย่างดี เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นระหว่างมีการลงทุนแต่ละครั้งที่เกิดขึ้น ทั้งนี้การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ มีองค์ประกอบที่สำคัญที่จะช่วยทำให้นักลงทุนมีทิศทางการลงทุนที่ถูกต้องและมีโอกาสเสี่ยงในการลงทุนต่ำตลอดทั้งมีหลักการในการลงทุนนั้น (Hersh, 2000) และ (Nofsinger, 2001) กล่าวว่าขึ้นอยู่กับ 3 องค์ประกอบ คือ 1) เครื่องมือที่ใช้ในการลงทุนดีหรือไม่ (Best Indicators) 2) กระบวนการจัดการเงินทุน (Money Management) มีมาตรฐานและมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลพมกน้อยเพียงใด และ 3) นักลงทุนมีจิตวิทยาการลงทุน (Psychology Investment) เป็นอย่างไร ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลให้ผู้ลงทุนต้องปรับตัวและมีความพร้อมในการตัดสินใจ

การลงทุนให้มากยิ่งขึ้นเพื่อที่จะทำให้ตลาดหุ้นพัฒนาต่อไปได้ ทั้งนี้ (Kahneman & Tversky, 1979) รายงานว่าเมื่อนักลงทุนตัดสินใจลงทุนจะพิจารณาถึงการขาดทุน (ผลลบ) หรือผลกำไร (ผลบวก) โดยใช้เทคนิคการเลือกการตัดสินใจที่มีในชีวิตจริง ๆ ที่เรียกว่าทฤษฎี ความคาดหวัง (Prospect Theory: PT) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ผนวกแนวคิดทางด้านจิตวิทยาเข้ากับทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ มาอธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจของนักลงทุน แนวคิดของทฤษฎีดังกล่าว คือ บุคคลจะมีพฤติกรรมหลีกเลี่ยงความเสี่ยงเฉพาะ เมื่อเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่จะได้รับ (Gains) และจะมีพฤติกรรมรักความเสี่ยง (Risk Loving) หรือยอมที่จะเสี่ยงเพื่อหลีกเลี่ยงความสูญเสีย (Losses Aversion) เมื่อเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่จะสูญเสีย (Losses) ทั้งนี้ Kahneman และ Tversky ยังกล่าวว่าเสริมว่าจิตวิทยาการลงทุน จะเริ่มจากการที่นักลงทุนอาจมีพฤติกรรมที่ขาดเหตุผลมาตัดสินใจในการลงทุน ซึ่งการตัดสินใจลงทุนแต่ละครั้งนักลงทุนอาจไม่ได้ตัดสินใจจากเหตุผลเสมอไป ส่งผลให้เลือกหุ้นวิเคราะห์ ติดตาม เกิดความผิดพลาดและนำไปสู่ผลตอบแทนที่น้อยลงหรือขาดทุน โดยอคติที่มักเกิดขึ้นระหว่างการลงทุนจะเป็นประเด็นของการยึดติด (Anchoring) ความมั่นใจในตัวเองสูง (Overconfidence) การหลีกเลี่ยงความเสียใจและการเสาะหาความภาคภูมิใจ (Disposition Effect) ความอคติจากการทำบัญชีในใจ (Mental Accounting) และความเป็นตัวแทนและความคุ้นเคย (Representativeness and Familiarity) จากการศึกษาที่ผ่านมาการศึกษาจำนวนหนึ่งพบว่า พฤติกรรม ความรู้ และเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ (Nidhi and Prema Puri, 2013) ; (Namjoyan et al., 2013) ; (Scott Richardson, Irem Tuna, Peter Wysocki, 2010) อีกทั้งการศึกษาจำนวนมากได้แสดงให้เห็นและเป็นที่ยอมรับกันว่าการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

ส่งผลต่อผลของการตัดสินใจของนักลงทุน (Mohammed, Rashid & Tahir, 2016)

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอความรู้จากการทบทวนวรรณกรรม เพื่อสร้างปัจจัยองค์ประกอบ รวมถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยพฤติกรรม เทคโนโลยี การตัดสินใจ และผลของการตัดสินใจที่เกิดขึ้นในการศึกษาที่ผ่านมา และสามารถนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

แบบจำลองการตัดสินใจด้านการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุน โดยตัวแปรอิสระ ประกอบไปด้วยปัจจัยพฤติกรรม เทคโนโลยี และตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจ และผลการตัดสินใจ

ตัวแปรพฤติกรรม (Behavior Factors)

พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง ทุก ๆ สิ่งที่คุณคนทำซึ่งสามารถสังเกตได้โดยตรง หรืออยู่ในกระบวนการทางจิตใจ ซึ่งได้แก่ ความคิด ความรู้สึก และแรงขับซึ่งเป็นประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่ไม่สามารถจะสังเกตได้โดยตรง (Allen and Santrock, 1993:8) โดยปัจจัยด้านพฤติกรรมมี 3 องค์ประกอบ คือ แรงจูงใจ ทัศนคติ และความเสี่ยง

1. แรงจูงใจ (Motive) หมายถึง สิ่งที่เป็นพลังกระตุ้นให้แต่ละบุคคลกระทำพฤติกรรมเป็นสิ่งที่ชี้ทิศทาง หรือแนวทางให้บุคคลกระทำพฤติกรรมเพื่อบรรลุตามเป้าหมายของแต่ละคนและเป็นสิ่งที่สนับสนุนรักษาพฤติกรรมนั้นๆ (Sanford & Sman, 1980) ; (Alleyne and Broome, 2010)

2. ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ของความเข้าใจเป็นส่วนประกอบส่วนแรก ซึ่งก็คือความรู้และการรับรู้ที่ได้รับ จากการประสมกับประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูล ความรู้และผลกระทบต่อการรับรู้จะกำหนดความเชื่อถือ (Beliefs) ซึ่งหมายถึง สภาพด้านจิตใจ ซึ่งสะท้อนความรู้เฉพาะอย่างของบุคคล และมีการประเมินเกี่ยวกับความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งก็คือการที่ผู้บริโภคมัทัศนคติต่อสิ่งหนึ่ง คุณสมบัติของสิ่งหนึ่ง หรือพฤติกรรม

เฉพาะอย่างจะนำไปสู่ผลลัพธ์เฉพาะอย่าง (Schiffman & Kanuk, 2007: 236)

(3) ความเสี่ยง (Risk) หมายถึง โอกาส/เหตุการณ์ที่มีความไม่แน่นอน หรือสิ่งที่ทำให้แผนงานหรือการดำเนินการอยู่ ณ ปัจจุบันไม่บรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยก่อให้เกิดผลกระทบหรือความเสียหายต่อองค์กรในที่สุด ทั้งในแง่ของผลกระทบที่เป็นตัวเงินได้หรือผลกระทบที่มีต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงองค์กร (Sultana and Pardhasadhi, 2012)

ตัวแปรเทคโนโลยี (Technology)

เทคโนโลยี (Technology) หมายถึง การใช้อย่างเป็นระบบของวิธีการทางวิทยาศาสตร์ หรือความรู้ต่างๆ ที่รวบรวมไว้มาใช้อย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปสู่ผลในทางปฏิบัติ (Galbraith, 1967) โดยปัจจัยด้านเทคโนโลยีมี 2 องค์ประกอบ คือ เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) และ เทคโนโลยีการสื่อสาร (Communication Technology)

1. เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) หมายถึง ระบบการเก็บรวบรวม บันทึก วิเคราะห์ข้อมูล และการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับนักลงทุน การบูรณาการข้อมูลจากฐานข้อมูล การติดต่อสื่อสารแบบเฉพาะราย และการมีโปรแกรมระบบการจัดการความสัมพันธ์ในการตอบสนองความต้องการของนักลงทุน (Desai et al., 2007) ; (Vaishnavi & Kuechler, 2015) ; (Nguyen & Waring, 2013) ; (ShuiYee Wong & Kwai Sang Chin, 2007)

2. เทคโนโลยีการสื่อสาร (Communication Technology) หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการสื่อสารระหว่างกัน โดยการถ่ายทอด รับรู้ข่าวสารร่วมกันผ่านเครื่องมือเหล่านั้น ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นเครื่องมือ อุปกรณ์ เครื่องจักร วัสดุ เพียงอย่างเดียว อาจหมายถึงกระบวนการต่าง ที่เกิดจากการประยุกต์ทางวิทยาศาสตร์ด้วย หรือหมายถึงเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital

Technology) ประเภทหนึ่งซึ่งได้พัฒนาตัวเพื่อเอื้อต่อการจัดการ “การสื่อสาร (Communication)” หรือ “การขนส่งข่าวสาร(Transfer of Information)” (Desai et al., 2007) ; (Vaishnavi & Kuechler, 2015) ; (Nguyen & waring, 2013) ; (Shui Yee Wong & Kwai Sang Chin, 2007)

ตัวแปรกระบวนการตัดสินใจ (Decision Making Process)

การตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลายๆทางเลือกที่ได้พิจารณาหรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นหนทางให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์การ การตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญและเกี่ยวข้องกับหน้าที่การบริหารหรือการจัดการเกือบทุกขั้นตอนไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การจัดองค์การการจัดคนเข้าทำงาน การประสานงาน และการควบคุมสำหรับทฤษฎีการตัดสินใจนั้น

กระบวนการตัดสินใจ สรุปว่าหมายถึงแนวทางหรือหลักการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุจุดหมายที่ต้องการเพื่อให้ได้รับผลประโยชน์มากกว่าการสูญเสียจากความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้น โดยมีการปฏิบัติตามลำดับขั้นตอนอันนำไปสู่ความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยประมวลจากตารางสกัดตัวแปรกระบวนการตัดสินใจและนำมาใช้ในงานวิจัยจำนวน 7 องค์ประกอบ (Litherland, 2013) ; (Jalal-Karim, 2013) ; (Kotler & Keller, 2012); (Plunkett & Attner, 1994) ดังนี้

1. การระบุปัญหา (Define the problem)
2. การระบุข้อจำกัดของปัจจัย (Identify limiting factors)
3. การพัฒนาทางเลือก (Develop potential alternatives)
4. การวิเคราะห์ทางเลือก (Analyze the alternatives)
5. การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best alternative)

6. การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Implement the decision)

7. การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล (Establish a control and evaluation system)

ตัวแปรผลการตัดสินใจ (Decision Making Outcome)

ผลการตัดสินใจ พบว่าผลการตัดสินใจหมายถึง ผลประกอบการหรือประสิทธิภาพของนักลงทุน ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งที่ได้รับการพิจารณาอย่างดีแล้วว่าเป็นหนทางให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายนั้นๆได้ การตัดสินใจเป็นวิธีการเชิงวิเคราะห์และเชิงระบบที่ใช้ในการแก้ไขปัญหาและช่วยให้การตัดสินใจที่ดีกว่า โดยระบุว่าการตัดสินใจมีอยู่ใน 2 ลักษณะคือการตัดสินใจที่ดี (Good Decision) เป็นการตัดสินใจที่ใช้หลักเหตุและผลด้วยการพิจารณาจากข้อมูลและทางเลือกหรือกลยุทธ์ที่มีความเป็นไปได้ทั้งหมดจากนั้นใช้วิธีการเชิงปริมาณที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหาในบางครั้งอาจจะได้ผลลัพธ์ที่ดีหรือไม่ดีก็ขึ้นอยู่กับสถานการณ์แต่ก็ยังนับว่าได้มีการพิจารณาก่อนที่จะมีการตัดสินใจต่างจากการตัดสินใจที่ไม่ดี (Bad Decision) เป็นการตัดสินใจโดยปราศจากเหตุผลไม่ได้พิจารณาจากทางเลือกทั้งหมด แต่อาศัยอารมณ์ความรู้สึกส่วนตัวและการคาดเดาที่ไม่มีหลักฐานชัดเจน ไม่ได้พิจารณาข้อมูลที่มีอยู่ ไม่ได้นำเทคนิคเชิงปริมาณเข้ามาเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจทำให้เกิดความเสี่ยงค่อนข้างมากเหมือนกับการเล่นการพนันอยู่เป็นต้น จากทฤษฎีดังกล่าวสามารถอธิบายการตัดสินใจในการลงทุนของนักลงทุนได้เป็นอย่างดี (Naqvi Shiv & Bechara, 2006) โดยผลของการตัดสินใจมี 2 องค์ประกอบ คือ ผลกำไรและผลขาดทุน

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านพฤติกรรมกับ กระบวนการตัดสินใจของนักลงทุน

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของตัวแปรปัจจัยด้านพฤติกรรมกับกระบวนการตัดสินใจของนักลงทุน ตัวอย่างเช่น (Sultana and Pardhasadhi, 2012) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในหลักทรัพย์ของนักลงทุนบุคคลพบว่า ความเสี่ยง และ ผลตอบแทนที่คาดหวัง เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการลงทุน นอกจากนี้จากการศึกษาวิจัยแนวคิดทางด้านทัศนคติของ (Schiffman & Kanuk, 2007) พบว่าได้มีการศึกษาตัวแปรด้านทัศนคติ ได้แก่ ด้านปัญญา (Cognitive) ด้านความรู้สึก (Affective) และการแสดงพฤติกรรม (Behavior) หรือความตั้งใจที่จะซื้อ (Intention to purchase) ในขณะ (Jonas, 2008) วิจัยเรื่อง ผลกระทบของทัศนคติและการรับรู้ผลการดำเนินงานทางการเงินที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักลงทุนผลการศึกษาพบว่าทัศนคติ การไว้วางใจ และการรับรู้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการลงทุนในด้านบวก การรับรู้ทางด้านผลตอบแทนทางการเงินและการรับรู้ความเสี่ยงมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการลงทุน โดยปัจจัยด้านผลการตัดสินใจมี 2 องค์ประกอบ คือ กำไรและขาดทุน

1. กำไร (profit) หมายถึง ตัวเลขที่แสดงข้อมูลที่แท้จริงที่เกิดจากการดำเนินงานของกิจการกำไรดังกล่าวสามารถใช้วัดประสิทธิผลของการทำงานได้

2. ขาดทุน (loss) หมายถึง ส่วนที่เกิดจากค่าใช้จ่ายที่มากกว่ารายได้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้าน เทคโนโลยีกับกระบวนการตัดสินใจ

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเทคโนโลยีกับกระบวนการตัดสินใจ พบความสัมพันธ์ดังกล่าว เช่น งานวิจัยของ (Desai, et al., 2007) ที่พบว่า ตัวแปร

เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) มี 2 องค์ประกอบ ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Infrastructure) และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Human Informational Infrastructure) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเทคโนโลยีด้านเทคโนโลยีการสื่อสารของ (Wong & Chin, 2007) ระบุว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในอุตสาหกรรมบริษัทหลักทรัพย์ เป็นการลดจำนวนเจ้าหน้าที่แนะนำการลงทุน เพราะนักลงทุนรุ่นใหม่มีความรู้ความเข้าใจด้านการลงทุนเป็นอย่างดี และสามารถซื้อขายหลักทรัพย์ได้ด้วยตนเองผ่านทางอินเทอร์เน็ต รวมถึง ลดค่าธรรมเนียมในการซื้อขายหลักทรัพย์เพื่อการแข่งขันกันในตลาดหลักทรัพย์ แต่การสร้างให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีหรือการออกสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ๆ ก่อนคู่แข่งนั้นก็เป็นเรื่องที่ท้าทายของธุรกิจในการตอบสนองความคาดหวังที่มีอย่างไม่จำกัดของนักลงทุน ในอุตสาหกรรมนี้จึงต้องมีแนวทางพัฒนาบุคลากร และระบบในการซื้อขายหลักทรัพย์ให้เหมาะสมและสอดคล้องต่อการตัดสินใจของนักลงทุนด้วย เพราะส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ของการตัดสินใจลงทุน

ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการ ตัดสินใจที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ของการตัดสินใจ

ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการตัดสินใจที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ของการตัดสินใจ โดยพบความสัมพันธ์ดังกล่าว เช่น การศึกษาของ (Brown, Pott, & Wompener, 2008) และ (Kiatapiwat, 2010) โดยมีผลการวิจัยที่สอดคล้องและสนับสนุนว่ามีปัจจัยหลายประการของการตัดสินใจลงทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ได้แก่ ความสามารถในการทำกำไร งานวิจัยของ (Lev, 1989) ระบุว่า ตัวเลขกำไร (earnings numbers) ถือเป็นข้อมูล ทางการบัญชีที่สำคัญ ที่เป็นตัวบ่งชี้ความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการดำเนินงาน

ของบริษัท ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดทุน

2. สรุป

จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถพบว่าการตัดสินใจเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการลงทุนของนักลงทุน โดยปัจจัยที่สำคัญที่พบล้วนเป็นปัจจัยที่ได้ผ่านการศึกษาจากบริบทต่างประเทศมาแล้วทั้งสิ้น โดยประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลักคือ พฤติกรรม เทคโนโลยี และผลการตัดสินใจ รวมถึงความสัมพันธ์ที่จะสะท้อนจากการศึกษาเชิงประจักษ์ที่บ่งชี้ถึงการตัดสินใจที่ดียิ่งขึ้น จึงควรพิจารณาถึงการตัดสินใจไปปรับใช้ให้เกิดผลสำเร็จ การใช้ประโยชน์ทางวิชาการจากการทบทวนวรรณกรรม เพื่อสร้างปัจจัยองค์ประกอบและความสัมพันธ์ของปัจจัยพฤติกรรม เทคโนโลยี การตัดสินใจและผลของการตัดสินใจที่เกิดขึ้นในการศึกษาที่ผ่านมา และสามารถนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยในอนาคต และสามารถนำมาต่อยอดงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ ประโยชน์ทางวิชาชีพ ผู้ลงทุนสามารถนำทฤษฎีและกรอบแนวคิดการตัดสินใจ ไปใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกลงทุนให้เกิดความเหมาะสมและได้ผลตอบแทนสูงสุด เพื่อให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพ

3. เอกสารอ้างอิง

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2558). รายงาน

ประจำปี 2558 Towards the 5th
Decade of sustainable Growth.

กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

Allen, R. and J. W. Santrock. (1993). *Psychology: The Contexts of Behavior*. USA.: Wm. C.Brown Communication.

Alleyne, P. & Broome, T. (2010). *An exploratory study of factors influencing investment decisions* Paper presented at the Central Bank of Barbados 30th Annual Review Seminar at the Barbados Hilton.

Dechow, P., Ge, W., & Schrand, C. (2010). Understanding earnings quality: A review of the proxies, their determinants and their consequences. *Journal of Accounting and Economics*, 50, pp. 344–401.

Desai, D., Sahu, S., & Sinha, P. K. (2007). Role of Dynamic Capability and Information Technology in Customer Relationship Management: A Study of Indian Companies. *Journal of Management Information Systems*, 32(4), p.45.

Galbraith, J. K. (1967). *The new industrial state*. Boston, MA: Houghton Mifflin.

Hersh, S. (2000). *Beyond greed and fear: Understanding behavioral finance and the psychology of investing*. New York: Oxford University.

Jalal-Karim, A. (2013). Evaluating the impact of information security on enhancing the business decision-making process, *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*. Vol. 9, Iss: 1, pp.55 – 64.

Jonas Nilsson. (2008). Investment Behavior. *Journal of Business Ethics*. 83(2) pp.307-325. Kahneman, D., & Tversky,

- A. (1979). Prospect theory: An analysis of decisions under risk. In **Econometrica**. 47(2) pp.263–291.
- Kiatapiwat, W. (2010). **Controlling shareholders, audit committee effectiveness and earnings quality: The case of Thailand**. (Doctor Dissertation, University of Maryland).
- Kotler, P. and Keller, K, (2012). **Marketing Management**. (12th Ed.). Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.
- Lev, B. (1989). On the usefulness of earnings and earnings research: Lessons and directions from two decades of empirical research. **Journal of Accounting Research**. 27, pp. 153–201.
- Merikas, A. and D. Prasad (2003), “Factors Influencing Greek Investor Behaviour on the Athens Stock Exchange”, In **paper presented at the Annual Meeting of the Academy of Financial Services, Denver**. (Colorado, USA).
- Mohammed, Rashid & Tahir. (2016). Customer relationship management and firm performance **IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)**. 18(1). pp. 97-103.
- Monvika Phadoongsitthi. (2557) In **Journal of Accounting Profession**. 10(29),pp.35-52
- Namjoyan, Mahsa et al. (2013). ‘Studying the Effects of Customer Relationship Management on the Marketing Performance Isfahan Saderat Bank as a case Study’, **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**. vol. 3(9), pp. 302 – 314.
- Naqvi, N., Shiv, B., & Bechara, A. (2006). The role of emotion in decision making: A cognitive neuroscience perspective. **Current Directions in Psychological Science**, 15(5), pp. 260–264.
- Nguyen T & Waring TS. (2013). The adoption of customer relationship management (CRM) technology in SMEs: An empirical study. **Journal of Small Business Enterprise Development**. 20(4), pp 1-38.
- Nidhi and Prema Puri, (2013). **IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)**. Volume 18(3), pp.01-06
- Nofsinger, J. R. (2001). **Investment madness: How psychology affects your investing – and what to do about it**. USA: Pearson Education.
- OECD, Economic Department (2005). **Economic Survey of Chile 2005: Making better use of labor Resources**. (4 November 2005).
- Pattarapong Pumalee and Jirarat Teeravarapug. (2013). **MUT Journal of Business Administration**. 10 (1), January – June, p. 129- 315.
- Plunkett, W.R. and R. F. Attner. (1994). **Introduction to Management**. Belmont: Wadsworth.
- Schiffman & Kanuk, L.L. (2007). **Consumer behavior**. (9th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice – Hall.

Scott Richardson, İrem Tuna, Peter Wysocki.
(2010) Accounting anomalies and
fundamental analysis: A review of
recent research advances **Journal of
Accounting and Economics**. 50 (2–3),
pp.1410-454.

Shui Yee Wong & Kwai Sang Chin. (2007).
Research output: Journal Publications
and Reviews (RGC: 21, 22,
62) › 21_Publication in refereed In
journal Litherland. N. retrieved
February, 10, 2017 from
[http://www.ehow.com/howdoes_5280
248_decisionmaking-process-
managers.html](http://www.ehow.com/howdoes_5280248_decisionmaking-process-managers.html)

Schiffman, L.G., & Simon, H. A. (1997).
**Administrative Behavior: A Study of
decision-making processes in
administrative organizations**.(4th ed.).
New York: The Free Press.

Sultana and Pardhasadhi. (2012). An Empirical
Analysis of Factors Influencing Indian
Individual Equity Investors’ Decision
Making and Behavior in **European
Journal of Bussiness and
Management**. Volume 4(8), pp. 2222-
2839.

Syed Tabassum Sultana, S Pardhasaradhi. (2012).
*An Empirical Analysis of Factors
Influencing Indian Individual Equity
Investors’ Decision Making and Behavior
in European Journal of Bussiness and
Management*. Vol 4(18), pp. 50-61.

Vichit U-On “**The Structural Relationship Model
of Talent Management Affecting on
Organization Performance**” 2016 3,
Number 3, September-December 2016
ISSN: 2408-1914 UMBE International
Journal of Management, Business, and
Economics, p.69-84

V. K. and W. Kuechler (2015). **Design Science
Research Methods and Patterns:
Innovating Information and
Communication Technology**
(2nd ed.). New York: CRC Press.

Wong, S. Y., & Chin, K. S., (2007). “Organizational
innovation management An
Organization wide perspective.
**Industrial Management & Data
Systems**. 107(9), p.1.

แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในยุคไทยแลนด์ 4.0

Human Resource Development in the Era of Thailand 4.0

จิตติมา อัครธิติพงศ์¹

บทคัดย่อ

โลกแห่งการทำงานกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่ เทคโนโลยีที่กำลังเข้ามาเปลี่ยนแปลงวิถีการทำงาน การติดต่อสื่อสาร และในเรื่องการบริหารทรัพยากรบุคคลก็มีส่วนสำคัญในการทำงานอย่างมาก การสร้างกลไกให้ทรัพยากรมนุษย์ทุกระดับในประเทศได้รับการพัฒนา ทั้งในด้านองค์ความรู้ ทักษะ คุณธรรม ค่านิยมและวัฒนธรรมในการทำงาน ให้เป็นผู้ที่ทรงความรู้ มีทักษะ มีคุณภาพ มีคุณธรรม เหมาะสม สอดคล้องกับทิศทางของการพัฒนาประเทศ ย่อมจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้ประเทศชาติ มีสมรรถนะขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น ประเทศไทยต้องปรับตัวให้ทันกระแสโลกด้วยการเตรียมก้าวเข้าสู่ยุค Thailand 4.0 ที่ธุรกิจจะต้องแข่งขันกันด้วยความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ขณะเดียวกันยังมีอีกหลายปรากฏการณ์ที่จะเกิดขึ้นพร้อมๆ กับการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค 4.0 อย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยง ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่นักบริหารทรัพยากรมนุษย์จะต้องมองการณ์ไกล คาดการณ์ถึงสิ่งที่ไม่คาดฝันไว้ล่วงหน้า และเตรียมหาหนทางรับมือที่เหมาะสมกับองค์กร เพื่อให้องค์กรของตนอยู่รอดอย่างมั่นคง และยั่งยืนตลอดไป

คำสำคัญ : การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ประเทศไทย 4.0 แผนยุทธศาสตร์ ทักษะในอนาคต แรงงานไทย

¹ รองศาสตราจารย์ สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
Email : chittima_jeab@hotmail.com

Abstract

The world of work is facing a big change. Technology has been changing the ways people work and communicate as well as the face of human resource management, all of which are really essential for working life. Mechanisms for developing human resources at all levels, including knowledge, attitudes, virtues, values and culture in work, are required for qualified human assets whose knowledge, skills and morality are to be in line with the directions of national development. Accordingly, human resource development, considered as the value-added processes to the nation, is the key to success in the country's higher competitive strengths. Thailand is needed to be adjustable to the changing world and ready to move on to the era of Thailand 4.0 in which knowledge, creativity and innovation are necessary for business competition. Importantly, in the transitional stage, many inevitable phenomena will happen at the same time. Therefore, it is essential for administrators in the area of human resources to be farsighted, predictable and ready to handle with new challenges for the stability and sustainability of the organizations.

Keywords: human resource development, Thailand 4.0 era, strategic plan, future skill, Thai labor

1. บทนำ

การนำพาประเทศเข้าสู่โมเดล “ประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0)” ที่มุ่งปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” รวมถึงการเปลี่ยนโครงสร้างตลาดแรงงาน และบริบททางเศรษฐกิจที่เกิดการเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้การบริหารทรัพยากรมนุษย์จำเป็นต้องมีการปรับตัวตามไปด้วย เพื่อให้องค์กรสามารถเติบโตในบริบทใหม่ได้อย่างเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพที่มั่นคงและยั่งยืน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการตื่นตัวของการนำนวัตกรรมมาใช้ในการปรับปรุงโครงสร้างองค์กร การออกแบบลักษณะงานและการพัฒนาคุณภาพบุคลากรในองค์กรต่าง ๆ โดยมีหลักคิดเพื่อการเพิ่มกำลังการผลิต (Productivity) ของทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและสังคม ซึ่งอาจเป็นทางออกของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในปัจจุบัน และเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ รัฐบาลจึงได้มีนโยบายปฏิรูปประเทศไทยสู่ “Thailand 4.0” มุ่งให้ประเทศไทยมีเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม มุ่งเน้นการพัฒนาไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ด้วยการสร้างความเข้มแข็งตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงผ่านกลไกประชารัฐ มีความมุ่งมั่นจะนำพาประชาชนสู่การปฏิรูปประเทศในรูปแบบใหม่ เพื่อให้สามารถรับมือกับโอกาสความเสี่ยงและภัยคุกคามที่เปลี่ยนแปลงไปในศตวรรษที่ 21 และมีเป้าหมายปรับเปลี่ยนให้ประเทศไทยก้าวสู่ประเทศในโลกที่หนึ่ง ซึ่งประเทศไทยจะต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทั้งโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม รวมทั้งจะมีผลกระทบต่อการดำรงชีวิตและการทำงาน การประกอบอาชีพของประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (สมบัติ กุสุมาลี, 2559)

2. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จากยุค HR 1.0 – 3.0

ในยุคแรกของงานบริหารบุคคล HR 1.0 มีลักษณะเป็น “งานธุรการ” ที่ให้ความสำคัญในการทำงานอยู่กับการ “จ่ายเงินเดือน รับคนเข้า เอาคนออก

เช็คบัตรตอก ออกใบเตือน” โดยองค์กรยังมองว่า ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ ไม่ใช่ส่วนงานสำคัญเพราะไม่ทำให้เกิดรายได้ เมื่อโลกมีการแข่งขันสูงขึ้นและเริ่มมองเห็นว่าคนเป็นทรัพยากรของบริษัทที่ต้องให้ความสำคัญ ดังนั้นนัก HR 2.0 จึงต้องปรับบทบาทจากการทำงานวันต่อวันไปสู่การเป็นคู่คิดทางธุรกิจ คู่คิดเชิงกลยุทธ์ ที่มีความสามารถในการเตรียมพร้อมคนให้รองรับกับการเปลี่ยนแปลง และยุค HR 3.0 คือ การทำงานของฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ ในยุคปัจจุบัน นักบริหารทรัพยากรมนุษย์ต้องมีความเป็น Credible Activist หรือเป็นคนทำงานที่มีความน่าเชื่อถือ ต้องเป็นนักส่งเสริมบริหารการเปลี่ยนแปลง สามารถสร้างขีดความสามารถขององค์กรและสามารถคิดค้นนวัตกรรม ออกแบบเครื่องมือบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่เหมาะสมกับองค์กรของตนเองได้ ตลอดจนเป็นนักวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่สามารถกำหนดตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ขององค์กร และเสนอแนะแนวทางให้แก่ผู้บริหารได้ (สมบัติ กุสุมาลี, 2559)

อย่างไรก็ตามนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ก็ไม่ควรจะมองข้ามและจะต้องเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพราะเศรษฐกิจนั้นไม่ต่างอะไรจากเทคโนโลยีที่มีการพัฒนารุดหน้าต่อไปอย่างไม่สิ้นสุด ราบใดที่นักบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรต่างๆ รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง องค์กรก็ย่อมพัฒนาก้าวหน้าต่อไปอย่างเท่าทันโลกเช่นกัน

2.1 ปรากฏการณ์ที่น่าสนใจในช่วงเวลาเปลี่ยนผ่านสู่ยุค 4.0

นอกจากการที่ประเทศไทยต้องปรับตัวให้ทันกระแสโลกด้วยการเตรียมก้าวเข้าสู่ยุค Thailand 4.0 ที่ธุรกิจจะต้องแข่งขันกันด้วยความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ขณะเดียวกันยังมีอีกหลายปรากฏการณ์ที่จะเกิดขึ้นพร้อมๆ กับการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค 4.0 อย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่นักบริหารทรัพยากรมนุษย์จะต้องมองการณ์ไกล คาดการณ์ถึงสิ่งที่ไม่คาดฝัน (Expect the Unexpected) ไว้ล่วงหน้า และเตรียมหาหนทางรับมือที่เหมาะสมกับองค์กร โดย

10 แนวโน้มสำคัญที่กำลังจะเกิดขึ้น (บทความวิชาการ HR 3.0 กับแรงงานยุคดิจิทัล, 2559) ได้แก่

1. ประเทศไทยกำลังจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) อีกไม่นานประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มตัว แน่แน่นอนว่าปรากฏการณ์นี้ย่อมส่งผลกระทบต่อองค์กรต่างๆ ในการสูญเสียบุคลากร โดยเฉพาะบุคลากร ในยุค Gen BB ที่ถึงเวลาเกษียณอายุ และส่งผลให้องค์กรต้องสูญเสียองค์ความรู้ ประสบการณ์ เทคนิค เคล็ดลับต่างๆ ที่สั่งสมในตัวบุคลากรเหล่านั้นไปด้วย ดังนั้น สิ่งที่นักบริหารทรัพยากรมนุษย์ ควรต้องเริ่มเคลื่อนไหวแล้วในตอนนี้ คือการหาหนทางให้เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้จากพนักงานรุ่นเก่าไปสู่พนักงานรุ่นใหม่ รวมทั้งอาจต้องทบทวนนิยามของคำว่า “เกษียณอายุ” เสียใหม่ ซึ่งอาจยืดเวลาออกไปได้ตามความเหมาะสม ไม่จำเป็นต้องยึดติดกับตัวเลข “60 ปี” เท่านั้น

2. Millennials in the Workplace จากเดิมที่มักตั้งคำถามว่า “จะทำงานอย่างไรกับคน Gen Y ที่เข้ามาในองค์กร” แต่ในไม่ช้าคำถามนี้จะหมดไป เนื่องจากคน Gen Y หรือ Millennials จะกลายเป็นกลุ่มคนส่วนใหญ่ในองค์กร สิ่งที่นักบริหารทรัพยากรมนุษย์ ควรรับผิดชอบต่อตัวเองให้ได้ก็คือ “จะปรับองค์กรอย่างไรให้เหมาะสมกับคนยุคใหม่” ไม่ใช่คาดหวังให้คนรุ่นใหม่เป็นฝ่ายปรับตัวเข้าหาลักษณะเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์ จะต้องมีความเข้าใจในตัวพนักงานและมีความยืดหยุ่นสูงขึ้นด้วย เพราะการใช้วิธีการดูแลการฝึกอบรมแบบ One Size fits all อาจไม่ได้ผลกับคนรุ่นใหม่อีกต่อไป แต่ต้องมีการออกแบบให้เหมาะกับพนักงานแต่ละคนด้วย (Tailor-Made)

3. รูปแบบของเศรษฐกิจกำลังจะเปลี่ยนไป เมื่อประเทศไทยเข้าสู่ยุค 4.0 รูปแบบเศรษฐกิจจะเปลี่ยนจากอุตสาหกรรมที่เน้นการผลิตปริมาณมากและใช้แรงงานราคาถูก ไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมที่พึ่งพาความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และเทคโนโลยี ดิจิทัล ฉะนั้น นักบริหารทรัพยากรมนุษย์ จึงมีหน้าที่สำคัญในการพัฒนาศักยภาพคนให้สูงขึ้น และหาแนวทาง

สร้างคนให้เป็น “นักคิด” ที่สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น

4. โลกาภิวัตน์ (Globalization) จะเข้มข้นมากขึ้น การเชื่อมโยงของโลกในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีความเข้มข้นทำให้เรามีโอกาสเผชิญการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและคาดไม่ถึง (Rapid and Unpredictable change) ได้มากขึ้น ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในส่วนหนึ่งส่วนใดของโลก เช่น การออกจากสหภาพยุโรปของประเทศอังกฤษ การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่ๆ หรือการดำเนินธุรกิจของบริษัทข้ามชาติยักษ์ใหญ่ที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่โตมาก อาจสร้างผลกระทบต่อองค์กรมากมายได้ นักบริหารทรัพยากรมนุษย์ จึงต้องรู้ปรากฏการณ์ต่างๆ ในโลกและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

5. การเกิดที่ทำงานแบบใหม่ที่เรียกว่า Digital Workplace คำว่า “Internet of Things” จะสร้างการเปลี่ยนแปลงให้แก่โลกเป็นอย่างมาก ข้อมูลแทบทุกอย่างในอนาคตจะถูกเชื่อมโยงอยู่ในโลกอินเทอร์เน็ต แม้แต่ประเทศไทยก็เตรียมพร้อมที่จะปรับตัวสู่ Thailand Digital Economy ภายในปี 2020 ดังนั้น ในอนาคตนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ จึงต้องมีการวางแผนแล้วว่า จะขับเคลื่อนคนให้ไปพร้อมกับโลกยุคดิจิทัลได้อย่างไร จะมีวิธีการบริหารการทำงานผ่านระบบออนไลน์ได้อย่างไร และจะบริหารจัดการดิจิทัลคอนเทนต์ในองค์กรให้เกิดประโยชน์ได้อย่างไร

6. ทุกสิ่งทุกอย่างในชีวิตจะอยู่ใน Mobile Technology ตัวอย่างสำคัญที่เกิดขึ้น ณ ขณะนี้ เช่น นโยบาย National e-Payment หรือพร้อมเพย์ (Promtpay) ของรัฐบาล นับจากนี้ต่อไป ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการทำงานหรือการทำงานอื่นๆ จะสามารถดำเนินการผ่าน Mobile Technology เช่น สมาร์ทโฟน หรืออุปกรณ์อื่นๆ ได้มากขึ้นเรื่อยๆ นักบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงต้องเตรียมเปลี่ยนวิธีการทำงานของตัวเอง ทั้งในเรื่องของการบริหารจัดการ การฝึกอบรมพนักงาน ซึ่งอีกไม่นานทั้งหมดอาจต้องกระทำผ่าน Mobile Technology เช่นเดียวกัน

7. วัฒนธรรมการเชื่อมโยงกัน (A Culture of Connectivity) จะเปลี่ยนแปลงไป วัฒนธรรมการเชื่อมโยงกันของคนในอนาคตจะเป็นการติดต่อที่ทำได้ตลอด ทุกที่ทุกเวลา เป็นปรากฏการณ์ที่เรียกว่า The Hyperconnected และเปลี่ยนจากแนวคิด Work-Life Balance ไปสู่คำว่า “Weisure Time” (เป็นคำศัพท์ที่เกิดจากการนำตัวอักษร W ในคำว่า Work มารวมเข้ากับคำว่า Leisure ที่แปลว่า เวลาว่าง) ที่ขอบเขตระหว่างโลกส่วนตัวและโลกของการทำงาน จะไม่มีเส้นแบ่งชัดเจนอีกต่อไป คนทำงานอาจใช้สื่อ Social ส่วนตัวในเวลาทำงานและติดต่อเรื่องงานผ่านโปรแกรม Chat เมื่อกลับมาถึงบ้าน คำว่า Work-Life Balance อาจหายไป ฉะนั้น นักบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงต้องเตรียมที่จะปรับวิธีในการดูแลโลกทั้งสองด้านของพนักงานที่มีรูปแบบต่างไปจากเดิม

8. สังคมของการมีส่วนร่วม ในอนาคตสังคมจะต้องการการมีส่วนร่วมมากขึ้นเรื่อยๆ แม้แต่การผลิตสินค้าใดๆ ก็ตาม หากผู้ซื้อสามารถมีส่วนในการออกแบบ แลกเปลี่ยนความคิด สินค้านั้นจะขายดีมากยิ่งขึ้น นักบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงต้องพร้อมที่จะสร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้นภายในองค์กร และสร้างโอกาสให้พนักงาน รวมถึงลูกค้าที่ซื้อสินค้าและบริการขององค์กร สามารถมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยน แบ่งปันความรู้และความคิดสร้างสรรค์กันได้ตลอดเวลา

9. การเรียนรู้ผ่าน Social จะกลายเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก โลกยุคใหม่จะเปลี่ยนจาก The ‘e’ decade คือ ยุค e เช่น e-learning, e-book, e-commerce ไปสู่ The ‘s’ decade หรือยุคของ Social ไม่ว่าจะเป็น Social networking, Social media หรือ Social Learning สิ่งสำคัญในการสร้างการเรียนรู้ของพนักงานยุคใหม่คือการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่เขาสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตัวเอง หน้าที่ของจึงต้องเปลี่ยนจาก Trainer หรือ Instructor ไปสู่ facilitator หรือเป็นผู้ที่คอยอำนวยความสะดวก หาช่องทางในการส่งเสริมให้พนักงานได้เรียนรู้ด้วยตนเอง

10. องค์กรในอนาคตต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ในอนาคตองค์กรต่างๆ ทั่วโลกจะไม่สามารถดำเนินธุรกิจโดยสนใจผลกำไรเพียงอย่างเดียว แต่มีแนวโน้มต้องปรับตัวไปสู่องค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน โลกยุคใหม่กำลังขับเคลื่อนจาก CSR (Corporate Social Responsibility) ไปเป็น CSV (Creating Shared Value) ที่ปลูกฝังจิตสำนึกค่านิยมในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ชีวิต สิ่งแวดล้อม และธรรมชาติ ผนวกรวมเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการทำธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ทุกนิกายในโลกลูกคนจะต้องปรับตัวไปสู่ “ทุนนิยมที่มีจิตสำนึก” ซึ่งนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ ต้องมีส่วนร่วมอย่างมากในการนำพาคนและองค์กรไปสู่จุดนั้นให้ได้

2.2 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนากำลังคนของประเทศในระยะ 20 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 – 2579

ในโลกใบใหม่เป็นโลกของการแข่งขันทางธุรกิจ เป็นโลกที่มีการแข่งขันทางเทคโนโลยี ซึ่งทุกประเทศสามารถแข่งขันทางเทคโนโลยีได้ แต่เทคโนโลยีก็ต้องอาศัยคนเป็นผู้ออกแบบควบคุมทั้งสิ้น ดังนั้น ทุกประเทศจึงมีเป้าหมายเดียวกัน คือการสร้างคนหรือทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นคนที่มีความรู้ มีวิสัยทัศน์ มีความสามารถ รวมถึงการพัฒนาให้คนเป็นคนดี มีคุณธรรม จริยธรรม มีสำนึกของความเป็นคนในประเทศนั้นๆ คนจึงเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญมากที่สุด นอกเหนือจากทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้แล้วหมดไป การพัฒนานคนจึงเป็นการลงทุนในระยะยาว ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งในปัจจัยหลักของแผนยุทธศาสตร์ชาติในระยะ 20 ปี โดยทุกประเทศในโลกทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมทั้งผู้นำจึงจำเป็นต้องร่วมมือกันสร้างทรัพยากรมนุษย์หรือคนในประเทศของตน ให้มีความรู้ ความสามารถสูง สามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ได้ สามารถใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ สื่อสารข้ามพรมแดนได้ เป็นทรัพยากรที่มีคุณภาพทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก

ยุทธศาสตร์การพัฒนากำลังคนของประเทศ ในระยะ 20 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 – 2579 มีวัตถุประสงค์ที่

สำคัญ คือ เพื่อสร้างความ “มั่นคง” ให้กับแรงงาน มีหลักประกันที่ดี ได้ทำงานที่มีคุณค่า (Decent Work) ได้รับการคุ้มครองสิทธิตามกฎหมาย มีสภาพการจ้างงานที่เป็นธรรม มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย มีแรงงานสัมพันธ์ที่ดี ได้รับสวัสดิการแรงงานที่เหมาะสม มีศักยภาพได้มาตรฐานสากล และเพื่อสร้างความ “มั่งคั่ง” ให้แรงงานมีรายได้สูง (High Income) มีผลิตภาพแรงงานสูง ได้มาตรฐานสากล ซึ่งยุทธศาสตร์ดังกล่าวแบ่งออกเป็น 4 ระยะ (กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์, 2560) ได้แก่

1. Productive Manpower (พ.ศ. 2560-2564)

โดยการจัดอุปสรรคด้านแรงงานในการพัฒนาประเทศ เร่งพัฒนามาตรฐานการดำเนินงานด้านแรงงาน ให้เป็นสากล มุ่งเน้นให้แรงงานทุกคนได้รับความคุ้มครองทางสังคม มีความปลอดภัย ส่งเสริมให้แรงงานไทยเป็นแรงงานที่มีทักษะที่หลากหลาย (Multi-Skilled) และเติมทักษะให้แก่แรงงาน เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 ได้อย่างราบรื่นและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาแรงงานให้มีทักษะด้าน STEM ได้แก่ วิทยาศาสตร์ (Science) เทคโนโลยี (Technology) วิศวกรรมศาสตร์ (Engineering) และคณิตศาสตร์ (Mathematics) ซึ่งเป็นทักษะของแรงงานยุคไทยแลนด์ 4.0 และสร้างระบบการจ้างงานที่เอื้อต่อแรงงานสูงวัยอย่างครบวงจร

2. Innovation Workforce (พ.ศ. 2565-2569)

โดยการพัฒนาแรงงานให้สามารถนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการเพิ่มผลิตภาพ เพิ่มการพัฒนาแรงงานให้มีทักษะด้าน STEM เพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับต่อยุคไทยแลนด์ 4.0 อย่างเต็มรูปแบบ พร้อมปรับปรุงกฎระเบียบให้มีความยืดหยุ่นรองรับรูปแบบการจ้างงานใหม่ ในยุคดิจิทัล และพัฒนาแรงงานให้มีความพร้อมในการทำงานภายใต้สังคมที่มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย และการจ้างงานข้ามแดน

3. Brain Power (พ.ศ. 2570-2574) เพิ่มจำนวนคนที่มีทักษะด้าน STEM เพื่อให้เป็นกำลังคนที่สามารถใช้

ความรู้ความสามารถ และสติปัญญาในการทำงานที่มีมูลค่าสูง (High Productivity) เพื่อให้มีรายได้สูง (High Income) และประเทศสามารถหลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap : MIT)

4. Creative Workforce (พ.ศ.2575-2579)

ดำเนินการให้บรรลุระบการพัฒนายั่งยืน พร้อมเพิ่มจำนวนกำลังคนที่มีทักษะด้าน STEM และสร้างกำลังคนให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีทักษะในการวิจัยและพัฒนา เพื่อเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพในการทำงานต่อไปด้วย ทั้งนี้ ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศตลอดระยะ 20 ปี ไม่เพียงแต่จะมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถ สมรรถนะ เพื่อให้เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพ รวมทั้งการมุ่งสร้างความมั่นคงในชีวิตการทำงาน เพื่อให้ทรัพยากรมนุษย์มีคุณภาพชีวิตที่ดีตามมาตรฐานสากล มีหลักประกันที่ดี มีโอกาสในการทำงานที่มีคุณค่า การได้รับการคุ้มครองสิทธิตามกฎหมาย การมีสภาพการจ้างที่เป็นธรรม การมีสภาพแวดล้อมและสภาพการทำงานที่ปลอดภัย การมีแรงงานสัมพันธ์ที่ดี การได้รับสวัสดิการแรงงานที่เหมาะสม และการมีศักยภาพได้มาตรฐานสากล

2.3 การพัฒนาทักษะแรงงานในยุค 4.0

การพัฒนาตนเอง การพัฒนาองค์กร เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการปรับตัวในยุคไทยแลนด์ 4.0 ถ้าแรงงานไม่มีการปรับตัว ไม่มีการพัฒนาตนเองจะไม่สามารถอยู่รอดได้ในยุคนี้ ซึ่งเป็นความท้าทายอย่างมากของรัฐบาลที่จะนำโมเดล 4.0 เข้ามา โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้ประเทศหลุดพ้นจากกับดัก 3 กับดัก ได้แก่ กับดักรายได้ปานกลาง กับดักความเหลื่อมล้ำทางสังคม และกับดักความไม่สมดุลด้านการพัฒนา นี่คือนโยบายของรัฐบาลที่จะทำให้ประเทศไทยมุ่งสู่ ความมั่นคง มั่งคั่ง อย่างยั่งยืน การเปลี่ยนแปลงในระดับโลก ทำให้สังคมไทยต้องมีการเปลี่ยนแปลง ถ้าเราอยากพัฒนา อยากจะก้าวพ้นจากการมีรายได้ปานกลาง โดยเฉพาะทักษะความสามารถของเรายังเป็นยุค 3.0 เราจึงต้องร่วมมือกันทั้งภาครัฐบาล อุตสาหกรรม

เอกชน และสถาบันการศึกษา จับมือร่วมกัน คิดวางแผนร่วมกัน ในการสร้างทรัพยากรมนุษย์ จะวางแผนอย่างไร ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของโลกของไทยแลนด์ 4.0 ทั้งนี้ บริษัทชั้นนำหลาย บริษัท เช่น ไมโครซอฟท์ แอปเปิ้ล วอลมาร์ท จะมีความต้องการพนักงานที่มีทักษะด้าน 3R และ 7C (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2558) ซึ่งได้แก่ Reading, Writing, Arithmetic และ 7 C คือ ทักษะการคิดวิเคราะห์ในเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) ทักษะการคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creative Innovation) ทักษะความเข้าใจในวัฒนธรรมที่หลากหลาย (Cross Culture Understanding) ทักษะการร่วมมือกันทำงานเป็นทีม (Corporation and Teamwork) ทักษะในการสื่อสาร (Communication Media) ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ (Computing) และ ทักษะการเรียนรู้การพัฒนาตนเองในสายอาชีพ (Career & Learning Skill) นี่คือนักทักษะของแรงงานที่ต้องการในศตวรรษที่ 21 ที่ได้เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งปัญหาหลักของเราคือจะต้องผลิตแรงงานอย่างไรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

ทั้งนี้ รัฐบาลไทยจำเป็นต้องสร้างระบบเพื่อที่จะสามารถ "เตรียมพร้อมคนใหม่ ใส่ใจคนเดิม เติบโตคนหลุดหาย" โดยการพยายามที่จะต้องเชื่อมโยงโลกของการทำงานให้เข้ากับโลกของการศึกษา ให้เข้าด้วยกันให้มากยิ่งขึ้นต่อไป

2.4 ทักษะสำหรับโลกในอนาคต

ในโลกของการเปลี่ยนแปลง ทักษะของมนุษย์ที่จำเป็นต้องเร่งปรับตัวให้ทันกับความก้าวหน้าของปัญญาประดิษฐ์ หรือ AI (Artificial Intelligence) มนุษย์จะอยู่ยากขึ้นเมื่อต้องทำงานร่วมกับ AI และนี่คือความท้าทายความยากของมนุษย์ในอนาคต การเรียนแบบเดิมที่เน้นแต่การท่องจำจะไม่สามารถทำงานสู้กับปัญญาประดิษฐ์หรือ AI ได้ ซึ่งมนุษย์จะแข่งขันกับ AI ให้ได้นั้นจะต้องมีลักษณะที่สำคัญด้วยกัน 4 ด้าน หรือที่เรียกว่า 4 I (สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์, 2560) คือ ต้องมีการจินตนาการ (Imagination) มีแรงดลใจ (Inspiration)

มีความเข้าใจลุ่มลึก (Insight) และการมีญาณทัศน์ (Intuition) ทักษะเหล่านี้จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมี ซึ่งเป็นทักษะสำหรับอนาคตหรือทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 โดยทักษะทั้ง 4 ด้านนี้จะหาไม่ได้ใน AI นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องพัฒนาคนให้มีทักษะที่เรียกว่า ASK ได้แก่ Attitude ทศคติ อุปนิสัย Skill ทักษะ ความอดทน และ Knowledge ความรู้ ซึ่งในปัจจุบันจะเน้นตัว K Knowledge คือการให้ความรู้มากขึ้นไป แต่จะเน้น A กับ S น้อยเกินไป เพราะฉะนั้น เราจะต้องสอนให้เด็กในอนาคตได้ฝึกคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ใฝ่รู้ อดทน สามารถเรียนรู้ได้จากแหล่งการเรียนรู้ที่หลากหลาย จึงจะเกิดการเรียนรู้ตลอดชีพ ตลอดชีวิตได้ ดังนั้น การเรียนการสอนจึงจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่การเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนมีบทบาทมากขึ้น โดยให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (Active Learning) (วิจารณ์ พานิช, 2555) ไม่ใช่ให้ครูเป็นศูนย์กลาง เพราะการเรียนรู้จากการฟังจากการบรรยาย จะสามารถเรียนรู้ได้น้อยกว่าการลงมือปฏิบัติ ทั้งนี้ เราต้องเตรียมเด็กให้สามารถทำงานที่ยังไม่มีในวันนี้ โดยใช้เทคโนโลยีที่ยังไม่เกิดมาแก้ไขปัญหาที่ยังไม่รู้ ดังนั้น เด็กในยุคต่อไปในอนาคตจึงต้องเรียนรู้ได้ด้วยตัวเองอย่างต่อเนื่อง สามารถทำได้ด้วยตัวเองจากการฝึกทักษะการเรียนรู้ จากการลงมือปฏิบัติ จึงจะทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการเรียนรู้ต่อไป และนี่คือหัวใจสำคัญของการอยู่รอดในอนาคต การปฏิรูปการศึกษาจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นและเร่งด่วนอย่างยิ่ง ซึ่งจะต้องเตรียมตัวกันตั้งแต่วันนี้เพื่อความอยู่รอดกันในอนาคต ทั้งในระดับชุมชน สังคม และระดับประเทศ

2.5 แนวทางการปรับตัวของแรงงานไทย

ยุค 4.0

เมื่อโลกเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงในยุคของเทคโนโลยี ความต้องการแรงงานรูปแบบใหม่ ๆ ในยุค 4.0 ก็ต้องปรับเปลี่ยนตามไปด้วย พนักงานก็ต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี โดยพนักงานเงินเดือนที่ทำงานประจำจะถูกแทนที่ด้วยเทคโนโลยีและเครื่องจักรมากขึ้น ดังนั้น พนักงานต้องปรับตัวใน

การทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยยึดหลักที่ว่ามนุษย์จะมีจุดแข็ง มีศักยภาพที่เหนือกว่าเครื่องจักร นั่นก็คือมนุษย์จะมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มนุษย์จะมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์แก้ไขปัญหาที่สลับซับซ้อนได้มากกว่า สามารถตัดสินใจได้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าเครื่องจักร ในขณะที่ด้วยกันกลุ่มของผู้ประกอบธุรกิจก็ควรปรับตัวโดยไม่มุงเน้นแต่จะแทนที่บุคลากรด้วยเทคโนโลยีแต่เพียงอย่างเดียว แต่ควรจะมุ่งเน้นพัฒนาทักษะของพนักงานให้ตรงกับความต้องการของงานที่ถูกเปลี่ยนไปซึ่งในประเทศเยอรมนี (สมบัติ กุสุมาลี, 2559) ในช่วงปี พ.ศ. 2558 – 2568 ตำแหน่งงานด้านการผลิตจะถูกแทนที่ด้วยระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์แทนกำลังคนจำนวนประมาณ 600,000 คน ในขณะเดียวกันก็จะมีการเพิ่มตำแหน่งงานทางด้าน IT เพิ่มมากขึ้น เช่น นักวิทยาศาสตร์ข้อมูล (Data Scientist) นักวิจัยและพัฒนา (Research & Development) นักพัฒนาซอฟต์แวร์ (Software Development) ดูแลควบคุมหุ่นยนต์ (Robot Coordinate)

ในส่วนของพนักงานที่กำลังเดินทางเข้าสู่ตลาดแรงงานก็จำเป็นต้องเดินทางมาอย่างถูกทาง ซึ่งไทยแลนด์ 4.0 คือยุคทองของ 4 สาขาวิชาแห่งอนาคต หรือที่เรียกว่า STEM (Science, Technology, Engineering, Mathematic) (Dejanette, 2012) นอกเหนือจากความรู้ใน 4 สาขาวิชาแห่งอนาคตที่พนักงานต้องมีแล้วยังจำเป็นต้องมีทักษะที่สำคัญที่สุดที่เหนือไปกว่าองค์ความรู้ทางด้านวิชาการก็คือ การเชื่อมโยงทั้ง 4 องค์ความรู้เข้าด้วยกัน เพื่อสามารถนำไปพัฒนาสาขาความรู้เฉพาะทางของตนเองได้ เช่น ถ้าจบสาขาทางด้านการเกษตรมาก็ควรจะนำความรู้ทางด้านเทคโนโลยีมาเชื่อมโยงกับความรู้ที่มีอยู่แล้ว นำมาพัฒนาให้เป็นลักษณะเกษตรดิจิทัลให้ได้ ซึ่งทักษะที่จำเป็นในอนาคตที่พนักงานต้องมี (TPA news, 2558) ก็คือ ทักษะความสามารถในการติดตามและมองเห็นถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญไม่ว่าจะเป็นการอ่านหนังสือ การเข้าอบรม การติดตามจาก

ผู้รู้ อีกทั้งต้องสามารถถ่วงถ่วงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นว่าจะเกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อตนเองและการประกอบอาชีพของตนเองอย่างไร และทักษะที่สำคัญประการที่สองก็คือความสามารถที่จะเรียนรู้และอยู่ร่วมกับเทคโนโลยีใหม่ๆได้ แทนที่เราจะไปต่อต้านต่อเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะเข้ามา เราจะต้องรู้จักที่จะเรียนรู้ ใช้ชีวิต และทำงานร่วมกับเทคโนโลยีมากขึ้น และที่สำคัญคือจะต้องสามารถผนวกความรู้ ทักษะที่เรามีความชำนาญอยู่ในเรื่องงาน ให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้ได้ รวมทั้งสามารถมองเห็นสิ่งที่เทคโนโลยียังขาดหรือทำไม่ได้ และเราสามารถพัฒนาทักษะของตนเองในเรื่องดังกล่าวได้ และทักษะที่สำคัญประการต่อมาก็คือทักษะเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ เนื่องจากในอนาคต เมื่อหุ่นยนต์คอมพิวเตอร์ สามารถทำงานพื้นฐานแทนเราได้ ยังสามารถทำได้เร็วกว่ามีประสิทธิภาพมากกว่า สิ่งที่จะทำให้เราแตกต่างก็จะกลายเป็นเรื่องของความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ ที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ๆ และทักษะประการสุดท้ายที่สำคัญมากที่สุด ก็คือเรื่องของ Emotional Intelligence หรือความฉลาดทางอารมณ์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการเข้าใจต่อผู้อื่น (Empathy) การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลรอบด้าน ความมีน้ำใจ ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่หุ่นยนต์หรือคอมพิวเตอร์ไม่สามารถทำได้ ดังนั้น ผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงก็จะทำให้ตนเองมีค่าและแตกต่างจากหุ่นยนต์มากขึ้น ทักษะที่สำคัญดังกล่าวนี้ ล้วนแล้วแต่เป็นทักษะที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ทำความเข้าใจ และใช้ประโยชน์ต่อการเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ๆ ที่จะเกิดขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านเทคโนโลยี และเป็นทักษะที่จะทำให้แต่ละบุคคลแตกต่างจากทั้งบุคคลอื่นและแตกต่างจากหุ่นยนต์และคอมพิวเตอร์ ถ้าหากแรงงานไทยได้เรียนรู้และปรับตัวพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพด้วยวิธีดังกล่าวนี้แล้ว ก็จะสามารถได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำพาตนเองให้อยู่รอดในยุค 4.0 ได้โดยไม่ต้องกังวลว่าจะต้องถูกแทนที่ด้วยระบบเทคโนโลยี คำถามสำคัญต่อมาก็คือว่าแล้วทักษะต่างๆ เหล่านี้ จะไปศึกษาหรือเรียนรู้ได้จากที่ใดกันเล่า

3. บทสรุป

เมื่อบริบทของการดำเนินธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป เช่นนี้ แน่แน่นอนว่าการบริหารทรัพยากรบุคคลก็ต้องมีการปรับตัวตามไปด้วยเช่นกัน เพราะคนคือหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร ทุกองค์กรจึงต้องหันมาปรับกลยุทธ์กันอีกครั้งในช่วงเวลาของการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค 4.0 นี้ เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสโลกและทิศทางการดำเนินงานขององค์กรให้เติบโตได้อย่างมั่นคงและมีประสิทธิภาพสูงสุด หัวใจสำคัญที่จะทำให้องค์กรปรับตัวสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในยุค 4.0 ได้ ก็คือวิสัยทัศน์ที่สอดคล้องกับเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ และที่สำคัญที่สุด ก็คือ เป้าหมายการพัฒนาคนแบบใหม่ซึ่งมี 3 ประการด้วยกัน คือ การพัฒนาคนให้เป็นคนเก่ง คนดี และมีความสุข ทั้งนี้ การพัฒนาคนตามเป้าหมายทั้งสามนี้ได้ จะทำให้คนมีความรักและความผูกพันต่อองค์กร มีการทุ่มเทให้กับการทำงาน อยู่กับองค์กรอย่างยาวนาน และมีประสิทธิภาพในการทำงานตามเป้าหมายขององค์กร ซึ่งส่งผลต่อเป้าหมายของสังคมและประเทศชาติต่อไป

4. เอกสารอ้างอิง

- กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์. (2560). ปริยธณ พรหมสาขา ณ สกลนคร. ข่าว/4 มกราคม 2560.
โพสต์เมื่อ 5th January 2017. โดย Training TWC.
- บทความวิชาการ HR 3.0 กับแรงงานยุคดิจิทัล.(2559).
ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน.
- พริยะ ผลพิรุฬห์. (2558). การพัฒนาทักษะทรัพยากรบุคคล สำหรับศตวรรษที่ 21. สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2558, จาก
<https://www.youtube.com/watch?v=h11Z3eoXRu0>.
- วิจารณ์ พานิช. (2555). การเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2555, จาก
<https://www.youtube.com/>

[watch?v=tE32HERiE4](https://www.youtube.com/watch?v=tE32HERiE4).

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์.(2560). คิद्यกกำลังสอง: ทักษะสำหรับโลกอนาคต. สืบค้นเมื่อ

27 พฤศจิกายน 2560, จาก

<https://www.youtube.com>

[/watch?v=qWTpnLOYcrY](https://www.youtube.com/watch?v=qWTpnLOYcrY).

สมบัติ กุสุมาวสี. (2559). HR Society Magazine.

ฉบับเดือนสิงหาคม. บทความกองบรรณาธิการ.

http://www.jobdst.com/index.php?option=com_content&view=article&id=456:hr-4-0-trends-and-move-thailand-4- Business

Smart ตอน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ในยุค 4.0.สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2559, จาก

<https://www.youtube.com/watch?v=5HyeXSYfkrk>

Dejarnette. (2012). America's children: providing early exposure toSTEM. 133(1), 77–84.

TPA news : (2558). กรุงเทพธุรกิจออนไลน์.

www.JobDB.com.

กลยุทธ์การทำงานของผู้นำอิสระในธุรกิจขายตรงระบบการตลาดหลายชั้น

A Distributor's Strategy in Multi-Level Marketing

ทิวาพร สำเนียงดี¹ และวิชิต อุ๋อัน²

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทบทวนปัจจัยด้านองค์การธุรกิจขายตรงระบบการตลาดหลายชั้น ความสัมพันธ์ สมรรถนะการทำงาน และกลยุทธ์การทำงานของผู้นำอิสระที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้นำอิสระ และเพื่อทบทวนอิทธิพล ด้านองค์การธุรกิจขายตรงระบบการตลาดหลายชั้น ความสัมพันธ์ สมรรถนะการทำงาน และกลยุทธ์การทำงานของผู้นำอิสระที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้นำอิสระ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า องค์ประกอบที่จำเป็นต่อการทำงานของผู้นำอิสระ ด้านองค์การธุรกิจขายตรงระบบการตลาดหลายชั้น ได้แก่ โครงสร้างการทำงาน การสรรหาสมาชิก การฝึกอบรม และการสร้างแรงจูงใจ ด้านความสัมพันธ์ ได้แก่ ความสัมพันธ์ในเครือข่าย และความสัมพันธ์ต่อผู้บริโภค ด้านสมรรถนะการทำงาน ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ทัศนคติ และการสร้างแรงกระตุ้น ด้านกลยุทธ์การทำงานของผู้นำอิสระ ได้แก่ กลยุทธ์สิ่งแวดล้อมภายนอก กลยุทธ์ด้านบุคลิกภาพ และกลยุทธ์ด้านพฤติกรรม ผลสรุปปัจจัยที่กล่าวมานี้ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้นำอิสระด้านความพึงพอใจในงาน จำนวนสมาชิก ตำแหน่ง และยอดขาย

คำสำคัญ : กลยุทธ์การทำงาน ผู้นำอิสระ ธุรกิจขายตรงระบบการตลาดหลายชั้น

¹ นักวิจัยอิสระ E-mail: qertefg@gmail.com

² รองศาสตราจารย์ ดร. คณบดี วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม E-mail: vichit.uo@spu.ac.th

Abstract

The purpose of this article is to investigate factors affecting successful distributor performance in Multi-Level Marketing in terms of its organization, relationship, competency and strategies used. It is found that, in terms of its organization, an organizational structure, membership recruitment, job training and motivational tactics are factors essentially affecting successful distributor performance in Multi-Level Marketing. Networking and customer bases are the essential factors in terms of relationship. In terms of competency, they are knowledge, skills, attitudes and convincing power while, in terms of strategies used, they are external environment, personality and behavior. In conclusion, all these factors have an impact on successful distributor performance in Multi-Level Marketing in terms of a distributor's satisfaction in working, membership bases, levels of hierarchy and sales volumes.

Keywords: working strategy, distributor, Multi-Level Marketing

1. บทนำ

ในสภาวะสังคมการค้าเสรีที่เปลี่ยนแปลง คนให้ความสนใจกับการใช้ชีวิตที่มากขึ้น โดยต้องการให้ช่วงเวลาในการทำงานในชีวิตสั้นลง ในขณะที่มีเงินเพียงพอกับค่าใช้จ่ายในอนาคต ดังนั้นคนจึงมองหาอาชีพที่สามารถสนองตอบความต้องการของตัวเองได้โดยการหาอาชีพเสริมที่จะทำให้ตนเอง มีรายได้ที่มากขึ้นเพื่อจะนำไปสู่อิสรภาพทางด้านเวลาและการเงิน และธุรกิจขายตรงหรือธุรกิจเครือข่ายก็ยังเป็นธุรกิจที่คนให้ความสนใจและได้รับความนิยม โดยเฉพาะธุรกิจเครือข่าย(MLM) ได้รับความนิยมสูงมากในธุรกิจขายตรง เพราะธุรกิจสามารถขยายตัวได้เร็ว และเกิดประโยชน์โดยตรงต่อนักธุรกิจขายตรงมากกว่าระบบชั้นเดียว ธุรกิจขายตรงในประเทศไทยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ระบบการตลาดขายตรงแบบชั้นเดียว (Single- Level Marketing) และระบบการตลาดขายตรงแบบหลายชั้น (Multi- Level Marketing) ซึ่งทั้ง 2 ระบบ มีการทำการตลาดที่คล้ายคลึงกัน คือ มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ และการตลาดแบบบุคคลต่อบุคคล โดยอาศัยผู้จำหน่ายอิสระของบริษัททำการติดต่อซื้อขายสินค้าแก่ผู้บริโภค กลยุทธ์หลักที่ใช้ในธุรกิจขายตรงคือการแนะนำการอธิบายรายละเอียด การประชาสัมพันธ์ รวมถึงการทดลองใช้สินค้าเพื่อสร้างแรงจูงใจ ความแตกต่างของระบบขายตรงแบบชั้นเดียวกับระบบขายตรงแบบหลายชั้นหรือเรียกว่า “ธุรกิจเครือข่าย” โดยระบบขายตรงแบบชั้นเดียวเป็นรูปแบบธุรกิจของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยผู้ขายจะเสนอขายสินค้าให้กับลูกค้า และผู้ขายจะได้รับผลตอบแทนจากกำไรหรือเปอร์เซ็นต์จากยอดขายของตนเองเท่านั้น แต่ระบบขายตรงแบบหลายชั้นผู้จำหน่ายอิสระจะได้รับผลตอบแทนจากยอดขายของตนเองและผลตอบแทนจากยอดขายของลูกค้าทีมในเครือข่ายของตนเองด้วย นักธุรกิจ MLM มีระบบ

การตลาดคือ การสร้างฐานลูกค้าประจำเพื่อให้เกิดกำไรจากการขายปลีกทุกเดือน รวมถึงการสรรหาสมาชิกเข้าร่วมองค์กรหรือเครือข่ายของตนเอง ทำการฝึกอบรมให้สมาชิกที่สรรหาได้รับความรู้ความเข้าใจในสายงาน และวิธีการทำธุรกิจ รวมทั้งการหาลูกทีมใหม่มาช่วยในการขายสินค้า เพื่อเกิดการเพิ่มจำนวนของนักธุรกิจขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ โดยจะแสดงให้เห็นการขยายตามสายงานลงไป ซึ่งมีโครงสร้างการจ่ายผลตอบแทนและเงินโบนัสตามที่บริษัทได้กำหนดไว้ ซึ่งเกิดจากการคำนวณยอดขายของทีม (สมาคมการขายตรงไทย, 2560) ได้กล่าวถึง 8 จุดเด่นของธุรกิจขายตรงและธุรกิจเครือข่าย คือ 1) ไม่จำกัด เพศ อายุ 2) ความเสี่ยงในการเริ่มธุรกิจต่ำ 3) มีอิสรภาพด้านเวลา 4) มีอิสระในการทำงาน 5) มีอิสรภาพทางการเงิน 6) สามารถกำหนดการเกษียณได้ 7) สิทธิประโยชน์ต่างๆจากการทำธุรกิจ 8) สามารถทำควบคู่กับงานประจำได้ จะเห็นได้ว่าจากจุดเด่นของธุรกิจสามารถตอบโจทย์ความต้องการในชีวิตได้ ดังนั้นจึงมีคนจำนวนไม่น้อยที่หันมาทำอาชีพนี้กันมากขึ้น โดยเราจะเรียกผู้ขายว่า “ผู้จำหน่ายอิสระ” (ศรีวิภา สิริปัญญาวิทย์, 2559) กล่าวว่า จำนวนผู้จำหน่ายอิสระในประเทศไทยมีจำนวน 11 ล้านคน จากจำนวนนักขายทั่วโลกทั้งหมด 85.8 ล้านคน จากสถิติข้อมูลยอดขายการขายตรง ของทั่วโลก ปี 2557 มีมูลค่า 1.828 แสนล้านเหรียญสหรัฐ โดยมียอดขายเติบโตจาก 1.7 แสนล้านเหรียญสหรัฐในปี 2556 คิดเป็นร้อยละ 6.4 โดยทวีปเอเชียเป็นตลาดใหญ่ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาได้แก่ ทวีปอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 37 และตามด้วยทวีปยุโรป คิดเป็นร้อยละ 17 โดยประเทศไทยจัดอยู่อันดับที่ 15 จากจำนวน 23 ประเทศที่ยอดขายมากที่สุด โดยมียอดขายอยู่ที่ 2.76 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 7 หมื่นล้านบาท ซึ่งลดลงจากปี 2556 อยู่ร้อยละ 4 (ฐานเศรษฐกิจ, 2559) เปิดเผยผลวิจัยอย่างไม่เป็นทางการของสมาคมการขายตรงไทย หรือ TDSA

ในรอบปี 2558 พบว่ามูลค่าการตลาดของธุรกิจขายตรงจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกว่า 200 ราย และข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ พบว่ามีมูลค่า 6.2 หมื่นล้านบาท ซึ่งบทสรุปของธุรกิจขายตรงรอบปี 2559 นี้มีตัวเลขที่ใกล้เคียงกับมูลค่า 6.2 หมื่นล้านบาทเช่นกัน แสดงให้เห็นถึงทิศทางของธุรกิจขายตรงรอบปีที่ผ่านมา ไม่ได้เติบโตเพิ่มมากขึ้น ผลสืบเนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจและการแข่งขันทางการตลาดที่สูง (The Power Network, 2018) กล่าวว่า จากสถานการณ์ของอุตสาหกรรมขายตรงไทยในปี 2560 ที่ผ่านมา ถือว่าผ่านบททดสอบหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ชะลอตัวติดต่อกันมา จนทำให้ผู้ประกอบการหลายรายต้องปรับกลยุทธ์การตลาดใหม่เพื่อทำการบ้านกันอย่างหนัก รวมทั้งปัจจัยเรื่องของธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ที่แอบแฝงตัวเข้าทำลายภาพลักษณ์ชื่อเสียงของธุรกิจขายตรงอยู่เนืองๆ จนทำให้ผู้ประกอบการหลายรายต้องปิดกิจการแต่ยังคงมีบริษัทขายตรงใหม่ๆ ก็เกิดขึ้นมาทดแทนเช่นกัน ส่งผลให้คาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมขายตรงไทยในปี 2560 จะเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 2-3 จากปี 2559 ที่มีมูลค่า 93,000 ล้านบาท ดังจะเห็นได้ว่าการการตลาดขายตรงสามารถกลับมาทำยอดขายได้ทะลุเป้าอีกครั้ง (The Power Network, 2560) กล่าวว่า มีบริษัทธุรกิจขายตรงที่ยื่นจดทะเบียนกับ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ตั้งแต่ปี 2545-2560 อยู่ที่ 1,420 บริษัท แต่จากตัวเลขของสคบ. ระบุว่า มีบริษัทที่เปิดดำเนินธุรกิจอย่างจริงจังประมาณ 400-500 บริษัทเท่านั้น ขณะที่บริษัทขายตรงน้องใหม่ที่ผ่านการรับรองจากสคบ. โดยเฉลี่ย 50-60 บริษัทต่อปีเท่านั้น ส่วนบริษัทขายตรงที่ขอแจ้งปิดกิจการและยกเลิกการประกอบธุรกิจมีเพียง 20-30 บริษัทต่อปี ซึ่งจากตัวเลขดังกล่าวเห็นได้ว่าตัวเลขการเติบโตในการประกอบธุรกิจขายตรงยังเติบโต และเป็นที่สนใจอย่างต่อเนื่อง (Rattana, et al., 2016) อ้างถึงใน สมาพันธ์การขาย

ตรงโลก(WFDSA, 2012) ถึงสถิติผู้จำหน่ายอิสระในประเทศไทยปี 2012 มีจำนวนสูงสุดในทวีปเอเชีย-แปซิฟิก โดยมีจำนวนสมาชิก 10,900,000 คน (Taylor, 2016) ได้กล่าวว่า จากสถิติที่หาได้จากบริษัทธุรกิจเครือข่ายในทางปฏิบัตินั้นร้อยละ 99.7 ของผู้ประกอบการอาชีพอิสระสูญเสียเงินไปกับการซื้อสินค้ารายการโปรโมชั่น และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่างๆ เพื่อให้ตัวเองได้ค่าคอมมิชชั่นจากบริษัทจะเห็นได้ว่าเป็นตัวเลขที่สูงมาก และเมื่อตัด ผู้ประสบความสำเร็จ (TOPPs) ออกไปโดยคำนวณจากรายได้เฉลี่ยของผู้จำหน่ายอิสระทั้งหมดก็จะพบว่า ร้อยละ 99.9 ที่ไม่ประสบความสำเร็จและสูญเสียเงิน ซึ่งก็หมายความว่าโอกาสที่ผู้สมัครใหม่จะประสบความสำเร็จนั้นมีผลเกือบเป็นร้อยละ 0 (Hossan, et al., 2012) ได้กล่าวว่า ธุรกิจเครือข่ายจะประสบความสำเร็จได้ต้องขึ้นอยู่กับสมรรถนะการทำงานของผู้ขายตรง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Synpiewska, 2013) พบว่า สมรรถนะส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานในด้านยอดขาย และตำแหน่ง (Baldauf , et al., 2001) กล่าวว่าจากผลการศึกษาพบว่า ผลลัพธ์การทำงานของพนักงานขายมีความสัมพันธ์ทางตรงต่อประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรและมีความสัมพันธ์ทางอ้อมกับประสิทธิภาพการควบคุมกลยุทธ์ทางธุรกิจของการจัดการการขาย

2. กลยุทธ์การขายของผู้จำหน่ายอิสระ (Distributor Strategy) กลยุทธ์ หมายถึง วิธีการหรือแนวทางการขายของ ผู้จำหน่ายอิสระเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยเน้นด้านพฤติกรรมของผู้จำหน่ายอิสระ (Li, et al., 2016) อ้างถึงใน (Pratt, 2000) และ (Sparks and Schenk, 2001) ได้กล่าวว่า กลยุทธ์หลักที่ผู้จำหน่ายอิสระและแม่ทึมนำมาใช้ในการปฏิบัติงานสรุปได้ดังนี้ 1) กลยุทธ์สิ่งแวดล้อมภายนอก (Environmental strategy)

หมายถึง การสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมเชิงบวก คือการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เป็นมิตรกับสังคมที่ผู้ขาย เป็นอยู่หรือช่วงระหว่างการขาย 2) กลยุทธ์ด้าน บุคลิกภาพ (Personal strategy) หมายถึง สามารถ ดึงดูดความสนใจจากผู้อื่นได้ รวมถึง การ สื่อสารกับลูกค้าเป็นต้น 3) กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรม (Behavior strategy) หมายถึง การมีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมของผู้จำหน่ายอิสระรายอื่น เช่นสามารถโน้มน้าวให้ลูกค้าเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับในตัวสินค้า และซื้อสินค้านั้นๆ (Giacobb, 1991) เรื่องพฤติกรรม การปรับตัวการขายส่งผลต่อประสิทธิภาพการ ดำเนินงาน ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของ พนักงานขายส่งผลต่อประสิทธิภาพ การดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Shoemaker & Pelham, 2013) พบว่า พฤติกรรมของผู้ขายส่งผลต่อ ประสิทธิภาพการทำงาน of พนักงานขายในระบบ การตลาดหลายชั้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างกลยุทธ์ ได้แก่ องค์การธุรกิจเครือข่าย ความสัมพันธ์ และ สมรรถนะการทำงาน

2.1 องค์การธุรกิจเครือข่าย (MLM-Organization) (Oksanen, 1999); (Cravens, 1999); (Mswell and Sergeant, 2001) บริษัทธุรกิจ MLM ดำเนินธุรกิจโดยผ่านผู้จำหน่ายอิสระ โดย ผู้จำหน่ายอิสระจะนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการให้กับ ผู้บริโภคโดยตรง โดยไม่ต้องมีร้านค้าในการขายสินค้า ทั้งนี้บริษัท MLM จะต้องมีการสร้างธุรกิจให้กับผู้เป็น สมาชิก และอนุญาตให้ผู้จำหน่ายอิสระสามารถหา สมาชิกใหม่มาร่วมเครือข่ายตนเองได้ โดยการจ่าย ผลตอบแทนอยู่ภายใต้แผนโครงสร้างที่บริษัทกำหนดไว้ รวมถึงการจัดให้มีการฝึกอบรมแก่สมาชิกและการให้ รางวัลเพื่อสร้างแรงจูงใจแก่สมาชิก (Nanarpuzha & Noronha, 2016) กล่าวว่า องค์การจะต้องมียุทธวิธีใน การสร้างองค์กร โดยอิทธิพลของกลยุทธ์นั้นมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับลำดับขั้นขององค์กร โดยพนักงานขายมี

อิทธิพลต่อกลยุทธ์ต่างๆในการค้าปลีกและในตลาดเกิด ใหม่ที่แตกต่างกันไป โดยผู้จัดการควรที่จะให้ ความสำคัญในโปรแกรมการฝึกอบรมให้กับพนักงาน ขายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของยอดขาย ดังนั้นจะเห็นได้ ว่าองค์การธุรกิจเครือข่ายประกอบด้วย เครือข่ายของผู้ จำหน่ายอิสระซึ่งขึ้นอยู่กับแผนโครงสร้างของบริษัทที่ กำหนดไว้ โดยผู้จำหน่ายอิสระต้องทำการสรรหา สมาชิกมาร่วมเครือข่าย ดาวน์ไลน์หรือลูกทีม และ เรียกผู้ที่แนะนำดาวน์ไลน์มารวมทีมว่า อัฟไลน์หรือแม่ ทีม อัฟไลน์จะต้องให้การฝึกอบรม และสร้างแรงจูงใจ ในการทำงานแก่ลูกทีมโดย การแนะนำการทำงาน แผนการสร้างรายได้ และแบ่งปันประสบการณ์ที่พบ เพื่อให้ลูกทีมสามารถ ประกอบอาชีพ และ สร้างรายได้ให้แก่ตนเอง อีกทั้งอัฟไลน์จะได้ ผลตอบแทนจากยอดขายของดาวน์ไลน์อีกด้วย

2.2 ด้านความสัมพันธ์ (Relationship)

หมายถึง ความไว้วางใจ ระหว่างบุคคล การติดต่อสื่อสาร การสร้างค่านิยมร่วม การเอาใจใส่ ดูแลความสัมพันธ์ของกันและกัน โดยทั้งคู่ต้องสร้าง ความไว้วางใจและการดูแลเอาใจใส่กันและกันให้ยืน ยาวตลอดไป เป็นการสานต่อความสัมพันธ์ที่มี หลักประกันความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ ความมั่นใจ เพื่อมีความเสี่ยงน้อย ในด้านการรับรู้ และ เป็น การลดภาระในการหาลูกค้าอีกด้วยและควรเน้นความ สนใจไปที่การรักษากลุ่มลูกค้าไว้ซึ่งอาจจะเป็นผลดี มากกว่าการสรรหาคนใหม่ การทำให้ลูกค้าเกิดความ พึงพอใจนั้น คือ การจัดกิจกรรมให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วม เข้าใจในสินค้าและบริการ รวมถึง การจัดการพบปะ สังสรรค์ในชุมชนนั้นๆเพื่อเพิ่มความสัมพันธ์ให้ลูกค้า เกิดความภักดี (Pottruck , 1987); (Ravald and Grönroos, 1996); (Sin ,et al. 2002); (Harwood and Garry 2006); (Williams ,et al. 2009 อ้างถึงใน Mun 2011) จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ผู้จำหน่ายอิสระ ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีกับ

1) เครือข่ายการทำงานของตน (Sponsorline) Chang, et al., 2014) ได้กล่าวว่า ผู้จำหน่ายอิสระต้องให้ความสนใจและช่วยเหลือกันแลกเปลี่ยนข้อมูล การเข้าสังคม และปฏิสัมพันธ์กับสังคม รวมถึงการช่วยเหลือในทางปฏิบัติระหว่างดาวนไลน์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

2) ผู้บริโภค (Customers) Mullins , et al. (2014) กล่าวว่า คุณภาพความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Quality)” หมายถึง การสร้างจุดแข็งให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ ความพึงพอใจในสินค้าและบริการรวมถึงสร้างความผูกพันระหว่าง ผู้ซื้อและผู้ขาย “คุณภาพความสัมพันธ์ของพนักงานขาย (Salespeople Relationship Quality” หมายถึง การสร้างการรับรู้ให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ ความพึงพอใจในสินค้าและบริการรวมถึงการทำงานของพนักงานขาย ดังนั้นจะต้องทำการวัดคุณภาพการทำงานของพนักงานขายว่าอยู่ในระดับที่ลูกค้าคาดหวังหรือไม่ เพื่อให้ การทำงานเกิดประโยชน์สูงสุด (Hawley & Newman, 2010) กล่าวว่า ความสามารถในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพต้องเริ่มจากการมีความสัมพันธ์ที่ดีอย่างมืออาชีพสามารถทำได้ โดยการพึ่งพาอาศัยกันกับกิจกรรมต่างๆในสังคม ผู้เชี่ยวชาญและสังคม แห่งความสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถในการติดต่อสื่อสารฟังและเข้าใจผู้อื่น สามารถควบคุมอารมณ์ และรวมถึงการร่วมมือร่วมใจกัน

2.3 ด้านสมรรถนะการทำงาน (Competency) McClelland, 1973) เป็นผู้ริเริ่มแนวคิดด้านสมรรถนะ โดยกล่าวว่า สมรรถนะหมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ดีในแต่ละรายบุคคลต่อองค์กร ทักษะ ความรู้ และความสามารถ (Kim and Hong, 2005); (Athey and Orth, 1999) กล่าวว่า สมรรถนะ หมายถึง ลักษณะที่ควรปฏิบัติเพื่อนำไปสู่ประสิทธิภาพในการทำงาน ซึ่งประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ ทักษะ ทักษะ และพฤติกรรมรวมทั้ง

การทำงานเป็นทีม กระบวนการต่างๆ หรือความสามารถขององค์กร โดยทั้งหมดที่กล่าวมานี้ นำไปสู่ประสิทธิภาพการทำงานที่มากขึ้น และทำให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขันยิ่งขึ้นอีกด้วย (Spencer and Spencer, 1993) ได้กล่าวว่าสมรรถนะคือ รากฐานการทำงานของบุคคลที่เชื่อมโยงเหตุและผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ (Rao and Vijayalakshmi, 2016) ได้กล่าวว่า ความรู้ หมายถึง การรับรู้ เข้าใจในข้อมูลที่เป็นจริง รวมถึงเหตุการณ์ต่างๆ และกระบวนการรับรู้เกี่ยวกับสมรรถนะ โดยความรู้เพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อการทำงานหรือภาระหน้าที่ที่ได้รับ ผู้ปฏิบัติงานจะต้องมีทักษะด้วย ทักษะ คือ ความสามารถที่จะนำพาให้ภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายสู่ความสำเร็จหรือมีความผิดพลาดน้อยที่สุด และทัศนคติ หมายถึง ข้อเสนอแนะต่อบุคคล เหตุการณ์ หรือสถานการณ์ เป็นต้น โดยผู้จำหน่ายอิสระต้องมีทัศนคติจะเป็นแนวคิดเชิงบวก หลีกเลี่ยงแนวคิดเชิงลบ โดยทัศนคติจะเกิดขึ้นจากประสบการณ์ที่ได้รับ มูลเหตุจูงใจ หมายถึง สิ่งกระตุ้นภายในเพื่อให้เกิดการกระทำ โดยมุ่งเน้นที่พฤติกรรมที่มีต่อการกระทำหรือต่อเป้าหมายที่กำหนดไว้ (McClelland, 1973) กล่าวว่า แรงจูงใจมีส่วนต่อการบรรลุเป้าหมาย และความสำเร็จ (Stenlund, 2010) กล่าวว่า จากผลการวิจัยนั้นพบว่า ถ้าบุคลากรไม่มีสมรรถนะในการทำงาน องค์กรจะต้องมีการแนะนำเสริมสร้างทักษะในการทำงานเพื่อเป็นการพัฒนาบุคลากรให้ประสบความสำเร็จ การจัดการอย่างมีประสิทธิภาพนั้นเป็นหัวใจหลักของรูปแบบการเพิ่มสมรรถนะในการทำงาน (ภูษะรี เฟดิมปราชญ์ และการุณันท์ รัตนแสนวงษ์, 2559) กล่าวว่า ธุรกิจเครือข่ายแบบหลายชั้น (Multi-Level Marketing: MLM) มีเป้าหมายคือ ต้องการยอดขาย และมีรูปภาพจากผู้ซื้อและผู้ใช้นสินค้า เพื่อต้องการให้ผู้ซื้อหรือผู้ใช้นสินค้าเปลี่ยนมาเป็นผู้ขายต่อไปในอนาคต จึงสรุปได้ว่า ผู้จำหน่ายอิสระสามารถเพิ่มสมรรถนะในการทำงาน

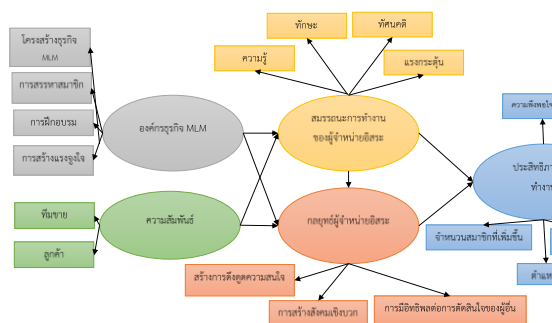
โดย 1) ความรู้ หมายถึง ผู้จำหน่ายอิสระจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในลักษณะงาน ความรู้ตัวสินค้าเป็นอย่างดี สามารถบอกถึงประโยชน์และคุณค่าคุณภาพวิธีการใช้แก่ลูกค้าเป็นอย่างดี รวมถึงความรู้ในการให้บริการลูกค้าให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอีกด้วย (Dubois, 1998) และ Rostkowski, (2002) ได้กล่าวว่า สมรรถนะส่วนบุคคล คือ การตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรเพื่อนำองค์กรสู่ความสำเร็จ เพื่อบรรลุแผนกลยุทธ์ และเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ สมรรถนะการทำงานมีองค์ประกอบดังนี้ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ รูปแบบ การทำงาน บุคลิกภาพ ความสนใจ และหลักการค่านิยม โดยองค์ประกอบเหล่านี้ใช้ในการพัฒนากระบวนการทำงานเพื่อนำพาไปถึงผลลัพธ์ที่สอดคล้องกับเป้าหมายทางกลยุทธ์ที่องค์กรกำหนดไว้ ดังนั้นผู้จำหน่ายอิสระจะต้องหาความรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาศักยภาพการทำงานของตน 2) ทักษะการทำงาน ผู้จำหน่ายอิสระต้องฝึกฝนให้ตัวเองมีทักษะในการทำงาน สามารถทำได้โดยการเข้ารับการศึกษาอบรม การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ รวมถึงประสบการณ์ทำงานของตนเองกับคนในสังคมเครือข่ายเป็นต้น 3) ผู้จำหน่ายอิสระต้องมีทัศนคติที่ดี ต่องาน สังคม ผู้บริโภค 4) สร้างแรงจูงใจในการทำงาน เช่นการกำหนดเป้าหมายการทำงานของตัวเอง เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ตัวเองทำงานได้ตามเป้าหมายได้ เป็นต้น 5) คุณลักษณะภายนอกส่วนบุคคล เช่น เรื่องพฤติกรรมการทำงาน การเข้าหาลูกค้า ต้องสุภาพยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตร เพื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ จากปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้จำหน่ายอิสระ

2.4 ประสิทธิภาพการทำงานของผู้จำหน่ายอิสระ (Distributor Performance) (Oksanen, 1999) กล่าวว่า ได้มีการระบุในสัญญา ระบบการตลาดหลายชั้นโดยทั่วไปว่าอนุญาตให้ผู้จำหน่ายอิสระทุกรายสามารถรับสมัครสมาชิกและ

ได้รับค่าคอมมิชชั่นจากการขายของตัวแทนเหล่านั้น นอกเหนือจากยอดขายส่วนตัวของผู้จำหน่ายอิสระเอง หรือกล่าวได้ว่า รายได้ของผู้จำหน่ายอิสระนั้นเกิดจากยอดขายของตนเองและยอดขายจากตัวแทนไลน์ของตน มีการโต้เถียงกันและเกิดความเข้าใจผิดถึงการทำงานในธุรกิจเครือข่ายไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนสมาชิกตัวแทนไลน์ของตน โดยค่าคอมมิชชั่นและโบนัสต่างนั้นขึ้นอยู่กับยอดขายที่เกิดขึ้นจริงของตนเองและลูกทีม บริษัทจะกำหนดแผนการจ่ายโบนัสตามระดับหรือตำแหน่งตามที่บริษัทกำหนด โดยแผนการจ่ายโบนัสขึ้นอยู่กับยอดขายของตนเองและลูกทีม ซึ่งสอดคล้องกับ (Li, et al., 2016) อ้างถึงใน (Hossan, et al., 2012) และ (Xardel, 1993) ได้กล่าวว่า ธุรกิจ MLM จะประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับความสามารถในการขายของผู้จำหน่ายอิสระและทีมขาย บริษัท MLM ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้พนักงานขาย (Sales force) โดยผู้ขายจะได้รับผลตอบแทนจากยอดขายที่ผู้ขายทำได้ และจากยอดขายที่ตัวแทนไลน์ขายได้ โดยผลตอบแทนที่ได้จะตามลำดับขั้น หรือตามโครงสร้างของบริษัท (Li, et al., 2016) กล่าวว่า การฝึกอบรมในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติสามารถเสริมสร้างสมรรถนะในการทำงานของผู้จำหน่ายอิสระ ผู้จำหน่ายอิสระสามารถนำเองแนวคิดด้านสมรรถนะเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของทีมงาน โดยผู้จำหน่ายอิสระต้องให้การช่วยเหลือซึ่งกันและกันในทีมงานเพื่อผลประโยชน์ของทุกฝ่ายที่จะได้รับ จากผลการวิจัย (Kim and Hong, 2005) พบว่าเราสมรรถนะในการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานขาย ซึ่งสอดคล้องกับ (Sypniewska, 2013) กล่าวว่า ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานด้านยอดขาย และตำแหน่งจากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผู้จำหน่ายอิสระสร้างรายได้จากค่าคอมมิชชั่นจากยอดขายของตนเองและจากยอดขายของลูกทีมของตน โดยรายได้จากลูก

ทีมที่ได้รับจะตามลำดับชั้นในเครือข่ายของตนขึ้นอยู่กับโครงสร้างที่บริษัทกำหนดไว้

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสร้างรูปแบบกลยุทธ์การทำงานของผู้นำอิสระดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงรูปแบบจำลองกลยุทธ์การทำงานของผู้นำอิสระ

3. สรุป

กลยุทธ์การทำงานของผู้นำอิสระในธุรกิจขายตรงระบบการตลาดหลายชั้น ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่

3.1 ด้านองค์กรธุรกิจเครือข่าย ผู้นำอิสระต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงสร้างการทำงานของตนเองเป็นอย่างดี การคัดเลือกสรรหาสมาชิกมาร่วมเครือข่าย การให้การฝึกอบรมแก่ลูกทีม และผู้นำอิสระควรเข้ารับการฝึกอบรมเพื่อเป็นการเพิ่มความรู้ และทักษะในการทำงาน รวมถึงการสร้างแรงกระตุ้นในการทำงานให้ตนเองและทีมเครือข่ายให้เกิดประสิทธิภาพการทำงานที่สูงสุด

3.2 ด้านความสัมพันธ์ ผู้นำอิสระต้องสร้างสัมพันธ์อันดีกับเครือข่ายของตนเองให้การช่วยเหลือเกื้อกูล การให้คำแนะนำต่างๆ เพราะการสร้างสัมพันธ์อันดีทำให้องค์กรของตนเองสามารถเติบโตได้เพื่อผลลัพธ์ในการทำงานที่ดีขึ้น และต้องมีสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภค ผู้นำอิสระ

ต้องให้บริการด้วยคุณภาพที่ผู้บริโภคคาดหวัง โดยการทำให้อุบัติการณ์เกิดความไว้วางใจ และเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ

3.3 ด้านสมรรถนะ ผู้จัดการจำหน่ายอิสระต้องชวนชวนหาความรู้เกี่ยวกับสายงานตนเอง ผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนเองและเกี่ยวกับบริษัท การเพิ่มทักษะการทำงาน สามารถเพิ่มทักษะได้โดยการเข้ารับการฝึกอบรม การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการปฏิบัติงาน การมีทัศนคติเชิงบวกต่องาน และสังคม และการสร้างแรงกระตุ้นในการทำงาน เพื่อผลักดันให้ไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้

3.4 กลยุทธ์ของผู้จำหน่ายอิสระ ผู้นำอิสระต้องทำให้สังคมแวดล้อมยอมรับในอาชีพสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเป็นมิตรต่อสังคม ผู้นำอิสระต้องมีบุคลิกภาพที่ดีโดดเด่น สรภาพ เป็นที่สนใจ และดึงดูดต่อผู้ที่เราสื่อสารด้วย และผู้นำอิสระควรมีวิธีการโน้มน้าวผู้อื่นให้เห็นถึงประโยชน์ สามารถทำการปิดการขาย และหาสมาชิกมาร่วมทีมขาย โดยปัจจัยต่างๆ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้จำหน่ายอิสระ ด้าน ความพึงพอใจ จำนวนสมาชิก ยอดขาย และตำแหน่ง

4. เอกสารอ้างอิง

ภูเชษฐ์ เฟดิมปราษฎ์ และการุณันท์ รัตนแสนวงษ์.

(2559). รูปแบบการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปีที่ 8 ฉบับที่ 2.

ฐานเศรษฐกิจ. (2559). บทสรุปขายตรง 2559 ทรงตัว แอร์ลูกโซ่แบ่งบาน. ค้นหาเมื่อ 26 มิถุนายน 2560, จาก <http://www.thansettakij.com/content/121925>

- ศรีวิภา สิริปัญญาวิทย์. (2558). **ปัสดใส ของขายตรงไทย**. ค้นหาเมื่อ 21 มกราคม 2560, จาก Forbes Thailand.
<http://www.forbesthailand.com/competaries-detail.php?did=588>
- สมาคมการขายตรงไทย. (2560). **8 จุดเด่นขายตรง**. ค้นหาเมื่อ 21 มกราคม 2560, จาก <http://tdsa.org/content/960/1/>.
- Athey, T. R. and Orth, M. S. (1999). **Emerging Competency Methods for Future**. Human Resource Management 38(3).
- Baldauf, et al. (2001). **Examining Business Strategy, Sales Management, and Salesperson Antecedents of Sales Organization Effectiveness**. Journal of Personal Selling & Sales Management **XXI**. (2), 109-122.
- Chang, et al. (2014). **Narrative analysis of extra-role customer service: The case of Arsoa Blue Sky Team**. Web Journal of Chinese Management Review 17(2).
- Cravens, K. G. D. W. (1999). Examining the antecedents of sales organization effectiveness: an Australian study. European journal of Marketing 33(9/10): 945-957.
- Dubois, D. (1998). The competency casebook. Amherst, MA: Silver Spring.
- Giacobbe, R. W. (1991). Adaptive Selling Behavior and Sales Performance Effectiveness: A Contingency Approach
- Harwood, T. G. and Garry, T. (2006). "Relationship marketing: why bother?" Handbook of Business Strategy 7(1): 107-111.
- Hawley, L. A. and Newman, J. K. (2010). Group interactive structured treatment (GIST): A social competence intervention for individuals with brain injury. Brain Injury 24(11).
- Hossan, et al. (2012). A conceptual evaluation of traditional and multi-level marketing. World Journal of Social Sciences 2(4).
- Kim, S.K. and Hong, J.S. (2005). The Relationship between Salesperson Competencies and Performance in the Korean Pharmaceutical Industry. Manangement revenue 16(2).
- Li, et al. (2016). Needed Competencies for Successful Chinese Multi-level Marketing (MLM) Business Distributors: A Case Study in China."HRD Journal 7: 1.
- McClelland, D. C. (1973). Test for Competency rather than intelligence American. Psychologists 17(7).
- Mswell, P. and A. Sergeant (2001). Modeling distributor retention in network marketing organizations. Marketing Intelligence & Planning 19(7): 507-514.
- Mullins, et al. (2014). Know Your Customer: How Salesperson Perceptions of Customer Relationship Quality Form and Influence Account Profitability. Journal of Marketing 78.
- Nanarpuzha, R. and E. Noronha (2016). Seeking attention: an investigation of salesperson influence strategies used while selling to small retailers. Journal of Personal Selling & Sales management 36(2).

- The Power Network, (2561). **10 บิ๊ก MLM กอดคอโต ฝ่าวิกฤติต้นยอดหินปี 60.** ค้นหาเมื่อ 24 พฤษภาคม 2561,จาก <http://www.thepowernetworknews.com/2018/01/08/10-mlm->.
- The Power Network, (2560). **TOP 10 MLM ชิง 7 หมื่นล้าน ขึ้นทำเนียบขายตรงไทย.** ค้นหาเมื่อ 24 พฤษภาคม 2561, จาก <http://www.thepowernetworknews.com/2017/08/24/top-10-mlm->
- Nga, J. K. H. and S. W. Mun (2011). The influence of MLM companies and agents attributes on the willingness to undertake multilevel marketing as a career option among youth. *Journal of Research in Interactive Marketing* 5(1).
- Oksanen, E. (1999). Organization roles of sales people in the network marketing content. Helsinki School of Economics and Business Administration
- Oksanen, E. (1999). Structure and characteristics of network marketing business. *Proceedings of The 15 th Annual IMP Conference.*
- Pottruck, D. S. (1987). Building company loyalty and retention through direct marketing. *The Journal of Service Marketing* 17(7): 53-58.
- Pratt, M. G. (2000). The good, the bad and the ambivalent: Managing identification among Amway distributors. *Administrative Science Quarterly* 45(3).
- Rao, G. V. and D. Vijayalakshmi (2016). Competencies for Building Performance Excellence: A Study in a Fertilizer Unit. *The Indian Journal of Industrial Relations* 51(4).
- Rattana, et al. (2016). Structural equation modeling of a potentially successful person in network marketing. *Kasetsart Journal of Social Sciences* 37: 22-29.
- Ravald, A. and C. Grönroos (1996). The value concept and relationship marketing. *European journal of Marketing* 30(2): 19-30.
- Rostkowski, T. (2002). Competency Management as the future of HRM in Poland. *Zarządzanie zasobami ludzkimi* 6: 65-76.
- Shoemaker, M. E. and A. M. Pelham (2013). Does Salesperson Perception of the Firm-Level of Market Orientation Influence Sales Behavior and Performance Attributions? *Journal of Managerial Issues* XXV(4).
- Sin, et al. (2002). The effect of relationship marketing orientation on business performance in a service oriented economy. *Journal of Service Marketing* 16(7): 656-667.
- Sparks, J. R. and J. A. Schenk (2001). Explaining the effects of transformational leadership: An investigation of effects of higher-order motives in multi-level marketing organizations. *Journal of Organizational Behavior* 22.
- Spencer, L. M. and S. M. Spencer (1993). *Competence at Work. Models for Superior Performance.* New York, NY: John Wiley and Sons Inc.
- Stenlund, T. (2010). Assessment of prior learning in higher education: a review from a validity perspective. *Assessment & Evaluation in Higher Education* 35(7).

- Sypniewska, B. A. (2013). Examination of the Individual Competencies the Differentiate Result in Direct Sales. University of Finance and Management in Wasaw, Poland 7(13): 83-100.
- Taylor, J. M. (2016). Multi-Level Marketing Unmasked. Consumer Awareness Institue.
- Williams, et al. (2009). Will the human factors of relationship selling survive the twenty first century. International Journal of Commerce & Management 19(2): 158-175.
- Xardel, D. (1993). The direct selling rRevolution: Understanding the growth of the Amway corporation. London: Blackwell.