

สารบัญ

บทความวิจัย	หน้า
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูงที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร <i>สลิลภร สืบสาววงษ์ และปาลิดา ศรีศรกำพล</i>	1
การประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบสำหรับเมนูอาหารและเครื่องดื่มของธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีหาอดีต: กรณีศึกษาในเขตพระนคร เขตดุสิต เขตสัมพันธวงศ์ และเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร <i>ณนนท์ แดงสังวาลย์ และสันติธร ภูริภักดี</i>	11
ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา <i>ชุติมา นิ่มนวล</i>	27
ปัจจัยที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นของกลุ่มหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษา กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารและกลุ่มบริการ <i>นิกข์นิภา บุญช่วย และสุพรรณนิภา สันป่าแก้ว</i>	35
การบริหารการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 <i>สุพัตรา จันทนะศิริ</i>	47
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย <i>ชลกนก โฆษิตคณิน</i>	61
ทัศนคติและกลยุทธ์การใช้พนักงานขายตรงที่ส่งผลการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี <i>มริษา พรหมทีดาทร และบรรดิษฐ์ พระประทานพร</i>	69
แนวทางการพัฒนาบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียน สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา <i>ช่อพุด รุ่งอรุณ และธีระวัฒน์ มอนไธสง</i>	81
การได้มาซึ่งประธานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 <i>เสนีย์ เจริญสุข สุขสมัย สุทธิบัติ พควัฒน์ กนกนาก และสุเมธ รอยกุลเจริญ</i>	95
การศึกษาศักยภาพชุมชนด้านการบริหารจัดการที่พักแบบมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสระแก้ว <i>พัชรภรณ์ จันทรมานู</i>	105

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย	หน้า
แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง	113
<i>กมลวรรณ ปานประดิษฐ์ และอดิคร ภู่อาระ</i>	
การศึกษาทักษะทางวิชาชีพบัญชีที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชี : กรณีศึกษา นักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	123
<i>สุลิตา สุปิณณะ อรยา เรียบไธสงค์ และอิติรัตน์ วงษ์กาฬสินธุ์</i>	
ศักยภาพและความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	133
<i>ชนเนตตี พุ่มพฤษย์ และนฤมล อนุสนธิ์พัทธ์</i>	
การศึกษาสภาพปัญหาในการจัดนำเที่ยวและความต้องการพัฒนาทักษะของมัคคุเทศก์ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการ	145
<i>กัลยา สว่างคง</i>	
การศึกษาการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9) ที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของนักบัญชีกรณีศึกษาบริษัทในกลุ่ม SET 100	159
<i>ศรีสุตา ทองวันดี1 อารยา มีเย็น และอิติรัตน์ วงษ์กาฬสินธุ์</i>	
แนวทางการจัดการลดต้นทุนเพิ่มผลผลิตโดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่ม ศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ	169
<i>ศิริกมล ประภาสพงษ์</i>	
แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่บ้านชุมชนในอำเภอโขงเจียม อำเภอโพธิ์ไทร และอำเภอเมือง ในจังหวัดอุบลราชธานี แบบมีส่วนร่วม	183
<i>สุจิตรา จันทนา และจิราภรณ์ บุญยั้ง</i>	
คุณลักษณะของที่พักที่มีผลต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	193
<i>มนภัทร บุชปฤกษ์</i>	

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิชาการ	หน้า
การจ่ายค่าชดเชยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2562 <i>วโรปภา มหาสำราญ</i>	203
จริยธรรมทางการตลาดของผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ <i>นัฐพงษ์ สุขประเสริฐ และปรีชา คำมาดี</i>	213
การจัดการความเครียดและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการคุณภาพชีวิตในการทำงาน <i>วันทนา เนาว์วัน และอารมณ เอี่ยมประเสริฐ</i>	223
แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการส่งออกสินค้าทางอากาศ <i>อมรา ดอกไม้ และศุภลักษณ์ ศรีวิไล</i>	233
ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรในศตวรรษที่ 21 <i>แพรลฎา พจนารถ และกฤษดา เขียววัฒนสุข</i>	241



วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์

สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์

Journal of Management Science Review

Humanities and Social Sciences

ปีที่ 22 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2563

ISSN:1513-1149

เจ้าของ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการพัฒนาผลงานทางวิชาการและวิจัย
2. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและวิจัย ศาสตร์ทางด้านบริหารธุรกิจ การจัดการ เศรษฐศาสตร์ บัญชี การเงิน การท่องเที่ยว ทรัพยากรมนุษย์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ และศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์ของอาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา และบุคคลทั่วไป
3. เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษาและองค์กรต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ

นโยบายการจัดพิมพ์

วารสารเปิดรับบทความวิจัยเต็มรูปแบบ (Full paper) และบทความวิชาการ (Academic Article) จากภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย โดยบทความดังกล่าวจะต้องไม่เคยเผยแพร่ในวารสารอื่นใดมาก่อน และเป็นข้อคิดเห็นของผู้ส่งบทความเท่านั้น โดยบทความจะต้องผ่านการตรวจสอบการลอกเลียนวรรณกรรมทางวิชาการไม่เกิน 10%

เกณฑ์การพิจารณาบทความ

บทความจะผ่านการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาไม่น้อยกว่า 2 ท่าน ซึ่งกองบรรณาธิการอาจให้ผู้เขียนปรับปรุงให้เหมาะสมยิ่งขึ้น และทรงไว้ซึ่งสิทธิ์ในการตัดสินใจตีพิมพ์ให้หรือไม่ก็ได้

ระยะเวลาเผยแพร่

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

ประเภทของบทความที่จะรับ

บทความวิชาการ (Academic Article) บทความวิจัย (Research Article) โดยรับบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บทความที่นำเสนอในวารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ ประกอบด้วย ศาสตร์ทางด้านบริหารธุรกิจ การจัดการ เศรษฐศาสตร์ บัญชีการเงิน การท่องเที่ยว ทรัพยากรมนุษย์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ และศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์

การนำส่งบทความ

บทความที่จะตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการจัดการปริทัศน์ จะต้องส่งบทความผ่านระบบออนไลน์ได้ที่เว็บไซต์ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/msaru> เพื่อลงตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการจัดการปริทัศน์ กรณีที่บทความได้รับการพิจารณาให้ตีพิมพ์บรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้นำเสนอตรวจสอบสถานะของบทความในการพิจารณาให้เผยแพร่ โดยมีรายละเอียดขั้นตอนการนำส่งดังนี้

1. สมัครสมาชิกในระบบออนไลน์วารสาร
2. จัดบทความตามรูปแบบที่วารสารกำหนด
3. ส่งบทความผ่านระบบออนไลน์วารสาร
4. บรรณาธิการกลั่นกรองบทความ และส่งผู้ทรงคุณวุฒิในการพิจารณาบทความ
5. ตรวจสอบสถานะของบทความที่ส่งออนไลน์ เพื่อแก้ไขหลังผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ
6. ตีพิมพ์เผยแพร่บทความในวารสารวิทยาการจัดการจัดการปริทัศน์
7. กำหนดการการตีพิมพ์

กำหนดการส่งบทความออนไลน์	
1 ม.ค. - 28 ก.พ. 2563	ส่งบทความออนไลน์
1 - 15 มี.ค. 2563	บรรณาธิการกลั่นกรองบทความ
1 - 15 มี.ค. 2563	รับบทความ (Received Date)
16 มี.ค. - 30 เม.ย. 2563	ส่งผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ
1 - 15 พ.ค. 2563	ส่งผู้ทรงคุณวุฒิตรวจรูปแบบบทความ/รูปแบบวารสาร
15 - 30 พ.ค. 2563	แก้ไขบทความตามผู้ทรงคุณวุฒิ (Revised Date)
15 - 30 พ.ค. 2563	ตอบรับบทความ (Accepted Date)
1 - 15 มิ.ย. 2563	ตรวจคุณภาพของเล่มวารสารก่อนตีพิมพ์
15 - 30 มิ.ย. 2563	ตีพิมพ์เผยแพร่วารสาร

รูปแบบการพิมพ์บทความ

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

ที่อยู่วารสารวิทยาการจัดการจัดการปริทัศน์

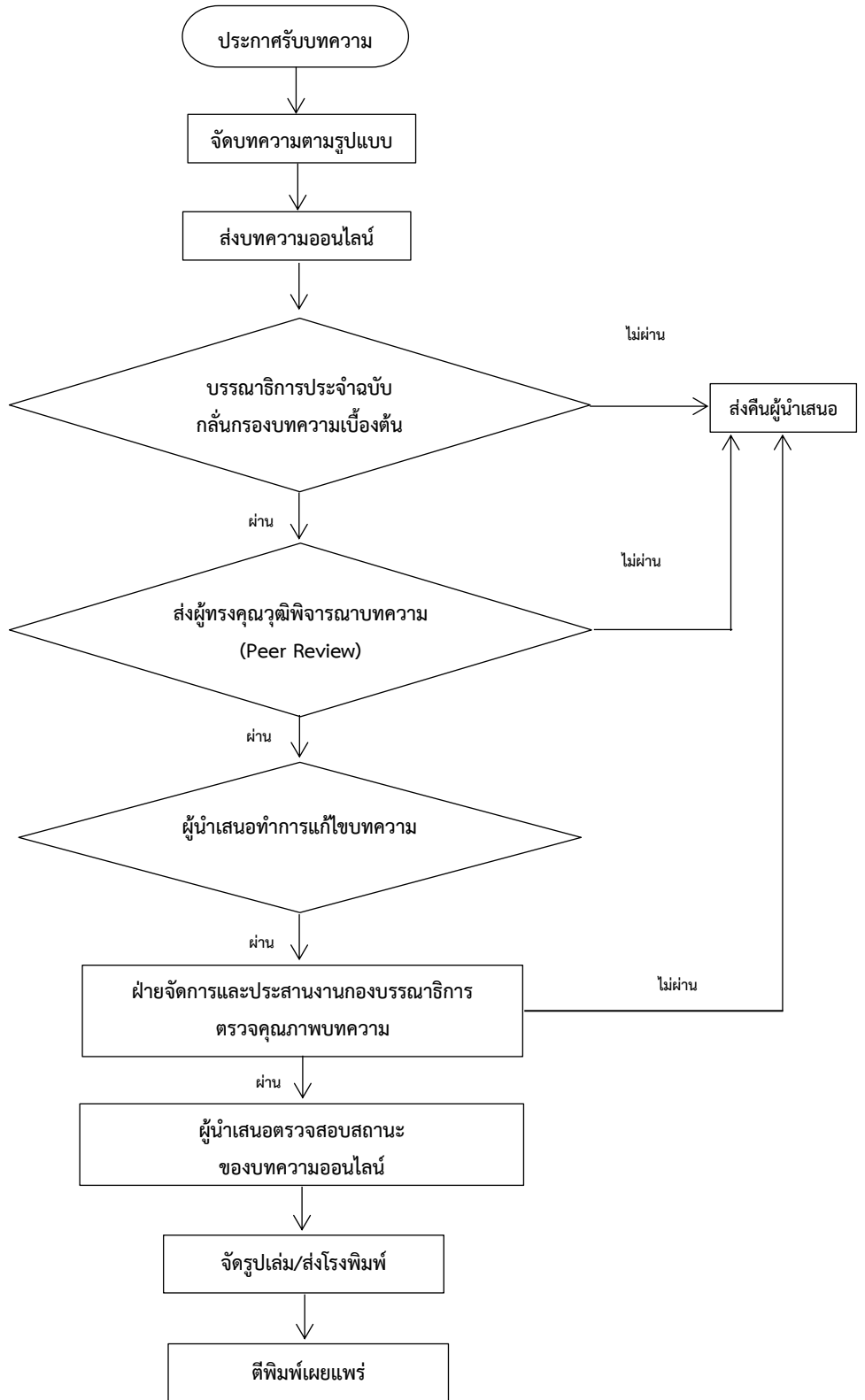
วารสารวิทยาการจัดการจัดการปริทัศน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

96ตำบลประตูชัย 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>

ขั้นตอนการดำเนินงานวารสาร แสดงดังรูปข้างล่าง



ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บรรณาธิการ

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

รองบรรณาธิการ

ดร. เมธรัตน์ จันตะนี (Journal Manager)

กองบรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิ

ศ.ดร.จ่านงค์	อดีตวัฒนสิทธิ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ศ.ดร.เกรียงศักดิ์	เจริญวงศ์ศักดิ์	สถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนา
ศ.วัฒน์นะ	จุฑะวิภาต	มหาวิทยาลัยรังสิต
ศ.เสนาะ	ติเยาว์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
รศ.ดร.กุลวดี	โรจน์ไพศาลกิจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
รศ.ดร.ศศิวิมล	มีอำพล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รศ.ดร.อภิวัฒน์	จันตะนี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รศ.ดร.สุนันทา	เลาหนันท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
รศ.ชนินทร์	ชุนหพันธ์รักษ์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช
ผศ.ดร.จันทนา	วัฒนกาญจนะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

กองบรรณาธิการ

ผศ.ภัทราพร จันตะนี	อ่านพิสูจน์อักษรก่อนเผยแพร่ (Copyeditor)
อาจารย์สวิตา อยู่สุขชี	ดูแลระบบออนไลน์วารสาร (Journal Editor)
นางสาววรรณิศา ทองส่งโสม	ดูแลระบบออกไลน์วารสาร (Section Editor)
นางสาวทิพย์พรรณ คลัยสังข์	ออกแบบปกและประชาสัมพันธ์วารสาร (Design)

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ คณะวิทยาการจัดการ
ปีที่ 22 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน 2563

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (ภายใน)

- | | |
|---|----------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์จิตติมา อัครดิพิงศ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา หล่อตระกูล | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.วันทนา เนาว์วัน | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิศร ภูสาระ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ พานสุวรรณ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรนันท์ สุระชาติ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธ์พสุตม์ สาธนูวัฒน์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธাত্রี มหันตรัตน์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุมนา พูลผล | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นาคยา เกตุสมบุรณ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรกช เก็จพิรุฬห์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นันท์นธี เอ็บอ้ม | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงรัตน์ โปธ์เงิน | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทราพร จันตะนี | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปกาศิต เจิมรอด | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 16. ดร.กิติมา ทามาลี | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 17. ดร.อารมณี เอี่ยมประเสริฐ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 18. ดร.แสงจิตต์ ไต้แสง | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 19. ดร.รุ่งทิพย์ รัตนภานุสร | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 20. ดร.เมธารัตน์ จันตะนี | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (ภายนอก)

- | | |
|--|--------------------------------------|
| 1. ศาสตราจารย์ ดร.จ่านงค์ อดิวัฒนสิทธิ์ | มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| 2. ศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ | สถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนา |
| 3. ศาสตราจารย์วัฒน์ จูชะวิภาต | มหาวิทยาลัยรังสิต |
| 4. ศาสตราจารย์เสนาะ ตีเยาว์ | มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.กุลวดี โรจน์ไพศาลกิจ | มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์ |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล มีอำพล | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรัตน์ จันตะนี | มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| 8. รองศาสตราจารย์ ดร.สุนันทา เลาหนันท์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา |
| 9. รองศาสตราจารย์ ดร.พนิตสุภา ธรรมประมวล | มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี |

- | | |
|--|---|
| 10. รองศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ตระกูลชัย | มหาวิทยาลัยรังสิต |
| 11. รองศาสตราจารย์ ดร.ดารณี พิมพ์ช่างทอง | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| 12. รองศาสตราจารย์ ดร.วันทนี แสนภักดี | ข้าราชการบำนาญ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 13. รองศาสตราจารย์ธีรวัฒน์ ประกอบผล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| 14. รองศาสตราจารย์ชนินทร์ ชุณหพันธ์รักษ์ | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช |
| 15. รองศาสตราจารย์สุจิตรา จันทนา | มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 16. รองศาสตราจารย์สุพจน์ ขววิวรรธน์ | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 17. รองศาสตราจารย์รวงพร อัมผล | มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา |
| 18. รองศาสตราจารย์ไพฑูรย์ สมัครกิจ | ข้าราชการบำนาญ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 19. รองศาสตราจารย์ปราณี ต้นประยูร | ข้าราชการบำนาญ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทนา วัฒนกาญจนะ | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เทอดศักดิ์ ศรีสุรพล | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิญญาพัชญ์ นาคภิบาล | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ |
| 23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธาสินี ศิริโกคาภิรมย์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี |
| 24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลวรา สุวรรณพิมล | มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต |
| 25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชิต พระพินิจ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย |
| 26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกียรติมา เดชอุดม | มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม |
| 27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกศกมล สุขเกษม | มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม |
| 28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ครรชิต มาระโกชน์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์ |
| 29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (พิเศษ) ดร.ชนาธิป ชินะนาวิน | ผู้พิพากษาประจำศาลฎีกา |
| 30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิชูกร นาคธน | ข้าราชการบำนาญ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 31. ดร.วิจิต บุญสนอง | มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ |
| 32. ดร.ธงชัย สุรินทร์วางกูร | มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา |
| 33. ดร.ปรียา ผาติชล | รองผู้อำนวยการสำนักงานบริหารและ
พัฒนาองค์ความรู้ |
| 34. ดร.วรวิรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ |
| 35. ดร.ประเสริฐ นิยมท้วม | มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม |

36. ดร.ปฐมพงศ์ ศุภเลิศ
37. ดร.ลวัฒน์กร มุกดาสนิท
38. ดร.สิริศิษฐ์ ชูรอด
39. ดร.ไอลดา ศราทอทัต

โรงเรียนจิระศาสตร์วิทยา
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
กองกฎหมาย สำนักงานปลัดกระทรวง
กระทรวงศึกษาธิการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์นี้ เป็นวารสารวิชาการระดับชาติ ที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 2 ที่จัดทำขึ้นปีละ 2 ฉบับ เพื่อใช้เป็นแหล่งเผยแพร่บทความวิจัย บทความวิชาการ บทวิจารณ์หรือ บทความอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ฉบับนี้ เป็นปีที่ 22 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน 2563 ความคิดเห็นจากบทความแต่ละเรื่องที่น่าเสนอในวารสารฉบับนี้ เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนหรือผู้วิจัย กองบรรณาธิการมีหน้าที่จัดพิมพ์และเผยแพร่เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการ แก่สังคมเท่านั้น ฉบับนี้มีการนำเสนอบทความวิจัยและบทความวิชาการ ซึ่งเนื้อหาสาระในเล่ม ประกอบด้วยนักวิชาการและเรื่องดังต่อไปนี้

สลิลภร สืบสาววงศ์ และปาลิตา ศรีศรภักดิ์ บทความวิจัยเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูงที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ การศึกษา และตำแหน่งงาน มีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูงที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทยในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมแตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูงที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทยในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวม ของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ณนนท์ แดงสังวาลย์ และ สันติธร ภูริภักดี บทความวิจัยเรื่อง “การประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบสำหรับเมนูอาหารและเครื่องดื่มของธุรกิจร้านกาแฟ แนววิถีหาอดีต: กรณีศึกษาในเขตพระนคร เขตดุสิต เขตสัมพันธวงศ์ และเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร” พบว่า การประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบในการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มของธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีหาอดีต ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ 1) การทำความเข้าใจเชิงลึกด้วยวิธีการสังเกต พูดคุย และการศึกษาข้อมูลความต้องการจากสื่อสังคมออนไลน์ 2) การพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบ ประกอบด้วย การระดมสมอง การสร้างและพัฒนาต้นแบบ และการนำไปทดสอบใช้กับลูกค้า และ 3) การบูรณาการองค์ความรู้ ประกอบด้วย ความรู้ด้านการประกอบอาหาร ประวัติศาสตร์ ศิลปะ และเทคโนโลยีสารสนเทศ องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีหาอดีต ประกอบด้วย 1) ด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) ด้านสังคม ได้แก่ การพัฒนาบุคลากร และการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาสังคมและสาธารณประโยชน์ และ 3) ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ และการจัดการขยะ

ชุตินา นิ่มนวล บทความวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” พบว่า 1) พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนใหญ่เป็นประเภทอาหาร เพื่อตัวเอง เลือกซื้อในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ และซื้อทันทีเมื่อเห็นสินค้า 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าด้านส่งเสริมการตลาดมากที่สุด 3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า พบว่า อายุและอาชีพ มีผลต่อการเลือกซื้อแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการเลือกซื้อด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

นิกษิณา บุญช่วย และสุพรรณิกา สันป่าแก้ว บทความวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นของกลุ่มหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษากลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารและกลุ่มบริการ” พบว่า อัตรากำไรสุทธิ อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ และตัวคูณทวีส่วนของผู้ถือหุ้นมีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น โดยจะมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหมายความว่าเมื่ออัตราส่วนนี้สูงขึ้นจะส่งผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นในภาพรวมของอุตสาหกรรมกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารและกลุ่มบริการ นั่นคือ ผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นผลมาจากประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (PM) ประสิทธิภาพจากการใช้สินทรัพย์ (AT) หรือเกิดจากโครงสร้างทางการเงิน (EM) ได้ดียิ่งขึ้น

สุพัตรา จันทนะศิริ บทความวิจัยเรื่อง “การบริหารการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562” พบว่า สถานการณ์ทางการเงินของประเทศไทย วิธีในการดำเนินชีวิตของแต่ละคน กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการเงินและการลงทุน และสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลมากที่สุด ส่วนใหญ่ทำการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลด้วยตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมดูแลฐานะทางการเงิน และป้องกันไม่ให้เกิดหนี้สินที่มากเกินไปเกินความสามารถในการชำระหนี้ กรอบระยะเวลาที่กำหนดในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเป็นระยะกลาง (ระยะเวลา 1 ถึง 5 ปี) มีรูปแบบคือเน้นความมั่นคงทางการเงิน และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล คือ ครอบครัว และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและปัจจัยอื่นๆ มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ในด้านช่องทางในการจัดทำแผนทางการเงินส่วนบุคคล ด้านวัตถุประสงค์ในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลและด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล

ชลกนก ไชยิตถิน บทความวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย” พบว่า 1) ความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ ด้านพลังงานทำงาน ด้านการอุทิศตน และด้านความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับงานมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพ 2) สมรรถนะทางวิชาชีพ

ด้านความรู้และความสามารถทางเทคนิค ด้านความถนัดและทักษะ และด้านคุณค่า จริยธรรม และทัศนคติ ต่อวิชาชีพ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพผลการวิจัยที่ได้ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพในการด้านเรียนรู้โดยเข้ารับการอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถของตนเองอยู่เสมอ และปฏิบัติตามสอบบัญชีด้วยความเที่ยงธรรมและความซื่อสัตย์ สุจริตเพื่อให้ลูกค้ำมีความเชื่อมั่นในการสอบบัญชี

ข้อพุทธ รุ่งอรุณ และธีระวัฒน์ มอนโรธง บทความวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียน สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” พบว่า แนวทางการพัฒนาบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้ข้อเสนอแนะดังนี้ 1) บทบาทการประเมินผลการทำงานของครู ผู้บริหารต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถรอบด้านเพื่อให้คำปรึกษาแก่ครูได้ในทุกเรื่อง 2) บทบาทการสร้างวัฒนธรรมและบรรยากาศที่นำไปสู่การเรียนรู้ ผู้บริหารควรจัดแหล่งเรียนรู้ให้เหมาะสมกับวัยและความสนใจของเด็ก 3) บทบาทการบริหารจัดการหลักสูตร ผู้บริหารควรจัดประชุมเพื่อให้ครูเข้าใจหลักสูตรก่อนนำไปใช้จริง 4) บทบาทการตั้งความคาดหวังสูง ผู้บริหารควรให้ความสำคัญ เห็นคุณค่า และให้กำลังใจครูในการสร้างสรรค์ผลงานทางวิชาการสู่สาธารณชน 5) บทบาทการพัฒนาวิชาชีพครู ผู้บริหารควรมีการนิเทศการสอน รวมถึงสอบถามความต้องการพัฒนาของครูเพื่อให้ครูได้พัฒนาการสอนตรงกับจุดเด่นจุดด้อยของตนเอง 6) บทบาทการมีวิสัยทัศน์ ควรกำหนดนโยบายที่ปฏิบัติได้จริง และ 7) บทบาทการสร้างทีมงาน ผู้บริหารควรจัดบรรยากาศในการทำงานให้น่าอยู่และน่าทำงาน ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารในการสร้างองค์ความรู้ใหม่เพื่อพัฒนาบทบาทผู้นำทางวิชาการของตนเองต่อไป

เสนีย์ เจริญสุข สุขสมัย สุทธิบัติ พศวีจณ์ กนกนาก และสุเมธ รอยกุลเจริญ บทความเรื่อง “การได้มาซึ่งประธานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547” พบว่า 1. การที่พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 มาตรา 16 (2) กำหนดให้มีกรรมการสภามหาวิทยาลัยจากประธานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย และมาตรา 25 กำหนด หลักเกณฑ์และวิธีการได้มา วาระการดำรงตำแหน่งให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยส่งผลทำให้ข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่งเกิดปัญหาเกี่ยวกับหลักเกณฑ์และวิธีการได้มา วาระ การดำรงตำแหน่งประธานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน 2. กระบวนการได้มาซึ่งประธานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย ขาดหลักธรรมาภิบาล ขาดการมีส่วนร่วม ก่อให้เกิดปัญหาตามมา 3. สภามหาวิทยาลัยตราข้อบังคับของมหาวิทยาลัยและนำไปประกาศใช้โดยไม่มีกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องหรือความชอบด้วยกฎหมายก่อน

พัชราภรณ์ จันทระภาฏ บทความวิจัยเรื่อง “การศึกษาศักยภาพชุมชนด้านการบริหารจัดการที่พักแบบมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสระแก้ว” พบว่า ผลรวมด้านอาหาร มีศักยภาพของชุมชนในภาพรวมระดับมากที่สุด ผลรวมด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน มีศักยภาพของชุมชนในภาพรวมระดับมาก ผลรวมด้านวัฒนธรรม มีศักยภาพของชุมชนในภาพรวมระดับมาก ผลรวมด้านที่พัก มีศักยภาพของชุมชนในภาพรวมระดับมาก ผลรวมด้านรายได้เสริมและการเชื่อมโยงธุรกิจชุมชน มีความศักยภาพของชุมชนในภาพรวมระดับมาก ผลรวมด้านความปลอดภัย มีศักยภาพของชุมชนในภาพรวมระดับมาก ผลรวมด้านการท่องเที่ยว มีศักยภาพของชุมชนในภาพรวมระดับมาก ผลรวมด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม มีศักยภาพของชุมชนในภาพรวมระดับปานกลาง ผลรวมด้านการบริหารของโฮมสเตย์ มีศักยภาพของชุมชนในภาพรวมระดับปานกลาง และ ผลรวมด้านการประชาสัมพันธ์ มีศักยภาพของชุมชนในภาพรวมระดับปานกลาง

กมลวรรณ ปานประดิษฐ์ และอดิสร ภู่อสาร บทความวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง” พบว่า 1) พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ แรงจูงใจจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ด้านความเสมอภาคในหน่วยงาน ด้านผลตอบแทนในการปฏิบัติงาน และด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และ 2) พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทองที่มีเพศ อายุและรายได้แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ส่วนพนักงานที่มีระดับการศึกษา อายุงานและตำแหน่งงานแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สุลิตา สุปณะ อรยา เรียบไรสงค์ และธิดิรัตน์ วงษ์กาฬสินธุ์ บทความวิจัยเรื่อง “การศึกษาทักษะทางวิชาชีพบัญชีที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชี : กรณีศึกษา นักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” พบว่า ทักษะทางวิชาชีพบัญชี ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่งาน ด้านทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ด้านทักษะทางปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและการสื่อสาร ด้านทักษะทางองค์การและการจัดการธุรกิจ ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานโดยรวม นักบัญชีที่ปฏิบัติงานทางบัญชีควรมีการพัฒนา ด้านวิชาชีพอยู่เสมอโดยการเพิ่มพูนความรู้ ทักษะรวมไปถึงความชำนาญในการปฏิบัติงานด้านวิชาชีพ เพื่อประโยชน์ต่อตนเองใน ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่และสามารถปฏิบัติงานได้ถูกต้องตามหลักมาตรฐานการบัญชี

ชเนตตี พุ่มพฤษย์ และนฤมล อนุสนธิ์พัทธ์ บทความวิจัยเรื่อง “ศักยภาพและความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” พบว่า วิสาหกิจชุมชนที่มีการดำเนินกิจกรรมในลักษณะเชิงวัฒนธรรมและสังคมท้องถิ่น และวิสาหกิจชุมชนในลักษณะเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการ

ชุมชน มีศักยภาพและความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนอย่างชัดเจน จากการที่วิสาหกิจชุมชนทั้งสองประเภทได้รับการยอมรับโดยกลุ่มสมาชิกในชุมชน มีสัญญาณในการแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของชุมชนได้เป็นอย่างดี โดยอาศัยทุนทางสังคมผนวกกับการใช้ทรัพยากรพื้นฐานจากในชุมชน

ศรีสุตา ทองวันดี อารยา มีเย็น และธิติริรัตน์ วงษ์กาฬสินธุ์ บทความวิจัยเรื่อง “การศึกษาการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (TFRS 9) ที่ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของนักบัญชี กรณีศึกษาบริษัทใน กลุ่ม SET 100” พบว่า การเปลี่ยนแปลงมาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (TFRS 9) ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านการจัดทำงบการเงิน ด้านการจัดเตรียมข้อมูลมีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับการปฏิบัติงานของนักบัญชีโดยรวม ผู้บริหารและนักบัญชีควรให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจในข้อกำหนดของ TFRS 9 ให้เข้าใจการคำนวณมูลค่ายุติธรรมของบางรายการที่มีความเสี่ยงที่จะเกิดข้อผิดพลาดได้ง่าย รวมถึงจัดทำเอกสารตาม TFRS 9 และเปลี่ยนแปลงการบันทึกบัญชีเพิ่มเติมเพื่อเตรียมรับมือกับ TFRS 9 เนื่องจากจะช่วยในการป้องกันการตีความผิดในการปฏิบัติงานของนักบัญชีก่อนที่มาตรฐานการบัญชีจะมีผลบังคับใช้

ศิริกมล ประภาสพงษ์ บทความวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดการลดต้นทุนเพิ่มผลผลิต โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพ การแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิ ในจังหวัดศรีสะเกษ” พบว่า เกษตรกรในจังหวัดศรีสะเกษที่เป็นผู้ผลิตข้าวมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการยังชีพ จึงรวมกลุ่มให้เกิดกิจกรรมด้านการสร้างแหล่งทุนชุมชน และเกษตรกรผู้ผลิตข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ มีต้นทุนค่าแรงงานในการผลิตข้าวทุกกระบวนการ ค่าใช้จ่ายที่สร้างภาระให้กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวมากที่สุด คือ ภาระการกู้ยืมเงินเพื่อมาลงทุนในการผลิตข้าว และต้องชำระดอกเบี้ยเงินกู้จากแหล่งกู้ยืมมากกว่า 1 แหล่ง

สุจิตรา จันทนา และจิราภรณ์ บุญยิ่ง บทความวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่บ้านชุมชนในอำเภอโขงเจียม อำเภอโพธิ์ไทร และอำเภอเมือง ในจังหวัดอุบลราชธานี แบบมีส่วนร่วม” พบว่า บริบทชุมชนและศักยภาพของชุมชน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ทำนา ประมงในแม่น้ำ จุดแข็งคือคงวิถีชีวิตแบบชาวบ้านริมน้ำ

มนภัทร บุษปฤกษ์ บทความวิจัยเรื่อง “คุณลักษณะของที่พักที่มีผลต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” พบว่า 1) พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกพัก คือ ความสะอาดของห้องพัก การมีงานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น 2) ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย เรียงลำดับความสำคัญดังนี้ ด้านพนักงานให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านที่พัก ด้านราคา

วรภา มหาสำราญ บทความวิชาการเรื่อง “การจ่ายค่าชดเชยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2562” พบว่า การเพิ่มสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ของลูกจ้างให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม

อันจะทำให้ลูกจ้างซึ่งเป็นประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศมีความมั่นคงในการทำงานและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และจะเป็นประโยชน์แก่ความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศชาติอย่างยั่งยืนตลอดไป

นัฐพงษ์ สุขประเสริฐ และ ปรีชา คำมาตี บทความวิชาการเรื่อง “จริยธรรมทางการตลาดของผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์” พบว่า สิ่งสำคัญที่ควรมาพร้อมกัน คือ จริยธรรมทางการตลาดซึ่งนักการตลาด และผู้มีอิทธิพลควรตระหนักถึงเป็นอย่างมาก ความซื่อสัตย์ จริงใจ คิดถึงสังคมส่วนรวมควรเป็นสิ่งที่ได้ผู้ทรงอิทธิพลต้องมี เพราะสินค้าบางชนิดส่งผลกระทบต่อสุขภาพและชีวิตของผู้อื่นในขณะเดียวกันผู้ติดตาม หรือผู้บริโภคควรใช้วิจารณญาณในการรับสื่อออนไลน์ให้มากขึ้น

วันทนา เนาว์วัน, อารมณ เอี่ยมประเสริฐ บทความวิชาการเรื่อง “การจัดการความเครียดและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการคุณภาพชีวิตในการทำงาน” พบว่า ความเครียดส่งผลต่อร่างกายจิตใจและพฤติกรรมด้านวิตกกังวล วิธีปฏิบัติเพื่อลดความเครียดเช่น การฝึกเกร็งและคลายกล้ามเนื้อ การหายใจ การทำสมาธิ การใช้เทคนิคความเงียบ การควบคุมความเครียดในการทำงานประกอบด้วย การออกกำลังกาย การพักผ่อนให้เพียงพอ การพูดคุยปรึกษาปัญหากับคนใกล้ชิด การรู้จักปรับเปลี่ยนความคิด คิดในสิ่งดี ๆ และการฝึกเทคนิคคลายเครียด

อมรา ดอกไม้ และศุภลักษณ์ ศรีวิไล บทความวิชาการเรื่อง “แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการส่งออกสินค้าทางอากาศ” พบว่า แนวทางในการเพิ่มปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศของประเทศไทยให้อยู่ในระดับสูงขึ้น โดยใช้ดัชนีชี้วัดขีดความสามารถโลจิสติกส์ (Logistics Performance Index: LPI) ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาทั้งหมด 6 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ประสิทธิภาพของกระบวนการศุลกากร (The efficiency of customs and border management clearance) 2) คุณภาพโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกการขนส่งและการค้า (The quality of trade and transport infrastructure) 3) การเตรียมการขนส่งระหว่างประเทศ (International Shipment) 4) การเพิ่มสมรรถนะผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งภาครัฐและธุรกิจ (Logistics Quality and Competence) 5) ความตรงต่อเวลาของการบริการ (Timeliness) 6) ระบบการติดตามและตรวจสอบ (Tracking and Tracing)

แพรวภา พจนารถ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข บทความวิชาการเรื่อง “ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรในศตวรรษที่ 21” พบว่า ผู้ประกอบการในฐานะผู้นำองค์กรยุคใหม่จะต้องเป็นผู้นำในด้านนวัตกรรมเทคโนโลยี และมีภาวะความเป็นผู้นำเชิงนวัตกรรมเพื่อเป็นผู้นำองค์กรเชิงปฏิบัติเพื่อสร้างแนวคิดด้านนวัตกรรมด้วยองค์ประกอบตามภาวะผู้นำเชิงทฤษฎี และความเป็นผู้นำเชิงกลยุทธ์ ที่จะสร้างนวัตกรรมทางความคิด ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม และการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม ที่สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในยุคแห่งเทคโนโลยี เพื่อจะสามารถก้าวข้ามผ่านการแข่งขันสู่ความสำเร็จในธุรกิจอย่างยั่งยืนและสามารถต่อยอดทางการค้าในด้านผลิตภัณฑ์และความมั่นคงขององค์กรได้อย่างยั่งยืน

กองบรรณาธิการขอขอบคุณคณะกรรมการกลั่นกรองบทความทุกท่านที่กรุณาใช้เวลาให้คำ
ชี้แนะในการปรับปรุงแก้ไขงานของแต่ละท่านให้ออกมาอย่างถูกต้องเป็นประโยชน์ต่อวงการวิชาการ และ
ท้ายสุดขอขอบคุณเจ้าของผลงานทางวิชาการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ทำให้วารสารฉบับนี้มีคุณค่า
ทางวิชาการสามารถนำไปใช้อ้างอิงในงานวิจัยและงานวิชาการได้

ด้วยความปรารถนาดี

รศ.ดร.อัจฉรา หล่อตระกูล

บรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูง
ที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

MARKETING MIXED FACTORS INFLUENCING PURCHASE DECISION OF
THAI NATURAL PREMIUM SKINCARE PRODUCTS IN BANGKOK DISTRICT

สลิลกร สืบสาววงษ์¹ ปาลิดา ศรีศรกำพล²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยส่วนบุคคล และ (2) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูง ที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาค้นคว้า จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้สถิติทดสอบ Independent Sample t-test หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธีวิเคราะห์แบบขั้นตอน (Stepwise Regression) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ การศึกษา และตำแหน่งงาน มีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูงที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทยในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูงที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทยในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวม ของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูง การตัดสินใจซื้อ

Abstract

This research aimed to investigate (1) the personal factors and (2) the marketing mixed factors influencing purchase decision of natural Thai premium skincare products in Bangkok district by using 400 samples of a survey questionnaire research instrument. The statistical tools are Independent Sample t-test, One-way ANOVA, and Multiple Regression Analysis by using Stepwise Regression. The study found that the differences of personal factors; ages, education levels, and job positions, affected the differences in purchase decision of Thai natural premium skincare products in Bangkok district in total at a significant level of .05. The marketing mixed factors; product, price, and promotion, influenced

¹ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ E-mail : satilporns@gmail.com

² คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ E-mail : palidasri@pim.ac.th

the purchase decision of Thai natural premium skincare products in Bangkok district in total at a significant level of .01.

Keywords: Marketing mixed factors, Premium skincare, Purchase decision

วันที่รับบทความ : 07 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 29 เมษายน 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 29 พฤษภาคม 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การดูแลสุขภาพกายและใจที่ดีตามกระแสนิยมในการรักษาสุขภาพ เป็นที่แพร่หลายทั้งในประเทศไทยและในต่างประเทศ ซึ่งการดูแลสุขภาพกายและใจประกอบด้วย บุคลิกภาพ รูปลักษณ์ภายนอก ความแข็งแรงของร่างกาย และความเข้มแข็งของจิตใจ จนเกิดธุรกิจที่สอดรับความนิยมดังกล่าว รวมถึงธุรกิจเครื่องสำอาง ตลาดเครื่องสำอางทั่วโลกในปี พ.ศ. 2560 มีมูลค่า 532 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 16,591 ล้านล้านบาท (Reuters Editorial News, 2018) โดยเครื่องสำอางประเภทบำรุงผิวพรรณ (Skincare) มีมูลค่าสูงที่สุดถึง 37% ส่วนตลาดเครื่องสำอางในประเทศไทย พ.ศ. 2557 มีมูลค่าประมาณ 210,000 ล้านบาท โดยเป็นตลาดในประเทศ 60% นอกนั้นเป็นการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ 40% จากมูลค่าตลาดรวมของประเทศไทยมีเครื่องสำอางที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงหรือระดับสูงเพียง 20% สำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางภายในประเทศมีกลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางในประเทศและใช้ตราสินค้าของคนไทยเพียง 10% ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเครื่องสำอางประเภทสารสกัดจากธรรมชาติ ตลาดในประเทศยังเป็นตลาดสำคัญอันดับแรก เนื่องจากมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 18% ต่อปี และตลาดหลักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558)

สำหรับตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูง หมายถึง เครื่องสำอางประเภทบำรุงผิวพรรณ ตราสินค้าไทยที่มีสาขาในต่างประเทศ โดยกำหนดตำแหน่งทางการตลาดเป็นเครื่องสำอางจากธรรมชาติ (Natural cosmetics) และกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่กำหนดราคาที่สูง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์และตรายี่ห้อที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Prestige) การเปิดตัวธุรกิจของเครื่องสำอางกลุ่มนี้ จะอาศัยช่องทางการออกบูธในงานแสดงสินค้าเพื่อการส่งออก จึงมีลูกค้าหลักในต่างประเทศ เนื่องจากกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้สามารถสื่อสารให้ลูกค้าในต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มประเทศในทวีปยุโรป ซึ่งเข้าใจคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่ปลอดภัย หรือผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกส์ได้ดีกว่าในประเทศไทย และผลิตภัณฑ์มีราคาสูงเนื่องด้วยกระบวนการผลิตที่สะอาด ปลอดภัย เพื่อให้ได้สารสกัดที่มีคุณภาพดี ส่วนการทำตลาดตราสินค้าภายในประเทศยังมีความเสี่ยงในการแข่งขันกับสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักเดียวกับตราสินค้ากลุ่มนี้ ดังนั้น เมื่อตราสินค้ากลุ่มนี้สร้างชื่อเสียงในระดับนานาชาติได้ดี เจ้าของตราสินค้าจึงเริ่มทำการตลาดกับลูกค้าภายในประเทศ เนื่องจากหากเปรียบเทียบราคาสินค้าของกลุ่มนี้กับสินค้านำเข้าจากต่างประเทศก็นับว่าไม่มีความแตกต่างมากนัก นอกจากนี้ ผู้วิจัยศึกษากลุ่มเป้าหมายหลักของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากธรรมชาติที่มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าตลาดบนมีคุณลักษณะคล้ายคลึงกัน ได้แก่

เป็นเพศชายและเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 25 ปี เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป จึงสามารถเข้าใจประสิทธิภาพของสารสกัดจากธรรมชาติ และการนำมาใช้ประโยชน์เป็นเครื่องสำอาง และเป็นผู้ที่มีความสนใจด้านสุขภาพ และสิ่งแวดล้อม เป็นผู้นำ นักธุรกิจ ผู้บริหาร หรือผู้ที่ทำงานหนัก มีรายได้ระดับกลางถึงระดับสูง และจากการศึกษาของ Aowpatanaku l (2013) ระบุตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่มีตราสินค้าไทยในประเทศญี่ปุ่นของ THANN, PAÑPURI, Erb และ HARNN เป็น กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากธรรมชาติ และกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่กำหนดราคาที่สูงเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ และตราสินค้าที่มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าตลาดบนเมื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าเครื่องสำอางประเภทเดียวกัน ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูง

อย่างไรก็ตาม การสร้างยอดขายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูง ที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทยในประเทศไทยยังประสบปัญหา โดยผู้วิจัยสรุปตัวอย่างปัญหาที่รวบรวมจากความเห็นของผู้บริหารตราสินค้า เช่น คนไทยเห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับนักท่องเที่ยว ไม่ชอบกลิ่นที่มีความเป็นไทยสูง และตราสินค้าของคนไทยไม่ค่อยน่าเชื่อถือ (นิตยสารอะเดย์, 2560) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการศึกษาร่วมประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในกลุ่มนี้ ของลูกค้าคนไทยยังมีความจำเป็น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูง ที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูง ที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุง

ผิวพรรณระดับสูง ที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 งานวิจัยนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณในกลุ่มตราสินค้า THANN, PAÑPURI, Erb และ HARNN ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

1.3.2 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มคนเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 25 - 60 ปี เป็นผู้ที่มีการประกอบการใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณในกลุ่มตราสินค้า THANN, PAÑPURI, Erb และ HARNN ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.3 ระยะเวลาในการทำวิจัย ใช้ระยะเวลา 9 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2561 ถึงเดือน มิถุนายน 2562

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูงที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทยในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

1.4.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูง ที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ กลุ่มคนเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 25 - 60 ปี เป็นผู้ที่มีประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณในกลุ่มตราสินค้า THANN, PAÑPURI, Erb และ HARNN ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของประชากร ผู้วิจัยจึงคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้สูตรของคอกซแรน (W.G. Cochran, 1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่จะเกิดขึ้น ร้อยละ 0.05 โดยใช้สูตร

$$n = \frac{P*[1-P]*Z^2}{d^2}$$

ผลการคำนวณพบว่าต้องเก็บตัวอย่างอย่างน้อย จำนวน 385 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลตัวอย่างในครั้งนี้ จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างหลายชั้นตอน (Multi-Sampling) ประกอบด้วย

(1) การเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยแบ่งพื้นที่ศึกษาตามที่ตั้งของพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชั้นใน กรุงเทพมหานครชั้นกลาง และกรุงเทพมหานครชั้นนอก (สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร, 2556)

(2) การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งปัจจุบันการเดินทางระหว่างพื้นที่ทั้ง 3 กลุ่ม มีความสะดวกสบายในการเดินทาง (สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร กระทรวงคมนาคม, 2561) ผู้วิจัยจึงกำหนดการวิจัยให้ครอบคลุมทั้ง 3 กลุ่มพื้นที่ เพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตและแนวโน้มการเดินทางของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยให้เจ้าหน้าที่เท่ากัน

(3) การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณในกลุ่มตราสินค้า THANN, PAÑPURI, Erb และ HARNN ในช่วง

ระหว่างปี พ.ศ. 2558 – 2562 อาศัยหรือทำงานในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร มีอายุระหว่าง 25 - 60 ปี มีการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า หรือสูงกว่าปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัว ตั้งแต่ 18,000 บาท ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของกลุ่มผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย แบ่งเป็นข้อตามคำแนะนำ

(1) แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล และข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

(2) แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูง ที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติ และใช้ตราสินค้าไทย มีลักษณะแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 อันดับ

(3) แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูง ที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทย มีลักษณะแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

แบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยผ่านการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ 2 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency: IOC) โดยแบบสอบถามที่เหมาะสมควรมีค่า IOC ไม่น้อยกว่า 0.50 ซึ่งแบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นมีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 0.688 และ

(2) การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงแล้วไปใช้กับกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยแบบสอบถามที่ดีควรมีค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟาของ

Cronbach ไม่น้อยกว่า 0.70 ซึ่งแบบสอบถามนี้ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.950 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงสูง (จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย, 2560)

การวิเคราะห์ผลทางสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประกอบด้วย การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูง ที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้สถิติทดสอบ Independent Sample t-test หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูงที่มีส่วนผสม

จากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธีวิเคราะห์แบบขั้นตอน (Stepwise Regression)

3. สรุปผลการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูง ที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทยในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน มีผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ (Sig.)			
	ปัจจัยด้านสังคม	ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยทางจิตวิทยา	รวม
เพศ	0.650	0.032*	0.157	0.867
อายุ	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**
การศึกษา	0.166	0.137	0.004**	0.037*
ตำแหน่งงาน	0.000**	0.023*	0.031*	0.000**
รายได้	0.356	0.035*	0.231	0.668

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อ โดยใช้สถิติทดสอบ Independent Sample t-test และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA พบว่า เพศที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อโดยรวม ด้านปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยทางจิตวิทยาไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม เพศที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ด้านปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อโดยรวม

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยการศึกษาที่ต่างกันยังมีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อ รายปัจจัยทางจิตวิทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 อีกด้วย

สำหรับอายุที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งโดยรวมและรายปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางจิตวิทยา ส่วนตำแหน่งงานที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อโดยรวม และด้านปัจจัยด้านสังคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ .01 โดยตำแหน่งงานที่แตกต่างกันยังมีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อ ด้านปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางจิตวิทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อีกด้วย นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อโดยรวม แต่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อ ด้านปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูง ที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

1. ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณโดยการเลือกตัวแปรต้นที่ดีที่สุดด้วยวิธีวิเคราะห์แบบขั้นตอน มีดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ		t	Sig.
	B	SE _B		
(Constant)	0.407	0.220	1.855	0.064
ด้านผลิตภัณฑ์	0.368	0.070	5.279	0.000**
ด้านราคา	0.210	0.048	4.381	0.000**
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.302	0.042	7.248	0.000**
R = 0.718	Adjusted R² = 0.512		SE_{Estimate} = 0.439	

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยการตัดสินใจซื้อโดยรวม ซึ่งปรับลดความแปรปรวนภายนอกที่เกิดจากความคลาดเคลื่อนในการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างแล้ว คิดเป็นร้อยละ 51.20 มีค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการทำนายเท่ากับ 0.439

2. สมการทำนายปัจจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูง ที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติ และใช้ตราสินค้าไทยในเขตกรุงเทพมหานครของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีดังนี้

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูง ที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทยในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวม = $0.407 + 0.368(\text{ด้านผลิตภัณฑ์}) + 0.210(\text{ด้านราคา}) + (0.302)(\text{ด้านการส่งเสริมการตลาด})$

ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูง ที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

4. อภิปรายผล

4.1 เพศ และรายได้ต่อเดือนของครอบครัวที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อด้านปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน แต่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโดยรวม ด้านปัจจัย ด้านสังคม และด้านปัจจัยทางจิตวิทยาไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ

ฐนิตา ตูจันดา (2559) ที่พบว่า การตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากกลุ่มประเทศอาเซียนของผู้ตอบแบบสอบถามของนักศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา ที่มีเพศแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโดยรวมไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 และงานวิจัยของนภาพิทย ไตรกุลนิภัทร (2559) ที่พบว่า การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดของผู้ตอบแบบสอบถามในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโดยรวมไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05

4.2 อายุที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทั้งโดยรวม ด้านปัจจัยด้านสังคม ด้านปัจจัยส่วนบุคคล และด้านปัจจัยทางจิตวิทยาแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณวรรณ แก้วศิลป์ (2552) พบว่า การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางโอเรียลทอล พรินเซส ของผู้ตอบแบบสอบถามในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกันมีนัยสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยรวม

4.3 การศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโดยรวม และด้านปัจจัยทางจิตวิทยาแตกต่างกัน แต่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อด้านปัจจัยด้านสังคม และด้านปัจจัยส่วนบุคคลไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐดี กลางโยธี (2559) พบว่า การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ SKINFOOD ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีนัยสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยรวม

4.4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณโดยการเลือกตัวแปรต้นที่ดีด้วยวิธีวิเคราะห์แบบขั้นตอน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อโดยรวม ตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย มีผลการทดสอบคุณสมบัติที่ต้องการ มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ แตกต่างกับการศึกษาของ ภัสราพรรัตนชาติ และ ศศิประภา ชัยประสิทธิ์ (2557) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยย่อยภายใต้กลยุทธ์การค้าปลีก พบว่า (1)

ปัจจัยด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ประกอบด้วย บรรจุภัณฑ์สวยงาม มีให้เลือกหลากหลาย มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และมีคุณภาพมาตรฐาน (2) ปัจจัยด้านนโยบายราคา ประกอบด้วย ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า เหมาะสมกับความเชื่อมั่น และมีป้ายแสดงราคาชัดเจน และ (3) ปัจจัยด้านส่วนประสมการสื่อสารการตลาด ประกอบด้วย โฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ กิจกรรมส่งเสริมการขายพิเศษ และมีของแถม มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบนห้างสรรพสินค้าของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

4.5 ผลการศึกษาวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อำนาจ เต็งสุวรรณ และ ไกรชิต สุตะเมือง (2556) ที่พบว่า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์ต่อผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้าที่ ทำจากสมุนไพรของประชากรวัยเกษียณอายุในเขตกรุงเทพมหานคร และศิลาทิพย์ วงษ์สำราญจริง (2561) ที่พบว่า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เช่น การตกแต่งสวยงาม การใช้อุปกรณ์ทันสมัย ความสะอาด การใช้แสง สี และกลิ่น มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางที่มีตราสินค้าจากต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมีอายุแตกต่างกัน กล่าวคือ เป็นผู้มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่ใช้เครื่องสำอางที่มีตราสินค้าจากต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ผู้ประกอบการควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับอิทธิพลทางกายภาพของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูง ที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทยและสถานที่จัดจำหน่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างรูปลักษณ์ กลิ่น เสียง และผิวสัมผัส เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีในปัจจุบันให้

มากยิ่งขึ้นและจงใจให้ตัดสินใจซื้อด้วยการผสมผสานประสาทสัมผัส รวมถึงมีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ทราบความรู้สึกที่แท้จริงของลูกค้าเป้าหมาย และนำไปสู่การปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ทางการตลาดที่เป็นรูปธรรมและจำเพาะเจาะจงยิ่งขึ้น

5.2 การพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณระดับสูง ที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติและใช้ตราสินค้าไทย ควรให้ความสำคัญกับการปรับกลุ่มเป้าหมาย โดยมุ่งความสำคัญในเรื่องอายุ และตำแหน่งงานเป็นหลัก เนื่องจากมีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อทั้งโดยรวมและรายปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางจิตวิทยา รองลงมาเป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายจากการศึกษา ซึ่งมีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อทั้งโดยรวมและรายปัจจัยทางจิตวิทยา นอกจากนี้ ยังสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายจากเพศ และรายได้ต่อเดือนของครอบครัว เนื่องจากมีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจรายปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งเกี่ยวข้องกับรายได้ และความสนใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นไทยหรือความเป็นเอเชียของลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด เพื่อให้สามารถทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

6. เอกสารอ้างอิง

- จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย. (2560). คุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย. วารสารวิจัยและพัฒนาหลักสูตร, 7(1), 1-15.
- ฐนิตา ตูจันดา. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศกลุ่มอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณัฐวดี กลางโยธี. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สกินฟู้ด (SKINFOOD).

- การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นภาพิพย์ ไตรกุลนิภัทร. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การวิจัยการค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภาณุพันธ์ วีระภูษิต. (2560, กรกฎาคม 31). PAÑPURI: โลฟส์สไตล์แบรนด์สัญชาติไทยที่ทอดกลิ่นหอมของธรรมชาติและจิตวิญญาณตะวันออกไปทั่วโลก. นิตยสารอะเดย์. ค้นเมื่อ 6 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://adaymagazine.com/founder-9/>.
- ภัสราพร รัตนชาติ และ ศศิประภา ชัยประสิทธิ์. (2557). ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลที่มีชื่อเสียงและกลยุทธ์การค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบนห้างสรรพสินค้าของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารสุทธิปริทัศน์, 28(88), 385-407.
- ศิลาทิพย์ วงษ์สำราญจริง. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการกับกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางที่มีตราสินค้าจากต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร กระทรวงคมนาคม. (2561). การเดินทางของประชาชนกรุงเทพมหานคร จังหวัดปริมณฑล และพื้นที่ต่อเนื่อง. กรุงเทพฯ : กระทรวงคมนาคม.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2558). แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ :

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร.

(2556). กรุงเทพฯ ปัจจุบัน. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

อรุณวรรณ แก้วศิลป์. (2552). **ปัจจัยที่มีผลต่อ**

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง

โอเรียลทอล พรินเซส ในเขต

กรุงเทพมหานคร. การวิจัยโครงการเฉพาะ

เรื่องบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

อำนาจ เต็งสุวรรณม์ และไกรชิต สุตะเมือง. (2556).

ความสัมพันธ์ต่อผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด

ผิวหน้าที่ทำจากสมุนไพรของประชากรวัย

เกษียณอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสาร**

การเงิน การลงทุน การตลาด และการ

บริหารธุรกิจ, 3(4), 541-556.

Aowpatanakul, K. (2013). **A Study of Thai**

Natural Cosmetics Industry and

Proposition of Marketing Strategy for

Japanese Market. Retrieved November

6, 2018, from

<https://core.ac.uk/display/46888705>.

William G. Cochran. (1977). **Sampling**

Techniques (Probability &

Mathematical Statistics). John Wiley &

Sons: John Wiley & Sons.

Reuters Editorial News. (2018). **Global**

Cosmetics Products Market expected

to reach USD 805.61 billion by 2023 –

Industry Size & Share Analysis.

Retrieved February 8, 2019, from

<https://www.reuters.com/brandfeatures>

[/venture-capital/article?id=30351](https://www.reuters.com/brandfeatures/venture-capital/article?id=30351)

การประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบสำหรับเมนูอาหารและเครื่องดื่ม
ของธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีหาคือ: กรณีศึกษาในเขตพระนคร เขตดุสิต
เขตสัมพันธวงศ์ และเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

An Applying of Design Thinking for Food and Beverage Menus
of the Nostalgia Coffee Shop: A Case study in Phra Nakhon District, Dusit District,
Samphanthawong District and Taling Chan District, Bangkok

ณนท์ แดงสังวาลย์¹ และสันติธร ภูริภักดี²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบในการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มของธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีหาคือในเขตพระนคร เขตดุสิต เขตสัมพันธวงศ์ และเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร และ 2) ศึกษาองค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีหา คือ โดยใช่วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานรากเพื่อหาข้อสรุปเชิงทฤษฎีด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีหา จำนวน 8 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แนวข้อคำถาม การสังเกตและจดบันทึก เครื่องบันทึกเสียงและวิดีโอ ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบในการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มของธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีหา ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ 1) การทำความเข้าใจเชิงลึกด้วยวิธีการสังเกตพูดคุย และการศึกษาข้อมูลความต้องการจากสื่อสังคมออนไลน์ 2) การพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบ ประกอบด้วย การระดมสมอง การสร้างและพัฒนาต้นแบบ และการนำไปทดสอบใช้กับลูกค้า และ 3) การบูรณาการองค์ความรู้ ประกอบด้วย ความรู้ด้านการประกอบอาหาร ประวัติศาสตร์ ศิลปะ และเทคโนโลยีสารสนเทศ องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีหา ประกอบด้วย 1) ด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) ด้านสังคม ได้แก่ การพัฒนาบุคลากร และการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาสังคมและสาธารณประโยชน์ และ 3) ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ และการจัดการขยะ

คำสำคัญ: การคิดเชิงออกแบบ การออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่ม ร้านกาแฟแนววิถีหา

Abstract

This research was a qualitative research which had the aims as follows 1) to investigate an applying of design thinking for food and beverage menus of the nostalgia coffee shop in Phra Nakhon

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร E-mail: nanoln.d@rmutp.ac.th

² อาจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

District, Dusit District, Samphanthawong District and Taling Chan District, Bangkok and 2) to study the elements of sustainable development for the nostalgia coffee shop by using grounded theory method: in-depth interview for finding theoretical conclusions. Key information was 8 informants who are the nostalgia café entrepreneurs. The instruments used for data collection were interview guides, observation and field note, voice and video recorders. The result of this study pointed that an applying of the design thinking for food and beverage menus of the nostalgia coffee shop consisted of 3 steps as follows: first, knowing the customers by observation and conversation and studying customers' needs from social media. Second, visualization and rapid prototyping consisted of brainstorming, creating and developing a prototype and product testing with customers. Third, knowledge integration consisted of the knowledge of cooking, arts and historical and information technology. The elements of sustainable development for the nostalgia coffee shop featured of 3 dimensions as follows: first, the economy included community economic support and product development. Second, the society included human resources development and corporate social responsibility (CSR). Lastly, the environment included using natural ingredients and waste management.

Keywords: Design thinking Food & beverage menu planning Nostalgia coffee shop

วันที่รับบทความ : 09 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 30 เมษายน 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 29 พฤษภาคม 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

จากบทวิเคราะห์การขยายตัวธุรกิจกาแฟจากการจัดตั้งธุรกิจในปี 2561 ที่ผ่านมา พบว่า มีจำนวนธุรกิจผลิตกาแฟเพิ่มขึ้นร้อยละ 37.71 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562) การขยายตัวดังกล่าว ทำให้ธุรกิจร้านกาแฟต้องเผชิญกับความท้าทายที่มีการแข่งขันสูงขึ้นเนื่องจากธุรกิจประเภทนี้ไม่มีการกีดกันผู้ดำเนินกิจการหน้าใหม่ จึงทำให้มีผู้ประกอบการจำนวนมากสนใจและเริ่มต้นธุรกิจประเภทนี้ นอกจากนี้ยังพบว่า มีความท้าทายด้านความต้องการสินค้าและบริการที่ให้คุณค่าทางอารมณ์และความรู้สึก (Emotional Value) ของ

ลูกค้าขณะใช้บริการในร้านกาแฟและคาเฟ่มากขึ้น ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้บริโภคเพียงอย่างเดียวจึงยังไม่สามารถสร้างความเข้มแข็งทางธุรกิจได้ ทำให้ธุรกิจร้านกาแฟที่ซื้อปและร้านคาเฟ่ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อสร้างคุณค่าทางอารมณ์และความรู้สึกในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การให้บริการกาแฟแนววิถีชีวิต คาเฟ่ย้อนยุคหรือการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มพร้อมเรื่องเล่าที่มีคุณค่าทางจิตใจ เป็นต้น

คาเฟ่ แนววิถีลหาวาอดีตเป็นธุรกิจบริการที่ประยุกต์ใช้แนวคิดการถวิลหาอดีต (Nostalgia) ที่เกิดจากความรู้สึกของมนุษย์เมื่อมีความรู้สึกห่างไกล หรือนึกถึงเรื่องราว ความทรงจำที่เคยเกิดขึ้นในอดีตของตนเองหรือประวัติศาสตร์ที่ผ่านมา สู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจผ่านการสร้างความรู้สึกซาบซึ้ง และการให้ความสุขแก่ลูกค้าที่ได้ย่นเวลากลับไปในสถานการณ์อดีต ปัจจุบันมักจะมีคาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีตให้บริการตามสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเรื่องเล่าทางศิลปะและวัฒนธรรม เช่น ตลาดสามชุก จ. สุพรรณบุรี ที่เป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวแนววิถีลหาวาอดีตด้วยการปรับปรุงตลาดเก่า (ชาติรี ประทีนทนาการ, 2556) จากผลการศึกษาความต้องการการใช้บริการภัตตาคารแนววิถีลหาวาอดีตของ Jinsoo Hwanga and Sunghyup Sean Hyun (2013) พบว่า การออกแบบและพัฒนารายการอาหารและเครื่องดื่มของร้านเป็นปัจจัยแรกที่ลูกค้ามีความคาดหวังสูงสุด ทั้งนี้ การประยุกต์การคิดเชิงออกแบบ (design thinking) สามารถช่วยสร้างนวัตกรรมอาหารและบริการที่แก้ไขปัญหาความต้องการและสร้างความพึงพอใจที่ดีให้แก่ผู้บริโภคได้ (Nina Veflen Olsen, 2015)

จากที่กล่าวมาข้างต้น การวิจัยนี้จึงศึกษาการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบสำหรับการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มของธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีต และศึกษาองค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีต โดยใช้วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานรากเพื่อหาข้อสรุปเชิงทฤษฎีด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ซึ่งเป็นวิธีวิทยาการวิจัยที่สามารถให้ข้ออธิบายปรากฏการณ์ของธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีตในปัจจุบันได้ด้วยข้อมูลที่หลากหลายและมีรายละเอียดครอบคลุม อันเกิดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจร้านคาเฟ่ หรือมีข้อมูลเฉพาะด้านที่ดี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีตผ่านการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มและการพัฒนาที่

ยั่งยืนสำหรับธุรกิจ หรือใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายในการบริหารธุรกิจบริการอาหารให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดผู้บริโภคแนววิถีลหาวาอดีตทั้งในประเทศและต่างประเทศต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้แนวคิดเชิงออกแบบในการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มสำหรับธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีตในเขตพระนคร เขตดุสิต เขตสัมพันธวงศ์ และเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

1.2.2 ศึกษาองค์ประกอบการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีต

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาแนวคิดการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบ และแนวคิดวิถีลหาวาอดีตในการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มสำหรับธุรกิจร้านคาเฟ่

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ประกอบธุรกิจร้านคาเฟ่ที่ให้บริการแนววิถีลหาวาอดีต ที่มีช่วงอายุระหว่าง 35-55 ปี

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ตั้งแต่ เดือน มิถุนายน ถึง กรกฎาคม 2562

1.3.4 ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษาข้อมูลคือ ร้านคาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีตที่ดำเนินกิจการในเขตพระนคร เขตดุสิต เขตสัมพันธวงศ์ และเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 ธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีตในเขตพระนคร เขตดุสิต เขตสัมพันธวงศ์ และเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานครมีการประยุกต์ใช้แนวคิดเชิงออกแบบในการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่ม

1.4.2 องค์ประกอบการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีลหาวาอดีตที่จัดตั้งในเขตพระนคร เขตดุสิต เขตสัมพันธวงศ์ และเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และ เศรษฐกิจ

1.5 การทบทวนวรรณกรรม

1.5.1 การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

การคิดเชิงออกแบบ (นุจรี กิจวรรณ, 2561) หมายถึง กระบวนการวางแผนเพื่อแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์โดยเน้นมนุษย์เป็นศูนย์กลาง นำไปสู่การสร้างนวัตกรรมอย่างเป็นระบบที่ใช้จินตนาการหลากหลายจากกลุ่มคนต่างสาขา ต้นแบบของนวัตกรรมที่สร้างขึ้นจะถูกนำไปทดสอบอย่างรวดเร็วเพื่อนำผลลัพธ์ไปปรับแก้จนกระทั่งได้นวัตกรรมที่สมบูรณ์ ขั้นตอนกระบวนการคิดเชิงออกแบบของมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การทำความเข้าใจเชิงลึก (Empathize) คือ การทำความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ วิธีการที่จะได้ประเด็นปัญหาสามารถทำได้โดยการสังเกต (Observe) การสมมติให้ตัวเองเข้าไปอยู่ในสถานการณ์นั้น ๆ (Immerse) และการพูดคุย (interview) เพื่อให้เข้าใจความคิดของกลุ่มเป้าหมาย 2) การตีความปัญหา (Define) คือ การตีความจากสิ่งที่ได้เรียนรู้มาจากขั้นตอนแรก เพื่อระบุให้ได้ปัญหาที่แท้จริง และสรุปปัญหาหรือความต้องการที่สำคัญ 3) การระดมจินตนาการแบบไร้ขีดจำกัด (Ideate) คือ การระดมความคิดที่หลากหลายของทีมที่มีจำนวนมากพอในการนำมาแก้ปัญหา จากนั้นทำการจัดกลุ่มความคิดและร่วมกันเลือกกลุ่มความคิดที่สมาชิกคาดว่าจะสามารถนำไปแก้ปัญหาได้ 4) การพัฒนาต้นแบบ (Prototype) คือ การนำกลุ่มความคิดที่ได้มาสร้างเป็นชิ้นงานต้นแบบที่จับต้องได้และเหมาะกับการนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด และ 5) การทดสอบต้นแบบ (Test) คือ การนำต้นแบบที่ได้ไปทดสอบใช้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อขอคำแนะนำ จากนั้นนำมาปรับปรุงให้มีคุณภาพ จากผลการศึกษาแนวทางในการใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อสร้างนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอาหาร ของ Nina Veflen Olsen (2015)

พบว่า แนวทางในประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอาหารที่สำคัญประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ 1) การทำความเข้าใจเชิงลึก (Customer Empathize) 2) การพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบ (Visualization and Rapid Prototyping) และ 3) การบูรณาการองค์ความรู้ (Integration) คือ การศึกษาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ระหว่างสาขาวิชาที่แตกต่างกันหรือการทำงานร่วมกันระหว่างการวิจัยและภาคอุตสาหกรรมบริการและการตลาด โดยข้อดีของการใช้การคิดเชิงออกแบบที่นอกเหนือจากการได้พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ตรงตามความต้องการผู้บริโภคแล้ว แนวคิดเชิงออกแบบยังช่วยพัฒนาความคิดและการเรียนรู้ของพนักงานเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ อีกทั้งยังช่วยสร้างความมั่นใจด้านความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลของพนักงานซึ่งจะส่งผลดีต่อประสิทธิผลขององค์กร

1.5.2 แนวคิดถวิลหาอดีตกับอุตสาหกรรมบริการ

การถวิลหาอดีต หรือโหยหาอดีต (Nostalgia) (Aliana Leong, et al., 2015) เดิมเป็นศัพท์ทางการแพทย์ที่ใช้อธิบายความคิดถึงบ้านของทหารที่ออกไปปฏิบัติหน้าที่ โดยภายหลังพบว่า การใช้คำถวิลหาอดีตได้ถูกนำไปใช้เพื่ออธิบายความรู้สึกเมื่อมีความรู้สึกห่างไกล หรือเรื่องราวและความทรงจำที่เคยเกิดขึ้นในอดีต ที่เกิดขึ้นกับตนเองหรือจะเป็นประวัติศาสตร์ที่ผ่านมาก็ได้ โดยบุคคลที่มีความคิดถึงถวิลหาอดีตนี้ มักจะค้นหาวัตถุที่เกี่ยวข้องกับความปรารถนาในอดีตเพื่อบรรเทาความรู้สึกคิดถึงอดีตที่เกี่ยวข้องกับเวลาหรือสถานที่ เช่น วัตถุโบราณหรือของเก่าที่มีประวัติหรือเรื่องเล่า อาคารโบราณ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นผลทำให้คนรู้สึกซาบซึ้งและมีความสุข จากความรู้สึกที่ได้ย้อนเวลากลับไปในสถานการณ์นั้น ๆ (Christoua, et al., 2018) สำหรับ การประยุกต์ใช้แนวคิดถวิลหาอดีตในประเทศไทย ชาตรี ประกิตนันทการ (2556) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบที่

สำคัญในการจัดการธุรกิจอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวแนววิถีชีวิตของกลุ่มตลาดย้อนยุคควรประกอบด้วย การออกแบบสีพื้น ฉากร้านค้าที่สื่อถึงสัญลักษณ์แห่งอดีต การจัดวางสิ่งของ ภาพถ่าย และป้ายโฆษณา โบราณ ขนมนและเครื่องดื่มโบราณ อุปกรณ์เครื่องใช้ที่ย้อนยุค ทั้งนี้การออกแบบที่ดีควรออกแบบให้ย้อนกลับไปไม่เกินสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีต่อความรู้สึกของการมาใช้บริการและกลับมาใช้ซ้ำของภัตตาคารที่ให้บริการในรูปแบบวิถีชีวิต Jinsoo Hwang & Sunghyup Sean Hyun (2013) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของการเข้ามาใช้บริการของลูกค้า คือระยะเวลาในการเข้าใช้บริการในภัตตาคารที่ตกแต่งกับให้บริการแบบวิถีชีวิต และพนักงานที่ให้บริการ นอกจากนี้ยังพบว่า ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภัตตาคารที่ให้บริการรูปแบบวิถีชีวิตมีความคาดหวัง 3 ด้านหลัก ได้แก่ 1) รายการอาหาร 2) เหตุการณ์ที่สามารถสร้างความประทับใจและจดจำในระหว่างการใช้บริการ และ 3) สภาพแวดล้อมที่เป็นเอกลักษณ์ทั้งรูปแบบการจัดตกแต่งภายนอกและภายในภัตตาคาร สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เรณูมาศ กุละศิริมา และคณะ (2561) พบว่า แนวทางของกลยุทธ์ที่ร้านอาหารควรใช้เพื่อพัฒนาด้านอาหารและบริการสำหรับนักท่องเที่ยวประกอบด้วย การพัฒนารายการอาหารเชิงสร้างสรรค์ เช่น การเลือกกรรมวิธีการปรุงอาหารที่สามารถนำไปประกอบในการเล่าเรื่องประวัติความเป็นมาหรือการสื่อถึงวัฒนธรรม วิธีชีวิตของชุมชน

2. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อค้นหาคำตอบของความคิดพื้นฐานในการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบสำหรับการออกแบบเมนูอาหาร

และเครื่องดื่มของธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิต และแผนการสร้างความยั่งยืนสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิต อันนำไปสู่การสร้างทฤษฎีฐานรากเพื่อใช้อธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าว ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่เป็นทางการ ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วมกับผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิตซึ่งเป็นที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิตมากกว่า 3 ปี ในเขตพระนคร เขตดุสิต เขตสัมพันธวงศ์ และเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จำนวนเขตละ 2 ราย รวมทั้งสิ้น 8 ราย ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเอกพันธ์ (Homogeneous Sampling) วิธีนี้เป็นวิธีการเลือกตัวอย่างที่มีภูมิหลังหรือประสบการณ์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายลักษณะเฉพาะในเชิงลึก โดยวิธีการนี้จะช่วยลดความแตกต่างของข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพได้ (ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท และประสพชัย พสุนนท์, 2559) นอกจากนี้การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักยังพิจารณาร่วมกับลักษณะ การให้บริการของร้านที่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และมีการออกแบบรายการอาหารและเครื่องดื่มที่มีการผสมผสานความเป็นวัฒนธรรมหรือเรื่องราวในอดีตรวมถึงร้านที่เกิดจากการต่อยอดจากกิจการเดิมโดยการขยายร้านไปจัดตั้งในพื้นที่อื่น พบว่ามีจำนวนร้านที่ให้บริการในรูปแบบดังกล่าว ใน 4 เขตมีจำนวนทั้งสิ้น 8 ร้าน การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้วิจัยได้ป้อนแนวข้อคำถามให้แก่ผู้ให้ข้อมูลหลักโดยมีอิสระในการตอบพร้อมกับการสัมภาษณ์ซ้ำหลายครั้งจนกระทั่งข้อมูลถึงจุดอิ่มตัวและสามารถตอบวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน

2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

2.1.1 การวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีการคิดเชิงออกแบบที่มีความสัมพันธ์ต่อการสร้างนวัตกรรมผ่านขั้นตอนการวางแผนอย่างเป็นระบบ 5 ขั้นตอน อย่างไรก็ตามพบว่า การประยุกต์ใช้แนวคิด

เชิงออกแบบในธุรกิจร้านอาหารและคาเฟ่ที่มีขนาดเล็ก ขั้นตอนการวางแผนจะลดลงเหลือ 3 ขั้นตอน โดยขั้นตอนที่ลดลงนั้นจะแทรกอยู่ในขั้นตอนการบูรณาการองค์ความรู้ ส่วนอุตสาหกรรมบริการแบบวิถีหาอดีตในประเทศไทยในปัจจุบัน พบว่าเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีการให้บริการเฉพาะกลุ่มเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านความรู้สึกและอารมณ์ที่ได้ย้อนความทรงจำในอดีตผ่านรูปแบบบริการ การจัดตกแต่งและบรรยากาศภายในร้าน และรายการอาหารและเครื่องดื่ม ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าการจัดการธุรกิจบริการแนววิถีหาอดีตมีความสัมพันธ์กับการคิดเชิงออกแบบที่เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการโดยเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

2.1.2 การสัมภาษณ์ (Interview) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ประกอบการร้านคาเฟ่แนววิถีหาอดีต จำนวน 8 คน เพื่อนำข้อมูลไปสร้างทฤษฎีฐานราก โดยผู้วิจัยเป็นผู้มีบทบาทหลักในการเก็บข้อมูลด้วยการใช้แนวข้อคำถามในการสัมภาษณ์ (Interview Guide)

2.1.3 การบันทึกเสียง ในระหว่างการสนทนาผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อบันทึกเสียงการสัมภาษณ์

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

2.2.1 ตัวผู้วิจัย ได้ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีการคิดเชิงออกแบบ และอุตสาหกรรมบริการแบบวิถีหาอดีต

2.2.2 แนวข้อคำถาม เป็นคำถามปลายเปิดด้วยการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ ซึ่งสร้างแนวคำถามจาก 3 ส่วนหลัก คือ มโนทัศน์หรือประเด็นการศึกษา (study concept) คำถามหรือประเด็นการสนทนา (questions) และประเด็นในการซักถาม (ชาย โพธิสิตา, 2562)

2.2.3 เครื่องบันทึกเสียงและบันทึกภาพ ได้แก่ โปรแกรมบันทึกเสียงในมือถือสมาร์ทโฟน และไอแพด

(iPad) สำหรับจดบันทึก และกล้องถ่ายรูปใช้สำหรับการบันทึกภาพ

2.3 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของการวิจัย

ใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูลที่แตกต่างกัน (Data Triangulation) นอกจากนี้ยังเน้นการตรวจสอบเส้าอื่นๆ ได้แก่ เส้าด้านตัวผู้วิจัย (Investigator Triangulation) และเส้าด้านทฤษฎี (Theoretical Triangulation) โดยทำการตรวจสอบข้อมูลเรื่องเดียวกันจากแหล่งข้อมูลหลายแหล่งที่มีความแตกต่างกันจนกระทั่งข้อมูลที่ได้ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมหรือข้อมูลถึงจุดอิ่มตัว (Theoretical Saturation) (สุภางค์ จันทวานิช, 2556) โดยแสดงรายละเอียดของการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของการวิจัยในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของการวิจัย

การตรวจสอบ	วิธีดำเนินการ
เวลา	ตรวจสอบความแน่นอนของคำพูดในเรื่องเดียวกันแต่ต่างช่วงเวลาของการสนทนาโดยการวนถามซ้ำ
สถานที่	เปรียบเทียบข้อมูลที่ได้มาจากผู้ประกอบการร้านคาเฟ่แนววิถีหาอดีตที่มีการจัดตั้งร้านจากแหล่งที่ตั้งต่างกัน
บุคคล	เปรียบเทียบข้อมูลเรื่องกระบวนการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบสำหรับการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มสำหรับธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีหาอดีตจากผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 8 คน
ผู้วิจัย	เปรียบเทียบข้อมูลที่ค้นพบว่าเหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไรโดยมีผู้ช่วยวิจัยช่วยเปรียบเทียบข้อมูลและความถูกต้อง
ทฤษฎี	เปรียบเทียบข้อค้นพบกับแนวคิดและทฤษฎีการคิดเชิงออกแบบ และอุตสาหกรรมบริการแบบวิถีหาอดีตเพื่อสรุปเป็นข้อสันนิษฐาน

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้สามารถเขียนสรุปเป็นขั้นตอนการดำเนินงานได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูล

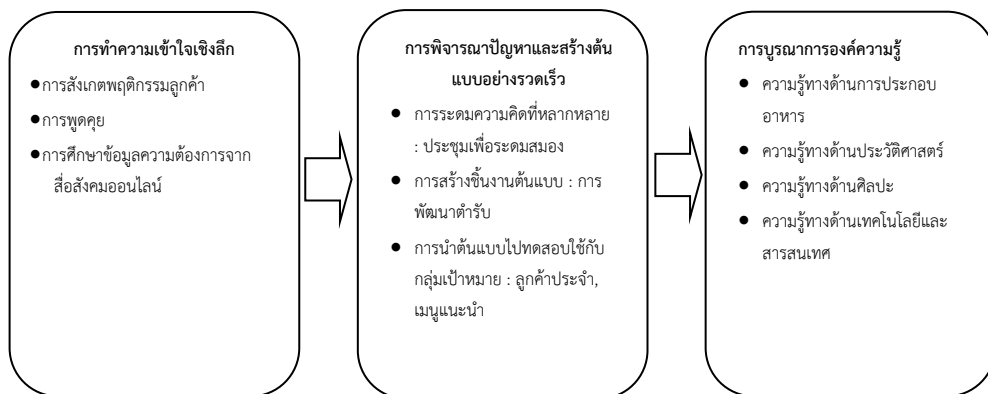
ขั้นตอน	วิธีดำเนินการ
1. การจัดระเบียบข้อมูล	ถอดการบันทึกเสียงและภาพของการสัมภาษณ์ด้วยการจัดรูปแบบเนื้อหาที่ถอดความ ด้วยวิธีการพิมพ์ แบบคำต่อคำ (Verbatim)
2. การทำดัชนีคำ	จัดข้อมูลโดยการค้นหาและระบุคำหรือวลีหลัก จากนั้นจัดเป็นหมวดหมู่ 2 ด้าน คือการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบในการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิต และความยั่งยืนให้กับธุรกิจ
3. การสร้างข้อสรุป	เชื่อมโยงคำหรือวลีหลักเข้าด้วยกันโดยการเขียนเป็นประโยคที่แสดงความสัมพันธ์กัน

ชั่วคราว ระหว่างคำหลักที่ค้นพบ

4. การสร้างบทสรุป เขียนเชื่อมโยงข้อสรุปแต่ละประเด็นที่มีความสัมพันธ์กันจนเป็นส่วนหนึ่งของข้อมูลชุดเดียวกันและสามารถใช้อธิบายปรากฏการณ์ได้

3. สรุปผลการวิจัย

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถสรุปแนวทางเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบสำหรับการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มมี 3 ขั้นตอน และองค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิตมี 3 ด้าน ดังนี้



ภาพที่ 1 องค์ประกอบของการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบสำหรับการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิต

3.1 การประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบสำหรับการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิต

3.1.1 การทำความเข้าใจเชิงลึก (Customer Empathize) ดังแสดงไว้ในภาพที่ 1

การทำความเข้าใจเชิงลึกถึงปัญหาของผู้มาใช้บริการหรือกลุ่มลูกค้าธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิตพบว่า ผู้บริหารธุรกิจใช้วิธีการที่สำคัญ ดังนี้ 1) การสังเกตพฤติกรรมลูกค้าขณะเข้ามาและหลังใช้บริการ เช่น จำนวนการสั่งอาหารและเครื่องดื่ม ปริมาณอาหารและ

เครื่องดื่มที่ลูกค้ารับประทานเหลือ อย่างไรก็ตามการสังเกตดังกล่าวควรไม่สร้างการรบกวนความเป็นส่วนตัวของลูกค้า 2) การพูดคุยเพื่อให้เข้าใจความคิดของกลุ่มเป้าหมาย เป็นการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการระหว่างผู้บริหารร้านและลูกค้า โดยใช้แนวข้อคำถามปลายเปิดเพื่อให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นและความรู้สึก เช่น การสอบถามความพึงพอใจ ความต้องการในการสนับสนุนการบริการด้านต่าง ๆ และข้อเสนอแนะ และ 3) การศึกษาข้อมูลความต้องการจากข้อเสนอแนะผู้ติดตามบนสื่อสังคมออนไลน์

เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่มาจากการติดตามผลงาน การให้บริการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟสบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) โปรแกรมไลน์ (Line) และเฟสบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage)

กระบวนการภายหลังจากการศึกษาปัญหาของลูกค้า คือ การตีความจากสิ่งที่ได้เรียนรู้เพื่อสรุปถึงสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่มีต่อธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิตที่ดี พบว่า ความต้องการพื้นฐานของลูกค้ามีดังนี้

3.1.1.1 ความต้องการทางด้านร่างกาย คือ การเพิ่มรายการอาหาร เครื่องดื่ม อาหารระหว่างมื้อ และเมนูของหวานเพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเยี่ยมชมงานหรือสถานที่ ซึ่งสามารถแยกเป็นประเด็นย่อยของปัญหา ได้ดังนี้ 1) ความต้องการอาหารและเครื่องดื่มที่ออกแบบเข้ากับแนวคิดวิถีชีวิตที่ดี 2) ความต้องการทางด้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และ 3) ความต้องการอาหารและเครื่องดื่มที่มีรสชาติถูกปากคนไทย

3.1.1.2 ความต้องการทางด้านจิตใจ คือ การสร้างสิ่งสนับสนุนการรับรู้ด้านอารมณ์และความรู้สึกให้แก่ลูกค้าด้วยการเพิ่มผลิตภัณฑ์บริการในรูปแบบต่าง ๆ เนื่องจากธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิตที่ดีส่วนใหญ่จัดตั้งในอาคารหรือสถานที่เก่าแก่และมีประวัติหรือเรื่องเล่าที่น่าสนใจและนิยมจัดนิทรรศการแสดงผลงานทางศิลปะ ทั้งนี้สามารถแยกประเด็นย่อยของปัญหาได้ดังนี้ 1) ความ

ต้องการด้านเรื่องเล่าของอาหารที่สอดคล้องกับสถานที่หรืองาน 2) ความต้องการด้านศิลปะการจัดตกแต่งอาหารเพื่อการถ่ายภาพลงสื่อสังคมออนไลน์ และ 3) ความต้องการของผู้ติดตามหรือแฟนคลับ (fan club)

3.1.2 การพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบอย่างรวดเร็ว (Visualization and Rapid Prototyping)

การพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบอย่างรวดเร็วสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิตที่ดีประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ การระดมความคิดที่หลากหลาย การสร้างชิ้นงานต้นแบบ และการนำต้นแบบไปทดสอบใช้กับกลุ่มเป้าหมาย

3.1.2.1 การระดมความคิดที่หลากหลาย พบว่า วิธีการจัดประชุมเพื่อระดมสมอง (Brainstorm) ระหว่างทีมบริหารและพนักงานทุกคนเป็นวิธีการที่สามารถแก้ไขปัญหสำหรับธุรกิจกาแฟแนววิถีชีวิตที่ดีที่สุดด้วยการเปิดโอกาสให้ทุกคนเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหที่สร้างสรรค์ เนื่องจากทุกคนมีความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรงจึงสามารถเชื่อมโยงแนวทางในการแก้ปัญหากับสถานการณ์ได้ดี จากนั้นทำการจัดกลุ่มความคิดเพื่อแก้ปัญหด้วยการหาแนวทางที่พร้อมดำเนินการก่อน

3.1.2.2 การสร้างชิ้นงานต้นแบบ พบว่าการทดลองพัฒนาตำรับรายการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อความเหมาะสมของรายการนั้น ๆ ใช้ผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นพนักงานพ่อก้าวและพนักงานผสมเครื่องดื่มที่มีประสบการณ์ นอกจากนี้แล้วยังใช้ผู้เชี่ยวชาญที่ทำหน้าที่ปรึกษาด้านอาหารและเครื่องดื่มจากภายนอกร่วมในการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้ โดยพิจารณาจากความเหมาะสมของคุณลักษณะทางประสาทสัมผัส (ลักษณะปรากฏ, ลักษณะทางรสชาติ, เนื้อสัมผัส และกลิ่นรส) และการทดลองจะสิ้นสุดเมื่อทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องยอมรับและตรงกับแนวคิดหลัก (concept) ของร้านด้วย

3.1.2.3 การนำต้นแบบผลิตภัณฑ์หรือตัวอย่างอาหารและเครื่องดื่มที่ผ่านการพัฒนาไปทดสอบใช้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ภายหลังจากพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางร้านได้ใช้วิธีการทดสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ 2 วิธี คือ การแจกให้ลูกค้าที่เป็นกลุ่มลูกค้าประจำทดสอบ เนื่องจากเป็นผู้ที่มีประสบการณ์และรับรู้ถึงแนวคิดหลักของร้านมากกว่าลูกค้าใหม่ และการทดสอบผ่านการเสนอเป็นเมนูแนะนำ (chef-recommended) เพื่อศึกษาความพึงพอใจและคำแนะนำผ่านการสนทนาระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า

3.1.3 การบูรณาการองค์ความรู้ (Integration)

การบูรณาการองค์ความรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความเข้มแข็งทางธุรกิจสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิต พบว่า ภายหลังจากการนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปทดสอบคุณภาพ ร้านมีการบูรณาการความรู้ระหว่างสาขาวิชาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามข้อเสนอแนะจากผู้ทดสอบ องค์ความรู้ที่สำคัญมี 4 ด้าน ได้แก่

3.1.3.1 ความรู้ทางด้านการประกอบอาหาร ได้แก่ การคัดเลือกวัตถุดิบตามฤดูกาลและการใช้วัตถุดิบทดแทน ความรู้ด้านคุณภาพอาหาร การเก็บรักษาคุณภาพอาหาร และการพัฒนาผลิตภัณฑ์

3.1.3.2 ความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ ได้แก่ ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับประวัติอาหารคาวหวาน และเครื่องดื่ม ความรู้ที่เกี่ยวกับสถาปัตยกรรมศาสตร์ของไทยและต่างชาติ และความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมต่างชาติ

3.1.3.3 ความรู้ทางด้านศิลปะ ได้แก่ ความรู้ด้านศิลปะการบริการอาหารและเครื่องดื่ม การนำเสนออาหารผ่านการเล่าเรื่องราวของอาหาร ความรู้ทางด้านศิลปะและการจัดตกแต่งอาหาร และจิตวิทยาการบริการ

3.1.3.4 ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ ได้แก่ การค้นหาข้อมูลผ่านแหล่งเรียนรู้

ออนไลน์ การเผยแพร่ข้อมูลและประชาสัมพันธ์อาหารบอกเล่าเรื่องราวของอาหารผ่านสังคมออนไลน์

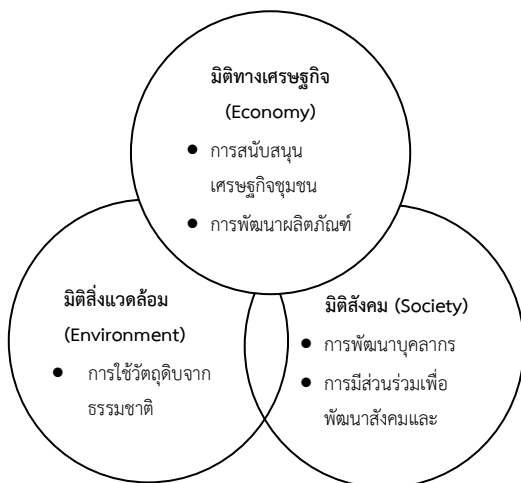
สรุปองค์ประกอบของการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบสำหรับการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิต ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การทำความเข้าใจเชิงลึก การพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบอย่างรวดเร็ว และการบูรณาการองค์ความรู้

ตารางที่ 3 ข้อเสนอแนะการทำความเข้าใจเชิงลึกเพื่อพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบสำหรับธุรกิจร้านกาแฟแนววิถีชีวิต

ปัญหาความต้องการ		แนวทางในการแก้ไขปัญหา	ตัวอย่างผลิตภัณฑ์และการบริการต้นแบบ
1. ด้านร่างกาย	ความต้องการอาหารและเครื่องดื่มที่ออกแบบเข้ากับแนวคิดวิถีชีวิตที่ดี	การใช้วัตถุดิบที่มีเรื่องราวกับความทรงจำในอดีตของทุกคน เช่น วัตถุดิบที่ซื้อจากตลาดสด การออกแบบรายการอาหารและเครื่องดื่มที่อิงจากประวัติศาสตร์ผ่านหนังสือหรือเรื่องเล่าของคนในครอบครัว ผู้ที่มีประสบการณ์และมีชื่อเสียง	เมนูอาหารบ้านเรามา เมนูอาหารว่าง และเครื่องดื่มตำรับหลวง เมนูอาหารอิตาเลียนพื้นบ้าน และเมนูกับข้าวไทยพื้นบ้าน
	ปัญหาความต้องการทางด้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ	การใช้พืชสมุนไพรหรือวัตถุดิบที่มีจำหน่ายในชุมชน การใช้กรรมวิธีให้ความร้อนเพื่อเพิ่มคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสที่ดี และการพัฒนาตำรับเพื่อสร้างเมนูเพื่อสุขภาพ	กาแฟและเครื่องดื่มสมุนไพร เครื่องดื่มกลิ่นดอกไม้ (aromatic drinks) และอาหารที่ทำจากดอกไม้ไทย
	ความต้องการอาหารและเครื่องดื่มที่มีรสชาติถูกปากคนไทย	การพัฒนาตำรับที่ผสมผสานความเป็นไทยและสากล และการจ้างที่ปรึกษาด้านอาหารและเครื่องดื่ม	กาแฟ 2 วัฒนธรรม (กาแฟไทยผสมกับกาแฟตะวันตก) และเมนูอาหารและเครื่องดื่มแบบฟิวชั่น (fusion food)
2. ด้านจิตใจ	ความต้องการด้านเรื่องเล่าของอาหารที่สอดคล้องกับสถานที่หรืองาน	การจ้างผู้เชี่ยวชาญที่มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับเรื่องราว การศึกษาข้อมูลเชิงลึกของเรื่องราวในอดีต และการกำหนดลักษณะอาหารที่สอดคล้องกับรูปแบบงาน	เมนูอาหารอิตาเลียนพื้นบ้านกับตึกเจ้าของบ้านชาวอิตาเลียน ขนมนมจล อาหารและขนมไทยในพระราชพิธี และอาหารว่างและเครื่องดื่มในยุครัชกาลที่ 6
	ความต้องการด้านศิลปะการจัดตกแต่งอาหารเพื่อการถ่ายภาพ	การใช้ของเก่าที่สะสม เช่น ชุดชามฝาลายเม็ดแดง ชุดภาชนะลายไทยเพื่อจัดอาหารและเครื่องดื่ม การกำหนดแนวคิดหลักเพื่อออกแบบรายการอาหาร และโทนสี	การเลือกวัตถุดิบและภาชนะที่มีโทนสีน้ำตาล เขียว เหลือง หรือน้ำเงิน การเลือกใช้ภาชนะที่เป็นของเก่าในเมนูเครื่องดื่มพิเศษ และการตกแต่งหน้าเครื่องดื่มด้วยลายไทยหรือสมุนไพร
	ความต้องการของผู้ติดตามหรือแฟนคลับ	การสร้างเอกลักษณ์ที่สื่อถึงตัวตนของร้าน เช่น ยุคสมัยที่จัดตกแต่ง รายการอาหารและเครื่องดื่ม และรูปแบบและเทคนิคการให้บริการ	รูปแบบการจัดนิทรรศการ รูปแบบการตกแต่งแบบพื้นบ้าน ร่วมสมัย และยุโรปโบราณ เครื่องแต่งกายของพนักงาน

3.2 องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจร้านค้ากาแฟแนววิถีชีวิต

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืนเพื่อตอบสนองความต้องการของปัจจุบัน โดยไม่ทำให้เกิดปัญหาในอนาคตในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของธุรกิจร้านค้ากาแฟแนววิถีชีวิต โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญแสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจร้านค้ากาแฟแนววิถีชีวิต

3.2.1 ด้านเศรษฐกิจ (Economy)

การบริหารงานธุรกิจร้านค้ากาแฟแนววิถีชีวิตให้เติบโตอย่างยั่งยืนและมั่นคงทางเศรษฐกิจ พบว่า องค์การธุรกิจมีแนวทางในการปฏิบัติที่ดีซึ่งสามารถแบ่งออกได้ 2 ด้าน ดังนี้

3.2.1.1 การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน เนื่องจากธุรกิจร้านค้ากาแฟแบบวิถีชีวิตส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่มีแนวคิดการนำของที่มีอยู่ในบ้านหรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นภายในบ้านและชุมชนนั้น ๆ มาเป็นแนวคิดหลักเพื่อสร้างเรื่องราวและเชื่อมโยงสู่การบริการ ดังนั้นการจัดซื้อวัตถุดิบ เครื่องใช้ และสิ่งของอื่น ๆ ที่ผลิตขึ้นในชุมชน หรือ ที่จำหน่ายในตลาดชุมชน จึงถือเป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถนำมาเป็นเครื่องมือในการเล่าเรื่องราวเพื่อส่งเสริมการบริการได้ เช่น ลักษณะการจ่ายตลาด

ของแม่บ้านที่ตื่นไปตลาดเช้า ซื้อวัตถุดิบเจ้าประจำ นอกจากนี้แล้วการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนยังเกิดขึ้นจากการทำความร่วมมือทางการค้าเพื่อแบ่งปันลูกค้าซึ่งกันและกันระหว่างธุรกิจร้านค้าภายในชุมชนและธุรกิจบริการอื่น ๆ ซึ่งวิธีการนี้จะประสบความสำเร็จได้ต่อเมื่อแต่ละธุรกิจมีการสร้างอัตลักษณ์ของร้านที่แตกต่างกัน เช่น การแบ่งปันลูกค้าระหว่างร้านอาหารและร้านค้ากาแฟในเขตพระนคร การแบ่งปันข้อมูลเพื่อสร้างกิจกรรมร่วมกันในการประชาสัมพันธ์ชุมชนในเขตดุสิตและสัมพันธ์วงศ์ เป็นต้น

3.2.1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจที่ผ่านมา พบว่า ธุรกิจได้มีการกำหนดนโยบายการเพิ่มมูลค่าวัตถุดิบท้องถิ่นที่มีราคาตกต่ำหรือมีปริมาณการใช้น้อยให้ใช้ได้มากขึ้นโดยการนำมาใช้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ใช้เป็นส่วนประกอบในตำรับอาหารและเครื่องดื่ม หรือใช้ตกแต่งสถานที่ให้สื่อถึงแนวคิดหลักของร้าน เป็นต้น

3.2.2 ด้านสังคม (Society)

การส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมในด้านต่าง ๆ เพื่อมุ่งหวังให้ธุรกิจบริการสามารถอยู่ร่วมกับชุมชนได้อย่างมีสุขและยั่งยืน พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้ากาแฟแนววิถีชีวิตมีแนวทางในการปฏิบัติที่ดี สามารถแบ่งออกได้ 2 ด้าน ดังนี้

3.2.2.1 การพัฒนาบุคลากร เนื่องจากธุรกิจร้านค้ากาแฟส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กมีจำนวนพนักงานตั้งแต่ 3-6 คน ดังนั้น การพัฒนาบุคลากรพบว่า ส่วนใหญ่จะเป็นการพัฒนาด้านความรู้และทักษะของพนักงานเพื่อให้ทุกคนสามารถปฏิบัติหน้าที่แทนกันได้ เช่น การฝึกอบรมการชงกาแฟ การประกอบอาหาร และการบริการ หากพนักงานมีความรู้และทักษะที่ดี ทางร้านยังเปิดโอกาสให้พนักงานได้นำเสนอโปรโมชันรายการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อเป็นเมนูแนะนำของร้าน นอกจากนี้แล้วยังสนับสนุนให้พนักงานมีทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษจากการ

เรียนรู้กับพี่เลี้ยงภายในร้าน เนื่องจากประมาณร้อยละ 20-30 ของผู้เข้ามาใช้บริการเป็นชาวต่างชาติ

3.2.2.2 การมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาสังคมและสาธารณประโยชน์ พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่จะทำความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวแนววิถีชีวิต และการจัดแสดงนิทรรศการทางด้านศิลปะ เช่น การเข้าร่วมเป็นจุดท่องเที่ยวสำคัญของพื้นที่ตั้ง (Check in) การจัดนิทรรศการศิลปะและดนตรี การร่วมทำกิจกรรมเพื่อหารายได้สนับสนุนองค์กรการกุศลต่าง ๆ นอกจากนี้ยังพบอีกว่า ร้านคาเฟ่ส่วนใหญ่เล็งเห็นถึงความสำคัญของสุขภาพอนามัยของผู้บริโภคด้วยการปฏิบัติตามนโยบายความปลอดภัยพื้นฐาน เช่น การกำหนดแนวทางการบริการอาหารตามหลักกินร้อน ช้อนกลาง และการควบคุมคุณภาพของการทำความสะอาดวัตถุดิบ ห้องครัว ห้องอาหาร และห้องสุขาตามระเบียบมาตรฐานที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดไว้ เป็นต้น

3.2.3 ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)

การมุ่งเน้นดูแลรักษาสภาพแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อก่อให้เกิดความสมดุลของระบบนิเวศในชุมชนที่ตั้งของธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีชีวิตอย่างยั่งยืน พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีชีวิตมีแนวทางในการปฏิบัติที่ดีซึ่งสามารถแบ่งออกได้ 2 ด้าน ดังนี้

3.2.3.1 การใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ การเพาะปลูกผักและผลไม้บางชนิดที่ปราศจากการใช้สารเคมี โดยนำมาใช้ในการประกอบอาหารและผสมเป็นเครื่องดื่มภายในร้าน ถือเป็นการดำเนินงานที่สร้างการรับรู้ด้านความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำหรือเกิดระบบการบอกต่อ (word of mouth) นอกจากนี้ การใช้วัตถุดิบที่เพาะปลูกภายในรั้วบ้านยังสามารถตอบสนองแนวคิดหลักของร้านได้ด้วย คือ ใช้น้ำดื่มและเครื่องปรุงที่บ้านเรามี (homemade)

3.2.3.2 การจัดการขยะ หลักการจัดการขยะที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจ คือ การประยุกต์ใช้

ผลิตภัณฑ์ทดแทน เช่น การกลับมาใช้ผ้าเช็ดปากแทนกระดาษทิชชู การใช้ขวดแก้วเพื่อบรรจุน้ำดื่มภายในร้าน การตั้งจุดบริการน้ำดื่มฟรีและงดจำหน่ายน้ำเปล่าที่บรรจุขวดพลาสติก และกำหนดนโยบายการแยกขยะก่อนส่งทำลาย โดยขยะประเภทที่สามารถสร้างรายได้ ร้านจะเก็บรายได้ดังกล่าวแล้วมอบกลับให้แก่พนักงานเพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน

3.3 ข้อเสนอเชิงทฤษฎีของการวิจัย สามารถสรุปได้ดังนี้

3.3.1 ธุรกิจคาเฟ่แนววิถีชีวิตมีการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบในการพัฒนาตัวรับอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านอารมณ์และความรู้สึกที่ต้องการรื้อฟื้นเรื่องราวความสุขและความทรงจำในอดีตที่สำคัญ 3 องค์ประกอบคือ การทำความเข้าใจเชิงลึกเพื่อศึกษาความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจ การพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบด้วยวิธีการการระดมสมองและสร้างตัวรับต้นแบบเพื่อทดสอบความพึงพอใจจากผู้บริโภคและ การบูรณาการองค์ความรู้จากผู้มีประสบการณ์ที่หลากหลายศาสตร์เพื่อแก้ไขปัญหาภายหลังการได้รับข้อเสนอแนะจากลูกค้าหรือสร้างความประทับใจในด้านอื่น ๆ

3.3.2 การพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจคาเฟ่แนววิถีชีวิตมีการสร้างวิธีการเพื่อบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนทางธุรกิจทั้งสามองค์ประกอบ คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้วยการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนเพื่อกระจายรายได้ให้คนในชุมชนเพิ่มมากขึ้นควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านสังคม ด้วยการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และทักษะในการบริการที่ดีร่วมกับการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาสังคมและสาธารณประโยชน์ในชุมชนหรือประเทศผ่านการบริการของร้าน และด้านสิ่งแวดล้อม ด้วยการใช้น้ำดื่มจากธรรมชาติเพื่อความเชื่อมั่นด้านคุณภาพและความปลอดภัยแก่ผู้บริโภคควบคู่กับการจัดการขยะเพื่อลดปริมาณขยะจากธุรกิจบริการ

4. อภิปรายผล

4.1 จากการศึกษากระบวนการประยุกต์ใช้แนวคิดการคิดเชิงออกแบบและแนวคิดวิถีหาอดีตสำหรับการบริหารจัดการธุรกิจและการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มของธุรกิจร้านอาหารแนววิถีหาอดีต ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดย่อมในพื้นที่ที่มีเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรมนั้น แสดงให้เห็นถึงการประยุกต์แนวคิดดังกล่าวมีขั้นตอนที่สำคัญ 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การทำความเข้าใจเชิงลึก 2) การพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบอย่างรวดเร็ว และ 3) การบูรณาการองค์ความรู้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Nina Olsen (2015) พบว่า แนวทางในประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอาหารที่สำคัญประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ 1) การทำความเข้าใจเชิงลึก 2) การพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบ และ 3) การบูรณาการองค์ความรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ระหว่างสาขาวิชา นอกจากนี้แล้วจากยังสอดคล้องกับการสัมภาษณ์เชิงลึกของแผนการดำเนินธุรกิจร้านอาหารแนววิถีหาอดีต ของอนุรักษ์ แพรโรจน์ (2562) ที่กล่าวว่า “เนื่องจากร้านอาหารเป็นร้านที่มีขนาดเล็ก ดังนั้น เราจึงไม่จำเป็นต้องใช้วิธีการวางแผนแบบอุตสาหกรรมทั้งหมดโดยจะปรับใช้เฉพาะสิ่งที่ตรงกับแนวคิดหลักและบริบทการบริหารจัดการภายในร้าน อย่างไรก็ตามจากการสอบถามความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้ใช้บริการทำให้พบจุดอ่อนของการบริหารจัดการที่ใช้การคิดเชิงออกแบบเพียง 3 ขั้นตอน ดังกล่าว คือ ความต้องการด้านความหลากหลายของรายการอาหารที่ส่งผลต่ออารมณ์และจิตใจมากขึ้น ดังนั้น หากธุรกิจแยกขั้นตอนการคิดเชิงออกแบบเป็น 5 ขั้นตอนตามแนวของมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ดที่แบ่งขั้นตอนการออกแบบได้อย่างละเอียด โดยเฉพาะขั้นตอนการตีความปัญหา ควบคู่กับการระดมจินตนาการแบบไร้ขีดจำกัด และการพัฒนาต้นแบบที่ตอบสนอง

ความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเป็นขั้นตอนที่สัมพันธ์กับการออกแบบรายการอาหารอย่างยิ่ง

4.2 ผลการศึกษาการประยุกต์ใช้แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนที่เหมาะสมกับการจัดการธุรกิจร้านอาหารแนววิถีหาอดีต ประกอบด้วย 3 มิติ คือ 1) มิติทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนด้วยความร่วมมือกับชุมชนในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ หรือการสร้างพันธมิตรทางการค้าเพื่อแบ่งปันลูกค้าด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างกัน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้มาใช้บริการที่มีลักษณะเฉพาะคือความชื่นชอบเรื่องราวในอดีตที่ส่งผลดีต่อความสุขทางอารมณ์เมื่อได้บริโภค สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ญาณิศา เผื่อนเพาะ (2561) การสร้างความแตกต่างให้แก่ร้านอาหารขนาดกลางแบบร่วมสมัย พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างสรรค์ในการดัดแปลงเมนูอาหารให้น่าสนใจ รวมถึงการออกแบบตกแต่งร้านอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว 2) มิติทางด้านสังคม ได้แก่ การพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร และการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาสังคมและสาธารณประโยชน์ จากค้นพบดังกล่าว ถือเป็นแนวปฏิบัติอันดีที่ตอบสนองยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ที่มุ่งเน้นพัฒนาแรงงานให้มีทักษะ ความรู้ และความสามารถให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดแรงงานและสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์ประเภทของผู้มาใช้บริการ ยังค้นพบอีกว่า ปัจจุบันผู้มาใช้บริการร้านอาหารในเขตกรุงเทพฯ จำนวนหนึ่งเป็นชาวต่างชาติ ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาความรู้และทักษะที่รอบด้านให้แก่พนักงานถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีต่อความยั่งยืนของธุรกิจเช่นกัน สอดคล้องกับ ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาเพื่อสถานประกอบการธุรกิจร้านอาหารของ นพรัตน์ บุญเพียรผล (2560) พบว่า การพัฒนาคุณภาพและบริการในด้านสังคมเพื่อความเข้มแข็งของธุรกิจอาหารที่มีต่อการกลับมาใช้

บริการซ้ำของลูกค้าร้านอาหาร คือ การจัดอบรมพนักงานให้สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับชาวต่างชาติได้ และ 3) มิติด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ การจัดการขยะ อย่างไรก็ตามเพื่อสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมที่มั่นคงที่ดี ธุรกิจคาเฟ่ควรมุ่งนำแนวคิดการสร้างควมยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2559) ที่กล่าวถึง การศึกษาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นของตนเองในเชิงลึกซึ่งจะทำให้เกิดวัตถุดิบและกระบวนการใหม่ขึ้นมา ประกอบกับการมีต้นทุนทางพื้นที่ ๆ มีสภาพแวดล้อมเป็นสถาปัตยกรรมเก่าแก่หรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการจึงใช้กลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการบริการที่สร้างการรับรู้ที่ดีแก่ผู้บริโภคด้วยการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ ที่ไม่ส่งผลอันตรายต่อผู้บริโภค ไม่ส่งผลเสียต่อธรรมชาติ และที่หาได้ในท้องถิ่น สอดคล้องกับการศึกษาของ สุภาวดี จรุงธรรมโชติ และ รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง (2561) พบว่า การสร้างความยั่งยืนตลอดกระบวนการผลิตและดำเนินธุรกิจ โดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่ก่อให้เกิดผลเสียในระยะยาวต่อสังคม และดำเนินธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จ ในการสร้างแบรนด์กิจการเพื่อสังคม

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ สามารถแบ่งออกได้ 2 ข้อ ดังนี้

5.1.1 จากข้อสรุปการพิจารณาปัญหาและสร้างต้นแบบอย่างรวดเร็วสำหรับธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีชีวิต ความต้องการของลูกค้าทั้งด้านร่างกายและด้านจิตใจนั้นมีความต้องการที่ใกล้เคียงกัน ดังนั้นการออกแบบรายการอาหารและเครื่องดื่มของร้านคาเฟ่แนววิถีชีวิตควรนำความต้องการสองด้านนี้มาเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองผู้บริโภค

5.1.2 แนวทางในการเพิ่มความยั่งยืนให้แก่ธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีชีวิตในด้านเศรษฐกิจ พบว่าผู้ประกอบการควรพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการคู่กับการสร้างการรับรู้ถึงเรื่องราวและความสำคัญของร้านวัตถุดิบ และการให้บริการ ส่วนด้านสังคม พบว่าธุรกิจร้านคาเฟ่ควรทำความร่วมมือกับภาครัฐบาลหรือเอกชนเพื่อทำกิจกรรมที่สนับสนุนสังคมและด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า เพื่อรองรับกระแสการใช้บริการคาเฟ่แนววิถีชีวิตที่มากขึ้น ธุรกิจจำเป็นต้องหาพื้นที่หรือแหล่งที่เพาะปลูกผักและผลไม้ที่นำเชื้อถื้อสำหรับการจัดส่งวัตถุดิบที่ใช้ภายในร้าน

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป หลังจากได้ประยุกต์ใช้แนวคิดการคิดเชิงออกแบบและแนวคิดวิถีชีวิตสำหรับการบริหารจัดการธุรกิจและการออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มของธุรกิจร้านคาเฟ่แนววิถีชีวิตแล้ว ควรมีการศึกษาถึงการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการแนววิถีชีวิต การเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์ และความยั่งยืนของธุรกิจด้วยวิธีวิทยาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

6. เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). ธุรกิจผลิตกาแฟ บทวิเคราะห์ธุรกิจ ประจำเดือน มกราคม 2562. ค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2562, จาก https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2562/T26/T26_201901.pdf?
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). Sustainability. ค้นเมื่อ 14 สิงหาคม 2562, จาก <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php>
- ชาติรี ประกิตนทการ. (2556). Retro Market ในกระแส Nostalgia Tourism. *TAT Tourism Journal*, 2, 1-76.

- ชาย โปธิลิตา. (2562). **ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยคุณภาพ: คู่มือนักศึกษาและนักวิจัยสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ : อัมรินทร์พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ญาณิศา เผื่อนเพาะ. (2561). ประเภทของร้านอาหารกับคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. **Veridian E-Journal, Silpakorn University**, 11, 303-321.
- นพรัตน์ บุญเพียรผล. (2560). แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาตินาชาตในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. **Veridian E-Journal, Silpakorn University**, 10, 61-76.
- นุชจรี กิจวรรณ. (2561). กระบวนการคิดออกแบบ : มุมมองใหม่ของระบบสุขภาพไทย. **วารสารสภาการพยาบาล**, 33, 5-14.
- ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์ และประสพชัย พสุนนท์. (2559). กลยุทธ์การเลือกตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ. **วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ**, 29(2), 32-48.
- เรณูมาศ กุละศิริมา นุจิรา รัตมีไพบุลย์ สุวรรณ พิชัยยงค์วงศ์ดี และ เปรมฤทัย แยมบรรจง. (2561). กลยุทธ์การพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. **วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ**, 14, 168 - 188.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2556). **การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาวดี จรุงธรรมโชติ และรุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. (2561). ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการสร้างแบรนด์กิจการเพื่อสังคมกลุ่มอาหารออร์แกนิก. ใน **การประชุมวิชาการและการนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2** (หน้า 1407-1419). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพฯ. อนุรักษ์ แพรโรจน์. (15 มิถุนายน 2562). ผู้ประกอบการร้านมุงคุดคาเฟ่. สัมภาษณ์, Aliana Man Wai Leong, Shih-Shuo Yeh, Yu-Chen Hsiao and Tzung - Cheng T.C. Huan. (2015). Nostalgia as travel motivation and its impact on tourists' loyalty. **Journal of Business Research**, 68, 81–86.
- Christou P, Farmakia, A. and Evangeloub, G. (2018). Nurturing nostalgia?: A response from rural tourism stakeholders. **Tourism Management**, 69, 42–51.
- Hwang, J. and Hyun, S. (2013). The impact of nostalgia triggers on emotional responses and revisit intentions in luxury restaurants. **International Journal of Hospitality Management**, 33, 250–262.
- Olsen, N. V. (2015). Design Thinking and food innovation. **Trends in Food Science & Technology**, 41, 182-187.

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP

กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Factors Affecting OTOP Buying Behavior:

A Case Study of the OTOP Products of Ayutthaya Province

ชุติมา นิ่มนวล¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่มาตลาดโก้งโค้ง และอุทยานหลวงปู่ทวด จำนวน 388 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่า Independent sample t-test และค่า One-Way ANOVA ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนใหญ่เป็นประเภทอาหาร เพื่อตัวเอง เลือกซื้อในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ และซื้อทันทีเมื่อเห็นสินค้า 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าด้านส่งเสริมการตลาดมากที่สุด 3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า พบว่า อายุและอาชีพ มีผลต่อการเลือกซื้อแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการเลือกซื้อด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

คำสำคัญ : พฤติกรรมการเลือกซื้อ, ผลิตภัณฑ์ OTOP

Abstract

The objectives of this research are to study 1) the consumer behavior towards purchasing OTOP products in Phranakhon Si Ayutthaya province 2) the factors affecting the decision to purchase OTOP products in Phranakhon Si Ayutthaya Province 3) the relationship between personal factors and selection behavior of purchasing OTOP products from Phranakhon Si Ayutthaya province. The sample group used in the research is 388 tourists who come to bend market and Luang Pu Thuat National Park. The statistics used in data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, independent sample, t-test and One-Way ANOVA using questionnaires. The results showed that 1) most of behavior of consumers towards purchasing OTOP products was buying food for themselves,

¹ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

choosing to buy at the weekend, and buying immediately when seeing products. 2) The highest factor affecting the decision to buy OTOP products in Phranakhon Si Ayutthaya Province was the marketing promotion. 3) There was no difference between the level of education and gender in the relationship between personal factors and purchasing behavior. Monthly income had influence on purchasing in terms of price distribution, and marketing promotion.

Keywords: Buying behavior, OTOP products

วันที่รับบทความ : 7 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 5 พฤษภาคม 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 29 พฤษภาคม 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ได้ดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 และดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมทั่วทุกภูมิภาคทั่วประเทศ โดยรัฐบาลสนับสนุนช่วยเหลือด้านความรู้ เทคโนโลยี ทุน การบริหารจัดการ เชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนไปสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งการดำเนินงานเชิงยุทธศาสตร์ในการเชื่อมโยงจากท้องถิ่นสู่สากลในการพัฒนา คุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP ไปสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ กระทรวงมหาดไทย จึงได้กำหนดให้ “การส่งเสริมอาชีพผลิตสินค้า OTOP” เป็นนโยบายเร่งด่วนที่สำคัญ เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้กับประชาชนในชุมชนท้องถิ่น โดยมอบหมายให้กรมการพัฒนาชุมชน ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืนเป็นรากฐานเศรษฐกิจ ของประเทศ ซึ่งเริ่มจากการรวมกลุ่มของประชาชนระดับฐานรากในการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างพลังการพึ่งตนเอง และช่วยเหลือกันของชุมชน เพื่อแก้ไขปัญหาการ

ประกอบอาชีพทั้งในระดับบุคคล ระดับครัวเรือน ระดับกลุ่ม ชุมชน หมู่บ้าน ตำบล ตลอดจนเครือข่ายกลุ่มอาชีพต่างๆ ให้มีความสามารถในการบริหารจัดการตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สามารถพัฒนา ต่อยอดไปถึงระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต่อไป

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่เน้นกระบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ ในแต่ละหมู่บ้าน ชุมชนหรือ ตำบล เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้แต่ละชุมชนได้นำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพที่มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่เป็นที่ต้องการของตลาด สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น โดยยึดหลักการพึ่งตนเองของชุมชน และรัฐพร้อมที่จะช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการ เชื่อมโยงสินค้าชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละท้องถิ่นมีผลิตภัณฑ์หลักอย่างน้อย 1 ประเภท ที่ใช้วัตถุดิบทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ เป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนที่สอดคล้องกับการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นเครื่องมือกระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน ส่งเสริมกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชน

ที่เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ การดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนืองนั้นเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่ต้องอาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยการพัฒนาเบื้องต้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า OTOP เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เนื่องจากผลกระทบด้านต่าง ๆ ในปัจจุบันต่างก็มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและค่านิยมของผู้บริโภค ดังนั้นภาคธุรกิจเอกชนรวมทั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ต่างก็ต้องมีการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น ผ่านมาตรฐานรับรองคุณภาพต่าง ๆ ที่สูงขึ้น และยกระดับผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

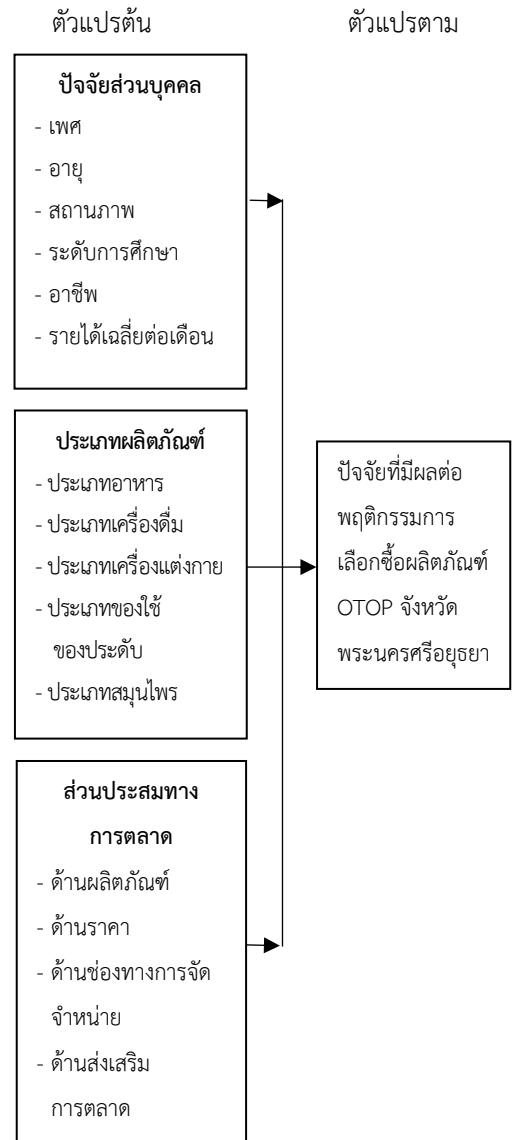
1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร คือ ประชากรที่เป็นผู้บริโภคที่ซื้อ / เคยซื้อสินค้า OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ของผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้า OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา คือ ระยะเวลาในการทำวิจัย 1 ปี เดือนตุลาคม 2561 – กันยายน 2562

1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย



2. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้คือ มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล มีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้คือ

2.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

2.1.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมโดยการเก็บข้อมูลภาคสนามโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 388 ชุด

2.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลเอกสารบทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ ผลการวิจัยข้อมูลทางสถิติจากหน่วยงานของรัฐบาลเอกชน และอื่น ๆ รวมทั้งค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นผู้บริโภคที่ซื้อ/เคยซื้อสินค้า OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ตลาดแก้งไค้ง อำเภอบางปะอิน และอุทยานหลวงปู่ทวด อำเภอมหาราช จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 388 คน

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยการใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความสมบูรณ์และถูกต้องให้ครอบคลุมทั้งด้านโครงสร้าง เนื้อหา และภาษาที่ใช้เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจ เพื่อนำมาเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งแบ่งได้ดังนี้คือ 1) เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนของ

ผู้บริโภค 2) เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกกำหนดคะแนนลำดับที่เลือก 1-5 โดยแปลค่าเฉลี่ย ซึ่งใช้หลักการแปลงผลแบ่งอัตราภาคชั้น เป็นการแบ่งช่วงเท่า ๆ กันจากสูตร

$$\text{อัตราภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{ค่าสูงสุด}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

แสดงในตารางได้ดังต่อไปนี้

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 ระดับ
ความสำคัญ มากที่สุด

คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 ระดับ
ความสำคัญ มาก

คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 ระดับ
ความสำคัญ ปานกลาง

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 ระดับ
ความสำคัญ น้อย

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 ระดับ
ความสำคัญ น้อยที่สุด

2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล 1) ผู้วิจัยกำหนดพื้นที่ให้นักศึกษาได้เก็บแบบสอบถามที่ตลาดแก้งไค้ง อำเภอบางปะอิน และอุทยานหลวงปู่ทวด อำเภอมหาราช จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ทำการกรอกเรียบร้อยแล้ว จากจำนวนประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 388 ชุด 3) ผู้วิจัยบันทึกข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติในขั้นตอนต่อไป

2.5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.5.1 สถิติเชิงพรรณนา การประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยโดยมีวิธีการทางสถิติ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้หลัก

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใช้อธิบายตัวแปรเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตามแบบสอบถามแต่ละขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์โดยการคำนวณแจกแจงความถี่และร้อยละ

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามความสำคัญ 5 ระดับ จากนั้นนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ตามหลักสถิติ โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ

การทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน กับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้สถิติที่ใช้ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรตลอดจนการใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าสถิติ chi-Square ซึ่งเป็นค่าสถิติที่ใช้กับข้อมูลที่มีลักษณะเป็นนามบัญญัติ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2.5.2 สถิติเชิงอนุมาน เป็นการทดสอบสมมติฐาน เพื่ออธิบายความแตกต่างระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามที่ศึกษา โดยใช้การทดสอบสถิติ ดังนี้

1) สถิติค่า t-test (Independent sample t-test) ใช้เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปกับตอนที่ 3 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2) สถิติค่า F-test (One-Way ANOVA) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคกับตอนที่ 3 การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. สรุปผลการวิจัย

3.1 ข้อมูลทั่วไป พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 มีอายุช่วง 21-25 ปี มีจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80 ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 55.20 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท 154 คน คิดเป็นร้อยละ 39.70 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท มีจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 42.30

3.2 พฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่เป็นประเภทอาหาร จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 56.20 วัตถุประสงค์สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ส่วนใหญ่เพื่อใช้เองส่วนตัว จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 38.10 บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการเลือกซื้อสินค้า OTOP คือตนเอง จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 60.30 ช่วงเวลาที่เลือกซื้อสินค้า OTOP ส่วนใหญ่เป็นวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 52.60 ลักษณะการเลือกซื้อสินค้า OTOP ส่วนใหญ่ซื้อทันทีเมื่อเห็นสินค้า จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 82.00

3.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือ ด้านส่งเสริมการตลาดมากที่สุด

3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.12$ และ S.D. 0.450) ซึ่งเมื่อพิจารณาปัจจัย

แต่ละด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านส่งเสริมการตลาดมากที่สุด ส่วนปัจจัยที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านราคาตามลำดับ ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะข้อมูลทั่วไป

3.4.1 เพศต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

3.4.2 อายุต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา

3.4.3 ระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

3.4.4 อาชีพต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์

3.4.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันในด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

4. อภิปรายผล

4.1 พฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่เป็นประเภทอาหาร วัตถุประสงค์สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ส่วนใหญ่เพื่อใช้เองส่วนตัว บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในในการเลือกซื้อสินค้า OTOP คือตนเอง ช่วงเวลาที่เลือกซื้อสินค้า OTOP ส่วนใหญ่เป็นวันเสาร์-อาทิตย์ ลักษณะการเลือกซื้อสินค้า OTOP ส่วนใหญ่ซื้อทันทีเมื่อเห็นสินค้า ทั้งนี้เนื่องจากอาหารเป็นสิ่งที่จะต้องกินทุกวัน และผลิตภัณฑ์อาหารของ OTOP มีประเภทและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่

หลากหลาย ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณฐมนทรัพย์บุญโต (2556) ได้ทำศึกษาศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP หนึ่งในตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: ภูมิศึกษา OTOP ประเภทอาหาร จังหวัดพะเยา

4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือ ด้านส่งเสริมการตลาดมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยฤทธิ์ทองรอดและวารภรณ์ สารอินมุล (2559) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดกลางคืนของผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดกลางคืนศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดตอนกลางคืน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าในตลาดนัดกลางคืนภาพรวมและรายด้านอยู่ใน ระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องของการ จัดทำป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ตั้งตลาดนัดตามแหล่งชุมชนต่าง ๆ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักตลาดนัด

4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธาวีเผ่าเมธาวีธร (2558) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าโอท็อปบนออนไลน์ของผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 23 ปี ถึง 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 บาท ถึง 20,000 บาท ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการให้มีความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า ด้านราคาให้ความสำคัญกับการแสดงราคาที่ชัดเจน ด้านสถานที่จัดจำหน่ายให้มีความสำคัญกับความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าและ

ด้านการส่งเสริมการตลาดให้มีความสำคัญกับการลดราคาสินค้าและจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลมีอายุ และอาชีพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าโอท็อปบนออนไลน์

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

5.1.1 ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ควรได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องควรให้คำปรึกษาและให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตภัณฑ์ในด้าน เพื่อให้กลุ่มสามารถผลิตได้ตามมาตรฐานสากลเป็นที่ยอมรับมากขึ้น ตลอดจนจนถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถผลิตสินค้า OTOP ได้ตามความต้องการของผู้บริโภค และเพื่อเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในท้องตลาด

5.1.2 กลุ่มผู้ประกอบการสินค้า OTOP ควรตั้งราคาให้เหมาะสม เพราะผู้บริโภคคำนึงถึงความเหมาะสมของราคา หากตั้งราคาให้ต่ำไม่ได้ ก็ควรที่จะไปเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า OTOP ให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นถึงประโยชน์ความแตกต่าง และมีคุณค่าเพิ่มขึ้น ซึ่งวิธีนี้จะช่วยเพิ่มปริมาณการบริโภคของลูกค้าปัจจุบัน และดึงผู้บริโภคกลับมาบริโภคได้อีกด้วย

5.1.3 ควรมีการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมทั่วถึงทุกช่องทางทางการจัดจำหน่าย เพิ่มช่องทางให้มากยิ่งขึ้น และควรทำการประชาสัมพันธ์ในสื่อให้มากขึ้น เป็นการช่วยให้สินค้า OTOP เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.2.1 ควรศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ของประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียง หรือจังหวัดใกล้เคียง เพื่อประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์ขยายตลาดสู่ภูมิภาคของประเทศให้กับผู้ประกอบการ

5.2.2 ทำการศึกษาถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้า OTOP โดยเปรียบเทียบกับธุรกิจที่มีสินค้าประเภทเดียวกัน ซึ่งจะทำให้ได้ข้อคิดต่าง ๆ ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อไป เพื่อหาแนวทางมาปรับปรุงแก้ไขเป็นมาตรฐานมากยิ่งขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากยิ่งขึ้นด้วย

5.2.3 ควรศึกษาแนวโน้มการเติบโต ปัญหาและอุปสรรคของการเลือกซื้อสินค้า OTOP ของผู้บริโภคในอนาคต เพื่อประโยชน์ในการวางแผนการตลาดและของธุรกิจ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด และรักษาส่วนแบ่งตลาดหรือสามารถเพิ่มส่วนแบ่งในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น

6. เอกสารอ้างอิง

- แคทรียา ปันทะนะ และคณะ. (2557). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- ฉัตรชัย สุขจิตต์ และคณะ. (2560). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้านำเข้าจากต่างประเทศประเภทรองเท้า Converse ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ชัยฤทธิ์ ทองรอด และวารภรณ์ สารอินมุล. (2559). พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดกลางคืนของผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- นิธิตา พระยาลอ. (2558, มกราคม - เมษายน). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคที่ผลิตใน

จังหวัดขอนแก่น. วารสารวิจัยและพัฒนา
มข., 3(1), 38-51.

เมธาวี เฝ้าเมธาวรีธร. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ
พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าโอท็อปบนออนไลน์
ของผู้บริโภค. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิศวกรรมธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ณัฐมน ททรัพย์บุญโต. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อ
พฤติกรรมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP หนึ่ง
ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษา OTOP
ประเภทอาหาร จังหวัดพะเยา. เชียงราย :
คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.

ธนาพันธ์ โตสัมพันธ์มงคล. (2558) ปัจจัยที่มีอิทธิพล
ต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบรนด์ยูนิโกล
(Uniqlo) ของผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพฯ
: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2552). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ
: มาร์เก็ตติ้งมูฟ.

ปัจจัยที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นของกลุ่มหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
กรณีศึกษา กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารและกลุ่มบริการ
Factors Affecting the Return of Equity of Securities Groups in the Stock Exchange
of Thailand: A Case Study of Agro & Food Industry and Service

นิกข์นิภา บุญช่วย¹ และสุพรรณิกา สันป่าแก้ว²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นของกลุ่มหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษา กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารและกลุ่มบริการ โดยกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้อมูลในงบการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารและกลุ่มบริการ ภายในรอบระยะเวลาบัญชีสำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ถึง ปี พ.ศ.2560 โดยไม่รวมบริษัทจดทะเบียนที่เข้าข่ายอาจถูกเพิกถอนอยู่ระหว่างการล้มละลายหรือต้องจัดทำแผนฟื้นฟูกิจการ และกองทุนรวม รวมทั้งสิ้นจำนวน 144 บริษัท ซึ่งทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ในการประมวลผล เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ อัตรากำไรสุทธิ อัตราการหมุนของสินทรัพย์ และตัวทวีของส่วนผู้ถือหุ้น กับตัวแปรตาม ได้แก่ อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น โดยระดับนัยสำคัญทางสถิติ กำหนด $\alpha = 0.05$ ใช้สถิติการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ (Correlation Analysis) และการวิเคราะห์วิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า อัตรากำไรสุทธิ อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ และตัวคูณทวีส่วนของผู้ถือหุ้นมีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น โดยจะมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหมายความว่าเมื่ออัตราส่วนนี้สูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นในภาพรวมของอุตสาหกรรมกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารและกลุ่มบริการ นั่นคือ ผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นผลมาจากประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (PM) ประสิทธิภาพจากการใช้สินทรัพย์ (AT) หรือเกิดจากโครงสร้างทางการเงิน (EM) ได้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ : ผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นและกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารและกลุ่มบริการ

Abstract

This research objective is to study factors affecting the return of equity of securities groups in the Stock Exchange of Thailand with a case study Agro & Food Industry and Service. The sample of

¹ สาขาวิชาการบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี E-mail : brnida@hotmail.com

² สาขาวิชาการบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี E-mail : pimson_64@hotmail.com

research is the information of financial statement of Portfolio on the stock exchange of Thailand with a case study Agro & Food Industry and Service. From the fiscal year ended on December 31, 2015 to the year 2017, there was a total period of 3 years of 144 companies excluding the company during the rehabilitation and under the bankruptcy and mutual funds. The data was analyzed by statistical software packages for Social Science Research. This compares to examine the relationship between the independent and dependent variables. The level of statistical significance defined $\alpha = 0.05$ was used in hypothesis testing by analyzing the regression equation correlation analysis and multiple regression analysis.

The results showed that the net profit margin, the asset turnover, and the multiplication factor of the shareholders affected the returns of shareholders. It changed in the same direction. This means that, as this ratio rose, the return of equity of the agricultural and food industry and service sectors was equal to the return of equity attributable to the operating efficiency (PM), better asset utilization (AT) or financial structure (EM).

Keywords: Return of equity of Agro & Food Industry and Service

วันที่รับบทความ : 9 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 29 เมษายน 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 29 พฤษภาคม 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

เงินออมเป็นปัจจัยที่จะทำให้เป้าหมายซึ่งบุคคลกำหนดไว้ในอนาคตบรรลุจุดประสงค์ เช่น กำหนดเป้าหมายไว้ว่าจะต้องมีบ้านเป็นของตนเองในอนาคตให้ได้ เงินออมจะเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดเป้าหมายที่วางไว้เป็นจริงขึ้นมาได้นอกจากนี้เงินออม ยังใช้สำหรับแก้ไขปัญหา ความเดือดร้อนทางการเงิน ที่อาจเกิดขึ้นอย่างคาดไม่ถึงของบุคคลได้ด้วย ดังนั้นบุคคลจึงควร มีการออมอย่างสม่ำเสมอในชีวิต การที่คนเรามี “เป้าหมาย” อย่างหนึ่งอย่างใดในอนาคตกำหนดไว้ อย่างชัดเจนแน่นอนก็จะทำให้เกิดความกระตือรือร้น ที่จะเก็บออมมากขึ้น เป้าหมายของแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันแล้วแต่ความจำเป็นและความต้องการของเขา และยังขึ้นอยู่กับความหวังและความทะเยอทะยานในชีวิตของเขาด้วย

ตัวอย่างเช่น บางคนอยากมีบ้านและที่ดินเป็นของตัวเอง อยากจะมีการศึกษาสูง อยากมีชีวิตที่สุขสบายในยามปลดเกษียณ หรือหวังที่จะให้ลูกหลานมีหลักฐานมั่นคง ดังนั้นเป้าหมายในการออมที่แตกต่างกันนี้ จะเป็นสิ่งที่กำหนดให้จำนวนเงินออม และระยะเวลาในการออมแตกต่างกันไป รายได้ที่เกิดขึ้นจากเงินออม เช่น ดอกเบี้ยที่ได้รับ ควรนำไปลงทุนต่อทันที เพื่อให้เงินออมงอกเงยขึ้นไปอีก การเก็บรักษาเงินออมให้ปลอดภัย หากเก็บเงินไว้กับตนเองย่อมไม่ปลอดภัยและเป็นการสูญเสียรายได้ที่ควรจะได้รับ ดังนั้นควรเก็บรักษาไว้ในที่ปลอดภัยและมีรายได้ด้วย โดยการฝากสถาบันการเงินบางแห่งไว้ เช่น ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารออมสิน สหกรณ์ออมทรัพย์ หรืออาจจะเก็บออม ในรูปของการซื้อหลักทรัพย์หรือตราสารฯ ที่มีความมั่นคง ก่อให้เกิดรายได้ และสามารถเปลี่ยนมาเป็นเงินสดได้ง่ายมาถือไว้ เช่น

การซื้อพันธบัตรรัฐบาล สลากออมสิน พันธบัตรออมทรัพย์ต่าง ๆ ตัวสัญญาใช้เงินของบริษัทเงินทุนที่มีมั่นคง การซื้อหน่วยลงทุน กองทุนรวม หรือซื้อหุ้นของบริษัทที่มีมั่นคงถือได้ว่า ฯลฯ การที่คนเราเก็บออมก็เพราะได้เปรียบเทียบกับเงินที่เก็บออมไว้ เพื่อใช้จ่ายในวันข้างหน้า จะให้ประโยชน์คุณค่า หรือ ความพอใจสูงสุด แก่เขามากกว่าจะเอามาใช้เสียในวันนี้ ทำอย่างไรจึงจะให้เงินออมที่อุตสาหกรรมสำคัญเพิ่มพูนค่าและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่เจ้าของสิ่งสำคัญก็คือ คนเราต้องรู้จัก “การลงทุน” (Investments) การลงทุนเป็น การนำเอาทรัพย์สินที่บุคคลมีอยู่ไปดำเนินการในทางที่ก่อให้เกิดประโยชน์ ซึ่งจะให้ผลตอบแทนกลับคืนมาในช่วงเวลานั้น

การลงทุนทางการเงิน (Financial investments) เป็นการลงทุนประเภทหนึ่งที่มีความสนใจ ซึ่งสิ่งที่ได้รับจากการลงทุน เช่น เมื่อซื้อหุ้นของบริษัทได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผล หมายถึง การที่ผู้ลงทุนนำเงินที่มีอยู่ไปซื้อหลักทรัพย์ต่าง ๆ ซึ่งหลักทรัพย์ดังกล่าวก่อให้เกิดรายได้กับผู้ลงทุนนั้น การลงทุนทางการเงิน โดยทั่วไปมักจะทำผ่านกลไกของตลาดการเงิน วัตถุประสงค์ของการลงทุนทางการเงิน เพื่อจะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปแบบของดอกเบี้ย (Interest) เงินปันผล (Dividend) กำไรจากการซื้อขายหุ้น (Capital gain) และสิทธิพิเศษอื่น ๆ กล่าวโดยสรุปก็คือ มุ่งผลตอบแทนจากการใช้ทุนในรูปแบบของผลตอบแทนทางการเงิน (Monetary return) นั้นเอง ในการคำนึงถึงผลตอบแทน ผู้ลงทุนควรถามตัวเอง ผลตอบแทนที่ตนต้องการได้รับ สักกี่เปอร์เซ็นต์ โดยจะต้องคำนึงถึงอัตราเงินเฟ้อไว้ด้วย เพราะเงินเฟ้อย่อมมีผลกระทบต่อผลตอบแทนในการลงทุน

ดังนั้นในการพูดถึง เรื่องผลตอบแทนผู้ลงทุนควรให้ความสนใจกับ Real rate of Return มากกว่า Nominal rate of return Real rate of return คือ ผลตอบแทนแท้จริงที่จะได้รับ โดยได้คำนึงถึงเรื่องเงินเฟ้อ Nominal rate of return เป็นผลตอบแทน ที่เสนอให้หรือให้ตามบริษัทประกาศไว้ สมมติว่า การลงทุนครั้งนี้เสนอให้ผลตอบแทน (Nominal rate of return) 10 % ถ้ามี

การคาดคะเนว่าอัตราเงินเฟ้อที่จะเกิดขึ้นปีละ 6 % ดังนั้นผลตอบแทนแท้จริงที่ได้รับ จะเป็นแค่ 4 % เท่านั้น นอกจากนี้ในการลงทุน ผู้ลงทุนต้องคำนึงถึงเรื่อง ดอกเบี้ยของดอกเบี้ย (Interest on interest) ที่ จะได้รับ ด้วย โดยคำนึงถึง ดอกเบี้ยทบต้น ในการลงทุนการซื้อพันธบัตร ซึ่งให้ดอกเบี้ยประจำทุก ๆ งวด และจะได้รับเงินต้นคืนเมื่อครบกำหนด ถ้าผู้ลงทุนนำดอกเบี้ยที่ได้รับไปใช้จ่าย ผลตอบแทนที่จะได้รับก็จะเท่ากับอัตราดอกเบี้ยตามทีระบุไว้ในพันธบัตรนั้น แต่ถ้าผู้ลงทุนนำดอกเบี้ยที่ได้รับในแต่ละงวดไปลงทุนต่อ ดอกเบี้ยดังกล่าวจะกลายเป็น เงินต้นของงวดถัดไป ตามหลักของดอกเบี้ยทบต้นก่อให้เกิดดอกผลตามมา ดังนั้นเมื่อสิ้นสุดเวลา ก็จะได้รับเงินต้นคืนพร้อมผลตอบแทนได้อีกมาก ซึ่งสรุปแล้ว ก็คือ อัตราผลตอบแทนที่ได้รับจริงจะสูงกว่าที่ได้ประกาศไว้ เพียงแต่มีข้อแม้ว่าเราจะต้องนำดอกผลที่ได้รับไปลงทุนใหม่ (Reinvest) อย่างสม่ำเสมอเท่านั้น

การลงทุนในกลุ่มหลักทรัพย์ในความต้องการของตลาด เป็นการลงทุนที่นักลงทุนให้ความสนใจ ซึ่งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้จัดโครงสร้างออกเป็น โครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรม 8 กลุ่มและแบ่งเป็นหมวดธุรกิจ 28 หมวด ดังนั้นสำหรับการลงทุนที่ดี นักลงทุนควรที่จะต้องศึกษาทั้งปัจจัยพื้นฐาน และปัจจัยทางเทคนิคคอล เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการลงทุน การคัดเลือกหุ้นของกลุ่มหลักทรัพย์ในความต้องการของตลาด

ผู้วิจัยจึงขอเสนอหลักการวิเคราะห์หุ้นและเลือกหุ้นโดยใช้อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญตัวหนึ่ง ได้แก่ ROE หรือ Return on Equity ที่เรียกว่า อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และเล็งเห็นถึงความสำคัญในการลงทุนของนักลงทุน ด้านความปลอดภัยของเงินลงทุน (Security of principal) การคำนึงถึงความปลอดภัยไว้ก่อน เพื่อให้เงินต้นสูญไป การลงทุนที่ยึดถือหลักความปลอดภัย และด้านเสถียรภาพของรายได้ (Stability of income) การลงทุนที่ให้รายได้โดยสม่ำเสมอ หรือได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นการแน่นอนและสม่ำเสมอ ผู้ลงทุนธรรมดาที่ไม่ใช่นักเก็งกำไรมักต้องการได้รับดอกเบี้ย

หรือปันผลเพื่อจะนำไปใช้จ่ายตามความต้องการได้ และผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญของกลุ่มอุตสาหกรรมที่ได้รับความสนใจในปัจจุบัน สำหรับยุคไทยแลนด์ 4.0 และ กลุ่มอุตสาหกรรมที่รัฐบาลเห็นความสำคัญและส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในอันดับต้นๆ ซึ่งได้แก่ กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร (Agro & Food Industry) และกลุ่มบริการ (Services) ดังนั้น จึงได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นของกลุ่มหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษา หมวดธุรกิจการเกษตร หมวดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และหมวดการท่องเที่ยวและสันทนาการ เพื่อเป็นแนวทางวิเคราะห์ผลตอบแทนที่จะได้ในการลงทุนและได้รับผลตอบแทนตามที่คาดการณ์ไว้และการตัดสินใจลงทุน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นของกลุ่มหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษา กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารและกลุ่มบริการ

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาค่าปัจจัยที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นของกลุ่มหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษา กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารและกลุ่มบริการ แบ่งได้ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ข้อมูลในงบการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารและกลุ่มบริการ ภายในรอบระยะเวลาบัญชีสำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ถึง ปี พ.ศ.2560 รวมระยะเวลา 3 ปี รวมจำนวนทั้งสิ้น 159 บริษัท
2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้อมูลในงบการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารและกลุ่มบริการ ภายในรอบระยะเวลาบัญชีสำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ถึง ปี พ.ศ. 2560 โดยไม่รวมบริษัทจดทะเบียนที่เข้าข่าย

อาจถูกเพิกถอนอยู่ระหว่างการล้มละลายหรือต้องจัดทำแผนฟื้นฟูกิจการ และกองทุนรวม รวมทั้งสิ้น จำนวน 144 บริษัท

1.4 สมมติฐานการวิจัย

อัตรากำไรสุทธิ (PM) อัตรากำไรสุทธิของสินทรัพย์ (AT) และตัวทวิของส่วนผู้ถือหุ้น (EM) มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น

ตัวแปรในการทดสอบสมมติฐาน

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ อัตรากำไรสุทธิ (PM) อัตรากำไรสุทธิของสินทรัพย์ (AT) และตัวทวิของส่วนผู้ถือหุ้น (EM)

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้มาจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และข้อมูลที่ใช้ศึกษา คือ งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ งบแสดงฐานะทางการเงิน และหมายเหตุประกอบงบการเงิน ที่อยู่ในช่วงภายในรอบระยะเวลาบัญชีสำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ถึง ปี พ.ศ. 2560

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เน้นศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นของกลุ่มหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษา กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารและกลุ่มบริการ โดยแบ่งส่วนของการวิเคราะห์ที่ได้ดังต่อไปนี้

1. แสดงจำนวนบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารและกลุ่มบริการที่ทำการศึกษา
2. การทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis)

2.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ (Correlation Analysis)

2.2 การวิเคราะห์วิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ

3. สรุปผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อผลตอบแทน ส่วนของผู้ถือหุ้นของกลุ่มหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษา กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารและกลุ่มบริการ

การวิเคราะห์ข้อมูลในงบการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หมวดธุรกิจการเกษตร หมวดเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร และหมวดการท่องเที่ยวและสันทนาการ ภายในรอบระยะเวลาบัญชีสำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ถึง ปี พ.ศ. 2560 โดยไม่รวมบริษัทจดทะเบียนที่เข้าข่ายอาจถูกเพิกถอนอยู่ระหว่างการล้มละลายหรือต้องจัดทำแผนฟื้นฟูกิจการ และกองทุนรวม รวมทั้งสิ้น จำนวน 144 บริษัท

ส่วนที่ 1 แสดงจำนวนของบริษัทในกลุ่มหลักทรัพย์ตัวอย่างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2560 ตารางที่ 1 แสดงจำนวนบริษัทในกลุ่มหลักทรัพย์ตัวอย่างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2560 ยกเว้นกิจการที่อยู่ในระหว่างฟื้นฟูกิจการ หรือกิจการที่อยู่ระหว่างการล้มละลายและกองทุนรวม

กลุ่มอุตสาหกรรม	คำอธิบายกลุ่มอุตสาหกรรม	หมวดธุรกิจ	จำนวนบริษัท
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร (Agro&Food Industry)	ธุรกิจเกี่ยวกับการเพาะปลูก ทำป้าไม้ ทำปศุสัตว์ แปรรูปผลิตผลทางการเกษตร และ ผลิตอาหารและเครื่องดื่ม	ธุรกิจการเกษตร	11
		อาหารและเครื่องดื่ม	37
บริการ (Services)	ธุรกิจในสาขบริการต่าง ๆ ยกเว้นบริการทางการเงิน และบริการด้านข้อมูลสารสนเทศ หรือเทคโนโลยีหรือเป็นบริการที่ถูกจัดไว้ในกลุ่มอุตสาหกรรมหรือหมวดธุรกิจอื่นแล้ว	พาณิชย์	20
		การแพทย์	16
		สื่อและสิ่งพิมพ์	29
		บริการเฉพาะกิจ	3
		การท่องเที่ยวและสันทนาการ	11
		ขนส่งและโลจิสติกส์	37

จากตารางที่ 1 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรม เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มีจำนวนทั้งหมด 2 หมวด จำนวนบริษัทในกลุ่มหลักทรัพย์ตัวอย่างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2560 ยกเว้นกิจการที่อยู่ในระหว่างฟื้นฟูกิจการ หรือกิจการที่อยู่ระหว่างการล้มละลายและกองทุนรวม จำนวนทั้งสิ้น 48 บริษัท ประกอบด้วยธุรกิจเกษตร จำนวน 11 บริษัท และอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 37 บริษัท ส่วนกลุ่มอุตสาหกรรม

บริการ มีจำนวนทั้งหมด 6 หมวด จำนวนบริษัทในกลุ่มหลักทรัพย์ตัวอย่างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2560 โดยไม่รวมบริษัทจดทะเบียนที่เข้าข่ายอาจถูกเพิกถอนอยู่ระหว่างการล้มละลายหรือต้องจัดทำแผนฟื้นฟูกิจการ และกองทุนรวม รวมทั้งสิ้น จำนวน 144 บริษัท ประกอบด้วยพาณิชย์ จำนวน 20 บริษัท การแพทย์ จำนวน 16 บริษัท สื่อและสิ่งพิมพ์ จำนวน 29 บริษัท บริการเฉพาะกิจ จำนวน 3 บริษัท การท่องเที่ยวและสันทนาการ จำนวน 11 บริษัท และขนส่งและโลจิสติกส์ จำนวน 17 บริษัท ซึ่งหมวดธุรกิจที่มีจำนวนบริษัทมากที่สุด คือ อาหารและเครื่องดื่มและขนส่งและโลจิสติกส์ คือ จำนวน 37 บริษัท

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Anlysis)

2.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ (Correlation Anlysis) ตัวแปรที่นำมาทำการศึกษาประกอบด้วย ตัวแปรตาม คือ อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ตัวแปรอิสระคือ อัตรากำไรสุทธิ (RM) อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT) และตัวคุณทวีของส่วนของผู้ถือหุ้น (EM)

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ (Correlation Anlysis)

กลุ่มอุตสาหกรรม	ตัวแปร	ROE	PM	AT	EM
เกษตรและอุตสาหกรรม	ROE	1.000	0.252	0.328	-0.369*
	PM	0.252	1.000	0.477**	0.192
	AT	0.328	0.477**	1.000	0.235
	EM	-0.369*	0.192	0.235	1.000
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	ROE	1.000	0.780**	0.380**	-0.176
	PM	0.780**	1.000	0.012	-0.158
	AT	0.380**	0.012	1.000	0.169
	EM	-0.176	-0.158	0.169	1.000
บริการพาณิชย์	ROE	1.000	0.403**	0.390**	-0.176

	PM	0.403**	1.000	-0.322*	-0.404*
	AT	0.390**	-0.322*	1.000	0.138
	EM	-0.176	0.404**	0.138	1.000
บริการการแพทย์	ROE	1.000	0.776**	0.102	0.072
	PM	0.776**	1.000	-0.272	-0.060
	AT	0.102	-0.272	1.000	0.524*
	EM	0.072	-0.060	-0.524**	1.000
บริการสื่อและสิ่งพิมพ์	ROE	1.000	0.651**	0.030	0.474*
	PM	0.651**	1.000	0.032	0.410*
	AT	0.030	0.032	1.000	-0.016
	EM	-0.474**	0.410**	-0.016	1.000
บริการบริการเฉพาะกิจ	ROE	1.000	0.799**	0.599	0.438
	PM	0.799**	1.000	0.473	0.293
	AT	0.599	0.473	1.000	0.483
	EM	0.438	0.293	0.483	1.000
บริการการท่องเที่ยวและสันทนาการ	ROE	1.000	0.264	0.768**	0.226
	PM	0.264	1.000	-0.225	0.551*
	AT	0.768**	-0.225	1.000	0.281
	EM	0.226	0.551**	0.281	1.000
บริการขนส่งและโลจิสติกส์	ROE	1.000	0.381**	-0.677**	0.635*
	PM	0.381**	1.000	0.035	-0.208
	AT	-0.677**	0.035	1.000	0.537*
	EM	-0.635**	-0.208	0.537**	1.000

**มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นที่มีนัยสำคัญ 0.01

*มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นที่มีนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 2 สามารถอธิบายความหมายการวิเคราะห์ของตัวแปรต่างๆ

กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มีทั้งหมด 2 หมวด ดังนี้

1. ธุรกิจการเกษตร พบว่า ตัวแปร ROE กับ EM มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ EM กับ PM มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 สำหรับตัวแปรตัวอื่นๆ มีความสัมพันธ์กันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

2. อาหารและเครื่องดื่ม พบว่า ตัวแปร ROE กับ PM และ ROE กับ AT มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 สำหรับตัวแปรตัวอื่นๆ มีความสัมพันธ์กันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

กลุ่มบริการ มีทั้งหมด 6 หมวด ดังนี้

1. พาณิชยกรรม พบว่า ตัวแปร ROE กับ PM และ ROE กับ AT มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และ EM กับ PM มีความสัมพันธ์ในตรงข้ามอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 สำหรับตัวแปรตัวอื่นๆ มีความสัมพันธ์กันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

2. การแพทย์ พบว่า ตัวแปร ROE กับ PM มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และ EM กับ AT มีความสัมพันธ์ในตรงข้ามอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 สำหรับตัวแปรตัวอื่นๆ มีความสัมพันธ์กันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

3. สื่อและสิ่งพิมพ์ พบว่า ROE กับ PM มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และ ROE กับ EM EM กับ PM มีความสัมพันธ์ในตรงข้ามอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 สำหรับตัวแปรตัวอื่นๆ มีความสัมพันธ์กันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

4. บริการเฉพาะกิจ พบว่า ตัวแปร ROE กับ PM มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 สำหรับตัวแปรตัวอื่นๆ มีความสัมพันธ์กันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

5. การท่องเที่ยวและสันทนาการ พบว่า ROE กับ AT มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และ PM กับ EM กับ PM มีความสัมพันธ์ในตรงข้ามอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 สำหรับตัวแปรตัวอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

6. ขนส่งและโลจิสติกส์ พบว่า ROE กับ PM AT กับ EM ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และ ROE กับ AT ROE กับ EM มีความสัมพันธ์ในตรงข้ามอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 สำหรับตัวแปรตัวอื่นๆ มีความสัมพันธ์กันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

2.2 การวิเคราะห์วิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ การทดสอบตัวแปรที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น เพื่อจะนำกลุ่มอุตสาหกรรมที่ไม่มีปัญหาเรื่องความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) มาทำการวิเคราะห์ พบว่ามี 7 หมวด ใน 2 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร หมวดอาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มบริการ หมวดพาณิชย์ การแพทย์ สื่อและสิ่งพิมพ์ บริการเฉพาะกิจ การท่องเที่ยวและสันทนาการ และขนส่ง และ โลจิสติกส์

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์วิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร หมวดอาหารและเครื่องดื่ม

ตัวแปร	B	SE	Beta
อัตรากำไรสุทธิ (RM)	132.787	8.422	.756
อัตรากำไรหมุนเวียน	9.865	1.211	.392
ของสินทรัพย์ (AT)	-1.107	.043	-.123
ตัวคูณทวีของส่วนของผู้ถือหุ้น (EM)			
$R^2 = .754$ SEE= 5.691 F=113.83*			

ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร หมวดอาหารและเครื่องดื่มพบว่า ตัวแปรทั้ง 3 ตัวรวมกันอธิบายตัวแปรที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น ($R^2 = .754$) โดยพบว่าตัวแปรที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น คือ อัตรากำไรสุทธิ (RM) อัตรากำไรหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT) และตัวคูณทวีของส่วนของผู้ถือหุ้น (EM) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นมากที่สุดคือ อัตรากำไรสุทธิ (RM) อัตรากำไรสุทธิ (RM) อัตรากำไรหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT) และตัวคูณทวีของส่วนของผู้ถือหุ้น (EM) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นมากที่สุดคือ อัตรากำไรสุทธิ (RM) อัตรากำไรหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT) และตัวคูณทวีของส่วนของผู้ถือหุ้น (EM) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT) และตัวคูณทวีของ ส่วนของผู้ถือหุ้น (EM) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์หิวเคราะห์สถิติถดถอย พหุคูณ กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ หมวดพาณิชย์

ตัวแปร	B	SE	Beta
อัตรากำไรสุทธิ (RM)	108.762	20.925	.581
อัตรการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT)	11.800		.580
ตัวคูณทวีของส่วนของผู้ถือหุ้น (EM)	-.318	2.101	-.021
		1.626	
$R^2 = .436$ SEE= 13.629 F=16.190*			

ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ หมวดพาณิชย์พบว่า ตัวแปรทั้ง 3 ตัว ร่วมกันอธิบายตัวแปรที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น ($R^2 = .436$) โดยพบว่าตัวแปรที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น คือ อัตรากำไรสุทธิ (RM) อัตรการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT) และตัวคูณทวีของส่วนของผู้ถือหุ้น (EM) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นมากที่สุดคือ อัตรากำไรสุทธิ (RM) อัตรการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT) และตัวคูณทวีของส่วนของผู้ถือหุ้น (EM) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์หิวเคราะห์สถิติถดถอย พหุคูณ กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ หมวดการแพทย์

ตัวแปร	B	SE	Beta
อัตรากำไรสุทธิ (RM)	103.407	6.873	.965
อัตรการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT)	19.952	2.513	.597
ตัวคูณทวีของส่วนของผู้ถือหุ้น (EM)	7.363	1.206	.443
$R^2 = .832$ SEE=3.122 F=78.454*			

ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ หมวดการแพทย์พบว่า ตัวแปรทั้ง 3 ตัว ร่วมกัน อธิบายตัวแปรที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น ($R^2 = .832$) โดยพบว่าตัวแปรที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น คือ อัตรากำไรสุทธิ (RM) อัตรการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT) และตัวคูณทวีของส่วนของผู้ถือหุ้น (EM) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นมากที่สุดคือ อัตรากำไรสุทธิ (RM) อัตรการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT) และตัวคูณทวีของส่วนของผู้ถือหุ้น (EM) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงการวิเคราะห์หิวเคราะห์สถิติถดถอย พหุคูณ กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ หมวดสื่อและสิ่งพิมพ์

ตัวแปร	B	SE	Beta
อัตรากำไรสุทธิ (RM)	67.510	10.637	.547
อัตรการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT)	-9.621	6.834	-.111
ตัวคูณทวีของส่วนของผู้ถือหุ้น (EM)	-.230	.078	-.254
$R^2 = .469$ SEE=27.258 F=26.296*			

ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ หมวดสื่อและสิ่งพิมพ์พบว่า ตัวแปรทั้ง 3 ตัว ร่วมกันอธิบายตัวแปรที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น ($R^2 = .469$) โดยพบว่าตัวแปรที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น คือ อัตรากำไรสุทธิ (RM) อัตรการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT) และตัวคูณทวีของส่วนของผู้ถือหุ้น (EM) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นมากที่สุดคือ อัตรากำไรสุทธิ (RM) ตัวคูณทวีของส่วนของผู้ถือหุ้น (EM) และอัตรการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

อัตรากำไรสุทธิ (RM) มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นของกลุ่มหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อัตรากำไรสุทธิของสินทรัพย์ (AT) มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นของกลุ่มหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตัวคูณทวีของส่วนของผู้ถือหุ้น (EM) มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นของกลุ่มหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

4. อภิปรายผล

จากการศึกษาสามารถอภิปรายผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นของกลุ่มหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษา กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารและกลุ่มบริการ สามารถอภิปรายได้ดังนี้

อัตรากำไรสุทธิ อัตรากำไรสุทธิของสินทรัพย์ และตัวคูณทวีส่วนของผู้ถือหุ้นมีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ซึ่งบการเงินทั่วไปรวมทั้งนักลงทุนสามารถนำข้อมูลเกี่ยวกับอัตรากำไรสุทธิ อัตรากำไรสุทธิของสินทรัพย์ ตัวคูณทวีส่วนของผู้ถือหุ้นไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจก่อนที่จะตัดสินใจลงทุนในกิจการนั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานค้นคว้าอิสระของ สุภิญญา อุตตะกะ ซึ่งพบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น คือ อัตรากำไรสุทธิของส่วนของผู้ถือหุ้น เมื่ออัตรากำไรสุทธิสูงขึ้น จะส่งผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นในภาพรวมของอุตสาหกรรมกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารและกลุ่มบริการ ทำให้ผู้ลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบตัวแปรที่ส่งผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นของกลุ่มอุตสาหกรรมดังกล่าวข้างต้นว่า ผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น

หุ้นเป็นผลมาจากประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (PM) ประสิทธิภาพจากการใช้สินทรัพย์ (AT) หรือเกิดจากโครงสร้างทางการเงิน (EM) ได้ดียิ่งขึ้น เพื่อเป็นข้อมูลในการนำไปใช้พิจารณาประกอบการตัดสินใจหรือไปใช้ในการศึกษาเพิ่มเติมต่อไป และ งานวิจัยของวิไลวรรณ ภาณุวิสิทธิ์แสงและศุภเจตน์ จันทร์สาริน ซึ่งพบว่า สภาพคล่องซึ่งวัดโดยอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน ความสามารถในการทำกำไรซึ่งวัดโดยอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นมีอิทธิพลในเชิงบวกต่ออัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ข้อค้นพบดังกล่าวสะท้อนว่าหากบริษัทสามารถสร้างกำไรสุทธิได้มากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับเงินลงทุนในส่วนของเจ้าของ ย่อมทำให้ผู้ถือหุ้นมีโอกาสได้รับผลตอบแทนกลับคืนมากจากการดำเนินกิจการของกิจการนั้นในอัตราที่สูงขึ้น ทำให้การลงทุนพิจารณาตัดสินใจลงทุนได้ง่ายขึ้นด้วย นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสะท้อนให้บริษัทจดทะเบียน ๆ หรือผู้บริหารทราบว่าหากมีความต้องการให้ผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นสูงขึ้น ส่งผลให้มูลค่าหุ้นสูงขึ้น เป็นที่น่าสนใจและดึงดูดนักลงทุนให้เข้ามาลงทุนมากขึ้นนั้น บริษัทฯ และผู้บริหารต้องให้ความสำคัญอัตรากำไรสุทธิ อัตรากำไรสุทธิของสินทรัพย์และตัวคูณทวีส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพรรณษา จิตต์มัน (ม.ป.ป.) พบว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (เชิงบวก) กับตัวแปรส่วนของผู้ถือหุ้นและอัตรากำไรสุทธิ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ถ้าบริษัทจดทะเบียน ๆ มีผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นสูงขึ้น ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิและตัวคูณทวีส่วนของผู้ถือหุ้นสูงขึ้นตามลำดับ เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้ คือ อัตรากำไรสุทธิมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น อัตรากำไรสุทธิของสินทรัพย์มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น และตัวคูณทวีส่วนของผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1, 2 และ 3 สาเหตุ

เนื่องจากคุณสมบัติทั้ง 3 ด้านดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะซึ่งเป็นประโยชน์ ดังนี้

1. บริษัทจดทะเบียนสามารถนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการกำหนดและปรับปรุงข้อมูลรายงานทางการเงินที่แสดงถึงอัตรากำไรสุทธิ อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ ตัวคุณทวิส่วนของผู้ถือหุ้น เพื่อให้ผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นสูงขึ้น

2. อัตรากำไรสุทธิ อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ ตัวคุณทวิส่วนของผู้ถือหุ้นมีผลต่อผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียน ๆ ดังนั้น ผู้ซึ่งบการเงินทั่วไป รวมทั้งนักลงทุนสามารถนำข้อมูลเกี่ยวกับอัตรากำไรสุทธิ อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ ตัวคุณทวิส่วนของผู้ถือหุ้นไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจก่อนที่จะตัดสินใจลงทุนในกิจการนั้นๆ

3. ในการตัดสินใจลงทุนผู้ลงทุนควรพิจารณาถึงลักษณะหรือประเภทของอุตสาหกรรมด้วย เนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างกันของแต่ละอุตสาหกรรมซึ่งจะมีผลต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.2 การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเฉพาะตัวแปรที่มีต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น ประกอบไปด้วย (1) อัตรากำไรสุทธิ (2) อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (3) ตัวคุณทวิส่วนของผู้ถือหุ้น ในส่วนของงานวิจัยในอนาคต ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเฉพาะตัวแปรที่มีต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป อาจนำตัวแปรอื่นๆมาใช้ในการศึกษาได้อีก อาทิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตราส่วน

ความสามารถในการสร้างกำไร นโยบายเงินปันผล เป็นต้น

2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาตัวแปรที่มีต่อผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นวัดค่าจากอัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้นเพียงอย่างเดียว ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปในอนาคตอาจเปลี่ยนตัวแปรตามผลการดำเนินงานจากผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น ไปศึกษาผลการดำเนินงานที่วัดค่าจากอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และ ผลการดำเนินงานที่วัดค่าโดย Tobin' Q

3. การศึกษาในครั้งนี้ใช้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ ในช่วงปี 2558 - 2560 เท่านั้น ทำให้มีกลุ่มตัวอย่างในจำนวนที่ไม่มากนัก ดังนั้นในการศึกษาต่อไปในอนาคต ควรขยายกลุ่มตัวอย่างที่เพิ่มมากขึ้น โดยอาจจะทำการศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งหมด และอาจขยายจำนวนปีให้เพิ่มมากขึ้น

6. เอกสารอ้างอิง

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2561). ประวัติและบทบาท ข้อมูลงบการเงิน ปี 2558-2560. จาก <https://www.set.or.th>.
- นัฐเล่นั่น (2561). บทความว่าด้วยหุ้น การเงิน ข่าว แนวคิด. ค้นเมื่อ 9 พฤษภาคม 2561, จาก <https://noobhoon.blogspot.com/2016/04/roe-ratio.html>
- วิไลวรรณ ภาณุวิศิทธิ์แสงและศุภเจตน์ จันทร์สาริน. (256, มกราคม – เมษายน). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 13(1), 137-149.

กัญญณัฐ โภคาพันธ์ นรินทร์ สังข์รักษา และ สวรรรยา
ธรรมอภิพล. (2561) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความ
ตั้งใจที่จะทำงานภายหลังเกษียณอายุราชการ
ของข้าราชการกรุงเทพมหานคร. *Veridian E-
Journal*, 11(1), 136-149.

นิกข์นิภา บุญช่วยและสุพรรณนิภา สันป่าแก้ว. (2561).
ปัจจัยที่มีผลต่อการจ่ายเงินปันผลของกลุ่ม
หลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
กรณีศึกษา กลุ่มหลักทรัพย์พลังงานและ
สาธารณูปโภค. *Veridian E-Journal*, 11(2),
1870-1879.

สุพรรณนิภา สันป่าแก้ว. (2557). **ความสัมพันธ์ระหว่าง
การจ่ายเงินปันผลกับกำไรของกลุ่มบริษัท
เทคโนโลยีและการสื่อสารในตลาด
หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. คำนคว้าอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี,
มหาวิทยาลัยศรีปทุม**

สุกัญญา อุตตะกะและคณะ. (2555). **ตัวแปรที่มีผลต่อ
ผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นแต่ละ
อุตสาหกรรมในตลาด หลักทรัพย์แห่ง
ประเทศไทย. กรุงเทพฯ ฯ คณะบัญชี
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี**

เฉลิมขวัญ ครุฑบุญยงค์. (2554). **การวิเคราะห์
รายงานทางการเงิน. กรุงเทพฯ ฯ :
ซีเอ็ดยูเคชั่น.**

สุพรรณษา จิตต์มัน. (2549). **ตัวแปรที่มีผลต่อ
ผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นแต่ละกลุ่ม
อุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์แห่ง
ประเทศไทย. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**

การบริหารการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้น ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

Personal Financial Management of Civil Servants under the Ministry of Education Retired at the
End of the Fiscal year 2019

สุพัตรา จันทร์หะศิริ¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้ที่มีต่อการวางแผนทางการเงินเมื่อยามเกษียณอายุของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ที่มีต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากข้าราชการครูที่เกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 499 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) นำเสนอด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ค่าสถิติ Chi-square ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพของครอบครัวสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อายุการทำงานงานส่วนใหญ่ 16-25 ปี และรายได้เฉลี่ย 15,001-20,000 บาท ซึ่งมีความเห็นว่า ด้านปัจจัยอื่นๆ ซึ่งได้แก่ สถานการณ์ทางการเมืองของประเทศไทย วิถีในการดำเนินชีวิตของแต่ละคน กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวกับการเงินและการลงทุน และสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลมากที่สุด ส่วนใหญ่ทำการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลด้วยตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมดูแลฐานะทางการเงิน และป้องกันไม่ให้เกิดภาระหนี้สินที่มากเกินไปความสามารถในการชำระหนี้ กรอบระยะเวลาที่กำหนดในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเป็นระยะกลาง (ระยะเวลา 1 ถึง 5 ปี) มีรูปแบบคือเน้นความมั่นคงทางการเงิน และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล คือ ครอบครัว และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและปัจจัยอื่นๆ มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ในด้านช่องทางในการจัดทำแผนทางการเงินส่วนบุคคล ด้านวัตถุประสงค์ในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลและด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล

คำสำคัญ : การเงินส่วนบุคคล การเงิน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนการเงิน

¹ ดร. สาขาวิชาการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Abstract

The purposes of this research were to study knowledge, understanding and perception towards financial planning at retirement of government officials under the Ministry of Education, retired at the end of fiscal year 2019 and to study the personal factors and factors affecting personal financial planning of civil servants under the Ministry of Education, retired at the end of fiscal year 2019 by using questionnaires as a tool for data collection from 499 government teachers who retired at the end of the fiscal year 2019 in Bangkok. The statistics used for data analysis are descriptive statistics presented by frequency, percentage, mean and standard deviation, inferential statistics using Chi-square statistics to test hypotheses.

The research results are as follows: most of the samples are female, married, having bachelor's degree, having 16-25 years of work experience with the average income of 15,001-20,000 baht whose opinions show that the other factors, including the political situation in Thailand, the way of life of each person, laws and regulations relating to finance and investment, and tax incentives affect the personal financial planning the most. They make the medium time frame for personal financial plans (1 to 5 years) emphasizing financial security with the objective to control the financial status and prevent the burden of debt exceeding the ability to pay debts. The person who has the influence on the personal financial planning is the family. The awareness of information, the understanding of personal financial planning, economic situation and other factors affect the personal financial planning in the terms of creating personal financial plans, personal financial planning objectives and personal influences on personal financial planning.

Keywords: personal financial planning, finance, factors of personal financial planning

วันที่รับบทความ : 9 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 29 เมษายน 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 29 พฤษภาคม 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ประเทศไทยในปัจจุบันโครงสร้างประชากรมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุ ประชากรมีอายุเฉลี่ยสูงขึ้น เนื่องจากความก้าวหน้าทางการแพทย์ ดังนั้น การดำเนินชีวิตในช่วงเกษียณอายุ มีความจำเป็นอย่างมากในบั้นปลายของชีวิต เพื่อความสุข ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ การดำเนินชีวิตของประชาชนส่วนใหญ่

มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำงานรายได้และค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ดังนั้นจึงเกิดปัญหาตามมาว่าทุกคนควรทำอย่างไรเพื่อให้มีเงินสำรองไว้สำหรับอนาคต สามารถใช้จ่ายได้อย่างไม่ขาดแคลน มีชีวิตที่สุขสบายในวัยเกษียณมีเงินใช้ยามฉุกเฉินและมีเงินออมสำหรับทุนการศึกษาของบุตรหลาน ซึ่งไม่เพียงแต่จะต้องมีวินัยในการออมเท่านั้นยังต้องมีแผนการลงทุนที่ดีและมี

ประสิทธิภาพเพียงพอที่จะทำให้สามารถเผชิญกับปัญหาต่างๆ ได้ เช่น ภาษีเงินเพื่อและค่าใช้จ่ายเพื่อสนองความต้องการของบุคคลเองซึ่งเป็นต้นเหตุที่ทำให้ทรัพย์สินที่มีไม่สามารถเพิ่มพูนขึ้นได้ การวางแผนทางการเงินเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกคนและจะยิ่งมีความจำเป็นมากขึ้นในอนาคตข้างหน้าเนื่องจากชีวิตมีความไม่แน่นอนมากขึ้น ทั้งความไม่แน่นอนของชีวิตทางเศรษฐกิจไม่ว่าจะเป็นเรื่องของราคาน้ำมันที่มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นส่งผลให้ราคาอาหารและสิ่งจำเป็นต่าง ๆ ต่อการดำรงชีพมีราคาแพงขึ้นเงินเพื่อเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่อัตราดอกเบี้ยเงินฝากกลับลดต่ำลงรวมไปถึงความไม่แน่นอนของชีวิตทางสังคมที่คนมีระดับการศึกษาสูงขึ้นใช้ระยะเวลาในการเรียนมากขึ้นทำให้มีระยะเวลาการทำงานเก็บเงินลดลงในขณะที่วิทยาการแพทย์ที่ก้าวหน้าทำให้คนเรามีอายุยืนขึ้นส่งผลให้ระยะเวลาการใช้เงินนานขึ้นจากปัจจัยความไม่แน่นอนดังกล่าวทำให้ทุกคนต้องหันมาให้ความสำคัญกับการวางแผนทางการเงินมากขึ้น (ก่าพล สุทธิพิเชษฐ์, ม.ป.ป.)

การวางแผนทางการเงินที่ดีจัดได้ว่าเป็นเข็มทิศที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและจะทำให้ทุกคนมีอิสรภาพทางการเงินได้เพราะถ้าหากรู้ว่าชีวิตเต็มไปด้วยความไม่แน่นอนทุกคนก็ควรจะใช้ชีวิตอย่างไม่ประมาทมีสติอยู่ตลอดเวลาการวางแผนทางการเงินจึงถือว่าเป็นแบบอย่างของการใช้ชีวิตของคนที่มีสติและปัญญาที่มีเหตุผล รู้ว่ากำลังทำอะไรอยู่และพร้อมจะรับมือกับปัญหาความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นนั้นจะทำให้สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีเป้าหมายและเดินตามเป้าหมายได้อย่างถูกต้องซึ่งคนที่มีการวางแผนทางการเงินที่ดีก็ย่อมทำให้มีโอกาสประสบความสำเร็จในชีวิตได้ (กาญจนา หงษ์ทอง, 2551)

การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล (Personal financial planning) ครอบคลุมถึงแผนและกระบวนการวางแผนทางการเงินในทุกๆ ด้านที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับกิจกรรมทางการเงินของแต่ละบุคคลได้แก่ การวางแผนเกษียณ การวางแผนประกันภัย การวางแผนภาษี และการวางแผนเพื่อการลงทุน เป็นต้น อย่างไรก็ตามคนส่วนใหญ่คิดเพียงแค่ว่าการวางแผนทางการเงินจะช่วยให้อยู่

ขึ้นและมีความมั่นใจมากขึ้นในตัวเอง คิดว่าตนเองมีฐานะมั่นคงอยู่แล้วไม่จำเป็นต้องวางแผนทางการเงินเป็นเหตุของความประมาทอันจะส่งผลกระทบต่อความมั่งคั่งที่ลดลง

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นจะเห็นได้ว่าการวางแผนทางการเงินนั้นจึงเป็นเรื่องหนึ่งที่ไม่ควรละมองข้าม นั่นจึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยตั้งใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการบริหารการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 เพื่อจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการทางการเงินส่วนบุคคลว่าจะมีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อวางแผนการเงินส่วนบุคคล เพื่อประโยชน์ของพนักงานที่จะสามารถกระตุ้นความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการวางแผนการเงินส่วนบุคคล ตลอดจนมีแนวทางการวางแผนการเงินที่ถูกต้องเหมาะสม เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงาน เพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อวางแผนการเงินส่วนบุคคลนำไปเป็นฐานข้อมูลเพื่อสร้างหน่วยงานพัฒนารากฐานทรัพยากรบุคคลที่มั่นคงด้านการเงินด้วยการวางแผนการเงินเมื่อพนักงานมีฐานะการเงินที่มั่นคงจะสามารถทำงานได้อย่างมีความสุขอันส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้ที่มีต่อการวางแผนทางการเงินเมื่อเกษียณอายุของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ที่มีต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล

1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตเนื้อหาที่ทำการวิจัยการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มุ่งทางการศึกษาการบริหารการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

1.3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการเรื่องให้ข้าราชการพลเรือนสามัญ ข้าราชการครู และบุคลากรทางการศึกษา สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ที่มีอายุครบ 60 ปีบริบูรณ์ ต้องพ้นจากราชการเพราะครบเกษียณอายุตามกฎหมายว่าด้วยบำเหน็จบำนาญข้าราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ทั้งนี้ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 เป็นต้นไป ลงวันที่ 30 พฤษภาคม 2562

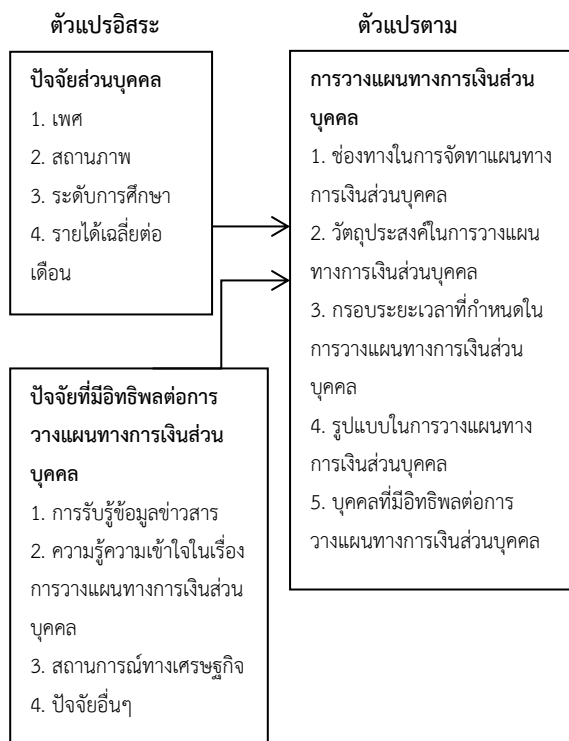
2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา (สพป.) กรุงเทพมหานคร 57ราย สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา (สพม.) กรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น สพม.เขต1 จำนวน 202 ราย และ สพม.เขต 2 จำนวน 240 ราย รวม 499 รายโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sample)

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล

1.4.2 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารความรู้ความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงินภาวะทางเศรษฐกิจและปัจจัยอื่น ๆ มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



2. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) นำเสนอด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ค่าสถิติ Chi-square ในการทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการออกแบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการ

วางแผนทางการเงินส่วนบุคคลขึ้นโดยใช้แนวทางการจัดทำแบบสอบถาม จากการรวบรวมข้อมูล และทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ และทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การจัดทำข้อมูล ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับ จำนวน 499 ชุด จากนั้นลงรหัส (Coding) ในกระดาษทำการ (Coding Sheet) ตามคู่มือลงรหัส แล้วตรวจสอบความถูกต้องของรหัสข้อมูลอีกครั้ง ก่อนนำไปบันทึกข้อมูลลงในโปรแกรมคำนวณ

2. การประมวลผลข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางด้านสถิติ การวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage)

2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์โดยใช้สถิติหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.3 การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage)

2.4 ทดสอบสมมติฐาน ข้อ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล โดยใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square Test) เพื่อทดสอบความแตกต่าง

2.5 ทดสอบสมมติฐาน ข้อ 2 ปัจจัยด้านความรู้ ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงิน สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ และปัจจัยอื่นๆ มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของใน โดยใช้ การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square Test) เพื่อทดสอบความแตกต่าง

3. สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษา จากการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก มีผู้ตอบแบบสอบถามมาจำนวน 368 ราย สรุปดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.12 สถานภาพของครอบครัวส่วนใหญ่สมรส ร้อยละ 88.04 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 75.54 อายุงานส่วนใหญ่ 16-25 ปี ร้อยละ 68.75 รายได้เฉลี่ย 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 91.30

2. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ เกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ว่ามีอิทธิพลในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเลือกตอบในด้านปัจจัยอื่นๆ มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ และความรู้ความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลซึ่งมีอิทธิพลในระดับมาก ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลในระดับปานกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อปัจจัยในด้านต่างๆ ดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ เกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นในเรื่องนี้ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ตว่ามีอิทธิพลในระดับมาก รองลงมาได้แก่ เรื่องบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนทางการเงินจากนิตยสาร วารสาร และหนังสือพิมพ์ และ

การเข้ารับการอบรม สัมมนาที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนทางการเงินจากองค์กรต่างๆ มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ เกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ในด้านความรู้ความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นในเรื่องนี้ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลพื้นฐานว่ามีอิทธิพลในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ เรื่องกระบวนการในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล และหลักในการนำแผนทางการเงินส่วนบุคคลไปปฏิบัติว่ามีอิทธิพลในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ เกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ในด้านสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นในเรื่องนี้ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ เช่น ความขัดแย้งระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน ราคาน้ำมัน ว่ามีอิทธิพลในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เรื่องอัตราดอกเบี้ยในท้องตลาด มีอิทธิพลในระดับมาก โดยอัตราเงินเพื่อมีอิทธิพลในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ เกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ในด้านปัจจัยอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นในเรื่องนี้ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่อง วิธีการดำเนินชีวิตเฉพาะคน มีอิทธิพลในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เรื่องสถานการณ์การเมืองภายในประเทศ สิทธิประโยชน์ทางภาษี และกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวกับการเงินและการลงทุน มีอิทธิพลในระดับมาก

3. วิเคราะห์การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลด้วยตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมดูแลฐานะทางการเงิน และป้องกันไม่ให้เกิดภาระหนี้สินที่มากเกินไปความสามารถในการชำระหนี้ กรอบระยะเวลาที่กำหนดในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเป็นระยะกลาง (ระยะเวลา 1 ถึง 5 ปี) มีรูปแบบคือเน้นความมั่นคงทางการเงิน และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล คือ ครอบครัว

ผลการทดสอบสมมติฐาน

4. สมมติฐานข้อที่ 1 การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ เกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้

4.1 เพศ มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ เกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

4.1.1 เพศ ไม่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ เกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ในด้านช่องทางในการจัดทำแผนทางการเงินส่วนบุคคล

4.1.2 เพศ ไม่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ เกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ในด้านวัตถุประสงค์ในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล

4.1.3 เพศ ไม่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ เกษียณอายุราชการเมื่อสิ้น

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ในด้านกรอบระยะเวลาที่กำหนดในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล

5.4.4 ปัจจัยอื่นๆ ไม่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ในด้านรูปแบบในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล

5.4.5 ปัจจัยอื่นๆ ไม่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล

4.อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องการบริหารการเงินส่วนบุคคล ของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.12 สถานภาพของครอบครัวส่วนใหญ่สมรส ร้อยละ 88.04 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดร้อยละ 75.54 อายุงานส่วนใหญ่ 16-25 ปี ร้อยละ 68.75 รายได้เฉลี่ย 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 91.30

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ว่ามีอิทธิพลในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเลือกตอบในด้านปัจจัยอื่นๆ ซึ่งได้แก่ สถานการณ์ทางการเมืองของประเทศไทย วิธีในการดำเนินชีวิตของแต่ละคน กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวกับการเงินและ

การลงทุน และสิทธิประโยชน์ทางภาษี มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับกิจฉัตร สิทธิพันธุ์ (2552) ที่มีความเห็นในกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในกรุงเทพมหานครในด้านปัจจัยอื่นๆ ในระดับมาก ส่วนปัจจัยรองลงมาได้แก่ ด้านสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ และความรู้ความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลซึ่งมีอิทธิพลในระดับมาก เช่นเดียวกับ ขนิษฐา ตันสลาวิรัฐและธฤตพน อุสวัสดี (2560) กล่าวว่า การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของพนักงาน เครือบริษัทหน้าเซียน ในเขตกรุงเทพฯ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เป็น อันดับรองมา คือ ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ภาวะทางเศรษฐกิจ และปัจจัยอื่นๆ

การวิเคราะห์การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลด้วยตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมดูแลฐานะทางการเงิน และป้องกันไม่ให้เกิดภาระหนี้สินที่มากเกินไปความสามารถในการชำระหนี้ กรอบระยะเวลาที่กำหนดในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเป็นระยะกลาง (ระยะเวลา 1 ถึง 5 ปี) มีรูปแบบคือเน้นความมั่นคงทางการเงิน และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล คือ ครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับที่ปรึกษาเงิน A-life plan บริษัท แอ็ดวานซ์ โลกั ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) (2558) เกี่ยวกับปัจจัยด้านอายุไว้ว่าวัยเริ่มสร้างครอบครัว (31-40 ปี) รูปแบบการวางแผนการเงินให้ความสำคัญกับความเสถียรที่กำลังเผชิญ เช่น ภาระหนี้สินก้อนโต และที่สำคัญ คือ ปัญหาเรื่องสุขภาพและอุบัติเหตุ การลงทุนควรต้องกระจายความเสี่ยง เพราะมีภาระทางการเงินสูงขึ้น และควรเพิ่มในส่วนของแผนภาษี แผนการออม และการลงทุนเพื่อวัยเกษียณ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างอายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยเริ่มสร้างครอบครัว มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา เพื่อสิทธิประโยชน์ทางภาษี และมีรูปแบบคือ

เน้นความมั่นคงทางการเงิน การไม่ใช้จ่ายเกินรายได้ และไม่สร้างหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ กิจดิพร สิทธิพันธุ์ (2552) ได้สรุปว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลด้วยตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความคุ้มครองสถานะทางการเงิน และป้องกันไม่ให้เกิดหนี้สินที่มากเกินไป กรอบระยะเวลาที่กำหนดในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเป็นระยะกลาง (ระยะเวลามากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 5 ปี) มีรูปแบบคือเน้นความมั่นคงทางการเงิน และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล คือ ตนเอง

การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 สามารถจำแนกได้ดังนี้

สถานภาพ มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ในด้านวัตถุประสงค์และด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับ ขนิษฐา ต้นสถาวิรัฐและธฤตพน อุ่สวัสดิ์ (2560) นั่นคือ สถานภาพ มีอิทธิพลต่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคล ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนการเงิน จากผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส จะให้ความสำคัญกับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคลมากที่สุดคือตนเอง ลำดับต่อมาคือสมาชิกในครอบครัว

ระดับการศึกษา มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ในด้านช่องทางในการจัดทำแผนทางการเงิน ด้านกรอบระยะเวลาที่กำหนดในการวางแผนทางการเงิน ด้านรูปแบบในการวางแผนทางการเงินและด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล สอดคล้อง

กับขนิษฐา ต้นสถาวิรัฐและธฤตพน อุ่สวัสดิ์ (2560) เฉพาะด้านช่องทางทางการเงิน จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรี และปริญญาตรีขึ้นไป มีการใช้ช่องทางทางการเงินมีอาชีพ มากกว่า และไม่สอดคล้องกับกิจดิพร สิทธิพันธุ์ (2552) ซึ่งสรุปไว้ว่าระดับการศึกษาไม่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ในด้านช่องทางในการจัดทำแผนทางการเงิน ด้านวัตถุประสงค์ในการวางแผนทางการเงินส่วน ด้านกรอบระยะเวลาที่กำหนดในการวางแผนทางการเงิน ด้านรูปแบบในการวางแผนทางการเงินและด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล สอดคล้องกับขนิษฐา ต้นสถาวิรัฐและธฤตพน อุ่สวัสดิ์ (2560) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินในหลายมิติ

การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงิน ภาวะทางเศรษฐกิจ และปัจจัยอื่นๆ มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 สรุปได้ว่า 1) การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ในด้านช่องทางในการจัดทำแผนทางการเงินส่วนบุคคล ด้านวัตถุประสงค์ในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลและด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล 2) ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลในด้านวัตถุประสงค์ในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลและด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล 3) สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล

ในด้านวัตถุประสงค์ในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล

4) ปัจจัยอื่นๆ มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลในด้านวัตถุประสงค์ในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลและด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล สอดคล้องกับชนิษฐา ต้นสถาวิรัฐ และธฤตพน อุ่สวัสดิ์ (2560) สรุปไว้ตามประเด็นดังต่อไปนี้คือ (5.1) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารปัจจัยความรู้การวางแผนการเงินมีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านช่องทางในการจัดทำแผนทางการเงินฯ (5.2) ภาวะเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านวัตถุประสงค์การวางแผนทางการเงินฯ และรูปแบบการวางแผนทางการเงิน (5.3) ปัจจัยอื่นๆ มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านวัตถุประสงค์การวางแผนทางการเงินฯ และรูปแบบการวางแผนทางการเงิน และสอดคล้องและไม่สอดคล้องกับ กิจติพร สิทธิพันธ์ (2552) ที่บอกไว้ว่า 5.1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล 5.2 ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงินมีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล 5.3 ภาวะทางเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ในด้านวัตถุประสงค์ในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล 5.4 ปัจจัยอื่นๆ มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ข้อเสนอแนะ

การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและปัจจัยอื่นๆ มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ในด้านช่องทางในการจัดทำแผนทางการเงินส่วนบุคคล ด้านวัตถุประสงค์ในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลและด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ดังนี้

1. ควรมีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายช่องทางให้ผู้ที่ต้องการวางแผนทางการเงินได้รับทราบและมีข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนทางการเงินให้ประสบความสำเร็จในชีวิตครอบครัว

2. ควรมีการส่งเสริมให้บุคลากรมีความตระหนักรู้และเข้าใจถึงสถานการณ์ทางเศรษฐกิจเพื่อให้มีการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ

3. ควรมีบริการวางแผนทางการเงินให้กับผู้ที่ต้องการคำปรึกษาที่หลากหลายและตรงตามความต้องการของแต่ละบุคคล

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562” กลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น จึงควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลในพื้นที่อื่นหรือหน่วยงานอื่น ซึ่งอาจมีความแตกต่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกครบถ้วนและสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ต่อการกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการทางการเงินส่วนบุคคลของประชาชนต่อไป

6. เอกสารอ้างอิง

กาญจนา หงส์ทอง. (2551). **เข้มทิศการเงิน**. กรุงเทพฯ :

กรุงเทพธุรกิจ Bizbook.

กิจติพร สิริพันธ์. (2552). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ**

วางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของประชาชน

ในกรุงเทพมหานคร. ปริญญาบริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ,

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กำพล สุทธิพิเชษฐ์. (ม.ป.ป.). ตลาดนัดการเงิน ชีวิตที่

ออกแบบได้. ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2562, จาก

http://www.khomesmilesclub.com/KHSC_

[Article_29.asp](http://www.khomesmilesclub.com/KHSC_Article_29.asp).

กลุ่มตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2560). เริ่มต้น...

วางแผนการเงิน[ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 2 สิงหาคม

2560, จาก <https://www.set.or.th>

[/education/th/start/start.html](https://www.set.or.th/education/th/start/start.html)

ชนิษฐา ต้นสถาวิรัฐ และธฤตพน อุ้วสวัสดิ์. (2560). **ปัจจัย**

ที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล

ของพนักงานเครือข่ายบริษัทหน้าเขียน

ในเขตกรุงเทพฯ. กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

สำนักวิจัยเอแบคโพลล์. (2552). ผลสำรวจ การเงินของ

คนรุ่นใหม่ รายได้สูง. ค้นเมื่อ 9 ตุลาคม 2560,

จาก <http://www.marketingoops>

[.com/reports/research/premium-](http://www.marketingoops.com/reports/research/premium-consumer/)

[consumer/](http://www.marketingoops.com/reports/research/premium-consumer/).

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย

Influential Factors for Professional Achievement of Certified Public Accountants in Thailand

ชลกนก โฆษิตคณิน¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย จำนวน 205 ราย ซึ่งผู้วิจัยได้รับการตอบกลับของแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ ด้านพลังการทำงาน ด้านการอุทิศตน และด้านความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับงานมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพ 2) สมรรถนะทางวิชาชีพ ด้านความรู้และความสามารถทางเทคนิค ด้านความถนัดและทักษะ และด้านคุณค่า จริยธรรม และทัศนคติต่อวิชาชีพ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพผลการวิจัยที่ได้ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพในการด้านเรียนรู้โดยเข้ารับการอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของตนเองอยู่เสมอ และปฏิบัติงานสอบบัญชีด้วยความเที่ยงธรรมและความซื่อสัตย์ สุจริตเพื่อให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการสอบบัญชี

คำสำคัญ : ความสำเร็จ วิชาชีพ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

Abstract

The purposes of this research were to study the influential factors for professional achievement of the certified public accountants in Thailand by using a questionnaire for collecting data from 205 samples. The statistics used for analyzing the collected data were multiple correlation and multiple regression analysis. The result showed that 1) professional engagement in the aspects of vigor, dedication, and absorption affects the auditors' success and 2) professional competency in the aspects of knowledge and technical capabilities, aptitude and skill, values, ethics and professional attitudes affects the auditors' success. The research results can be used as a guideline for development of learning potential through training to improve knowledge and conduct the audit with fairness and honesty with good faith to make customers confident of the audit.

Keywords: achievement, professional, certified public accountant

¹อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

E-mail : chonkanok_ple@hotmail.com

วันที่รับบทความ : 3 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 30 เมษายน 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 29 พฤษภาคม 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การดำเนินธุรกิจทุกบริษัทจะต้องมีนักบัญชีจัดทำข้อมูลการเงินและงบการเงินขึ้นมา ซึ่งจะมีผู้สนใจที่จะเข้ามาศึกษาข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจทางการเงิน เช่น นักลงทุน เจ้าของกิจการ ผู้บริหาร และกรมสรรพากร เป็นต้นบุคคลเหล่านี้ต้องการทราบว่างบการเงินที่นักบัญชีทำขึ้นมามีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด นั่นเป็นบทบาทที่ผู้สอบบัญชีจะต้องเข้ามาตรวจสอบ เพื่อให้คำรับรองหรือให้ความเชื่อมั่นว่างบการเงินที่จัดทำขึ้นมา นั้นมีความถูกต้อง ผู้ใช้งบการเงินจะได้เกิดความมั่นใจ หลังจากตรวจสอบเรียบร้อยแล้วจะมีรายงานงบการเงิน นั่นคือรายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่ลงรายชื่อ คำรับรอง ดังนั้นวัตถุประสงค์หลัก คือ การตรวจสอบ เพื่อให้ความเชื่อมั่นกับงบการเงินสำหรับผู้ใช้งบการเงิน

วิชาชีพสอบบัญชีเป็นอาชีพที่มีความสำคัญจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และมีความสามารถเฉพาะ เนื่องจากวิชาชีพสอบบัญชีเป็นวิชาชีพที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ และในฐานะ ผู้ให้บริการความเชื่อมั่นแก่ข้อมูลในรายงานการเงินซึ่งจะทำให้ข้อมูลเชิงเศรษฐกิจมีความถูกต้องและเชื่อถือได้ อันเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ใช้ข้อมูลทางการเงิน ปัจจุบันวิชาชีพสอบบัญชีเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ว่าเป็นความเป็นวิชาชีพ (Professionalism) ในการพิจารณาความเป็นวิชาชีพสอบบัญชีสามารถสรุปลักษณะเฉพาะของวิชาชีพสอบบัญชีได้ ดังนี้ 1) ความซื่อสัตย์และศักดิ์ศรีของอาชีพ 2) มีมนุษยสัมพันธ์และการเป็นผู้นำ 3) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและการรายงานข้อเท็จจริง ตามหลักวิชาชีพบัญชี 4) มีการศึกษาและฝึกอบรมความรู้

เกี่ยวกับวิชาชีพบัญชีอยู่เสมอ 5) เขียนรายงานการสอบบัญชีที่มีคุณภาพอย่างมืออาชีพ 6) มีความแม่นยำในเรื่องภาษีอากร สามารถให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้อง 7) มีความรู้ความเข้าใจในกฎหมายธุรกิจเป็นอย่างดี 8) มีความรู้กว้างขวางชัดเจนในธุรกิจระหว่างประเทศ 9) ทำระบบรายงานและประเมินผล รวมทั้งข้อเสนอแนะตามหลักวิชาการ และตามข้อบังคับ ก.บ.ช. ด้วย 10) สามารถสรรหา ใช้ และนำระบบสารสนเทศเข้ามาใช้ในการบริหารงานและ 11) มีความรู้ในด้านการบริหารจัดการเป็นอย่างดี

ด้วยอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงพัฒนาการกฎระเบียบและเทคโนโลยี ดังนั้นความคาดหวังจากการสอบบัญชีจึงเป็นกระบวนการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับข้อมูลทางการเงิน ส่งผลให้มาตรฐานและกระบวนการสอบบัญชีต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้ว่าการพัฒนาศักยภาพของผู้สอบบัญชี จึงเป็นเรื่องที่ต้องตระหนักในทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับทุกฝ่าย ได้แก่ สภาวิชาชีพบัญชี สมาคมวิชาชีพบัญชี สถาบันการศึกษาที่สอนวิชาการบัญชี หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชน ได้ตระหนักถึงประโยชน์และความจำเป็นในการ พัฒนาไปเป็นผู้สอบบัญชีมีอาชีพระดับสากลที่สามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้

จากที่มาและความสำคัญข้างต้นนี้ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในวิชาชีพผู้สอบบัญชีในประเทศไทย เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาความรู้และทักษะทางวิชาชีพสำหรับผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาโดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ตัวแปรจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและนำมาสรุปเป็นตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่

1. ความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านพลังการทำงาน 2) ด้านการอุทิศตน และ 3) ด้านความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

2. สมรรถนะทางวิชาชีพ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้และความสามารถทางเทคนิค 2) ด้านความถนัดและทักษะ และ 3) ด้านคุณค่าจริยธรรมและทัศนคติต่อวิชาชีพ

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสำเร็จในวิชาชีพ ประกอบด้วย 1) ด้านการบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย 2) ด้านกระบวนการปฏิบัติ การสอบบัญชี และ 3) ด้านคุณภาพการรายงานการสอบบัญชี

ขอบเขตด้านพื้นที่

ประเทศไทย

ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยในเดือน กรกฎาคม 2561 – พฤษภาคม 2562

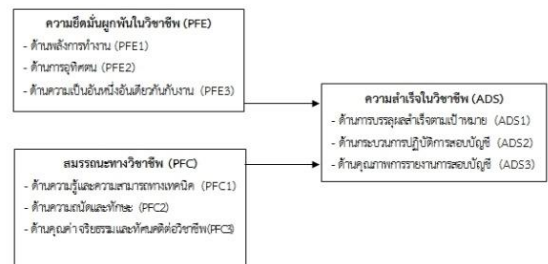
1.4 สมมติฐานการวิจัย

14.1 ความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพ

14.2 สมรรถนะทางวิชาชีพมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพ

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร ได้แก่ ความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ และสมรรถนะทางวิชาชีพ มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม 1 ตัวแปร คือความสำเร็จในวิชาชีพดังภาพประกอบที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ประชากรและขนาดตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย จำนวน 1,384 คน (Federation of Accounting Professions (2011))

กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตาราง Krejcie and Morgan (บุญชุม ศรีสะอาด, 2545) ได้ขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 205 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา

สถานภาพสมรส ประสบการณ์ (Check list) 2) แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ สมรรถนะทางวิชาชีพและความสำเร็จในวิชาชีพ เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ 3) แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะ

2.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนดังนี้

ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ สมรรถนะทางวิชาชีพและความสำเร็จในวิชาชีพจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบ หลังจากได้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปปรับแก้ไขให้ถูกต้อง นำไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย จำนวน 30 คน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้ คือ 1) ความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพได้ค่าอำนาจจำแนก (r) ระหว่าง 0.727-0.791 2) สมรรถนะทางวิชาชีพ ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) ระหว่าง 0.631-0.784 และ 3) ความสำเร็จในวิชาชีพได้ค่าอำนาจจำแนก (r) ระหว่าง 0.655-0.752 สอดคล้องกับ Nunnally (1978) กล่าวว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อเกิน 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ และทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยผู้วิจัยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) พบว่า 1) ความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.880-0.881 2) สมรรถนะทางวิชาชีพ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.885-0.886 และ 3) ความสำเร็จในวิชาชีพ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.879-0.880 สอดคล้องกับ สมบัติ ท้ายเรือคำ (2552) กล่าวว่า การกำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาค่าอำนาจจำแนก

ของแบบสอบถามจะต้องมีค่าเท่ากับ 0.40 ขึ้นไปแสดงว่ามีคุณภาพอยู่ในเกณฑ์ระดับดีมาก

2.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.4.1 สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผู้วิจัยนำมาใช้เพื่อบรรยายถึงคุณสมบัติหรือลักษณะของการแจกแจงข้อมูลตัวแปรต่าง ๆ ตามปัจจัยด้านคุณลักษณะของกลุ่ม โดยกำหนดการวัดเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.4.2 สถิติการวิเคราะห์เชิงอนุมาน

ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณและการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย ซึ่งเขียนเป็นสมการดังนี้

$$1) \text{Auditors Success} = \beta_{01} + \beta_1 \text{PFE1} + \beta_2 \text{PFE2} + \beta_3 \text{PFE3} + \epsilon$$

$$2) \text{Auditors Success} = \beta_{02} + \beta_1 \text{PFC1} + \beta_2 \text{PFC2} + \beta_3 \text{PFC3} + \epsilon$$

3. สรุปผลการวิจัย

3.1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.25 มีอายุมากกว่า 40 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.50 ส่วนใหญ่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.50 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 48 และมีประสบการณ์ในการทำงานเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาต 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.65 ตามลำดับ

3.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพกับความสำเร็จในวิชาชีพโดยรวมของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย

ตัวแปร	ADS	PFE1	PFE2	PFE3	VIF
\bar{X}	4.04	4.11	4.08	4.19	
S.D.	0.35	0.47	0.41	0.52	
ADS		0.744*	0.721*	0.712*	
PFE1			0.760*	0.577*	3.512
PFE2				0.623*	3.204
PFE3					1.755

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ณ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งอาจจะทำให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ ด้วยค่า VIF พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพกับความสำเร็จในวิชาชีพโดยรวม มีค่าตั้งแต่ 1.755 – 3.512 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระความยึดมั่นผูกพันในแต่ละด้าน พบว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความสำเร็จโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.712-0.744 จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยของความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพกับความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย

ความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ	ความสำเร็จในวิชาชีพโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.512	0.238	2.977	0.000*
ด้านพลังงานทำงาน (PFE1)	0.411	0.029	4.538	0.000*
ด้านการศึกษา (PFE2)	0.066	0.088	5.123	0.000*
ด้านความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับงาน (PFE3)	0.340	0.049	6.231	0.000*

F = 187.578 AdjR² = 0.664

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า ความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ ด้านพลังงานทำงาน ด้านการอุทิศตน และด้านความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับงาน มีอิทธิพลต่อ

ความสำเร็จในวิชาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสร้างสมการพยากรณ์ความสำเร็จในวิชาชีพโดยรวม

$$ADS = 0.512 + 0.411PFE1 + 0.066PFE2 + 0.340PFE3$$

ตาราง 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของสมรรถนะทางวิชาชีพกับความสำเร็จในวิชาชีพโดยรวมของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย

ตัวแปร	ADS	PFC1	PFC2	PFC3	VIF
\bar{X}	4.02	4.18	4.07	4.21	
S.D.	0.31	0.52	0.50	0.49	
ADS		0.736*	0.725*	0.719*	
PFC1			0.754*	0.555*	3.415
PFC2				0.643*	3.218
PFC3					1.822

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ณ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งอาจจะทำให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ ด้วยค่า VIF พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระสมรรถนะทางวิชาชีพกับความสำเร็จในวิชาชีพโดยรวม มีค่าตั้งแต่ 1.822 – 3.415 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระความยึดมั่นผูกพันในแต่ละด้าน พบว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความสำเร็จโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.719-0.736 จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ตาราง 4 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยของสมรณะทางวิชาชีพกับความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย

สมรณะทางวิชาชีพ	ความสำเร็จในวิชาชีพโดยรวม		T	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.433	0.247	2.855	0.000*
ด้านความรู้และความสามารถทางเทคนิค (PFC1)	0.325	0.028	4.456	0.000*
ด้านความเอื้อและทักษะ (PFC2)	0.155	0.077	5.221	0.000*
ด้านคุณค่าจริยธรรมและทัศนคติต่อวิชาชีพ (PFC3)	0.124	0.022	2.342	0.000*

F = 165.222 Adjusted R² = 0.445

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 พบว่า สมรณะทางวิชาชีพด้านความรู้และความสามารถทางเทคนิค ด้านความเอื้อและทักษะ และด้านคุณค่า จริยธรรม และทัศนคติต่อวิชาชีพ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสร้างสมการพยากรณ์ความสำเร็จในวิชาชีพโดยรวม

$$ADS = 0.433 + 0.325PFC1 + 0.155PFC2 + 0.124PFC3$$

4. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทยผู้วิจัยเห็นว่า มีประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. ความยืดหยุ่นผูกพันในวิชาชีพ (PFE)

ปัจจัยเกี่ยวกับความยืดหยุ่นผูกพันในวิชาชีพด้านพลังการทำงาน ด้านการอุทิศตน และด้านความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับงานมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพ สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 กล่าวคือ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในขณะการปฏิบัติงานสอบบัญชีนั้นมีความรู้สึกว่าตนเองมีพลังและมุ่งมั่นในการทำงาน มีความกระตือรือร้น มีการกำหนดเป้าหมาย มีจิตใจจดจ่อกับงาน มีความสุขกับงาน มีความสามารถในการจัดระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทวรรณ วงศ์ไชย (2552) กล่าวว่าผู้สอบบัญชีที่มีความสามารถจัดระบบการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

และศักยภาพในการซักถาม การคิดอย่างมีเหตุมีผล มีการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ ส่งผลให้เป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่ประสบความสำเร็จ

2. สมรณะทางวิชาชีพ (PFC)

ปัจจัยสมรณะทางวิชาชีพ ด้านความรู้และความสามารถทางเทคนิค ด้านความเอื้อและทักษะทางวิชาชีพ ด้านคุณค่าจริยธรรม และทัศนคติต่อวิชาชีพ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 กล่าวคือ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานการบัญชีสากลและมาตรฐานการสอบบัญชีสากล มีทักษะด้านการสื่อสาร การเจรจาต่อรองที่เป็นกัลยาณมิตร ทำให้เกิดความไว้วางใจ ความเชื่อมั่น และความน่าเชื่อถือ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รักในชื่อเสียงแห่งวิชาชีพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐธิดา จินมอญ (2559) กล่าวว่า ผู้สอบบัญชีจะต้องมีความรู้ ทักษะการวิเคราะห์ และปฏิบัติถูกต้องตามมาตรฐานวิชาชีพบัญชี มีศักยภาพการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการทำงานให้ดียิ่งขึ้นเสมอ การนำเสนอรายงานข้อมูลต้องมีความแม่นยำ พร้อมทั้งการตรวจสอบข้อมูลอย่างเป็นระบบ ดำเนินการสอบบัญชีในกิจการที่ตนเองรับผิดชอบ โดยปราศจากความอคติและความลำเอียง ซึ่งต้องตระหนักถึงการปฏิบัติงานสอบบัญชีด้วยความเที่ยงตรงและมีความซื่อสัตย์ สุจริต โดยไม่เจตนาปกปิดข้อเท็จจริงหรือบิดเบือนข้อมูลที่เป็นสาระสำคัญ

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

ผลการวิจัยที่ได้ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพในการด้านเรียนรู้ โดยเข้ารับการอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของตนเองอยู่เสมอ และปฏิบัติงานสอบ

บัญชีด้วยความเที่ยงธรรมและความซื่อสัตย์ สุจริตเพื่อทำให้ลูกค้ำมีความเชื่อมั่นในการสอบบัญชี

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย

6. เอกสารอ้างอิง

- นันทวรรณ วงศ์ไชย. (2552). **ผลกระทบของความเป็นมืออาชีพและจรรยาบรรณวิชาชีพที่มีต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2547). **การวิจัยเบื้องต้น**. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ณัฐธิดา จินมอญ. (2559). **ความเป็นมืออาชีพกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- Federation of Accounting Professions. (2011). **Accounting standards**, 18, Income. Retrieved , from <http://www.fap.or.th>.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. and Tatham, R. L. (2006). **Multivariate data analysis**. (7th ed.). New Jersey : Pearson.
- Nunnally, J. C. (1978). **Psychometric theory**. (2nd ed). New York : McGraw-Hill.

ทัศนคติและกลยุทธ์การใช้พนักงานขายตรงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

Attitude and Strategy of Using Direct Salesmen Influencing Decision-Making for Purchasing the
Direct Sale Agricultural Products (Type of Fertilizer) of Customers in Surat Thani Province

มริษา พรหมหิตาทาร์¹ และบรรดิษฐ์ พระประทานพร²

บทคัดย่อ

ปุ๋ยเป็นวัตถุดิบที่สำคัญของธุรกิจการเกษตร ซึ่งจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจที่ต่อเนื่องได้เป็นอย่างดี การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงานขายตรงและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรขายตรง(ประเภทปุ๋ย)ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างคือเกษตรกรผู้ใช้ปุ๋ยในการทำเกษตรกรรมในอำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบค่าความเชื่อมั่นและความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์การวิจัยเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ สถิติวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานีคือ 1) ปัจจัยกลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงานขายตรงประกอบด้วยบริการที่รวดเร็วต่อเนื่องและความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า 2) ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้บริโภค ประกอบด้วย ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อธุรกิจขายตรงประเภทปุ๋ย เพื่อสร้างให้ธุรกิจมีผลประกอบการสูงขึ้น

คำสำคัญ : ทัศนคติของผู้บริโภค กลยุทธ์การใช้พนักงานขายตรง การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

Abstract

Fertilizer is an important raw material of agricultural business which will create added value to the continual businesses very well. The purpose of this research was to study the sales strategy by using the direct salesmen and consumers' attitude influencing the selection of the direct-sales of agricultural products (category of fertilizer) purchasing of customers in Surat Thani Province. The sample group used for the research was 400 farmers who used fertilizer for farming in ThaChana District, Surat Thani Province. Questionnaires as validated for reliability and consistency according to the research objective were used as the research tools, statistics used in data analysis such as multiple regression analysis. The study results found that the factors affecting purchase decisions for direct-sales of

¹นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา E-mail : s59167809004@ssru.ac.th

²อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา E-mail : bundit.ph@ssru.ac.th

agricultural products (category of fertilizer) of customers in Surat Thani Province were 1) the direct-sales strategy factor using the direct salesmen consisted of fast, continuous services and understanding the customer needs, and 2) the consumers' attitude factor consisted of cognition, feelings and behavior. This result of the research can be used for the benefits to direct-sales business in category of fertilizer in order to make the business more profitable.

Keywords: Consumers' Attitude, Strategy to use Direct Sales, Consumers' Buying Decision

วันที่รับบทความ : 9 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 3 พฤษภาคม 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 29 พฤษภาคม 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ธุรกิจขายตรงเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรกรรม เป็นธุรกิจที่น่าสนใจอันดับต้น ๆ ในประเทศไทย และเป็นธุรกิจที่จะทำผลกำไรอย่างยั่งยืนได้อย่างต่อเนื่อง เพราะประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมที่ภาครัฐให้การสนับสนุนในด้านการเกษตรมาอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจขายปุ๋ยก็เป็นธุรกิจในวงจรของเกษตรกรรมที่เป็นทางเลือกที่ดีของผู้ที่ต้องการดำเนินธุรกิจด้านการเกษตร มูลค่าตลาดปุ๋ยจากสินค้าเกษตรสำคัญปี 2560 จะมีมูลค่าประมาณ 84,000 - 98,000 ล้านบาท ปริมาณและการนำเข้าของปุ๋ยของไทยปี 2560 ปริมาณ 662,182 ตัน มูลค่า 7,041 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560) โดยธุรกิจขายตรงเป็นแนวทางหนึ่งที่ช่วยสร้างรายได้จากการเป็นตัวแทนขายตรงให้กับคนในชุมชน และเพิ่มรายได้จากมูลค่าเพิ่มของการเพาะปลูก การเพิ่มผลผลิตให้กับเกษตรกร ซึ่งเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับเกษตรกรและชาวชนบท และนักธุรกิจขายตรงจะต้องรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าและตอบสนองให้ตรงกับโจทย์ของลูกค้า สิ่งนี้จะทำให้สามารถทำธุรกิจได้อย่างดีในระยะยาว ลูกค้าจะเกิดการจดจำประทับใจและกลับมาซื้ออย่างต่อเนื่อง

สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ในยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่อง การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) นอกจากนั้นผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพกับตัวแทนขายตรงในธุรกิจขายตรง และกลุ่มเกษตรกร ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าในจังหวัดสุราษฎร์ธานีทำเกษตรกรรมเป็นอันดับต้นๆของประเทศไทย มีผู้ใช้ปุ๋ยทำ การเกษตรกรรมจำนวนมากพบว่า ธุรกิจนี้ยังมีปัญหาที่สำคัญคือ ผู้บริโภคมีทัศนคติไม่ดีต่อสินค้าธุรกิจขายตรง นอกจากนั้นยังพบว่าพฤติกรรมการซื้อสินค้ามีการเปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับพนักงานขายตรงที่เป็นสมาชิกของบริษัทขายตรงยังขาดกลยุทธ์ในการขาย จึงทำให้ลูกค้าไม่เห็นความสำคัญในการใช้สินค้าเกษตรขายตรงโดยเฉพาะสินค้าประเภทปุ๋ย

จากปัญหาดังกล่าวหากผู้ประกอบการในธุรกิจนี้สามารถแก้ไขปัญหาด้านกลยุทธ์การใช้พนักงานขายตรง และเข้าใจทัศนคติของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะส่งผลให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค อันจะส่งผลต่อยอดขายและผลการดำเนินงานของธุรกิจ ประสบผลสำเร็จได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับจากการวิจัยที่ผ่านมาของ ปาณิสรา บุญมาก (2554) ที่พบว่า การใช้

พนักงานขายตรงที่ประสบผลสำเร็จในธุรกิจขายตรง คือ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การแต่งกายของพนักงานบริการสะอาดเรียบร้อย การบริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และเป็นกันเอง การบริการมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส บริการที่รวดเร็ว ต่อเนื่อง และเข้าใจในความต้องการของลูกค้า มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค นอกจากนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัคราพรรณ ภูจำปา (2556) พบว่าทัศนคติของผู้บริโภคมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ นอกจากนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phrapatanporn, B., & Wangkananon, W. (2015). พบว่า การสื่อสารการตลาดด้วยพนักงานขายตรงที่สามารถให้ข้อมูลที่ชัดเจน และพวกเขาสามารถตัดสินใจที่จะปิดการขายทันทีเพื่อรับข้อมูลให้กับลูกค้าเมื่อลูกค้าต้องการ มันเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างปฏิริยาตอบสนองของลูกค้าที่จะนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีและลูกค้าที่ซื่อสัตย์ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีวิธีสำหรับลูกค้าในการตัดสินใจซื้อ

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค กลยุทธ์การใช้พนักงานขายตรง และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ซึ่งจะช่วยชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการนักธุรกิจขายตรง นักวิชาการ และรัฐบาล นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อธุรกิจขายตรงประเภทปุ๋ย เพื่อสร้างให้ธุรกิจมีความสำเร็จมากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษากลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงานขายตรง และทัศนคติของผู้บริโภค มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่เกี่ยวกับธุรกิจขายตรง โดยเจาะจงสินค้าของธุรกิจขายตรงประเภทปุ๋ย ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาตามเนื้อหา กลุ่มประชากร และระยะเวลาในการศึกษาตามรายละเอียดดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ในเรื่อง คุณลักษณะของผู้ซื้อสินค้าขายตรง ทัศนคติของผู้บริโภคสินค้าขายตรง กลยุทธ์การใช้พนักงานขายตรง และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภค

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ เกษตรกรผู้ใช้ปุ๋ยเพื่อใช้ในการทำเกษตรกรรมในอำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยแบ่งเป็น 6 ตำบล ดังนี้ 1) ตำบลสมอทอง 2) ตำบลประสงค์ 3) ตำบลท่าชนะ 4) ตำบลวัง 5) ตำบลคลองพา และ 6) ตำบลคันธุลี จำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ และผู้ประกอบการที่เป็นตัวแทนธุรกิจขายตรง จำนวน 5 ท่าน เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยเริ่มตั้งแต่ เดือน มกราคม พ.ศ. 2560 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 และเก็บข้อมูลในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2560

1.4 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานหลัก H_1 : ทัศนคติของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานย่อย H_{1a} ทัศนคติของผู้บริโภคด้านความรู้ความเข้าใจมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานย่อย H_{1b} ทัศนคติของผู้บริโภคด้านความรู้สึกมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานย่อย H_{1c} ทัศนคติของผู้บริโภคด้านพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานหลัก H_2 : กลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงานขายมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตร

ขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานย่อย H_{2a} กลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงานขายด้านพนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

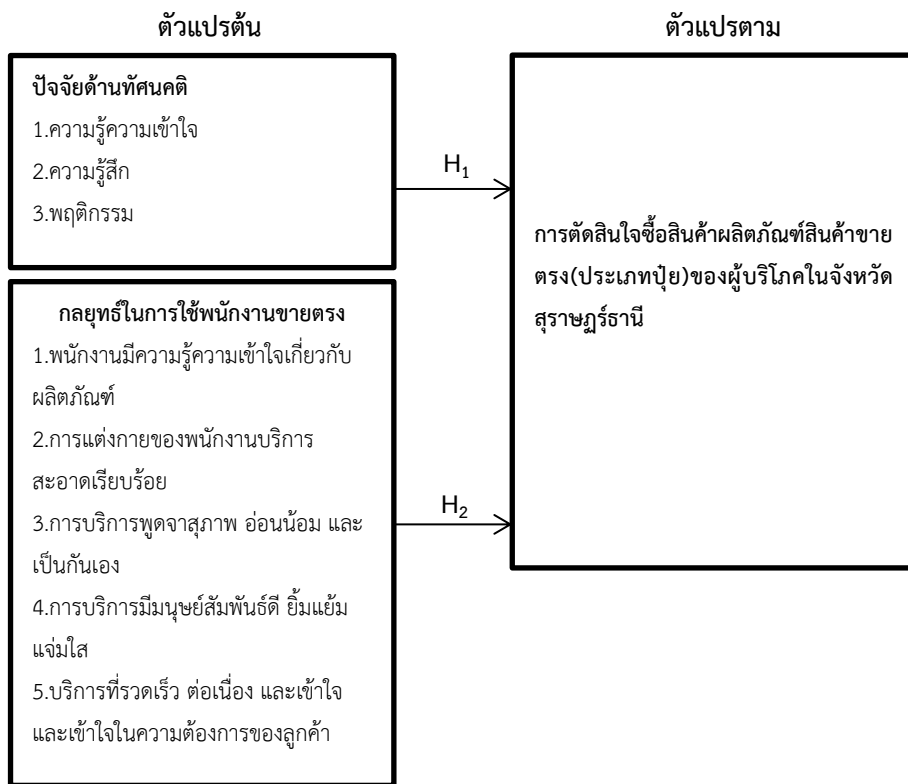
สมมติฐานย่อย H_{2b} กลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงานขายด้านการแต่งกายของพนักงานบริการสะอาดเรียบร้อยมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานย่อย H_{2c} กลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงานขายด้านการบริการพุดจาสุภาพ อ่อนน้อม และเป็นกันเองมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานย่อย H_{2d} กลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงานขายด้านการบริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานย่อย H_{2e} กลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงานขายด้านบริการที่รวดเร็ว ต่อเนื่อง และเข้าใจและเข้าใจในความต้องการของลูกค้ามีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรขายตรง(ประเภทปุ๋ย)ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 รูปแบบทัศนคติและกลยุทธ์การใช้พนักงานขายตรงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 การวิจัยครั้งนี้ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหา รูปแบบอิทธิพลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรขายตรง(ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ศึกษาเนื้อหาในด้านทัศนคติของผู้บริโภค กลยุทธ์การใช้พนักงานขายตรง และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2.2 ประชากรกลุ่มตัวอย่างคือเกษตรกรผู้ซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ในอำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 22,140 ราย

(พวงทิพย์ บุญช่วย, 2560) เพราะมีกลุ่มเกษตรกรจำนวนมากที่สุดในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวิธีการสุ่มตัวอย่างเป็นแบบอาศัยความน่าจะเป็น (probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งเหมาะสมกับประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันและตัวอย่างที่ถูกเลือกในแต่ละกลุ่มเท่าๆกัน (ประสพชัย พสุนนท์, 2553 หน้า26) โดยคำนวณจำนวนประชากรที่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอนตามแนวทางของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเคลื่อน 5% จะได้ขนาดตัวอย่างใกล้เคียง 400 คน (ประสพชัย พสุนนท์, 2553)

รายการ	ตำบลในอำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี						รวม
	สมอทอง	ประสงค์	ท่าชนะ	วัง	คลองพา	คันธุลี	
จำนวนประชากร(N)	3,690	3,690	3,690	3,690	3,690	3,690	22,140
สัดส่วนประชากรในแต่ละตำบล	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	100%
ประชากรที่ต้องการ (n)	67	67	67	67	67	67	400

ตารางที่ 1 แบบจำลองวิธีการสุ่มตัวอย่าง (พวงทิพย์ บุญช่วย, 2560)

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

2.4 ขั้นตอนการวิจัย

2.4.1 ทบทวนวรรณกรรมเพื่อศึกษากรอบแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยจากหนังสือ และบทความที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดประเด็นและสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย

2.4.2 ร่างแบบสอบถามให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ทางการวิจัยโดยพิจารณาให้สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างและแนวทางของงานวิจัยที่ผ่านมาให้ถูกต้องครอบคลุมครบถ้วนของเนื้อหาและภาษาที่ใช้

2.4.3 นำแบบสอบถามที่ร่างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาจำนวน 3 ท่าน บริหารธุรกิจ และนักวิชาการทางสถิติศาสตร์ เพื่อพิจารณาในด้านความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามโดยเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item – Objective Congruence: IOC) โดยทุกข้อคำถามต้องมีค่า IOC มากกว่า 0.50 (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์, และอัจฉรา ชำนิประศาสน์, 2547)

N=22,140 ราย

2.4.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ ไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างใกล้เคียง จำนวน 30 ตัวอย่าง แล้วนำมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถามทั้งชุดมีค่าเท่ากับ 0.931 ซึ่งมีความมากกว่า 0.70 ถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับสูง (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์, และอัจฉรา ชานิประศาสน์, 2547)

2.4.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นไปเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามกับกลุ่มตัวอย่างจริงคือ เกษตรกรผู้ใช้จ่ายเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าเกษตร อำเภออำเภอนาทน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 ชุด โดยดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2562-1 มีนาคม 2562

2.5 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเพื่อทดสอบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และคุณลักษณะของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยด้วยสถิติพรรณนาประกอบด้วยค่าเฉลี่ยร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD) และการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยสถิติวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงานขายตรง และทัศนคติของผู้บริโภค มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรขายตรง(ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

3. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีข้อมูลที่สำคัญคือปัจจัยส่วนบุคคลและคุณลักษณะของปัจจัยกลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงานขายตรง ทัศนคติของผู้บริโภค และการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรขายตรง(ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พร้อมข้อมูลตามวัตถุประสงค์การ

วิจัยที่ต้องการกลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงานขายตรง และทัศนคติของผู้บริโภค มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรขายตรง(ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

การวิเคราะห์คุณลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ผลการทดสอบพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.50 มีอายุในช่วง 41-50 ปี ร้อยละ 30.80 มีระดับการศึกษาประถมศึกษา ร้อยละ 24.00 ด้านมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่จำนวน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 37.30 และด้านประสบการณ์ในการซื้อสินค้าขายตรงตั้งแต่ 1 ปี ร้อยละ 36.80

คุณลักษณะของปัจจัย กลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงานขายตรง ทัศนคติของผู้บริโภค และการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรขายตรง(ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์การใช้พนักงานขายตรงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรขายตรง(ประเภทปุ๋ย)ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานีพบว่า กลยุทธ์การใช้พนักงานขายตรง โดยรวมระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าด้านการบริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อมและเป็นกันเองอยู่ในระดับมากที่สุด ข้อมูลมีการกระจายตัวน้อย (\bar{X} = 4.28, S.D.=0.60) ด้านการบริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสอยู่ในระดับมากที่สุด ข้อมูลมีการกระจายตัวน้อย (\bar{X} = 4.28, S.D.=0.60) ด้านพนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ข้อมูลมีการกระจายตัวน้อย (\bar{X} = 4.28, S.D.=0.59) ด้านบริการที่รวดเร็ว ต่อเนื่อง และเข้าใจในความต้องการของลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ข้อมูลมีการกระจายตัวน้อย (\bar{X} = 4.13, S.D.=0.65) ด้านการแต่งกายของพนักงาน บริการสะอาดเรียบร้อยอยู่ในระดับมากที่สุด ข้อมูลมีการกระจายตัวน้อย (\bar{X} = 4.13, S.D.=0.65)

ผลการวิเคราะห์ด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยรวมระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมาก ข้อมูลมีการกระจายตัวน้อย (\bar{X} = 3.79, S.D.=0.64) ด้านความรู้สึกละอยู่ในระดับมาก ข้อมูล มีการกระจายตัวน้อย (\bar{X} = 3.77, S.D.=0.77) ด้านพฤติกรรมอยู่ในระดับมาก ข้อมูลมีการกระจายตัวน้อย (\bar{X} = 3.69, S.D.=0.72) ตามตาราง 1

กลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงานขายตรงมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในพหุการณ กลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงานขายตรงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ตามตารางที่ 2 พบว่า DSCU : บริการที่รวดเร็ว ต่อเนื่อง และเข้าใจในความต้องการของลูกค้า ร่วมกันทำนายทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานย่อย H_{2e} กลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงานขายด้านบริการที่รวดเร็ว ต่อเนื่อง และเข้าใจและเข้าใจในความต้องการของลูกค้ามีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และปฏิเสธสมมติฐานย่อย H_{2a} H_{2b} H_{2c} และ H_{2d} ซึ่งอธิบายความผันแปรได้ร้อยละ 7.5 (R²=.075) สามารถเขียนสมการพหุการณได้ดังนี้

$Y = 0.2527 + 0.033$ (DSCU) บริการที่รวดเร็ว ต่อเนื่องและเข้าใจในความต้องการของลูกค้า

ตารางที่ 2 คุณลักษณะของปัจจัยกลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงานขายตรง ทัศนคติของผู้บริโภค และการตัดสินใจซื้อ

รายการ	(\bar{X})	(S.D.)	แปลผล
กลยุทธ์การใช้พนักงานขายตรง	4.21	0.61	มากที่สุด
(DSKN)พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	4.28	0.59	มากที่สุด
(DSW)การแต่งกายของพนักงานบริการสะอาดเรียบร้อย	4.10	0.62	มาก
(DST)การบริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อมและเป็นกันเอง	4.28	0.60	มากที่สุด
(DSHR)การบริการมีมนุษย์สัมพันธ์ดียิ้มแย้มแจ่มใส	4.28	0.60	มากที่สุด
(DSCU)บริการที่รวดเร็วเข้าใจความต้องการของลูกค้า	4.13	0.65	มาก
ทัศนคติของผู้บริโภค	3.77	0.71	มาก
(AFKU)ด้านความรู้ความเข้าใจ	3.79	0.64	มาก
(AFE)ด้านความรู้สึก	3.77	0.77	มาก
(AFB)ด้านพฤติกรรม	3.69	0.72	มาก
(PD)การตัดสินใจซื้อ	3.78	0.70	มาก

ทัศนคติของผู้บริโภค มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในพหุการณ ทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ตามตาราง 3 พบว่า AFKU : ด้านความรู้ ความเข้าใจ AFE : ด้านความรู้สึก AFB : ด้านพฤติกรรม ร่วมกันทำนายทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยยอมรับสมมติฐานย่อย H_{1a} ทัศนคติของผู้บริโภคด้านความรู้ ความเข้าใจ H_{1b} ทัศนคติของผู้บริโภคด้านความรู้สึก และ H_{1c} ทัศนคติของผู้บริโภคด้านพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งตัวแปรทั้ง 3 สามารถอธิบายความผันแปร

ของทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อได้ร้อยละ 05.67 ($R^2 = 0.567$) สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y = 0.739 + 0.197(\text{AFKU}) \text{ ด้านความรู้ความเข้าใจ} + 0.227(\text{AFE}) \text{ ด้านความรู้สึก} + 0.390(\text{AFB}) \text{ ด้านพฤติกรรม}$$

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของกลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงานขายตรงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย(B)	S.D	β	t	Sig.
(Constant)	2.527	.280		9.028	0.000
(DSKN)	.166	.087	.141	1.924	.550
(DSW)	.153	.083	.136	1.843	.066
(DST)	-.103	.091	-.089	-1.1128	.260
(DSHR)	-.084	.089	-.073	-.953	.341
(DSCU)	.175	.082	.163	2.138	.033

R = .273^a, $R^2 = .075$, $R^2 \text{ adj} = .063$, SEest = .67886, F = 6.357, Sig. = .000^b

*ค่านัยสำคัญ <.05, ** ค่านัยสำคัญ <.01

a. Dependent variable : PD : ด้านการตัดสินใจซื้อ

DSKN = พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ DSW = การแต่งกายของพนักงานบริการสะอาดเรียบร้อย DST = การบริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และเป็นกันเอง DSHR = การบริการมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส DSCU = บริการที่รวดเร็วต่อเนื่อง และเข้าใจในความต้องการของลูกค้า

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย(B)	S.D	β	t	Sig.
(Constant)	.739	.143		5.173	.00
(AFKU)	.197	.052	.182	3.797	.00
(AFE)	.227	.047	.252	4.880	.00
(AFB)	.390	.050	-.402	7.779	.00

R = .753^a, $R^2 = 0.567$, $R^2 \text{ adj} = .564$, SEest = .46319, F = 172.866, Sig. = .000^b

*ค่านัยสำคัญ <.05, ** ค่านัยสำคัญ <.01

a. Dependent variable : ด้านการตัดสินใจซื้อ

AFB = ด้านพฤติกรรม AFKU = ด้านความรู้ ความเข้าใจ AFE = ด้านความรู้สึก

ตารางที่ 5 แสดงการยอมรับและปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานย่อย H _{1a}	✓	
สมมติฐานย่อย H _{1b}	✓	
สมมติฐานย่อย H _{1c}	✓	
สมมติฐานย่อย H _{2a}		✓
สมมติฐานย่อย H _{2b}		✓
สมมติฐานย่อย H _{2c}		✓
สมมติฐานย่อย H _{2d}		✓
สมมติฐานย่อย H _{2e}	✓	

4. อภิปรายผล

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรขายตรง(ประเภทปุ๋ย)ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี สมการถดถอยของทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรขายตรง = $0.739 + 0.197$ (ด้านความรู้ความเข้าใจ) + 0.227 (ด้านความรู้สึก) + 0.390 (ด้านพฤติกรรม) แสดงว่าทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรขายตรง(ประเภทปุ๋ย)ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพราะความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าจะก่อให้เกิดพฤติกรรมอยากทดลองอันจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับ ฐิติมา ผกัรัตน์สกุล และ วิโรจน์ เจริญลักษณ์ (2558) ที่พบว่าผู้บริโภคมีทัศนคติในเชิงบวกต่อการซื้อสินค้าถ้าได้รับความสะดวก รวดเร็ว สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา ไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย สามารถหาซื้อสินค้าพิเศษเฉพาะกลุ่มได้ เน้นราคาที่ถูกกว่า และผู้บริโภคจะมีความกังวลในครั้งแรกของการซื้อว่าสินค้าที่ได้รับจะมีลักษณะไม่ตรงกับที่ได้รับข้อมูลไว้ โดยก่อนการเลือกซื้อสินค้าผู้บริโภคมักจะหาข้อมูลจากผู้ที่เคยซื้อมาก่อนหรือใช้วิธีการทดลองซื้อสินค้าในจำนวนที่น้อยก่อน และสอดคล้องกับ พิริณญา หลวงเทพ และ ประสพชัย พสนุนท์ (2557) ที่พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติที่

มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประกอบด้วยความสำคัญในด้านความรู้และความเข้าใจ และความเชื่อถือไว้วางใจ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการให้ความรู้ความเข้าใจในสินค้าของตนเองให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย และต้องสร้างความเชื่อมั่นในการที่จะซื้อสินค้าได้อย่างปลอดภัย ต่อเงินลงทุนและมีความสะดวกรวดเร็ว และยังคงคล้องกับ ปัทมา สุวรรณจำรูญ (2556) ที่พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกยางพารามีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดของปุ๋ยเคมีและปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ คุณสายสุนีย์ ประทุมทอง ตำแหน่งไฟลिन ซึ่งเป็นนักธุรกิจขายตรงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2562 ให้สัมภาษณ์ที่ร้านขายผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ด้านความรู้ความเข้าใจ คือ พนักงานขายตรงมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ สามารถแนะนำให้เกษตรกรใช้กับพืชได้ตรงจุดตามความต้องการของลูกค้า ด้านความรู้ลึก คือ ลูกค้ารับรู้ได้ถึงความจริงใจในการนำเสนอขาย ผลิตภัณฑ์ด้านพฤติกรรม คือ แสดงความเป็นกันเอง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ และสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์คุณวีรศักดิ์ แป้นคล้าย ตำแหน่งแพลตนิ้ม ซึ่งเป็นนักธุรกิจขายตรงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2562 ให้สัมภาษณ์ที่บ้านเลขที่ 83 หมู่ 7 ตำบลสมอทอง อำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจประกอบด้วย

- 1) พนักงานต้องอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจเรื่องสินค้าโดยใช้คู่มือเป็นเอกสารประกอบการชี้แจง
- 2) ผลิตภัณฑ์มีหลากหลายให้เลือก สินค้าบางตัวก็ตอบโจทย์ได้ดีเยี่ยม
- 3) ใช้ดีก็บอกคนที่รักและเพื่อนต่อไป จากการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาทัศนคติซึ่งมีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผู้บริโภคจำเป็นต้องมีความรู้ การรับรู้ ความเข้าใจ และมีความเชื่อที่เกี่ยวกับสินค้านั้นๆ ซึ่งความชอบจะเกิดขึ้นตามมาและอาจจะมีแนวโน้มในการตัดสินใจที่จะซื้อสินค้านั้นๆ

กลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงานขายตรง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี สมการถดถอยของกลยุทธ์การขายตรงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ $ซื้อ = 0.2527 + 0.175$ (ด้านบริการที่รวดเร็ว ต่อเนื่อง และเข้าใจในความต้องการของลูกค้า) แสดงว่าการบริการที่รวดเร็วต่อเนื่อง และเข้าใจในความต้องการของลูกค้า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพียงปัจจัยเดียวซึ่งมีค่าอิทธิพลในระดับที่ต่ำ ประกอบกับค่าความเชื่อมั่น (R^2) มีค่าอยู่ในระดับต่ำมากเช่นกัน จึงอาจสรุปได้ว่ากลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงานขายตรง ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี อาจเป็นเพราะว่าลูกค้าไม่ชอบรูปแบบการนำเสนอของพนักงานตรงหรืออาจเกิดจากการกลัวเรื่องของการหลอกลวงจากมิจฉาชีพ เพราะการนำเสนอโดยใช้พนักงานขายตรงเป็นการนำเสนอแบบสัมผัสถึงลูกค้าได้ง่าย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการสัมภาษณ์คุณปัทมา ทองศิริ ตำแหน่งแพลตนิ้ม ซึ่งเป็นนักธุรกิจขายตรงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2562 ให้สัมภาษณ์ที่งานสัมมนาเพชรบริหารโรงแรมร้อยเกาะในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า กลยุทธ์การใช้พนักงานขายตรงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่าด้านพนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คือ ช่วยให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้นในการซื้อผลิตภัณฑ์ ด้านการแต่งกายของพนักงานบริการสะอาดเรียบร้อย คือ ทำให้อยากใช้สินค้า ด้านการบริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และเป็นกันเอง คือ อยากใช้สินค้าซ้ำ ด้านการบริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส คือ ดี ด้านบริการที่รวดเร็วต่อเนื่อง และเข้าใจในความต้องการของลูกค้า คือ ดี สอดคล้องกับการสัมภาษณ์ คุณเพชรรัตน์ ชูทอง ตำแหน่งไฟลिन ซึ่งเป็นนักธุรกิจขายตรงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2562 ให้สัมภาษณ์ที่งานสัมมนาเพชรบริหารโรงแรมร้อยเกาะในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ข้อมูลว่า

ปัจจุบันลูกค้ากังวลต่อการหลอกลวงจากผู้ไม่หวังดีเป็นอย่างมาก แต่ถ้ามีพนักงานขายตรงเข้ามาหา ก็อยากให้นักงานขายตรงทำเช่นนั้น มีการบริการที่เข้าใจความต้องการของลูกค้า และพร้อมให้บริการอย่างรวดเร็ว ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีการเก็บปุ๋ยในคลังวัสดุ และสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ คุณอุดม นวลปลอด ตำแหน่งแพลตินัม ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2562 ให้สัมภาษณ์ที่บ้านเลขที่ 24/3 หมู่ 15 ตำบลบ้านส้อง อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ด้านพนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คือ นักธุรกิจขายตรงจะมีการอบรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และทำการตลาดซ้ำ ๆ โดยอาศัยการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ด้านการแต่งกายของพนักงานบริการสะอาดเรียบร้อย คือ ถูกต้อง ต้องสะอาดดูดี ด้านการบริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และเป็นกันเอง คือ เป็นกันเอง และรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ชัดเจน ด้านการบริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส คือ การบริการเป็นส่วนหนึ่งของการทำธุรกิจ ด้านบริการที่รวดเร็ว ต่อเนื่อง และเข้าใจในความต้องการของลูกค้า คือ การบริการที่รวดเร็ว ต่อเนื่อง เป็นสิ่งที่ทุกคนอยากได้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าถ้าพนักงานขายตรงมีพฤติกรรมขัดต่อความรู้สึกของผู้บริโภค และคอยแต่จะหาเหตุผลเข้าข้างตนเองเพื่อให้ลูกค้าเกิดการยอมรับ หรือผู้บริโภคเกิดการซื้อสินค้านั้นๆ ก็อาจจะเป็นการซื้อที่ไม่เต็มใจ โอกาสในการนำสินค้าไปจำหน่ายในครั้งหน้าอาจจะเป็นเรื่องที่ยาก หรืออาจจะเสียความสัมพันธ์กับลูกค้าในอนาคตได้ ซึ่งกลยุทธ์การใช้พนักงานขายตรงอาจจะไม่ใช่แนวทางสำหรับการขายให้กับลูกค้าที่เป็นเกษตรกรกลุ่มนี้ แนวทางที่สำคัญผู้ประกอบการน่าจะศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคให้ละเอียด

5. ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยที่ทัศนคติและกลยุทธ์การใช้พนักงานขายตรงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า มี 2 ด้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ พนักงานขาย

ตรงควรให้ความสำคัญต่อด้านกลยุทธ์การใช้พนักงานขายตรง ได้แก่ ด้านการบริการที่รวดเร็วต่อเนื่อง และเข้าใจในความต้องการ และด้านทัศนคติของผู้บริโภคได้แก่ ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความรู้ลึก และด้านพฤติกรรม โดยผลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อภาคส่วนดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง สามารถนำผลที่ได้ไปพัฒนาแนวทางในการดำเนินการธุรกิจให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น

2. ภาครัฐสามารถนำผลที่ได้ไปกำกับนโยบายเพื่อควบคุมธุรกิจขายตรงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นหรือช่วยเหลือให้สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ในอนาคต

3. นักวิชาการสามารถนำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาต่อยอดงานวิจัยให้เข้าถึงเป้าหมายในการพัฒนาเศรษฐกิจให้ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมตัวแปรด้านอื่น ๆ ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) นอกเหนือจากตัวแปรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ เช่น พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย)

2. งานวิจัยครั้งต่อไป อาจศึกษาผู้ซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่มีธุรกิจร้านขายผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) เพื่อนำไปแก้ไขปัญหาในธุรกิจผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรขายตรง (ประเภทปุ๋ย) ต่อไป

6. เอกสารอ้างอิง

ฐิติมา ผการ์ตันสกุลและวิโรจน์ เกษภูาลักษณ์.

(2558).กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเส้น

ผ้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์.

วารสารวิชาการ Veridian E-Journal,

8(3), 538-550.

ประสพชัย พสนุนท์. (2553). สถิติธุรกิจ. กรุงเทพฯ :

ท้อป.

- ปาณิสรา บุญมากและอัญชลี เทพรัตน์. (2554). กลยุทธ์ธุรกิจการตลาดและปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อประกันภัยประเภทรถยนต์ของบริษัทไทย ประภัยจำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ปัทมา สุวรรณจำรูญ. (2556). ทักษะคติของเกษตรกรต่อส่วนประสมทางการตลาดระหว่างปุ๋ยเคมีและปุ๋ยอินทรีย์ กรณีศึกษาเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราอำเภอควนกาหลง จังหวัดสตูล. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ, มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- พริณฎา หลวงเทพ และประสพชัย พสนุนท์. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. วารสารวิชาการ Veridian E-Journa, 7(2), 621-638.
- พวงทิพย์ บุญช่วย. (2557). ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกรมส่งเสริมการเกษตร. ค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2560, จาก <http://production.doae.go.th>.
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์. (2547). ระเบียบวิธีวิจัย. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2561). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ส่วนที่ 4 ยุทธศาสตร์ที่ 3. ค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2560, จาก <https://th.wikisource.org/wiki/>
- อัศราพรรณ ภูจำปา. (2556). บุคลิกภาพและทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแบรนด์เครื่องสำอางของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). จับตาเคมีภัณฑ์เกษตร ตลาดนี้มีอนาคต. ค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2560, จาก <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme>
- Phrapratanporn, B. and Wangkananon, W. (2015). Marketing strategies affecting customer loyalty of Thai plastic packaging. BU Academic Review, 14(1), 138-152.

แนวทางการพัฒนาบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียน

สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

GUIDELINES FOR DEVELOPMENT ACADEMIC LEADERSHIP ROLES OF SCHOOL ADMINISTRATORS UNDER THE LOCAL ADMINISTRATIVE ORGANIZATIONS IN PHRANAKHON SI AYUTTHAYA

ช่อพุด รุ่งอรุณ¹ และธีระวัฒน์ มอนไธสง²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และ 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ โดยแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการครูโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 181 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แบบสัมภาษณ์เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้อำนวยการโรงเรียนโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 5 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง

ผลการศึกษาพบว่า บทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ บทบาทการตั้งความคาดหวังสูง บทบาทการพัฒนาวิชาชีพครู บทบาทการสร้างวัฒนธรรมและบรรยากาศที่นำไปสู่การเรียนรู้ บทบาทการประเมินผลการทำงานของครู บทบาทการบริหารจัดการหลักสูตร บทบาทการสร้างทีมงาน และ บทบาทการมีวิสัยทัศน์ ผลการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์พบว่า แนวทางการพัฒนาบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้ข้อเสนอแนะดังนี้ 1) บทบาทการประเมินผลการทำงานของครู ผู้บริหารต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถรอบด้านเพื่อให้คำปรึกษาแก่ครูได้ในทุกเรื่อง 2) บทบาทการสร้างวัฒนธรรมและบรรยากาศที่นำไปสู่การเรียนรู้ ผู้บริหารควรจัดแหล่งเรียนรู้ให้เหมาะสมกับวัยและความสนใจของเด็ก 3) บทบาทการบริหารจัดการหลักสูตร ผู้บริหารควรจัดประชุมเพื่อให้ครูเข้าใจหลักสูตรก่อนนำไปใช้จริง 4) บทบาทการตั้งความคาดหวังสูง ผู้บริหารควรให้ความสำคัญ เห็นคุณค่า และให้กำลังใจครูในการสร้างสรรค์ผลงานทางวิชาการสู่สาธารณชน 5) บทบาทการพัฒนาวิชาชีพครู ผู้บริหารควรมีการนิเทศการสอน รวมถึงสอบถามความต้องการพัฒนาของครูเพื่อให้ครูได้พัฒนาการสอนตรงกับจุดเด่นจุดด้อยของตนเอง 6) บทบาทการมีวิสัยทัศน์ ควรกำหนดนโยบายที่ปฏิบัติได้จริง และ 7) บทบาทการสร้างทีมงาน ผู้บริหารควรจัดบรรยากาศในการทำงานให้น่าอยู่และน่าทำงาน ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารในการสร้างองค์ความรู้ใหม่เพื่อพัฒนาบทบาทผู้นำทางวิชาการของตนเองต่อไป

คำสำคัญ : แนวทางการพัฒนา, บทบาทผู้นำทางวิชาการ

¹ สาขาวิชาบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail : eammee@gmail.com

² สาขาวิชาบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail : teerawat_1974@hotmail.com

Abstract

The purposes of this research were 1) to study academic leadership roles of school administrators under the local administrative organizations; 2) to purpose guidelines for development in academic leadership roles of school administrators under the local administrative organizations. The questionnaire and interviews were applied as a research instrument for data collection. The data was collected by questionnaire from 181 government teachers under the local administrative organizations which were selected through stratified random sampling and analyzed by using mean and standard deviation. The interview data was collected by purposive sampling of 5 school directors under the local administrative organizations in Phra Nakhon Si Ayutthaya.

The results from questionnaire found that the overall academic leadership roles of school administrators under the local administrative organizations were at a high level. When considered in each aspect, all aspects were at high level and were sorted in descending order; high expectation role, teacher professional development role, corporate culture and learning environment role, evaluating the performance of teachers working role, curriculum management role, team building role, and vision role. The interview data was analyzed and found that the guidelines for development of academic leadership roles of school administrators under the local administrative organizations were as follows: 1) the evaluation role: the school administrators must equip with knowledge of all job functions and give advice to teachers on all matters; 2) the corporate culture and learning environment role: the school administrators developed appropriate model of community resources utilization for students' interest; 3) the curriculum management role: the school administrators should hold a meeting to help teachers understand the curriculum before use; 4) the high expectation role: the school administrators should give importance to value and encourage teachers to create academic works for the public; 5) the evaluating development of the performance of teachers role: the school administrators should have instructional supervision including inquiring about the needs of teachers for teaching development matched the strong and weak points of themselves; 6) the vision role: the school administrators should establish simple and practical policies; and 7) the team building role: the school administrators should provide good working environment. Results from this study will be useful for school administrators in knowledge creation for self-development of academic leadership roles.

Keywords: Guidelines for Development, Academic Leadership Roles

วันที่รับบทความ : 9 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 4 พฤษภาคม 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 29 พฤษภาคม 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ได้กำหนดให้กระทรวงศึกษาธิการกระจายอำนาจการบริหารจัดการทั้งด้านวิชาการ งบประมาณการบริหารงานบุคคล และการบริหารทั่วไป ไปยังคณะกรรมการและสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษาโดยตรง โดยให้อำนาจหน้าที่ของสถานศึกษาและของผู้อำนวยการสถานศึกษาที่เป็นอำนาจโดยแท้ตามกฎหมายกำหนด โดยมีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในภารกิจของสถานศึกษา 4 ด้าน คือ ด้านวิชาการ ด้านงบประมาณ ด้านการบริหารงานบุคคล และด้านบริหารงานทั่วไป บทบาทของผู้บริหารในการบริหารสถานศึกษา มีภารกิจ ขอบข่ายและการจัดการศึกษาตามโครงสร้างสายงานที่เปลี่ยนแปลงใหม่และเป็นบทบาทที่ผู้บริหารต้องนำไปใช้ หรือนำไปปฏิบัติในภารกิจ 4 ด้าน ดังนี้ 1) การบริหารงานวิชาการ 2) การบริหารงบประมาณ 3) การบริหารงานบุคคล และ 4) การบริหารทั่วไป (พรชัย ภาพันธ์, 2547)

การบริหารงานวิชาการเป็นงานที่สำคัญสำหรับผู้บริหารสถานศึกษา เนื่องจากการบริหารงานวิชาการเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทุกชนิดในสถานศึกษา โดยเฉพาะเกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพการเรียนการสอน ซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายหลักของสถานศึกษาเป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จความสามารถของผู้บริหารเกี่ยวกับการบริหารวิชาการถ้ามองในด้านกระบวนการดำเนินงานแล้วเป็นการบริหารกิจกรรมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงการเรียนการสอนให้ดีขึ้นตั้งแต่การกำหนดนโยบาย การวางแผน การปรับปรุงการเรียนการสอน การประเมินผลการสอน เพื่อให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายของหลักสูตรและจุดมุ่งหมายของการศึกษาเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้เรียน งานวิชาการถือว่าเป็นงานหลักและสำคัญที่สุดของสถานศึกษาที่จะส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพการศึกษาโดยภาพรวมของประเทศ โรงเรียนใดที่งานวิชาการก้าวหน้า

โรงเรียนนั้นมักจะมีชื่อเสียงเป็นที่นิยมและเป็นที่ยอมรับ ส่วนโรงเรียนใดงานวิชาการล้าหลังอ่อนด้อยโรงเรียนนั้นจะไม่เป็นที่นิยมขาดศรัทธาและไม่เป็นที่ยอมรับ (นาวา สุขรมย์, 2550)

การวิจัยประเมินผลการจัดการศึกษาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่า สถานศึกษาสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนใหญ่ผู้เรียนยังขาดความรู้ และทักษะที่จำเป็นตามหลักสูตร รวมทั้งยังขาดความสามารถ ด้านการคิดวิเคราะห์ คิดสังเคราะห์ซึ่งสอดคล้องกับผลการประเมินของ สมศ.ที่เป็นภาพรวมของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมาตรฐานด้านความรู้และทักษะที่จำเป็นตามหลักสูตร จากผลการประเมินมาตรฐาน ด้านการคิดวิเคราะห์คิดสังเคราะห์ครั้งนี้เป็นตัวบ่งชี้ว่า การจัดการศึกษาทั้งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาพรวมทั้งประเทศยังไม่สามารถสร้างให้ผู้เรียนมีความสามารถในด้านการคิดวิเคราะห์สังเคราะห์ได้ ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยหลายด้านทั้งด้านหลักสูตร และการจัดการเรียนการสอน รวมทั้งคุณภาพของครู และบุคลากรทางการศึกษาโดยเฉพาะเรื่องหลักสูตรมีข้อมูลสะท้อนว่ามีความซับซ้อนทำให้ครูเข้าใจยาก ขาดความครอบคลุมและไม่สอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษา นอกจากนี้อาจเป็นเพราะปัญหาการจัดการเรียนการสอนของครูที่ยังไม่สามารถจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ขาดการสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้ ไม่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเป็นผู้ใฝ่เรียนรู้รักการศึกษาค้นคว้า ข้อค้นพบนี้สะท้อนให้เห็นว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องเร่งรัดการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษา โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาหลักสูตร และการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด (พิชิต ฤทธิ์จรูญ และคณะ, 2554)

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีโรงเรียนในสังกัดทั้งหมด 26 แห่ง ซึ่งจากรายงานการประมวลผลวิเคราะห์ผลการประเมินคุณภาพการศึกษา

ระดับกลุ่มจังหวัดการศึกษาท้องถิ่นที่ 1 (ภาคกลางตอนบน) ผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาตินี้ขั้นพื้นฐาน (O-NET) ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2559 ของโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า สารการเรียนรู้ที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละวิชาดังนี้ วิชาภาษาไทย คือ สารการฟัง การดู และการพูด วิชาสังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม คือ สารหน้าที่พลเมือง วัฒนธรรมและการดำเนินชีวิตในสังคม วิชาภาษาอังกฤษ คือ สารภาษาเพื่อการสื่อสาร วิชาคณิตศาสตร์ คือ สารเรขาคณิต และ วิชาวิทยาศาสตร์ คือ สารสิ่งมีชีวิตกับการดำรงชีวิต ซึ่งมีวิชาภาษาไทยเพียงวิชาเดียวที่ได้คะแนนเฉลี่ยเกินครึ่งของคะแนนเต็ม วิชาอื่น ๆ มีคะแนนเฉลี่ยไม่ถึงครึ่งของคะแนนเต็ม ด้วยสภาพและปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาบทบาทผู้นำทางวิชาการให้แก่ผู้บริหารสถานศึกษาโดยตรง ให้ดำเนินงานวิชาการได้อย่างมีประสิทธิภาพส่งผลต่อผู้เรียนให้มีคุณภาพมาตรฐานตามที่สังคมมุ่งหวังต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- 2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 หน่วยการศึกษา คือ โรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 26 โรงเรียน

1.3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร ได้แก่ ครูผู้ปฏิบัติการสอนในโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

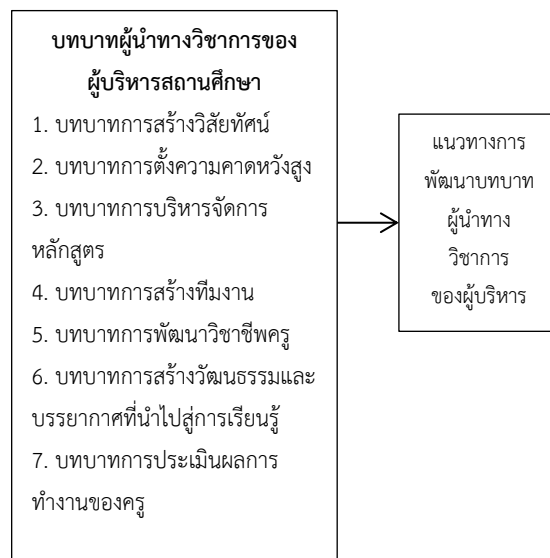
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 341 คน (สถิติข้อมูลโรงเรียนท้องถิ่น, 2559)

2) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูผู้ปฏิบัติการสอนในโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 181 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ โดยใช้ตาราง Krejcie and Morgan (Krejcie and Morgan, 1970)

1.3.3 ตัวแปรที่ศึกษา

บทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียน ที่วิเคราะห์และสังเคราะห์จากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียนของ ประสิทธิ์ เขียวศรี และคณะ (2548) มารวมเป็นตัวแปรย่อย ประกอบด้วย บทบาทผู้นำทางวิชาการ 7 ด้าน ดังนี้ 1) บทบาทการสร้างวิสัยทัศน์ 2) บทบาทการตั้งความคาดหวังสูง 3) บทบาทการบริหารจัดการหลักสูตร 4) บทบาทการสร้างทีมงาน 5) บทบาทการพัฒนาวิชาชีพครู 6) บทบาทการสร้างวัฒนธรรมและบรรยากาศที่นำไปสู่การเรียนรู้ และ 7) บทบาทการประเมินผลการทำงานของครู

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



2. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็น 2 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ประชากร ได้แก่ ครูผู้ที่ปฏิบัติการสอนในโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 341 คน (สถิติข้อมูลโรงเรียนท้องถิ่น, 2559)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูผู้ที่ปฏิบัติการสอนในโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 181 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ รายละเอียดดังตาราง โดยใช้ตาราง Krejcie and Morgan (Krejcie and Morgan, 1970)

โรงเรียน	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
วัดช่างทอง (บุญบำรุงราษฎร์)	5	3
วัดป่าคา (เจริญวิทย)	25	13
เทศบาลชุมชนบึงมเพชร	47	25
เทศบาลวัดเขียน	35	19
เทศบาลวัดดอนไ้โบราณคดีสร	8	4
เทศบาลวัดป่าไค	9	5
เทศบาลวัดแม่บางส้ม	28	15
เทศบาลวัดวัดน้อย	8	4
เทศบาลวัดศาลาปูน	8	4
เทศบาลสรรพสามิตบำรุง	27	14
เทศบาลท่าเรือประชาภู่อ	34	18
เทศบาลวัดกลาง	12	6
เทศบาลวัดแค	4	2
เทศบาลวัดดงเหล็ก	8	4
คลองจิก (สุชนินุเคราะห์)	3	2
วัดวิภาวภูทิ	5	3
อนุบาลเทศบาลตำบลบ้านสร้าง	-	-
อนุบาลเทศบาลตำบลปราสาททอง	6	3
เทศบาลวัดหลวงเพื่อเขียว	6	3
เสนาบดี	22	12
เทศบาลวัดเจ้าเจ็ดนอก	7	4
เทศบาลวัดบางมะโค (ป่าบุศิ)	5	3
เทศบาลวัดมารวิชัย (เกษม ปากสิบลูสรณ)	10	5
เทศบาลวัดสุราษฎร์ (วิทย์วรวิทย์)	8	4
องค์การบริหารส่วนตำบลรองจระเข้ (เจ้าคุณเข็ด อุเบ็ง)	1	1
รวม	341	181

ภาพที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างข้าราชการครูโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียน แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียน ตามกรอบบทบาทผู้นำทางวิชาการ ได้แก่ บทบาทการประเมินผลการทำงานของครู บทบาทการสร้างวัฒนธรรมและบรรยากาศที่นำไปสู่การเรียนรู้ บทบาทการบริหารจัดการหลักสูตร บทบาทการตั้งความคาดหวังสูง บทบาทการพัฒนาวิชาชีพครู บทบาทการมีวิสัยทัศน์ และบทบาทการสร้างทีมงาน โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยแต่ละระดับมีความหมายดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554)

ระดับ 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก

ระดับ 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

การสร้างหรือพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี หลักการ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

2. สร้างแบบสอบถามฉบับร่างให้ครอบคลุมตามกรอบแนวคิด และวัตถุประสงค์ การวัดในแต่ละเรื่องและนำไปปรึกษาคณาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาและนำมาปรับปรุงแก้ไข

4. นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหา ความชัดเจนของภาษา และโครงสร้าง ซึ่งผู้เชี่ยวชาญมีจำนวน 5 ท่าน

5. นำแบบสอบถามมาหาค่าความสอดคล้อง (IOC : Index of Item Objective Congruence) ซึ่งค่าความสอดคล้องของแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าอยู่ระหว่าง 0.60 – 1.00

6. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ซึ่งเป็นโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เขต 2 ซึ่งมีบริบทของโรงเรียนคล้ายกับโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.90 – 0.96 และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.98

7. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับประชากรของการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ โดยดำเนินการนำแบบสอบถามที่รวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. นำแบบสอบถามมาตรวจสอบ และคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์
2. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาลงเลขที่ ตัดตารางลงคะแนนรายชื่อให้ตรงกับเลขที่ของฉบับ
3. วิเคราะห์สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถามโดยแจกแจงความถี่ (Frequency) เป็นร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะของประชากร
4. วิเคราะห์ระดับบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) รายข้อรายด้าน และภาพรวม

ขั้นตอนที่ 2 แนวทางในการพัฒนาบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียน

ประชากร ได้แก่ ผู้อำนวยการโรงเรียน สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตำแหน่งผู้อำนวยการสถานศึกษา และรองผู้อำนวยการสถานศึกษา จากโรงเรียนที่มีผลการทดสอบการศึกษาระดับชาติขั้นพื้นฐาน (O – NET) ประจำปีการศึกษา 2560 ที่ได้คะแนนเฉลี่ยมากที่สุด จำนวน 5 โรงเรียน ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เป็นแบบลักษณะคำถามปลายเปิดและมีการกำหนดหัวข้อศึกษาล่วงหน้าโดยใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการพัฒนาบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียน โดยผู้วิจัยนำประเด็นหลักที่มีระดับการปฏิบัติน้อยที่สุด ที่ได้จากการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 มาสร้างเป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์

3. สรุปผลการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตามความคิดเห็นของครู

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ครูผู้ที่ปฏิบัติการสอนในโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 181 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.40 มีอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.70 วุฒิการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 70.20 ประสบการณ์ในการทำงาน 5 –10 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.60

2. การวิเคราะห์บทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า บทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า บทบาทผู้นำทางวิชาการอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ บทบาทการตั้งความคาดหวังสูง บทบาทการพัฒนาวิชาชีพรู บทบาทการสร้างวัฒนธรรมและบรรยากาศที่นำไปสู่การเรียนรู้ บทบาทการประเมินผลการทำงานของครู บทบาทการบริหารจัดการหลักสูตร บทบาทการสร้างทีมงาน และบทบาทการมีวิสัยทัศน์

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียนจากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการสถานศึกษาจากโรงเรียนที่มีผลการทดสอบการศึกษาระดับชาติขั้นพื้นฐาน (O – NET) ประจำปีการศึกษา 2560 ที่ได้คะแนนเฉลี่ยมากที่สุด จำนวน 5 โรงเรียน ซึ่งผู้วิจัยนำหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในแต่ละด้านมาจัดทำแบบสัมภาษณ์ เพื่อสัมภาษณ์ผู้อำนวยการสถานศึกษาที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ดังกล่าวสรุปแบบสัมภาษณ์ได้ดังนี้

1. ด้านบทบาทการประเมินผลการทำงานของครู

ผู้บริหารควรดูลักษณะผู้เรียนว่าเป็นอย่างไร มีความรู้เดิมอยู่หรือไม่ ถนัดในเรื่องใด เอาใจใส่การเรียนมากน้อยแค่ไหน จากนั้นจึงคัดเลือกวิธีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้ตรงกับคุณลักษณะของนักเรียน เนื้อหาที่สอนต้องตรงกับจุดประสงค์การเรียนรู้ และมีการกำหนดตัวชี้วัดเพื่อใช้วัดผลประเมินผล ผู้บริหารควรมีความเข้าใจถึงกระบวนการเรียนรู้ว่ากระบวนการใดเหมาะสมกับเด็กคนใดหรือกลุ่มใด ควรใช้เนื้อหาหรือกระบวนการเรียนรู้แบบใดเพื่อให้คำปรึกษาในด้านการสอนแก่ครู นอกจากนี้ควรให้ครูทบทวนบทบาทหน้าที่และปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ ตลอดจนศึกษาหลักสูตรวิเคราะห์หลักสูตรให้เป็น รู้จักการออกแบบการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับผู้เรียน มีการวัดผลและประเมินผลตามสภาพจริง รวมทั้งผู้บริหารต้องมีความรู้ความสามารถเพื่อที่จะสามารถให้คำปรึกษาแก่ครูได้ในทุกเรื่อง เช่น ปัญหาที่เกิดขึ้นในที่ประชุมครู เพื่อจะได้หาแนวทางการแก้ไข

2. ด้านบทบาทการสร้างวัฒนธรรมและบรรยากาศที่นำไปสู่การเรียนรู้

ผู้บริหารควรดูว่าแหล่งเรียนรู้มีความเหมาะสมกับวัย และอยู่ในความสนใจของนักเรียนหรือไม่ มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้และสอดคล้องกับวิถีชีวิตของนักเรียนหรือไม่ โรงเรียนควรมีการเสริมทักษะด้านอื่นๆ ด้วย เช่น การอ่าน การเขียน การวิเคราะห์และการนำไปใช้ประโยชน์ นอกจากนี้ควรจัดทำทะเบียนเพื่อกำกับการใช้แหล่งเรียนรู้เพื่อจะได้ทราบว่านักเรียนไปใช้จำนวนมากน้อยเพียงไร และมีการรายงานผลการใช้แหล่งเรียนรู้ ควรมีการจัดทำบัตรสะสมแต้มในการเข้าใช้งานแหล่งเรียนรู้ โดยเมื่อใช้ครบจำนวนครั้งที่กำหนดนักเรียนก็จะได้รับคะแนนพิเศษจากวิชาใดวิชาหนึ่ง หรืออาจจัดทำใบประกาศเกียรติคุณให้กับนักเรียนที่เข้าใช้งานบ่อยที่สุดเพื่อสร้างแรงจูงใจในการเข้าใช้งานมากขึ้น ตลอดจนควรมีการนิเทศติดตามจากผู้บริหาร

3. ด้านบทบาทการบริหารจัดการหลักสูตร

ผู้บริหารควรจัดประชุมเพื่อให้ครูทำความเข้าใจหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ. 2551 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) ชี้แจงเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานและตัวชี้วัดที่ปรับปรุงใหม่เพื่อให้ครูนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาหลักสูตรของสถานศึกษา ส่งเสริมให้ครูกล้าคิดกล้าแสดงออก ลงมือปฏิบัติและปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่อง ผู้บริหารควรมีแนวคิดมุ่งมั่นในการที่จะสื่อสารให้ครูได้เข้าใจในภาพรวมของหลักสูตร และควรแต่งตั้งผู้รับผิดชอบ เช่น คณะกรรมการบริหารหลักสูตรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับหลักสูตรและงานวิชาการของสถานศึกษา จากนั้นจึงประชุมชี้แจงเพื่อให้ครูมีความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันก่อนนำหลักสูตรไปใช้ เมื่อสิ้นปีการศึกษาควรมีการจัดประชุมทุกปีเพื่อให้ครูทุกกลุ่มสาระมาทบทวนหลักสูตร ปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์และวิสัยทัศน์ของสถานศึกษา นอกจากนี้ผู้บริหารต้องตระหนักในการที่จะพัฒนาหลักสูตรและต้องกระตุ้นครูให้เกิดความคิดในการพัฒนาหลักสูตรให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ที่กำหนด ตลอดจนให้ครู

แต่ละคนชี้แจงปัญหาที่ตนเองพบเจอในการสอน เพราะบางครั้งปัญหาที่เกิดขึ้นอาจมาจากการที่ครูแต่ละคนมีความเข้าใจในหลักสูตรแตกต่างกัน จึงตีความแตกต่างกัน ส่งผลให้หลักสูตรที่ใช้ไม่ประสบผลสำเร็จ

4. ด้านบทบาทการตั้งความคาดหวังสูง

ผู้บริหารควรให้ความสำคัญ เห็นคุณค่า และให้กำลังใจครูในการสร้างสรรค์ผลงานทางวิชาการสู่สาธารณชน ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ครูได้เผยแพร่ผลงานวิชาการอย่างต่อเนื่อง กระตุ้นให้ครูได้เผยแพร่ผลงานเพื่อประโยชน์ที่จะได้รับทั้งต่อตนเอง โรงเรียน และนักเรียน โดยการจัดทำวารสารเพื่อเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ เว็บบล็อก เฟซบุ๊ก

5. ด้านบทบาทการพัฒนาวิชาชีพครู

ผู้บริหารควรมีการนิเทศการสอนโดยสังเกตวิธีการสอนของครูและผลสัมฤทธิ์ทางการสอนว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์หรือไม่ สังเกตการปฏิบัติงานว่าครูปฏิบัติงานด้วยความรู้ความสามารถที่แท้จริง รวมทั้งผู้บริหารต้องประเมินความสามารถของครู สอบถามความต้องการพัฒนาให้ตรงกับจุดเด่นจุดด้อยของครู เพื่อนำมาพัฒนาครูให้มีขีดความสามารถที่สูงขึ้น

6. ด้านบทบาทการมีวิสัยทัศน์

ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายที่มีความเป็นไปได้ หรือสามารถปฏิบัติได้ตามความเป็นจริง มีใช้เป็นนโยบายที่เขียนไว้แค่ลายลักษณ์อักษรแต่ปฏิบัติจริงไม่ได้ เพราะการที่จะให้คนปฏิบัติตามนโยบายเป็นเรื่องที่ค่อนข้างจะยาก หากนโยบายมีความเป็นไปได้ยากยิ่งทำให้บุคลากรไม่อยากปฏิบัติตามมากยิ่งขึ้น โดยนโยบายนั้นต้องสอดคล้องกับมาตรฐานชาติ วิสัยทัศน์โรงเรียน เป็นไปในทิศทางเดียวกันเพื่อจะได้บรรลุตามผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการสอน นอกจากนี้ ควรมีการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย ทำวิจัยเพื่อศึกษาหาแนวทางแก้ไขประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนโยบายผู้บริหารสถานศึกษาที่สามารถส่งผลทางบวกต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตลอดจนกำหนดให้ครูจัดการเรียนการสอนตามมาตรฐานและตัวชี้วัดของหลักสูตร โดยใช้มาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษาเป็น

เกณฑ์ในการส่งเสริมและพัฒนาการเรียนการสอนสู่เป้าหมายคือคุณภาพของผู้เรียน

7. ด้านบทบาทการสร้างทีมงาน

ผู้บริหารควรจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้น่าอยู่และน่าทำงาน สร้างขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะในเรื่องของความเท่าเทียมกัน มีการให้คำยกย่องชมเชย รับฟังความคิดเห็นของครูทุกคน รวมทั้งมอบหมายให้ทำงานสำคัญอย่างเสมอภาค โดยให้ครูทุกคนได้เป็นผู้นำและผู้ตามในโอกาสอันสมควร ให้โอกาสความก้าวหน้าทางงาน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ และควรมอบหมายให้ครูทุกคนได้ทำกิจกรรมต่างๆ หมุนเวียนกันไป และให้ผู้ที่มีความถนัดหรือมีความชำนาญงานในเรื่องใดเรื่องหนึ่งสอนให้กับผู้ที่ไม่ถนัด

4. อภิปรายผล

ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 อภิปรายผลสภาพบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

บทบาทการสร้างวิสัยทัศน์

ครูที่ปฏิบัติการสอนในโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความคิดเห็นต่อบทบาทการมีวิสัยทัศน์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริหารสถานศึกษามีการสื่อสารเป้าหมายของโรงเรียนในรูปแบบไม่เป็นทางการ โดยผ่านการประชุมผู้ปกครอง ซึ่งจะทำให้ผู้ปกครองและครูผู้สอนได้รับทราบเกี่ยวกับเป้าหมายของโรงเรียนไปในทิศทางเดียวกัน ได้รับทราบข้อมูลที่ถูกต้องตรงกัน จึงสามารถร่วมมือกันปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายได้ อันเป็นสาเหตุทำให้ครูที่ปฏิบัติการสอนในโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความคิดเห็นต่อบทบาทการมีวิสัยทัศน์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจียรพัฒน์ ชูปวา (2559) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ระดับพฤติกรรมภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในกรุงเทพมหานคร ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และพันธกิจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

บทบาทการตั้งความคาดหวังสูง

ครูที่ปฏิบัติการสอนในโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความคิดเห็นต่อบทบาทการตั้งความคาดหวังสูงภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้บริหารมีการกระตุ้นให้ครูผู้สอนมีความคิดริเริ่มการเรียนการสอนแบบใหม่ ๆ เนื่องจากผู้บริหารอาจพบเจอการเรียนการสอนแบบใหม่ ๆ จากสื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียล เช่น เฟซบุ๊ก โปรแกรมสนทนาทางไลน์ ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย จึงต้องการให้ครูผู้สอนได้มีการสอนแบบใหม่ๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้นักเรียนสนใจการเรียน รวมทั้งยังทำให้การเรียนการสอนมีความน่าสนใจมากขึ้น จึงทำให้ครูผู้สอนเกิดการตื่นตัวและอยากริเริ่มการเรียนการสอนแบบใหม่ๆ มากขึ้น ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ครูที่ปฏิบัติการสอนในโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทการตั้งความคาดหวังสูงภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีชา ศรีทา (2554) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษากับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนในสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาในจังหวัดหนองคาย ผลการวิจัยพบว่า รองผู้อำนวยการสถานศึกษา หรือครูที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ดูแลในงานวิชาการ ครูผู้สอน นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความคิดเห็นต่อบทบาทการเป็นผู้นำวิชาการ ด้านการตั้งความคาดหวังต่อผลงานสูง อยู่ในระดับมาก

บทบาทการบริหารจัดการหลักสูตร

ครูที่ปฏิบัติการสอนในโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความคิดเห็นต่อบทบาทการบริหารจัดการหลักสูตรภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญกับหลักสูตรการเรียนการสอนมาก โดยหมั่นศึกษาหาความรู้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับหลักสูตรการเรียนการสอนในสถานศึกษาของตนเองและมีการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับผู้เรียน โดยผู้บริหารมีการประชุมกับครูที่ปฏิบัติการสอนเกี่ยวกับความเหมาะสมของหลักสูตรการเรียนการสอนในสถานศึกษาของตนเองว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นจากครูเพื่อนำไปปรับปรุงหลักสูตรให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ครูที่ปฏิบัติการสอนในโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความคิดเห็นต่อบทบาทการบริหารจัดการหลักสูตรภาพรวมอยู่ในระดับมาก ดังที่ รุ่งนภา นุตราชวงศ์ (2552) ได้กล่าวว่า ผู้บริหารโรงเรียนจะต้องเป็นผู้นำทางวิชาการและมีความรู้ความเข้าใจเรื่องมาตรฐานและหลักสูตร ซึ่งเป็นหัวใจของการพัฒนาคุณภาพการศึกษา เพื่อให้สามารถช่วยเหลือให้คำแนะนำแก่ครูและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการตัดสินใจในทิศทางที่ถูกต้อง เพื่อการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาเป็นไปอย่างมีคุณภาพและเหมาะสมกับบริบทความต้องการของโรงเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วราพร แสนยะมูล (2557) ที่ศึกษาบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ ผลการวิจัยพบว่า ประธานคณะกรรมการสถานศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษา และครูหัวหน้างานวิชาการมีความคิดเห็นต่อบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านการบริหารจัดการหลักสูตร อยู่ในระดับมาก

บทบาทการสร้างทีมงาน

ครูที่ปฏิบัติการสอนในโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

มีความคิดเห็นต่อบทบาทการสร้างทีมงานภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ไม่ว่าผู้บริหารจะมอบหมายให้ครูปฏิบัติงานหรือกิจกรรมใดๆ ร่วมกัน ครูทุกคนจะมีความยินดีในการร่วมมือร่วมใจช่วยเหลือกันทำงานและยอมรับในความสามารถของกันและกัน นอกจากนี้ผู้บริหารยังสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเองด้วยการพูดคุยทักทายด้วยความสนิทสนมไม่ถือตัว ทำให้ครูทุกคนทำงานด้วยความสบายใจ จึงทำให้งานหรือกิจกรรมต่างๆ ที่ทำประสบผลสำเร็จ ตลอดจนในสถานศึกษายังมีบรรยากาศที่เป็นกันเองทำให้ครูรู้สึกไม่อึดอัดและตั้งใจทำงานมากขึ้น จึงส่งผลให้ครูที่ปฏิบัติการสอนในโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความคิดเห็นต่อบทบาทการสร้างทีมงานภาพรวมอยู่ในระดับมาก ดังที่ สุเมธ งามกนก (2550) ได้อธิบายว่า การสร้างทีมงานจะสำเร็จได้ต้องอาศัยกลยุทธ์ของผู้บริหาร ดังนั้นหากผู้บริหารให้ความสำคัญต่อทีมงานและสร้างทีมงานที่มีคุณภาพขึ้นมาทีมงานนั้นจะสร้างคนที่มีประสิทธิภาพ เพราะการทำงานเป็นทีมจะทำให้สมาชิกเกิดการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน และเห็นบางอย่างในการทำงานของผู้บริหารหรือเพื่อนร่วมงานส่งผลให้สถานศึกษามีบุคลากรที่มีคุณภาพเพิ่มขึ้น และช่วยพัฒนาสถานศึกษาให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีชา ศรีทา (2554) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษากับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนในสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาในจังหวัดหนองคาย ผลการวิจัยพบว่า รองผู้อำนวยการสถานศึกษาหรือครูที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ดูแลในงานวิชาการ ครูผู้สอน นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความคิดเห็นต่อบทบาทการเป็นผู้นำทางวิชาการ ด้านการเป็นส่วนหนึ่งของทีมงาน อยู่ในระดับมาก

บทบาทการพัฒนาวิชาชีพครู

ครูที่ปฏิบัติการสอนในโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความคิดเห็นต่อบทบาทการพัฒนาวิชาชีพครูภาพรวมอยู่ใน

ระดับมาก เนื่องจากผู้บริหารสนับสนุนให้ครูได้เข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาความรู้อยู่เสมออย่างต่อเนื่อง ตลอดจนมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ครูได้ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เพื่อครูจะได้นำความรู้ที่ได้รับมาพัฒนาตนเองอันมีผลทำให้สถานศึกษามีการพัฒนาขึ้น นอกจากนี้ผู้บริหารยังให้ความสำคัญกับครูทุกคนอย่างเท่าเทียม ซึ่งครูทุกคนจะได้รับการสนับสนุนให้ได้รับการฝึกอบรมอย่างเท่าเทียมกัน ดังนั้นจึงทำให้ครูที่ปฏิบัติการสอนในโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความคิดเห็นต่อบทบาทการพัฒนาวิชาชีพครูภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสริมย์ แก้วสกุล (2549) ที่ศึกษาบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารในทัศนะของครู กรณีศึกษาโรงเรียนสุภาคมศึกษา เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ครูผู้สอนมีความคิดเห็นต่อบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหาร ด้านการพัฒนาครูอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เขียวพัฒน์ ชูปวา (2559) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ระดับพฤติกรรมภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในกรุงเทพมหานคร ด้านการพัฒนาอยู่ในระดับมาก

บทบาทการสร้างวัฒนธรรมและบรรยากาศที่นำไปสู่การเรียนรู้

ครูที่ปฏิบัติการสอนในโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความคิดเห็นต่อบทบาทการสร้างวัฒนธรรมและบรรยากาศที่นำไปสู่การเรียนรู้ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้บริหารของโรงเรียนมีการส่งเสริมในเรื่องการจัดทำแหล่งเรียนรู้ภายในโรงเรียน มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ครูผู้สอนจัดสภาพแวดล้อมและจัดบรรยากาศให้มีความเหมาะสมในการเรียน ซึ่งแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญควรเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่อยู่ในชุมชนนั้นๆ เพราะจะทำให้ครูผู้สอนมีความเข้าใจและเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ได้ง่าย จึงเป็นสาเหตุให้ครูที่ปฏิบัติการสอนในโรงเรียนในสังกัด

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความคิดเห็นต่อบทบาทการ
สร้างวัฒนธรรมและบรรยากาศที่นำไปสู่การเรียนรู้
ภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ เขียร
พัฒน์ ชูภา (2559) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะ
ผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน
ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ระดับพฤติกรรม
ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารวิทยาลัยอาชีวศึกษา
เอกชนในกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมสร้างบรรยากาศ
และวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน ภาพรวมอยู่ใน
ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีชา ศรีทา
(2554) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทผู้นำทาง
วิชาการของผู้บริหารสถานศึกษากับผลสัมฤทธิ์ทางการ
เรียนของนักเรียนในสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาใน
จังหวัดหนองคาย ผลการวิจัยพบว่า รองผู้อำนวยการ
สถานศึกษา หรือครูที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ดูแลใน
งานวิชาการ ครูผู้สอน นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 และ
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความคิดเห็นต่อบทบาท
การเป็นผู้นำวิชาการ ด้านการสร้างวัฒนธรรมและ
บรรยากาศที่นำไปสู่การเรียนรู้ อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้
ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราพร แสนยะมูล (2557)
ที่ศึกษาบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปึงกาฬ
ผลการวิจัยพบว่า ประธานคณะกรรมการสถานศึกษา
ผู้บริหารสถานศึกษา และครูหัวหน้างานวิชาการมีความ
คิดเห็นต่อบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหาร
สถานศึกษา ด้านการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียน
อยู่ในระดับมาก

บทบาทการประเมินผลการทำงานของครู

ครูที่ปฏิบัติการสอนในโรงเรียนในสังกัดองค์กร
ปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความ
คิดเห็นต่อบทบาทการประเมินผลการทำงานของครูภาพ
รวมอยู่ในระดับมาก สำหรับการประเมินผลการทำงาน
ของครูอาจเป็นเพราะว่าผู้บริหารมีการตรวจสอบและม
ีการประเมินผลการปฏิบัติงานของครูอย่างต่อเนื่อง และม
ีความเป็นธรรมในการประเมิน ตลอดจนผู้บริหารยังช่วย

แก้ไขปัญหาคำแนะนำแก่ครูผู้ปฏิบัติการสอนอยู่เสมอ
จึงทำให้ครูผู้ปฏิบัติการสอนมีความคิดเห็นต่อบทบาทการ
ประเมินผลการทำงานของครู ภาพรวมอยู่ในระดับมาก
ดังที่ ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2553) ที่กล่าวว่า ครูคร
ได้รับการประเมินและติดตามผลเพื่อจะได้เป็นแนวทางใน
การปรับปรุงการทำงานให้ดียิ่งขึ้น เพราะการทำงานที่
ขาดการประเมินจะทำให้ขาดการพัฒนา ทั้งนี้ ยัง
สอดคล้องกับงานวิจัยของ วราพร แสนยะมูล (2557)
ที่ศึกษาบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปึงกาฬ
ผลการวิจัยพบว่า ประธานคณะกรรมการสถานศึกษา
ผู้บริหารสถานศึกษา และครูหัวหน้างานวิชาการมีความ
คิดเห็นต่อบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหาร
สถานศึกษา ด้านการนิเทศประเมินผล อยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 2 อภิปรายผลแนวทางในการพัฒนา บทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียน

จากผลการวิจัย พบว่า แนวทางในการพัฒนา
บทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียน สามารถ
อภิปรายผลได้ดังนี้

แนวทางที่ 1 ผู้บริหารต้องหมั่นศึกษาหาความรู้
เพิ่มเติมอยู่เสมอ และนำความรู้ที่ได้รับมาถ่ายทอดให้ครู
ทุกคนได้รับทราบ ซึ่ง สำนักงานปฎิรูปการศึกษา (2545,
หน้า 82-84) ได้กล่าวว่า ผู้บริหารต้องเป็นบุคคลที่มี
ความรู้และทักษะประสบการณ์ในการบริหารงาน

แนวทางที่ 2 กระตุ้นให้ครูทำงานอย่างเต็มความ
รู้ความสามารถ ส่งเสริมให้ครูพัฒนาการทำงานของตนเอง
ให้มากกว่าเป็นผู้ปฏิบัติตาม ทั้งนี้ ทรัสตี (อ้างถึงใน
จันทรานี สงวนนาม, 2553, หน้า 127-128) กล่าวว่า
ผู้บริหารควรส่งเสริมให้ครูนำเป้าหมายและวัตถุประสงค์
ทางวิชาการของสถานศึกษาไปปฏิบัติ

แนวทางที่ 3 สร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการจัดการ
เรียนรู้ โดยจัดห้องเรียนให้สามารถรับรู้ข่าวสารการเรียนรู้
ที่หลากหลาย ให้ครูใช้สื่อการสอนที่ทำจากภูมิปัญญา
ท้องถิ่น สอดคล้องกับ วราพร แสนยะมูล (2557, หน้า
7) ที่กล่าวถึง การสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้

โดยการส่งเสริมให้มีการจัดตั้งและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ ส่งเสริมให้ครูผู้สอนจัดบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม สื่อการเรียน ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เอื้อต่อการจัดกระบวนการเรียนรู้

แนวทางที่ 4 กระตุ้นให้ครูแสดงความรักห่วงใยนักเรียน กระตุ้นให้ครูและนักเรียนรักและภาคภูมิใจในสถานศึกษาของตนเอง ดังที่ ภารดี อนันต์นาวิ (2551, หน้า 267-288) กล่าวว่า ผู้บริหารต้องสร้างขวัญและบรรยากาศที่ดี ครูและนักเรียนจะได้ทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข

แนวทางที่ 5 ผู้บริหารควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับวิสัยทัศน์และพันธกิจของสถานศึกษา ซึ่งผู้บริหารต้องสื่อสารให้ครูทุกคนได้เข้าใจในวิสัยทัศน์และพันธกิจต่างๆ โดยการจัดประชุมพูดคุยกับครูในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ จะทำให้ครูทุกคนรับรู้ และเข้าใจเป้าหมายของสถานศึกษาที่ตรงกันสามารถร่วมมือกันปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของสถานศึกษาได้ สอดคล้องกับ ภารดี อนันต์นาวิ (2551, หน้า 267-288) กล่าวว่า ผู้บริหารต้องเป็นผู้ริเริ่มและเปิดโอกาสให้ครูในโรงเรียนได้ร่วมกันกำหนดนโยบายของสถานศึกษา เพื่อให้เกิดสัมฤทธิ์ผลทางการเรียนและนักเรียนมีคุณสมบัติที่พึงปรารถนา

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ด้านบทบาทการสร้างวิสัยทัศน์ ผู้บริหารควรเข้าร่วมประชุมเพื่อหารือแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้บริหารด้วยกันเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายของผู้บริหารแต่ละคน เพื่อจะได้นำความรู้ที่ได้มากำหนดนโยบายและประยุกต์ใช้ในโรงเรียนของตนเอง

5.2 ด้านบทบาทการตั้งความคาดหวังสูง ผู้บริหารควรเป็นที่ปรึกษาในการจัดทำและให้คำแนะนำเพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ และจัดทำเป็นวารสารเพื่อเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เว็บบล็อก เป็นต้น

5.3 ด้านบทบาทการบริหารจัดการหลักสูตร ผู้บริหารควรจัดประชุมเพื่อชี้แจงหลักสูตรการเรียนการสอนให้ครูทุกคนเข้าใจ โดยต้องประชุมก่อนที่จะนำหลักสูตรไปใช้ และหลังจากใช้หลักสูตร เพื่อประเมินว่าหลักสูตรดังกล่าวมีข้อดีหรือข้อด้อยในเรื่องอะไร และนำข้อด้อยไปปรับปรุงพัฒนาต่อไป

5.4 ด้านบทบาทการสร้างทีมงาน ผู้บริหารควรส่งเสริมให้ครูกล้าคิดกล้าทำในสิ่งใหม่ๆ และส่งเสริมให้ครูไว้วางใจและยอมรับความสามารถทางวิชาการซึ่งกันและกัน ซึ่งจะเป็นการสร้างความเข้มแข็งในการทำงานเป็นทีม

5.5 ด้านบทบาทการพัฒนาวิชาชีพครู ผู้บริหารควรสนับสนุนให้ครูเข้าร่วมประชุม อบรมเพิ่มพูนความรู้ อยู่เสมอ และควรสังเกตการณ์ด้านการสอนของครูทุกคนเป็นระยะๆ เพื่อจะได้ทราบความสามารถของแต่ละบุคคลอย่างแท้จริง และประเมินความสามารถของครูแต่ละคนว่าด้อยในเรื่องใดจะได้ส่งไปอบรมให้มีความรู้ในเรื่องนั้นๆ มากยิ่งขึ้น

5.6 ด้านบทบาทการสร้างวัฒนธรรมและบรรยากาศที่นำไปสู่การเรียนรู้ ผู้บริหารควรมีการกำกับการใช้แหล่งเรียนรู้ภายในสถานศึกษา โดยจัดทำทะเบียนการใช้แหล่งเรียนรู้ เพื่อคว่ามีนักเรียนมาใช้แหล่งเรียนรู้มากน้อยเพียงใด และควรมีการติดตามการใช้แหล่งเรียนรู้ภายในสถานศึกษา พร้อมทั้งประเมินผลว่าแหล่งเรียนรู้นั้นตรงกับความสนใจหรือเหมาะสมกับวัยของผู้เรียนหรือไม่ และนำผลการติดตามนั้นมาปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

5.7 ด้านบทบาทการประเมินผลการทำงานของครู ผู้บริหารควรมีการติดตามการปฏิบัติงานของครูอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งผู้บริหารต้องมีความรู้ความสามารถรอบด้าน ทั้งความรู้ด้านหลักสูตร ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ด้านการสื่อสาร ตัวชี้วัด ตลอดจนต้องหมั่นหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ และนำความรู้ที่มีไปเผยแพร่ให้ครูทุกคนได้รับทราบ

6. เอกสารอ้างอิง

- จันทร์ธานี สงวนนาม. (2553). **ทฤษฎีแนวปฏิบัติการบริหารสถานศึกษา** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : บุ๊คพอยท์.
- เจียรพัฒน์ ชูปวา. (2554). **แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา , จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นาวา สุชมรมย์. (2550). **ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิภาพการสอนของครูโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาหนองคายเขต 2**. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). **การวิจัยเบื้องต้น** (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : สุริยวิทยาสาน.
- ประสิทธิ์ เขียวศรี และคณะ. (2548). **รูปแบบการพัฒนาพฤติกรรมภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารการศึกษาขั้นพื้นฐาน**. สถาบันพัฒนาครูคณาจารย์และบุคลากรทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ.
- ปราชญา กล้าผจญ และ พอดตา บุตรสุทธีวงศ์. (2550). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์**. กรุงเทพฯ : ข้าวฟ่าง.
- ปรีชา ศรีทา. (2554). **ความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษากับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนในสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาในจังหวัดหนองคาย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2553). **จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล**. กรุงเทพฯ : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- พรชัย ภาพันธ์. (2547). **เมื่อโรงเรียนเป็นนิติบุคคล ทุกคนต้องพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลง**. **วารสารวิชาการ**. 1(1-3), 44.
- พิชิต ฤทธิ์จัญญ และคณะ. (2554). **รายงานการวิจัยประเมินผลการจัดการการศึกษาขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- ภารดี อนันต์นาวิ. (2551). **หลักการ แนวคิด ทฤษฎีทางการบริหารการศึกษา**. ชลบุรี : มนตรีมิเกลกาไรชาบาล.
- ราชบัณฑิตยสถาน. **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542**. กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์.
- รุ่งนภา นุตราวังศ์. (2552, ตุลาคม-ธันวาคม). **หลักสูตรอิงมาตรฐานการพัฒนาสู่คุณภาพ**. **วารสารวิชาการ**. 4, 60.
- วราพร แสนยะมูล. (2557). **บทบาทผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา , มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2559). **สถิติข้อมูลโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ : กองส่งเสริมและพัฒนาการจัดการศึกษาท้องถิ่น.
- สัมมา รณินิชย์. (2553). **ภาวะผู้นำของผู้บริหาร**. กรุงเทพฯ : ข้าวฟ่าง.
- สุเมธ งามกนก. (2550). **การสร้างทีมงาน**. **วารสารศึกษาศาสตร์**. 19 (1), 32.

สุรพงษ์ สุทธิศักดิ์ดา. (2551). **ความเป็นผู้นำทางวิชาการ
ของผู้บริหารสถานศึกษาตามทัศนะของครู
สังกัดเทศบาลนครยะลา**. สารนิพนธ์ปริญญา
ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สำนักงานปฏิรูปการศึกษา. (2545). **การพัฒนาตัวบ่งชี้
สำหรับประเมินคุณภาพการบริหารจัดการ
เขตพื้นที่การศึกษา**. กรุงเทพฯ : ชารอักษร.

เสรมณีย์ แก้วสกุล. (2549). **บทบาทผู้นำทางวิชาการ
ของผู้บริหารในทัศนะของครู กรณีศึกษา
โรงเรียนสุภาคมศึกษา เขตภาษีเจริญ
กรุงเทพมหานคร**. ภาคนิพนธ์ปริญญา
ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา,
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970).
Determining Sample Size for Research
Activities. **Educational and
Psychological Measurement**. 30 (3),
607-610.

การได้มาซึ่งประธานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ
พ.ศ. 2547

The Acquisition of the Chairman of the Board of University Operation Promotion
under Rajabhat University Act, B.E. 2547

เสนีย์ เจริญสุข¹ สุขสมัย สุทธิบัติ² พศวีจณ์ กนกนา³ และสุเมธ รอยกุลเจริญ⁴

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้เพื่อ 1) ศึกษาถึงแนวความคิดทฤษฎีของการได้มาซึ่งประธานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยจากการตราข้อบังคับของมหาวิทยาลัยตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 2) เพื่อศึกษาวิเคราะห์ถึงปัญหาทางกฎหมายของการได้มาซึ่งประธานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยจากการตราข้อบังคับของมหาวิทยาลัยตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 3) เพื่อแสวงหาแนวทางและมาตรการอื่นที่เหมาะสมในการปรับปรุงแก้ไขปัญหาทางกฎหมายของการได้มา ซึ่งประธานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยจากการตราข้อบังคับของมหาวิทยาลัยตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพในลักษณะของการวิจัยเอกสาร การค้นคว้าและรวบรวมจากเอกสาร ตำราวิชาการ บทความ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ คำพิพากษาของศาล ความเห็นของคณะกรรมการกฤษฎีกา ความเห็นของคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 พระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา พ.ศ. 2547 และที่แก้ไขเพิ่มเติมผลการศึกษาวิจัย พบว่า 1. การที่พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 มาตรา 16 (2) กำหนดให้มีกรรมการสภามหาวิทยาลัยจากประธานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย และมาตรา 25 กำหนด หลักเกณฑ์และวิธีการได้มา วาระการดำรงตำแหน่งให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัย ส่งผลทำให้ข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่งเกิดปัญหาเกี่ยวกับหลักเกณฑ์และวิธีการได้มา วาระการดำรงตำแหน่งประธานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน 2. กระบวนการได้มาซึ่งประธานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย ขาดหลักธรรมาภิบาล ขาดการมีส่วนร่วม ก่อให้เกิดปัญหาตามมา 3. สภามหาวิทยาลัยตราข้อบังคับของมหาวิทยาลัยและนำไปประกาศใช้โดยไม่มีกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องหรือความชอบด้วยกฎหมายก่อน

คำสำคัญ : คณะกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย สภามหาวิทยาลัย ข้อบังคับของมหาวิทยาลัย ปัญหาทางกฎหมายจากการตราข้อบังคับของมหาวิทยาลัย

¹ นักศึกษาหลักสูตรนิติศาสตรุษฎีบัณฑิต โครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
Email : sanee_ch@hotmail.com

² รองศาสตราจารย์ ประธานอาจารย์ที่ปรึกษาหลักสูตรนิติศาสตรุษฎีบัณฑิต โครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานแผนกคิพัฒนาิษย์และเศรษฐกิจ ศาลฎีกา

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา รองประธานศาลปกครองสูงสุด ศาลปกครอง

Abstract

The research aimed to 1) study the concepts and principles of the acquisition of the chairman of the board of university operation promotion due to the university regulation enactment under Rajabhat University Act, B.E. 2547 2) investigate the legal problems of the acquisition of this Act, B.E. 2547 3) find out the appropriate ways to revise and regularize these legal problems of the acquisition of this position due to the university regulation enactment under Rajabhat University Act, B.E. 2547. This qualitative research included the documentary research collecting and compiling data from texts, related researches, previous thesis, court judgements, Council of State opinions, National Anticorruption Commission Opinions, the Rajabhat University Act, BE. 2547, Teacher Civil Service and Educational Personnel Act, B.E. 2547. The findings revealed that 1. The Rajabhat University Act. B.E. 2547, Section 16 (2) regulates that one of the university council members must be from the chairman of the board of university operation promotion and Section 25 defines that the acquisition and the term of office of the chairman of the board of university operation promotion depends on the regulations of the university. This absolutely causes the problems because each Rajabhat University has its own and different regulation of the acquisition and the terms of office of the position mentioned above. 2. The acquisition of the chairman of the board of university operation promotion lacked of good governance, and without the cooperation of the stakeholders. These would cause many problems in the future. 3. The university council enacted the university regulations without correct proof and legalization.

Keywords: Board of University Operation Promotion, University council, University regulations, Legal Problems of the university regulation enactment

วันที่รับบทความ : 9 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 2 พฤษภาคม 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 29 พฤษภาคม 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 เป็นกฎหมายหลักหรือกฎหมายแม่บทสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้งหมด สามารถจำแนกตามภูมิภาคได้เป็น 5 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มภาคเหนือ มีจำนวน 8 มหาวิทยาลัย ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง มหาวิทยาลัย

ราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ 2. กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวน 11 มหาวิทยาลัย ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ 3. กลุ่มภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียง มีจำนวน 5 มหาวิทยาลัย ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี 4. กลุ่มภาคตะวันตกและภาคใต้ มีจำนวน 9 มหาวิทยาลัย ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 5. กลุ่มกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 5 มหาวิทยาลัย ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

โดยที่มาตรา 16 (2) กำหนดให้ “ประธานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยเป็นกรรมการสภามหาวิทยาลัย โดยตำแหน่ง”

มาตรา 25 วรรคแรก กำหนดให้ “มหาวิทยาลัยแต่ละแห่งมีคณะกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย ประกอบด้วยประธานกรรมการประธานสภานักศึกษานายกองค่านักศึกษา และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนหนึ่ง ซึ่งสภามหาวิทยาลัยแต่งตั้งจากผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการศึกษา มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กฎหมาย การงบประมาณและการเงิน การบริหารงานบุคคล การปกครองส่วนท้องถิ่น การศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม และด้านอื่น ๆ ตามที่สภามหาวิทยาลัยเห็นสมควร ในจำนวนนี้ให้แต่งตั้งจากบุคคลในเขตพื้นที่บริการการศึกษาของมหาวิทยาลัยแต่ละแห่ง ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่ง

มาตรา 25 วรรคสอง กำหนดให้ “องค์ประกอบจำนวน คุณสมบัติ หลักเกณฑ์และวิธีการได้มา วาระการดำรงตำแหน่งและการพ้นจากตำแหน่งของกรรมการตลอดจนการประชุม วิธีการดำเนินงานของคณะกรรมการให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัย”

มาตรา 26 กำหนดให้ “คณะกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย มีหน้าที่ ดังนี้ (1) ส่งเสริม สนับสนุน ให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะแก่มหาวิทยาลัยเพื่อพัฒนาแนวทางการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย (2) เสนอความเห็นเกี่ยวกับนโยบายและแผนพัฒนาการจัดการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น (3) ส่งเสริมให้มีทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ ให้มีโอกาสดูแลศึกษาในมหาวิทยาลัยอันเป็นการสนับสนุนความเสมอภาคในโอกาสทางการศึกษา (4) ส่งเสริม สนับสนุนการสร้างสัมพันธภาพและการเรียนรู้ระหว่างมหาวิทยาลัยกับประชาชน”

ด้วยเหตุดังกล่าว ส่งผลทำให้มหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่งเกิดปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับหลักเกณฑ์และวิธีการได้มา เช่น วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการสภามหาวิทยาลัยจากประธานส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย โดยตำแหน่งที่แตกต่างกัน กำหนดให้สภามหาวิทยาลัยเป็นผู้เลือกประธานส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย กำหนดให้คณะกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยเป็นผู้เลือกประธานส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย กำหนดให้คณะกรรมการสรรหาเป็นผู้เลือก หรือกำหนดให้สภามหาวิทยาลัยแต่งตั้งโดยคำแนะนำของอธิการบดี กำหนดให้มีวาระคราวละ 2 ปี กำหนดให้มีวาระคราวละ 3 ปี กำหนดห้ามดำรงตำแหน่ง 2 วาระติดต่อกัน ไม่ได้กำหนดห้ามวาระดำรงตำแหน่งติดต่อกัน จากความแตกต่างกันดังกล่าว จึงก่อให้เกิดปัญหาทางกฎหมายตามหลักความยุติธรรมหรือหลักความเสมอภาค

สภามหาวิทยาลัย เมื่อได้ตราข้อบังคับของมหาวิทยาลัย และนำไปประกาศใช้ทันทีโดยไม่มีกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องหรือความชอบด้วยกฎหมายของหน่วยงานใด ๆ ก่อนนำไปประกาศใช้ หากเปรียบเทียบกับกรณีของการร่างพระราชบัญญัติต่าง ๆ

เมื่อคณะรัฐมนตรีอนุมัติหลักการของร่างพระราชบัญญัติใด สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีจะดำเนินการส่งร่างพระราชบัญญัติไปยังสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาเพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของเนื้อหาสาระทั้งหมดของกฎหมายรวมทั้งความสัมพันธ์ สอดคล้องกับระบบกฎหมายและบทบัญญัติแห่งกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย

ดังนั้น เมื่อไม่มีการตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำไปประกาศใช้ จึงทำให้ข้อบังคับของมหาวิทยาลัยเกิดความบกพร่อง ไม่ชอบด้วยกฎหมาย และก่อให้เกิดผลกระทบต่อ การดำเนินงานที่ผ่านมา เพราะแม้ปรากฏในภายหลังว่า ข้อบังคับของมหาวิทยาลัยจะเป็นไปโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย แต่ก็จะไม่กระทบกระเทือนถึงการดำเนินการใด ๆ ที่ได้ปฏิบัติไปตามอำนาจหน้าที่ ทั้งนี้ ตามนัยมาตรา 19 แห่งพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 จึงสมควรจะได้มีการศึกษาถึงการได้มาซึ่ง ประชานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 เพื่อแสวงหาแนวทางไปสู่การปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและ มาตรการอื่นที่เหมาะสมต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงแนวความคิด ทฤษฎีของการได้มาซึ่งประชานกรรมการส่งเสริมกิจมหาวิทยาลัยจากการตราข้อบังคับของมหาวิทยาลัยตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547

1.2.2 เพื่อศึกษาวิเคราะห์ถึงปัญหาทางกฎหมายของการได้มาซึ่งประชานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยจากการตราข้อบังคับของมหาวิทยาลัยตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547

1.2.3 เพื่อแสวงหาแนวทางและมาตรการอื่นที่เหมาะสมในการปรับปรุงแก้ไขปัญหาทางกฎหมายของการได้มาซึ่งประชานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยจากการตราข้อบังคับของมหาวิทยาลัยตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยจะทำการศึกษาวิเคราะห์ถึงแนวคิด ทฤษฎี เฉพาะปัญหาจากการได้มาซึ่งประชานกรรมการส่งเสริม กิจการมหาวิทยาลัยจากการตราข้อบังคับของมหาวิทยาลัย ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ศึกษาเฉพาะปัญหาการได้มาซึ่งประชานกรรมการ ส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยจากการตราข้อบังคับของ มหาวิทยาลัยโดยสภามหาวิทยาลัยแต่ละแห่งได้ตรา ข้อบังคับของมหาวิทยาลัยที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดปัญหา ทางกฎหมายตามหลักความยุติธรรมหรือหลักความเสมอภาค ถือว่าเป็นการดำเนินการที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย จึงควรต้องมีการแก้ไขปรับปรุงให้ถูกต้องเหมาะสมต่อไป

2. วิธีดำเนินการวิจัย

ระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพในลักษณะของการวิจัยเอกสาร การค้นคว้าและ รวบรวมจากเอกสาร ตำราวิชาการ บทความ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ คำพิพากษาของศาล ความเห็นของ คณะกรรมการกฤษฎีกา ความเห็นของคณะกรรมการ ป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ พระราชบัญญัติ มหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 พระราชบัญญัติระเบียบ ข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา พ.ศ. 2547 และที่ แก้ไขเพิ่มเติม เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ปัญหาและ เสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการได้มาซึ่ง ประชานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยต่อไป

3. สรุปผลการวิจัย

3.1 การที่พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 มาตรา 16 (2) กำหนดให้มีกรรมการสภามหาวิทยาลัยจากประชานกรรมการส่งเสริมกิจการ มหาวิทยาลัย และมาตรา 25 กำหนดให้ หลักเกณฑ์และ วิธีการได้มา วาระการดำรงตำแหน่ง ให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัย ส่งผลทำให้ข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราช

กฎแต่ละแห่งเกิดปัญหาเกี่ยวกับหลักเกณฑ์และวิธีการได้มา วาระการดำรงตำแหน่งประธานกรรมการส่งเสริมกิจการ มหาวิทยาลัยที่แตกต่างกัน ดังนี้

3.1.1 ตำแหน่งประธานกรรมการส่งเสริมกิจการ มหาวิทยาลัย: สภามหาวิทยาลัยเป็นผู้เลือก, คณะกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยเป็นผู้เลือก, คณะกรรมการสรรหาเป็นผู้เลือก, สภามหาวิทยาลัยแต่งตั้งโดยคำแนะนำของ อธิการบดี

3.1.2 กรณีวาระการดำรงตำแหน่ง: มีวาระคราวละ 2 ปี, มีวาระคราวละ 3 ปี, การดำรงตำแหน่งติดต่อกัน: ไม่กำหนดวาระเว้นว่างไว้, กำหนดวาระไม่เกิน 2 วาระติดต่อกัน

3.1.3 คณะกรรมการสรรหา: กรรมการสภามหาวิทยาลัยผู้ทรงคุณวุฒิเป็นประธาน, อธิการบดีเป็นประธาน

3.1.4 ผู้รักษาการและผู้ตีความ: นายกสภามหาวิทยาลัยเป็นผู้รักษาการ, อธิการบดีเป็นผู้รักษาการ, สภามหาวิทยาลัยเป็นผู้ตีความโดยความเห็นชอบของสภามหาวิทยาลัย, อธิการบดีหรืออธิการบดีเป็นผู้ตีความเป็นผู้ตีความ

ดังนั้น จากกรณีที่พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการได้มา วาระการดำรงตำแหน่งให้ตราเป็นข้อบังคับของมหาวิทยาลัยที่แตกต่างกัน ก่อให้เกิดปัญหาทางกฎหมายตามหลักความยุติธรรมหรือหลักความเสมอภาค (วิชญ์ เครืองาม, 2530, หน้า 237)

3.2 กระบวนการได้มาซึ่งตำแหน่งต่าง ๆ ที่ขาดหลักธรรมาภิบาล ขาดการมีส่วนร่วม ก่อให้เกิดปัญหาตามมา ดังนี้

3.2.1 กรณีปรากฏการณ์ “เกาหลัง” ที่เกิดขึ้นกับกลุ่มผู้บริหาร ผลัดกันเป็นผู้บริหาร นายกสภามหาวิทยาลัยไม่ทำอะไร ทำให้กลายเป็นเรื่องพันกันอยู่ 3 เรื่อง คือ คุณภาพ ธรรมาภิบาลและปัญหาคอร์รัปชัน (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2563, หน้า 2)

3.2.2 กรณีกระบวนการสรรหาในตำแหน่งต่างๆ ที่เป็นไปโดยไม่เหมาะสม เพราะกระบวนการสรรหาที่เป็นปัญหาจนไม่สามารถดำเนินการได้ ส่วนหนึ่งมาจากในกฎหมายระบุว่าเป็นอำนาจของสภามหาวิทยาลัย (ขจรจิตสุขุมมงคล, 2558, ย่อหน้า 1) รัฐอาจต้องเข้าไปมีส่วนในการกำกับดูแล ต้องวางระบบธรรมาภิบาลในสถาบันอุดมศึกษา (ฤกษ์พงษ์ กิรติกร, 2558, ย่อหน้า 2)

3.2.3 กรณีสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) ได้มีข้อเสนอแนะและแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาการทุจริตต่อคณะรัฐมนตรี โดยมีข้อเสนอแนะต่อสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดจำนวนแห่งและระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งของนายกสภามหาวิทยาลัยและกรรมการสภามหาวิทยาลัย เพราะไม่มีกฎหมายกำหนดห้ามไว้ ทำให้มีผู้ดำรงตำแหน่งนายกสภามหาวิทยาลัยและกรรมการสภามหาวิทยาลัยหลายแห่ง ส่งผลให้เกิดการทุจริต คอร์รัปชัน เอื้อประโยชน์โดยขอให้สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กำหนดจำนวนแห่งและระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งของนายกสภามหาวิทยาลัย กรรมการสภามหาวิทยาลัย โดยกำหนดให้เป็นนายกสภามหาวิทยาลัยได้คนละไม่เกิน 2 แห่ง และไม่เกิน 2 วาระติดต่อกัน คณะรัฐมนตรีมีมติรับทราบและเสนอกระทรวงศึกษาธิการ ขอความร่วมมือจากสภาสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ สภาสถาบันอุดมศึกษาในกำกับและสภาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนทุกแห่ง กำหนดจำนวนและระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งของนายกสภามหาวิทยาลัย และกรรมการสภามหาวิทยาลัยให้เป็นไปตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) ทั้งนี้ มติคณะรัฐมนตรีให้ผลตั้งแต่วันที่ 4 ตุลาคม 2555 (ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องขอความร่วมมือในการกำหนดจำนวนและระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งของนายกสภามหาวิทยาลัยและกรรมการสภามหาวิทยาลัย, 4 ตุลาคม 2555) ต่อมาได้มีการยกเลิกประกาศฉบับดังกล่าว และกำหนดให้ (1) กรณีดำรงตำแหน่งนายกสภามหาวิทยาลัย ให้ดำรงตำแหน่งได้ไม่เกิน

3 แห่ง (2) กรณีดำรงตำแหน่งนายกสภามหาวิทยาลัยและกรรมการสภามหาวิทยาลัย (2.1) กรณีดำรงตำแหน่งนายกสภามหาวิทยาลัย 1 แห่ง จะดำรงตำแหน่งกรรมการสภามหาวิทยาลัยได้อีกไม่เกิน 3 แห่ง (2.2) กรณีดำรงตำแหน่งนายกสภามหาวิทยาลัย 2 แห่ง จะดำรงตำแหน่งกรรมการสภามหาวิทยาลัยได้อีกไม่เกิน 1 แห่ง (2.3) กรณีดำรงตำแหน่งนายกสภามหาวิทยาลัย 3 แห่ง ไม่อาจดำรงตำแหน่งกรรมการสภามหาวิทยาลัยได้อีก (ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องขอความร่วมมือในการกำหนดจำนวนและระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งของนายกสภามหาวิทยาลัยและกรรมการสภามหาวิทยาลัย (ฉบับที่ 2), 16 มกราคม 2556) อย่างไรก็ตาม เมื่อกฎหมายมีได้บัญญัติห้ามไว้การขอความร่วมมือดังกล่าว จึงไม่มีผลในทางปฏิบัติ

3.2.4 จากพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 มาตรา 25 กระบวนการสรรหาควรจะต้องเน้นเรื่องการมีส่วนร่วมของบุคลากรของมหาวิทยาลัยและบุคคลในท้องถิ่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจการของมหาวิทยาลัย คณะกรรมการสรรหาจากบุคคลที่มีลักษณะเอื้อประโยชน์กันระหว่างกัน ผลประโยชน์ทับซ้อน เมื่อบุคคลได้รับการคัดเลือกหรือสรรหาเข้ามา จะกำหนดหลักเกณฑ์ของการได้มาของตำแหน่งต่าง ๆ เพื่อตอบแทนผลประโยชน์แก่กันด้วยการส่งตัวแทนของตนเองเข้ารับการสรรหาและแต่งตั้งเป็นผู้ดำรงตำแหน่งคนใหม่ บางแห่งไม่มีการหวั่นเสียดังกล่าวแต่ใช้วิธีแต่งตั้งโดยคณะกรรมการสรรหาโดยอาศัยกลไกจากสภามหาวิทยาลัยในการกำหนดตัวคณะกรรมการสรรหาเป็นการใช้อำนาจแทรกแซงการสรรหาทุกระดับชั้น หากเป็นพวกของผู้ดำรงตำแหน่งให้เกิดภาพผลประโยชน์ทับซ้อน ผิดจริยธรรม และผิดกฎหมาย จนมีคำเปรียบเปรยว่า “ผลัดกันเกาหลัง” (ขติยา มหาสินธ์, 2555, ย่อหน้า 2)

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า การตราข้อบังคับของมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวกับกระบวนการสรรหาที่ขาดหลักธรรมาภิบาล ขาดการมีส่วนร่วม ทำให้เกิดข้อขัดแย้งขึ้นในมหาวิทยาลัย ขาดการยอมรับของบุคลากรทั้งภายในและภายนอก

มหาวิทยาลัย และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จนเกิดปัญหาต่อการดำเนินการบริการสาธารณะของมหาวิทยาลัย

3.3 เมื่อสภามหาวิทยาลัย ได้ตราข้อบังคับของมหาวิทยาลัย และนำไปประกาศใช้ทันทีโดยไม่มีกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องหรือความชอบด้วยกฎหมายของหน่วยงานใด ๆ ก่อนนำไปประกาศใช้

3.3.1 จากการศึกษาเปรียบเทียบกับกรณีของการร่างพระราชบัญญัติต่าง ๆ เมื่อคณะรัฐมนตรีอนุมัติหลักการของร่างพระราชบัญญัติใด สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีจะดำเนินการส่งร่างพระราชบัญญัติไปยังสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาเพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของเนื้อหาสาระทั้งหมดของกฎหมายรวมทั้งความสัมพันธ์สอดคล้องกับระบบกฎหมายและบทบัญญัติแห่งกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2551, หน้า 10) เมื่อไม่มีการตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำไปประกาศใช้ จึงทำให้ข้อบังคับของมหาวิทยาลัยเกิดความบกพร่อง ไม่ชอบด้วยกฎหมาย และก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินงานที่ผ่านมา

3.3.2 จากการศึกษาแนวคำวินิจฉัยของศาลปกครอง พิษณุโลก คดีแดงที่ 140/2548 ท่านสุเมธ รอยกุลเจริญ ขณะดำรงตำแหน่ง ตุลาการเจ้าของสำนวน อธิบายว่า “หากศาลเห็นว่า การแก้ไขข้อบังคับเป็นไปโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย ศาลอาจมีคำสั่งเพิกถอนข้อบังคับฉบับแก้ไขนั้นเสีย และเมื่อศาลมีคำสั่งเพิกถอนแล้วจะมีผลให้การสรรหากรรมการสภามหาวิทยาลัยผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ดำเนินการมา ไม่ชอบด้วยกฎหมาย ซึ่งหากสภามหาวิทยาลัย นำผลการพิจารณาคัดเลือกที่ต่อเนื่องจากการสรรหาเพื่อทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งแล้ว ย่อมจะเป็นการไม่บังควรอย่างยิ่ง และเป็นความเสียหายอย่างร้ายแรงที่ศาลไม่อาจเยียวยาแก้ไขในภายหลังได้ อาศัยเหตุผลดังกล่าว จึงมีคำสั่งให้สภามหาวิทยาลัย ระงับการนำรายชื่อกรรมการสภามหาวิทยาลัยผู้ทรงคุณวุฒิ ที่จะ

เสนอเพื่อทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งไว้ก่อน จนกว่าจะได้มีคำพิพากษาหรือมีคำสั่งเป็นอย่างอื่น”

3.3.3 จากการศึกษาแนวคำวินิจฉัยของ คณะกรรมการกฤษฎีกา เรื่องเสรีจที่ 878/2551 เรื่อง การสรรหากรรมการสภามหาวิทยาลัยตามมาตรา 17 แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 คณะกรรมการกฤษฎีกา (คณะที่ 8) มีความเห็นว่า เมื่อกฎหมายบัญญัติขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการได้มาไว้อย่างชัดเจนแล้ว ย่อมไม่อาจตีความในทางขยายความให้แตกต่างหรือผิดเพี้ยนไปจากที่กฎหมายบัญญัติไว้ได้ เนื่องจากหลักการดังกล่าวมีเจตนารมณ์เพื่อให้ผู้ดำรงตำแหน่งสามารถปฏิบัติหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนดจนครบถ้วนครวระ โดยอิสระและไม่ต้องกังวลถึงการมีตัวบุคคลผู้ดำรงตำแหน่งใหม่ที่ได้รับการสรรหาหรืออยู่ก่อนครบครวระ จากกระบวนการสรรหาก่อนที่จะครบครวระ การดำเนินการสรรหาที่ดำเนินการไปตามข้อบังคับของแต่ละมหาวิทยาลัย ก่อนครบครวระการดำรงตำแหน่ง ย่อมไม่ชอบด้วยกฎหมาย จึงต้องสรรหาใหม่ทั้งหมด

ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า เมื่อพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 มีบทบัญญัติการได้มาซึ่งประธานส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยที่ใช้กับมหาวิทยาลัยราชภัฏทุกแห่ง แต่การตราข้อบังคับของมหาวิทยาลัยว่าด้วยการได้ซึ่งประธานส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยที่แตกต่างกันทำให้เกิดปัญหาตามมา จึงควรได้รับการแก้ไข

3.4 ผลการศึกษาเปรียบเทียบกับกฎหมายของมหาวิทยาลัยอื่น

3.4.1 พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2548 พบว่า ไม่ได้บัญญัติให้มีกรรมการสภามหาวิทยาลัยจากประธานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย แต่มาตรา 33 กำหนดให้มีคณะกรรมการส่งเสริมกิจการวิทยาเขต มีอำนาจหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะแก่วิทยาเขต เพื่อพัฒนาแนวทางการดำเนินงานของวิทยาเขต ส่งเสริมให้มีทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์

3.4.2 พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ พ.ศ. 2558 พบว่า ไม่ได้บัญญัติให้มีกรรมการสภามหาวิทยาลัยจากประธานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย

3.5 ผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

3.5.1 ประเด็นการกำหนดวิธีการได้มาให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัย พบว่า การกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการได้มาด้วยการตราเป็นข้อบังคับของมหาวิทยาลัย ทำให้มหาวิทยาลัยมีอิสระที่จะกำหนดให้มีความเหมาะสม เพื่อเปิดกว้างให้เป็นไปตามบริบทของมหาวิทยาลัยแต่ละแห่ง และมีอิสระเติบโตพอที่จะคิดและกำหนดเองได้ แต่สมควรจะกำหนดกรอบของการตราข้อบังคับของมหาวิทยาลัยให้มีเกณฑ์มาตรฐานในประเด็นสำคัญ เช่น คุณสมบัติของผู้มีสิทธิเลือก เป็นต้น และประธานคณะกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย จะต้องทำหน้าที่กำกับดูแลฝ่ายบริหารอย่างแท้จริง มิใช่ทำหน้าที่เพียงเพื่อประโยชน์ตอบแทน และควรกำหนดให้มีการเสนอชื่อและเลือกจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง

3.5.2 ประเด็นของการขัดกันแห่งผลประโยชน์ พบว่า เป็นไปโดยไม่เหมาะสม เพราะเป็นผู้มีส่วนเชื่อมโยงกับผลประโยชน์ซึ่งกันและกันอันเป็นการขัดกันแห่งผลประโยชน์หรือผลประโยชน์ทับซ้อน เพื่อให้มีโอกาสได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่ง จึงควรบัญญัติไว้ในกฎหมายโดยตรงเกี่ยวกับที่มาและอำนาจหน้าที่ จำกัดจำนวนแห่งที่จะดำรงตำแหน่ง เพื่อจะได้มีเวลาให้กับการทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่

3.5.3 ประเด็นการขาดการมีส่วนร่วมของประชาคม พบว่า องค์ประกอบของคณะกรรมการสรรหาต้องมาจากทุกภาคส่วน ทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้การสรรหามีความชอบธรรมในการเสนอชื่อบุคคลที่เหมาะสมในการดำรงตำแหน่ง ผลการหยั่งเสียงการมีส่วนร่วมจะต้องนำไปใช้ในการตัดสินใจเลือกผู้ดำรงตำแหน่ง กรรมการสรรหาเมื่อทำหน้าที่สรรหาแล้ว จะต้องไม่รับตำแหน่งใด ๆ ในฝ่ายบริหาร เพราะจะส่งผลให้เกิดผลประโยชน์ต่างตอบแทน จะต้องมีกระบวนการถ่วงดุลตรวจสอบตั้งแต่กระบวนการ

สรรหาตลอดไปจนถึงการทำหน้าที่ มิเช่นนั้นแล้ว จะกลายเป็นจับมือและเกาหลังเมื่อมีผลประโยชน์ร่วมกัน การทำหน้าที่จะถูกบิดเบือนเพื่อให้ได้ตำแหน่ง

4. อภิปรายผล

4.1 พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการได้มา วาระการดำรงตำแหน่ง ประธานกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย ให้ตราเป็น ข้อบังคับของมหาวิทยาลัยนั้น ก่อให้เกิดปัญหาทางกฎหมาย ตามหลักความยุติธรรมหรือหลักความเสมอภาค

4.2 ข้อบังคับของมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวกับกระบวนการ สรรหาที่ขาดหลักธรรมาภิบาล การขัดกันแห่งผลประโยชน์ หรือผลประโยชน์ทับซ้อน ขาดการมีส่วนร่วม ทำให้เกิดข้อ ขัดแย้งขึ้นในมหาวิทยาลัย ขาดการยอมรับของบุคลากรทั้ง ภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

4.3 ข้อบังคับของมหาวิทยาลัยที่ออกตามความใน พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 กำหนด หลักเกณฑ์และวิธีการได้มา วาระการดำรงตำแหน่งประธาน คณะกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยที่แตกต่างกันเป็น ปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไข

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ควรกำหนดเกณฑ์มาตรฐานของการตราข้อบังคับ ของมหาวิทยาลัยว่าด้วยการได้มาซึ่งประธานกรรมการ ส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย ให้มีความถูกต้องสอดคล้องกับ พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547

5.2 ควรกำหนดวาระการดำรงตำแหน่งของประธาน กรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัยให้ชัดเจน

5.3 ควรกำหนดให้คณะกรรมการสรรหาจากทุกภาค ส่วนทั้งภายนอกและภายใน เพื่อให้การสรรหามีความชอบ ธรรม รวมทั้งควรนำผลการหยั่งเสียงการมีส่วนร่วมไปใช้ในการ เลือกผู้ดำรงตำแหน่งด้วย

5.4 ควรกำหนดให้มีการเสนอชื่อและเลือกโดยผู้ที่มี หน้าที่โดยตรง เช่น กองพัฒนานักศึกษา สโมสรนักศึกษา เป็นต้น

6. เอกสารอ้างอิง

กฤษณพงศ์ กีรติกร. (2558). ชงตั้งอนุกรรมการฯ คุมธรร มาภิบาลมหาวิทยาลัย. ค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://www.dailynews.co.th>

ขจร จิตสุขุมมงคล. (2558). เตือนมหาวิทยาลัยใส่ใจธรร มาภิบาลในการบริหารงาน. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2558, จาก <http://www.dailynews.co.th>

ขติยา มหาสินธ์. (2555). ถึงเวลา...สังคายนา สภา มหาวิทยาลัย!?. **มติชนออนไลน์**. ค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2558, จาก [http://www.matichon.co.th/news_detail .php?newsid=1354950321](http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1354950321)

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ว่าด้วย คณะกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย พ.ศ. 2555 ข้อ 12. (2555). กาญจนบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ว่าด้วย คณะกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย พ.ศ. 2556 ข้อ 10. (2556). ศรีสะเกษ : มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ว่าด้วย คณะกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย พ.ศ. 2557 ข้อ 6 วรรคสอง. (2557). อุตรดิตถ์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ว่าด้วย คณะกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย พ.ศ. 2554 ข้อ 6 วรรคสาม. (2554). เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ว่าด้วย

คณะกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2557 ข้อ 8. (2557). อุดรดิตถ์ :

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.

สุเมธ รอยกุลเจริญ ตุลาการเจ้าของสำนวน คดีแดงที่

140/2548 ศาลปกครองพิษณุโลก.

บันทึกสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา เรื่องเสร็จที่

878/2551, เรื่อง การสรรหากรรมการสภา

มหาวิทยาลัยตามมาตรา 17 แห่ง

พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ

พ.ศ. 2547. จาก [http://app-](http://app-thca.krisdika.go.th/Naturesig/CheckSig?wichLaw=cmd&year=2551&lawPath=c2_0878_2551)

[thca.krisdika.go.th/Naturesig/CheckSig?w](http://app-thca.krisdika.go.th/Naturesig/CheckSig?wichLaw=cmd&year=2551&lawPath=c2_0878_2551)

[ichLaw=cmd&year=2551&lawPath=c2_](http://app-thca.krisdika.go.th/Naturesig/CheckSig?wichLaw=cmd&year=2551&lawPath=c2_0878_2551)

[0878_2551](http://app-thca.krisdika.go.th/Naturesig/CheckSig?wichLaw=cmd&year=2551&lawPath=c2_0878_2551)

ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องขอความร่วมมือใน

การกำหนดจำนวนและระยะเวลาในการดำรง

ตำแหน่งของนายกสภามหาวิทยาลัยและ

กรรมการสภามหาวิทยาลัย ลงวันที่ 4 ตุลาคม

2555.

ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องขอความร่วมมือใน

การกำหนดจำนวนและระยะเวลาในการดำรง

ตำแหน่งของนายกสภามหาวิทยาลัยและ

กรรมการสภามหาวิทยาลัย (ฉบับที่ 2) ลงวันที่

16 มกราคม 2556.

พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547. (2555,

กันยายน10). **มติชนรายวัน**, หน้า 22.

มติที่ประชุมคณะรัฐมนตรี (ครม.) เมื่อวันที่ 11 กันยายน

2555

วิชญ์ เครื่องาม. (2530). **ความรู้เบื้องต้นทางปรัชญา**.

กรุงเทพฯ : คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2563). ไทยเผชิญสงครามแย่งคน.

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. ค้นเมื่อ 15

กุมภาพันธ์ 2563,

[https://www.prachachat.net/education/](https://www.prachachat.net/education/news-421324)

[news-421324](https://www.prachachat.net/education/news-421324)

การศึกษาศักยภาพชุมชนด้านการบริหารจัดการที่พักแบบมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ในจังหวัดสระแก้ว

A Study of the Community Potential in the Management of Thailand Homestay Standards in
Sa Kaew Province

พัชราภรณ์ จันทระมาฏ¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินศักยภาพชุมชนด้านการบริหารจัดการที่พักแบบมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสระแก้ว โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ตามดัชนีชี้วัดมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย กำหนดให้มีดัชนีชี้วัดมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 10 ด้านและ 27 ดัชนีชี้วัด จากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว ด้านโฮมสเตย์ ด้านการจัดการ ด้านอาหารและโภชนาการ ด้านความปลอดภัย ด้านการตลาด และผู้ประกอบการ จำนวน 9 อำเภอ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ได้ผลสรุป คือ ผลรวมด้านอาหาร มีศักยภาพของชุมชนในภาพรวมระดับมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ผลรวมด้านอภัยศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน มีศักยภาพของชุมชนในภาพรวมระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ผลรวมด้านวัฒนธรรม มีศักยภาพของชุมชนในภาพรวมระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ผลรวมด้านที่พัก มีศักยภาพของชุมชนในภาพรวมระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ผลรวมด้านรายได้เสริมและการเชื่อมโยงธุรกิจชุมชน มีความศักยภาพของชุมชนในภาพรวมระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ผลรวมด้านความปลอดภัย มีศักยภาพของชุมชนในภาพรวมระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ผลรวมด้านการท่องเที่ยว มีศักยภาพของชุมชนในภาพรวมระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ผลรวมด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม มีศักยภาพของชุมชนในภาพรวมระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 ผลรวมด้านการบริหารของโฮมสเตย์ มีศักยภาพของชุมชนในภาพรวมระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 และ ผลรวมด้านการประชาสัมพันธ์ มีศักยภาพของชุมชนในภาพรวมระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ศักยภาพชุมชน มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จังหวัดสระแก้ว

Abstract

The purpose of this research was to study of the community potential in the management of Thailand homestay standards in Sa Kaew province using the quantitative research method. The data was collected by using questionnaires of 10 aspects of the Thailand homestay standard index and the 27 indexes from experts in tourism, homestay, management, food and nutrition, safety, marketing and

¹ สาขาวิชาการจัดการบริการและการโรงแรม วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์
E-mail : gifttour1984@gmail.com

entrepreneurs in 9 districts. The questionnaire was a rating scale using the means (\bar{x}) and standard deviation (S.D.). The results are as follows: community potential in the aspect of food is at the highest level of 4.06; the aspect of hospitality is at a high level of 4.05; the cultural aspect is at a high level of 3.75; the aspect of accommodation is at a high level of 3.73; the aspect of supplementary income and community business connection is at a high level of 3.63; the aspect of safety is at a high level of 3.51; the aspect of tourism is at a high level of 3.45; the aspect of the environment is at a moderate level of 3.31; the aspect of the homestay management is at a moderate level of 3.09; and the aspect of public relations is at a moderate level of 3.01.

Keywords: Community potential, Thailand Homestay Standard, Sa Kaew Province

วันที่รับบทความ : 9 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 2 พฤษภาคม 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 29 พฤษภาคม 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ประเทศไทยวางกรอบแนวทางที่สำคัญของยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ด้านการท่องเที่ยวตามยุทธศาสตร์การพัฒนากภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ โดยมีทิศทางการเปลี่ยนผ่านจากภาคเกษตรและอุตสาหกรรมไปสู่อุตสาหกรรมบริการเพิ่มขึ้น ภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ มีบทบาทสำคัญในการขยายตัวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 6 มากขึ้นตามลำดับนำไปสู่การเป็นชาติการค้าและบริการบนฐานดิจิทัล (Trading Nation) เน้นการท่องเที่ยวตลาดคุณภาพ การบริการคุณภาพ (สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, 2560) สนับสนุนกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน และขยายกิจกรรมที่พักรูปแบบโฮมสเตย์ (Homestay) เพิ่มขึ้น จึงได้มีการพัฒนาประเทศในด้านการท่องเที่ยวตามแผนยุทธศาสตร์ โดยมีเป้าหมายการพัฒนาประเทศมุ่งเน้นการรักษาสมดุลและการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเพื่อมุ่งสู่

เป้าหมายนักท่องเที่ยวคุณภาพ ให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นยกระดับการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น เพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจให้มากขึ้น เน้นการรับผิดชอบจากทุกภาคส่วน ภาครัฐบาล ภาคเอกชน และภาคประชาชนในชุมชนท้องถิ่น การมีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบทโดยยึดถือและปฏิบัติตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เกิดเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้บริการและจัดการทรัพยากรถือเป็นจุดขายที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) การมีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบทเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจกิจกรรมที่พักที่สัมผัสวัฒนธรรมชนบท ดังนั้น โฮมสเตย์ (Homestay) ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นการศึกษาแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมความเป็นอยู่วิถีชีวิตในชุมชน ที่เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาพักกับเจ้าของ โฮมสเตย์ (Homestay) จึงเป็นทางเลือกในตลาดการท่องเที่ยวซึ่งประเทศไทยมีจุดเด่นในเรื่องของยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยว และเป็นช่องทางหนึ่งเพื่อสร้างรายได้เสริมให้กับครอบครัว หรือสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับ

ชุมชนนั้นๆ ทั้งนี้ยังถือเป็นการช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ ออกสู่สายตาของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว, 2548) ที่ผ่านมามีการสร้างโฮมสเตย์ (Homestay) เกิดขึ้นมาแล้วนั้น หลายแห่งที่ไม่ประสบความสำเร็จในที่พักรูปแบบโฮมสเตย์ (Homestay) หลายแห่งยังขาดความร่วมมือจากชุมชนและแนวทางที่เหมาะสมในการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นหรือบางแห่งเมื่อเปิดรับนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวแล้วนั้นกลับส่งผลเสียด้านการท่องเที่ยวมากกว่าผลดีที่คาดว่าจะได้รับ อาทิ ทำให้สังคมวัฒนธรรมภายในชุมชนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเป็นสังคมชนบทกลับกลายเป็นการเปลี่ยนเข้าสู่สังคมเมืองมากขึ้น (กลุ่มงานส่งเสริมการท่องเที่ยวสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น, 2559)

จังหวัดสระแก้วเป็นจังหวัดเป้าหมายในการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจและเมือง ตามกรอบแนวทางที่สำคัญของยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและการแข่งขันในภาคธุรกิจบริการ เนื่องจากจังหวัดสระแก้วเป็นประตูเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เป็นการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการ ในการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจใหม่บริเวณชายแดน ในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวจากทั่วประเทศมากกว่าวันละ 50,000 คน เดินทางเข้าสู่ตลาดโรงเกลือและด่านชายแดนอรัญประเทศ เพื่อซื้อสินค้าจับจ่ายใช้สอยภายในตลาดโรงเกลือ (สำนักข่าวแห่งชาติกรมประชาสัมพันธ์, 2559) นอกจากนี้ จังหวัดสระแก้วได้รับจัดตั้งเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนของไทย เพื่อสร้างความสามารถในด้านการแข่งขันอันเป็นการขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี โดยสำนักงานส่งเสริมการลงทุน (BOI) มีนโยบายสนับสนุนการลงทุนประเภทกิจการที่ให้การส่งเสริมการลงทุนทั่วไป หมวด 7 ด้านกิจการบริการและสาธารณูปโภค เช่น โรงแรมที่พัก ที่มีบริการขยายตัวถึงร้อยละ

55 ในปี 2559 (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2560) และรายได้จากการท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 3 ล้านล้านบาท เป็นการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, 2560) ดังนั้นจึงทำให้ผู้วิจัยมีสนใจการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพชุมชนด้านการบริหารจัดการที่พักแบบมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสระแก้ว สอดคล้องกับพื้นที่เป้าหมายของมหาวิทยาลัยและสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติในการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาหรือสร้างความเข้มแข็งด้านสังคม ชุมชน ความมั่นคง และคุณภาพชีวิตประชาชนตามยุทธศาสตร์ชาติ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อประเมินศักยภาพชุมชนสำหรับสร้างรูปแบบการบริหารจัดการที่พักแบบมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสระแก้ว

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร

1) ประเมินศักยภาพสำหรับสร้างรูปแบบที่พักแบบโฮมสเตย์

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยโดยกระบวนการสนทนากลุ่ม และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ตามดัชนีชี้วัดมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย กำหนดให้มีดัชนีชี้วัดมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 10 ด้านและ 27 ดัชนีชี้วัด ที่เจาะจง (Purposive sampling) เลือกจากด้านการท่องเที่ยว ด้านโฮมสเตย์ ด้านการจัดการด้านอาหารและโภชนาการ ด้านความปลอดภัยด้านการตลาด และผู้ประกอบการ จำนวน 9 อำเภอ จำนวน 120 คน

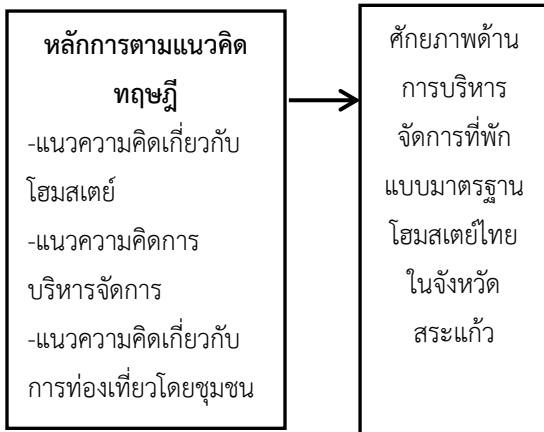
1.3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

เก็บรวบรวมข้อมูลและดำเนินการวิจัยในพื้นที่จังหวัดสระแก้ว

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ดำเนินการวิจัยเป็นระยะเวลา 1 ปี ระหว่าง 26 กุมภาพันธ์ 2561 – 25 กุมภาพันธ์ 2562

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ประเมินศักยภาพสำหรับสร้างรูปแบบที่พักแบบโฮมสเตย์

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยโดยกระบวนการสนทนากลุ่ม (Focus group Discussion) และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ดัชนีชี้วัดมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จากด้านการท่องเที่ยว ด้านโฮมสเตย์ ด้านการจัดการด้านอาหารและโภชนาการ ด้านความปลอดภัยด้านการตลาด และผู้ประกอบการ จำนวน 9 อำเภอ จำนวน 120 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามศึกษาศักยภาพชุมชนตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย โดยผู้วิจัยได้ประยุกต์ตัวชี้วัดมาจากแนวคิดตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ประกอบด้วย ดัชนีชี้วัดมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย กำหนดให้มีดัชนีชี้วัดมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 10 ด้านและ 27 ดัชนีชี้วัด ดังนี้

- 1) ด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด
- 2) ด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วย 2 ดัชนีชี้วัด
- 3) ด้านที่พัก ประกอบด้วย 4 ดัชนีชี้วัด
- 4) ด้านอาหาร ประกอบด้วย 4 ดัชนีชี้วัด
- 5) ด้านความปลอดภัย ประกอบด้วย 2 ดัชนีชี้วัด
- 6) ด้านอัตลักษณ์ไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิกในครัวเรือน ประกอบด้วย

- 2 ดัชนีชี้วัด
- 7) ด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด
- 8) ด้านรายได้เสริมและการเชื่อมโยงธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย 2 ดัชนีชี้วัด
- 9) ด้านการบริหารของโฮมสเตย์ ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด
- 10) ด้านการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด โดยกำหนดตัวเลือกคำตอบมี 5 ระดับ โดยมีระดับการวัดกำหนดค่าน้ำหนักตามวิธีของไลเคิร์ต (Likert, 1932 อ้างถึงใน ภิญญาพัชญ์ นาอภิบาล, 2560, หน้า 78)

3. สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามแสดงค่าร้อยละ ดังนี้

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	35	29.17
หญิง	85	70.83
รวม	120	100.00
2. อายุ		
20 – 30 ปี	23	19.17
31 – 40 ปี	14	11.67
41 – 50 ปี	28	23.33
51 – 60 ปี	55	45.83
รวม	120	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	28	23.33
ปริญญาตรี	81	67.50
สูงกว่าปริญญาตรี	11	9.17
รวม	120	100.00
4. อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	29	24.17
พนักงานราชการ	5	4.17
พนักงานบริษัทเอกชน	9	7.50
ลูกจ้างประจำ	12	10.00

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ลูกจ้างชั่วคราว	14	11.67
นักเรียน/นักศึกษา	3	2.50
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	18	15.00
รับจ้างทั่วไป	22	18.33
เกษตรกร	8	6.67
รวม	120	100.00
5. รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	13	10.83
10,000 – 15,000 บาท	63	52.50
15,001 – 20,000 บาท	24	20.00
20,000 บาทขึ้นไป	20	16.67
รวม	120	100.00

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลองค์ประกอบและตัวชี้วัดผลการวิเคราะห์ระดับการศึกษาศักยภาพชุมชนด้านการบริหารจัดการที่พักแบบมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสระแก้ว ภาพรวม

ตัวชี้วัด	n = 120		ระดับ ความ พร้อม
	\bar{x}	S.D.	
ด้านที่ 1 ด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม	3.31	0.77	ปานกลาง
ด้านที่ 2 ด้านวัฒนธรรม	3.75	1.14	มาก
ด้านที่ 3 ด้านที่พัก	3.73	0.92	มาก
ด้านที่ 4 ด้านอาหาร	4.06	0.82	มาก
ด้านที่ 5 ด้านความปลอดภัย	3.51	1.00	มาก
ด้านที่ 6 ด้านอสังหาริมทรัพย์ของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน	4.05	0.84	มาก
ด้านที่ 7 ด้านการท่องเที่ยว	3.45	0.89	มาก

ด้านที่ 8 ด้านรายได้เสริมและการเชื่อมโยงธุรกิจชุมชน	3.63	0.98	มาก
ด้านที่ 9 ด้านการบริหารของโฮมสเตย์	3.09	0.89	ปานกลาง
ด้านที่ 10 ด้านการประชาสัมพันธ์	3.01	1.12	ปานกลาง
รวม	3.56	0.94	มาก

4. อภิปรายผล

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือที่ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 (Questionnaire) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อคำถามที่เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check - list) จำนวน 5 ข้อ จากผลการวิจัย ข้อมูลส่วนบุคคล ที่มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ใช้วิธีหาแจกแจงความถี่ (Frequency) และสรุปผลออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลส่วนบุคคลที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 120 คน ผลสรุป คือ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 70.83 มีอายุมากกว่า 40 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 45.83 การศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 มีอาชีพรับจ้างทั่วไปจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 24.17 และมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 ส่วนที่ 2 การศึกษาศักยภาพชุมชนด้านการบริหารจัดการที่พักแบบมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสระแก้ว โดยวัดระดับความพร้อมของชุมชนในภาพรวม มีข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบด้วยดัชนีชี้วัดมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย กำหนดให้มีดัชนีชี้วัดมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 10 ด้านและ 27 ดัชนีชี้วัด ดังนี้

- 1) ด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 3 ดัชนี

ชีวิต 2) ด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วย 2 ดัชนีชีวิต 3) ด้านที่พัก ประกอบด้วย 4 ดัชนีชีวิต 4) ด้านอาหาร ประกอบด้วย 4 ดัชนีชีวิต 5) ด้านความปลอดภัย ประกอบด้วย 2 ดัชนีชีวิต 6) ด้านอสังหาริมทรัพย์ของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน ประกอบด้วย 2 ดัชนีชีวิต 7) ด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีชีวิต 8) ด้านรายได้เสริมและการเชื่อมโยงธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย 2 ดัชนีชีวิต 9) ด้านการบริหารของโฮมสเตย์ ประกอบด้วย 3 ดัชนีชีวิต 10) ด้านการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 3 ดัชนีชีวิต ผลการวิจัยรายด้านพบว่า 1) ด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ($\bar{x} = 3.31, S.D. = 0.77$) มีแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรมภายในจังหวัด 2) ด้านวัฒนธรรม ($\bar{x} = 3.75, S.D. = 1.14$) มีสิ่งบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม วิถีชีวิตดั้งเดิมของท้องถิ่น 5 ชาติพันธุ์ ได้แก่ เวียดนาม ไทยญ้อ จีน ลาว และกัมพูชา 3) ด้านที่พัก ($\bar{x} = 3.73, S.D. = 0.92$) มีบ้านพักพร้อมเข้าร่วมสร้างที่พักรูปแบบโฮมสเตย์ 4) ด้านอาหาร ($\bar{x} = 4.06, S.D. = 0.82$) จากวัตถุดิบท้องถิ่น เช่น ข้าวต้มต่าง มีอาหารเวียดนาม เช่น แหนมเนือง 5) ด้านความปลอดภัย ($\bar{x} = 3.51, S.D. = 1.00$) มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินสำหรับนักท่องเที่ยวเนื่องจากติดพรมแดนไทย-กัมพูชา 6) ด้านอสังหาริมทรัพย์ของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน ($\bar{x} = 4.05, S.D. = 0.84$) 7) ด้านการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.45, S.D. = 0.89$) มีประเพณีบายศรีสู่ขวัญข้าว งานสืบสานวัฒนธรรมเบ็ญจบุรพา 8) ด้านรายได้เสริมและการเชื่อมโยงธุรกิจ ($\bar{x} = 3.63, S.D. = 0.98$) แปรรูปสินค้าทางการเกษตรและสินค้าหัตถกรรม 9) ด้านการบริหารของโฮมสเตย์ ($\bar{x} = 3.09, S.D. = 0.89$) มีความสัมพันธ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ความปลอดภัย การท่องเที่ยว และการจัดการ 10) ด้านการ

ประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 3.01, S.D. = 1.12$) มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางช่องทางต่างๆ เช่น สื่อออนไลน์ ดังนั้นสรุปผลจากงานวิจัยพบว่า ด้านที่ 4 ด้านอาหาร ($\bar{x} = 4.06, S.D. = 0.82$) มีผลระดับมากรองลงมา ด้านที่ 6 ด้านอสังหาริมทรัพย์ของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน ($\bar{x} = 4.05, S.D. = 0.84$) มีผลระดับมากร ส่วนด้านที่ควรพัฒนาเพิ่มเติมต่อไป ด้านที่ 10 ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 3.01, S.D. = 1.12$) มีผลระดับปานกลาง ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชดา เพ็ชรชระ และกาญจน์พัฐุ กลับทับยัง (2558) เรื่อง ศึกษาศักยภาพด้านที่พักโฮมสเตย์เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่าประชาชนชุมชนค้นหาได้ ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุ 41-50 ปี อาชีพเกษตรกร รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 สถานภาพสมรส ไม่เคยรับรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโฮมสเตย์ในชุมชนค้นหาได้ ไม่เคยเข้ารับการอบรมเกี่ยวกับมาตรฐานการจัดการโฮมสเตย์ในชุมชนค้นหาได้ การจัดตั้งโฮมสเตย์ มีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนค้นหาได้ ประชาชนสนใจที่จะทำบ้านให้เป็นโฮมสเตย์และคัดค้านต่อการเกิดขึ้นของโฮมสเตย์ในชุมชนค้นหาได้ ระดับความคิดเห็นของประชาชนค้นหาได้เกี่ยวกับศักยภาพของชุมชนพบว่า ระดับความคิดเห็นของประชาชนในชุมชนค้นหาได้โดยรวมระดับความคิดเห็นอยู่ระดับมากและระดับความคิดเห็นของประชาชนชุมชนค้นหาได้เกี่ยวกับมาตรฐานการจัดการโฮมสเตย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงจากระดับความคิดเห็นสูงสุดไปหาต่ำสุด ระดับความคิดเห็นที่สูงที่สุดคือ ด้านความปลอดภัย รองลงมาด้านอสังหาริมทรัพย์ ด้านวัฒนธรรม ด้านอาหาร ด้านที่พัก ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่า ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านรายการนำเที่ยว และด้านการบริหารกลุ่มโฮมสเตย์ตามลำดับ

5. ข้อเสนอแนะ

1. จังหวัดสระแก้วมีความพร้อมในศักยภาพด้านการบริหารจัดการที่พิถีพิถันมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย เนื่องจากชุมชนสนใจและให้ความร่วมมือในการบริหารจัดการเป็นไปตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย สอดคล้องด้านอาหาร ด้านอ้อยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน ด้านวัฒนธรรม ด้านที่พัก ด้านรายได้เสริมและการเชื่อมโยงธุรกิจชุมชน ด้านความปลอดภัย ด้านการท่องเที่ยว ด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ด้านการบริหารของโฮมสเตย์ แต่ขาดด้านการประชาสัมพันธ์ทางหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนควรให้การสนับสนุนจัดสรรงบประมาณการประชาสัมพันธ์ต่อไป

2. จัดกิจกรรมส่งเสริมให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการโฮมสเตย์ เพื่อให้เยาวชนเห็นคุณค่าความสำคัญของวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ของชุมชนตนเอง

6. เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2548). **ระเบียบสำนักพัฒนาการท่องเที่ยวว่าด้วยการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์**. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง. (2560). **รายงานวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2579**. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). **สระแก้ว หลงรักประเทศไทย**. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น. (2559). **เอกสารประกอบการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์**. ขอนแก่น : ผู้แต่ง.

กัญญาพัชญ์ นาคภิบาล. (2560). **ศักยภาพชุมชนและการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนในภาคกลาง**. ปทุมธานี : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

รัชดา เพ็ชรชระ และกาญจนาพัฐ์ กลับทับลัง. (2558).

ศึกษาศักยภาพด้านที่พักโฮมสเตย์เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยว. นครราชสีมา : คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). **ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579)**. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

สำนักข่าวแห่งชาติกรมประชาสัมพันธ์. (2559). **รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว**. ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2560, จาก http://www.prd.go.th/more_news.php?cid=397&filename=ic.

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2560). **หมวด 7 ด้านกิจการบริการและสาธารณูปโภค**. ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561, จาก www.boei.go.th/upload/attachfile/investment/thai/section7.pdf.

สุวิมล ติรภานนท์. (2548). **การประเมินโครงการ : แนวทางสู่การปฏิบัติ**. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก

จังหวัดอ่างทอง

Motivation of Employee Performance of the Sub-district Administration Organizations in

Pamok, Angthong

กมลวรรณ ปานประดิษฐ์¹ และอดิสร ภู่อสาร²

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง 2) เปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง จำนวน 147 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถามแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ที่มีต่อค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .89 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าทีและการทดสอบค่าเอฟ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการศึกษาพบว่า 1) พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมากโดยเรียงลำดับ แรงจูงใจจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ด้านความเสมอภาคในหน่วยงาน ด้านผลตอบแทนในการปฏิบัติงาน และด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และ 2) พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทองที่มีเพศ อายุและรายได้แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ส่วนพนักงานที่มีระดับการศึกษา อายุงานและตำแหน่งงานแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล

Abstract

The purposes of this study are: 1) to investigate motivation of employee performance of the Sub-district Administration Organizations in Pamok District, Angthong; and 2) to compare levels of motivation of employee performance classified by personal factors. The samples are 147 employees of Sub-district Administration Organizations in Pamok District, Angthong. The instrument used for the

¹ หัวหน้าสำนักปลัด องค์การบริหารส่วนตำบลเอกราช อำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง E-mail : Kamonwan3156@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail : sorn1@hotmail.com

study is a five-point-scale questionnaire with the reliability at .89. The statistical tools used for data analysis are frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test with the statistically significant level specified at .05.

The results indicate that; 1) the motivation of employee performance of the Sub-district Administration Organizations in Pamok District, Angthong, as a whole is at a high level, ranking from the highest to the lowest as follows: relationship with colleagues, work environment, recognition, relationship with the commander, equality in agencies, performance compensation and career progress; 2) the employee with differences in gender, age and income showed differences of the level of motivation of employee performance of the Sub-district Administration Organizations in Pamok District, Angthong while differences in education, duration of work and career positions did not significantly affect the levels of such participation.

Keywords: performance motivation, employee of sub-district administration organization

วันที่รับบทความ : 9 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 4 พฤษภาคม 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 29 พฤษภาคม 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นเป็นระบบการกระจายอำนาจทางการปกครองไปสู่ท้องถิ่นให้มีหน้าที่ในการจัดการ แก้ไขปัญหาของชุมชนในท้องถิ่น สามารถดำเนินกิจกรรมสาธารณะตามอำนาจที่กฎหมายกำหนด เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่ท้องถิ่น ภายใต้หลักการแห่งความยืดหยุ่นและความคล่องตัว เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในการปกครองอย่างเต็มที่ ทำให้ประชาชนเกิดกระบวนการเรียนรู้วิถีประชาธิปไตย อีกทั้งทำให้ท้องถิ่นมีอิสระในการกำหนดนโยบาย การบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นของตนเองในระดับหนึ่ง

พนักงานส่วนตำบลเป็นผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งประกอบด้วยข้าราชการ ลูกจ้างประจำ พนักงานจ้างตามภารกิจ พนักงานจ้าง

ทั่วไป นับว่าเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลเพื่อให้ปฏิบัติการกิจบรรลुวัตถุประสงค์ตามเป้าหมาย มีอำนาจหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นให้เกิดความเจริญก้าวหน้า สามารถแก้ไขปัญหาได้ตามความต้องการของท้องถิ่น โดยที่แต่ละองค์การบริหารส่วนตำบลจะมีจำนวนพนักงานส่วนตำบลมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับปริมาณงานและคุณภาพของงาน ในองค์การบริหารส่วนตำบลสามารถแบ่งส่วนราชการได้ตามความเหมาะสมของความจำเป็นในพื้นที่ ในพื้นที่อำเภอป่าโมกจังหวัดอ่างทอง องค์การบริหารส่วนตำบลทุกแห่งจะมีส่วนราชการขั้นต่ำ 4 ส่วน คือ สำนักปลัด กองคลัง กองช่าง และกองการศึกษา โดยทุกกองจะมีภาระหน้าที่รับผิดชอบ ซึ่งเป็นหน้าที่ในการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนใน

ท้องถิ่น ปัจจัยสำเร็จในงานขององค์การบริหารส่วนตำบล มาจากประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ผลของความสำเร็จคือ ความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์การ เป็นส่วนสำคัญสำหรับการบริหารงานภายในองค์การ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีทักษะความสามารถมี ประสิทธิภาพในการทำงาน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการบริหารองค์การ ไม่ว่าจะ เป็นองค์การบริหารภาครัฐหรือองค์การภาคเอกชน มีหลักการสำคัญในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คือความ พยายามเสาะแสวงหาบุคคล เพื่อให้คนที่มีความรู้ ความสามารถเข้ามาทำงานภายในองค์การให้ได้ และ นอกเหนือจากนี้ ก็คือความจำเป็นต้องมีการรักษา ทรัพยากรมนุษย์เหล่านั้นไว้ให้อยู่กับองค์การ พร้อม เพิ่มพูนความรู้ความสามารถให้กับบุคลากรขององค์การ อยู่ตลอดเวลา (อรรถัย กักผล และ สุมาลย์ ขาวนา, 2550 หน้า 3)

การส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรมีขวัญกำลังใจ ที่ดีเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ซึ่ง หากพนักงานในองค์กรมีกำลังใจที่ดีในการปฏิบัติงาน จะ ช่วยให้พนักงานในองค์กรมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เกิดความพึงพอใจ ความรัก ความศรัทธา เสียสละทุ่มเท กำลังกาย กำลังใจ สติปัญญาเพื่อพัฒนางานที่ทำให้ เจริญก้าวหน้า ดังที่สุชารัตน์ ริกทองแดง (2553, หน้า 10) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจ หมายถึง พลังภายใน ของแต่ละบุคคลที่ ถูกกระตุ้นโดยบุคคลหรือ สภาพแวดล้อมให้แสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ออกมาเพื่อไปสู่เป้าหมายที่ตนเองต้องการหรือมีผู้นำมา ชักจูง ซึ่ง สุพานี สฤษฏ์วานิช (2552, หน้า 156) ได้ กล่าวถึงความสำคัญของแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เนื่องจากแรงจูงใจทำให้พนักงานมีความต้องการทำงาน ด้วยความตั้งอกตั้งใจ ทุ่มเทและใช้ความพยายามในการ ทำงานให้มีคุณภาพดีขึ้น ดำรงตนเป็นสมาชิกที่ดีของ

องค์การ สร้างสรรค์และพัฒนางานและองค์การ ตลอดจน คงอยู่กับองค์การอย่างยาวนาน

เฮอ์ส เบอ์ก (Herzberg, 1959) อ้างถึงใน เจียมจิตร ศรีฟ้า (2554, หน้า 12) ได้ทำการศึกษา เกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของบุคคลโดยกำหนด ปัญหาว่า คนเราต้องการอะไรจากงาน คำตอบที่พบคือ บุคคลต้องการความสุขจากการทำงาน เฮอ์สเบอ์ก จึงแยกองค์ประกอบที่เป็นแรงจูงใจในการทำงานเป็น 2 องค์ประกอบ คือ ปัจจัยจูงใจ และปัจจัยค้ำจุน

1. องค์ประกอบที่เกี่ยวกับงานโดยตรงที่ทำให้ เกิดแรงจูงใจในการทำงาน เรียกว่าปัจจัยจูงใจ ประกอบด้วยความสำเร็จในการทำงานของบุคคล, การ ได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการ ทำงาน, ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ, ความรับผิดชอบและความก้าวหน้าในงาน

2. องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมใน การทำงาน เรียกว่า ปัจจัยค้ำจุน ประกอบด้วย ผลตอบแทนในการทำงาน โอกาสความก้าวหน้า ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน สภาพภาพของอาชีพ นโยบายและการบริหารภายในองค์การ สภาพแวดล้อม ทางกายภาพของที่ทำงาน ความเป็นอยู่ส่วนตัว ความมั่นคงในงาน และวิธีการปกครองของผู้บริหาร

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานจึงประกอบด้วย ผลตอบแทนในการปฏิบัติงาน ความก้าวหน้าในหน้าที่ การงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ความเสมอภาคใน หน่วยงาน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความสัมพันธ์กับ ผู้บังคับบัญชา และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการ ปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขต

อำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1) ตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อายุงาน และประเภทของพนักงาน

2) ตัวแปรตาม ได้แก่ แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย ผลตอบแทน ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ความเสมอภาคในหน่วยงาน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

1.3.2 ขอบเขตด้านที่พื้นและประชากร

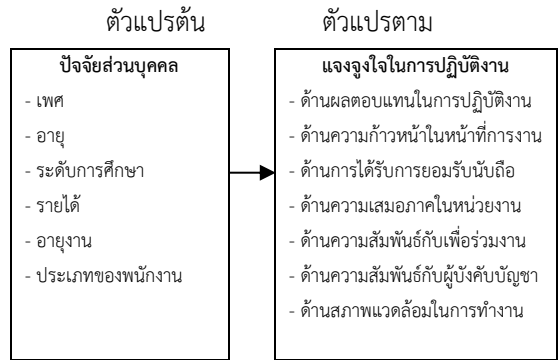
การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแรงจูงใจของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง จำนวน 6 แห่ง รวมประชากรทั้งสิ้น 147 คน ดังนี้

- 1) องค์การบริหารส่วนตำบลนรสิงห์ จำนวน 21 คน
- 2) องค์การบริหารส่วนตำบลโผงเผง จำนวน 30 คน
- 3) องค์การบริหารส่วนตำบลเอกราช จำนวน 28 คน
- 4) องค์การบริหารส่วนตำบลโรงช้าง จำนวน 20 คน
- 5) องค์การบริหารส่วนตำบลสายทอง จำนวน 30 คน
- 6) องค์การบริหารส่วนตำบลบางเสด็จ จำนวน 18 คน

1.4 สมมติฐานการวิจัย

พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



2. วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นประกอบด้วยเนื้อหา 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อายุงาน และประเภทของพนักงาน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล จำนวน 6 ด้าน จำนวน 34 ข้อ ดังนี้

- 1) ด้านผลตอบแทนในการปฏิบัติงาน จำนวน 5 ข้อ
- 2) ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน จำนวน 5 ข้อ
- 3) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ จำนวน 5 ข้อ
- 4) ด้านความเสมอภาคในหน่วยงาน จำนวน 4 ข้อ
- 5) ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน จำนวน 5 ข้อ
- 6) ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา จำนวน 5 ข้อ
- 7) ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอนุมานเพื่อใช้วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปร ได้แก่ t-test และ F-test โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. สรุปผลการวิจัย

3.1 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน, ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน, ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ, ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ด้านความเสมอภาคในหน่วยงาน ด้านผลตอบแทนในการปฏิบัติงาน และ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน หากพิจารณาถึงแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในแต่ละด้านได้ดังนี้

3.1.1 ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานในระดับมากในทุกประเด็น ดังนี้ ความพร้อมที่จะทำงานเป็นทีม, ความร่วมมือที่ดีในการทำงาน การได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน เมื่อมีภาระงานที่เร่งด่วน การมีอิสระในการแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของเพื่อนร่วมงานและได้มีโอกาสพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมงานอย่างสม่ำเสมอ

3.1.2 ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก หากพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่าพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในระดับมาก ในประเด็นสถานที่ทำงานปลอดภัยจากอาชญากรรม, สภาพแวดล้อมบรรยากาศในการทำงาน เช่น อุณหภูมิ แสงสว่าง เสียง และการถ่ายเทของอากาศมีความเหมาะสม, มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยและเพียงพอ, องค์การบริหารส่วนตำบลมีการจัดอาคารสถานที่อย่าง

เป็นสัดส่วน สำหรับประเด็นที่พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในระดับปานกลาง คือ การจัดมุมพักผ่อนขณะพักจากการปฏิบัติหน้าที่

3.1.3 ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านการได้รับการยอมรับนับถือโดยรวมอยู่ในระดับมาก หากพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในระดับมาก ในประเด็นประชาชนในพื้นที่ยอมรับการทำงานของพนักงาน, ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลในหน่วยงาน, การเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับงานได้อย่างเต็มที่, ผู้บริหารและเพื่อนร่วมงานยอมรับฟังข้อชี้แจงเมื่อพนักงานประสบปัญหาจากการทำงาน สำหรับประเด็นที่พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในระดับปานกลาง คือ การได้รับการยกย่องชมเชยจากผู้บังคับบัญชา

3.1.4 ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาอยู่ในระดับมากในทุกประเด็นดังนี้ ผู้บังคับบัญชาให้ความใกล้ชิดสนิทสนมและปฏิบัติตัวเป็นกันเองกับพนักงานเสมอ ผู้บังคับบัญชาส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาตนเองเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน, พนักงานมีความรู้สึกลัวผู้บังคับบัญชาให้ความไว้วางใจในการปฏิบัติงาน, พนักงานมีโอกาสได้พบและปรึกษาหารือกับผู้บังคับบัญชาได้เป็นอย่างดี และผู้บังคับบัญชาคอยให้คำแนะนำในการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ

3.1.5 ด้านความเสมอภาคในหน่วยงาน พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความเสมอภาคในหน่วยงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก หากพิจารณาในรายประเด็นพบว่าพนักงานองค์การ

บริหารส่วนตำบลมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในระดับมากในประเด็นได้รับมอบหมายงานจากความรู้ความสามารถและงานที่ได้รับมอบหมายมีมากกว่าหน่วยงานอื่น สำหรับประเด็นที่พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในระดับปานกลางคือ ผู้บังคับบัญชาจะมอบหมายงานให้กับผู้ใกล้ชิดและความเหมาะสมในการกระจายงานในแต่ละหน่วยงาน

3.1.6 ด้านผลตอบแทนในการปฏิบัติงาน พนักงานการบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านผลตอบแทนในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก หากพิจารณาในรายประเด็นพบว่าพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในระดับมากในประเด็นเงินเดือนที่ได้รับเหมาะสมกับปริมาณงาน, ความรวดเร็วในการเบิกจ่ายสวัสดิการและการได้รับความเป็นธรรมในการเลื่อนขั้นเงินเดือน สำหรับประเด็นที่พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในระดับปานกลางคือ เกณฑ์ในการจัดสวัสดิการให้กับพนักงานและเงินตอบแทนเป็นกรณีพิเศษ(โบนัส) เหมาะสมกับปริมาณงาน

3.1.7 ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง หากพิจารณาในรายประเด็นพบว่าพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในระดับมาก ประเด็นงานที่รับผิดชอบเอื้ออำนวยต่อความก้าวหน้าในอนาคต สำหรับประเด็นที่พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานระดับปานกลางคือ การมีโอกาสเข้าร่วมประชุมทางวิชาการ, พนักงานสายปฏิบัติการมีโอกาสเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น หน่วยงานสนับสนุนให้พนักงานสายปฏิบัติการสามารถเปลี่ยนสายงานได้ และการสนับสนุนให้พนักงานมีโอกาสได้ศึกษาต่อ

3.2 การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลมีผลการศึกษาดังนี้

3.2.1 พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง ที่มีเพศ อายุ และรายได้แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

3.2.2 พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง มีระดับการศึกษาอายุงาน และตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้

1) ระดับการศึกษา พบว่าพนักงานที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความสัมพันธ์กับเพื่อร่วมงานมากกว่าพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

2) อายุงาน พบว่าพนักงานที่มีอายุมากกว่ามีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความเสมอภาคในหน่วยงาน ความสัมพันธ์กับเพื่อร่วมงานและความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชามากกว่า พนักงานที่มีอายุน้อยกว่า

3) ตำแหน่งงาน พบว่าพนักงานที่มีตำแหน่งข้าราชการมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความก้าวหน้า สภาพแวดล้อมในการทำงานและความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมากกว่าพนักงานจ้างทั่วไป

4. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

4.1 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทองอยู่ในระดับมากในแต่ละประเด็นดังนี้

4.1.1 พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความสัมพันธ์กับเพื่อร่วมงานในระดับมากเนื่องจากในแต่ละองค์การบริหาร

ส่วนตำบลมีพนักงานจำนวนไม่มาก คือ 20-30 คน ทำให้สามารถสร้างความคุ้นเคยได้ง่าย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วัชร บัญพลอด (2551, หน้า 78) ที่ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดพะเยาที่พบว่าพนักงานมีความสัมพันธ์กับเพื่อร่วมงานดี เนื่องจากองค์กรขนาดเล็กทำให้มีการสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว และมีการช่วยเหลือเอื้ออาทรจากเพื่อนร่วมงานทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว

4.1.2 พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานในระดับมาก เนื่องจากองค์การบริหารส่วนตำบลได้รับการจัดสรรงบประมาณในการสร้างอาคารสถานที่ ตลอดจนการจัดซื้ออุปกรณ์สำนักงานเพียงพอต่อการใช้งาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กัลยา ยศคำลือ (2554, หน้า 117) ที่ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย พบว่า การจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีจะช่วยให้กระตุ้นให้เกิดความตื่นตัวในการปฏิบัติงานของพนักงาน ในขณะที่เดียวกันการศึกษาคั้งนี้พบประเด็นที่พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลมีแรงจูงใจในระดับปานกลาง คือ การจัดมุมพักผ่อนในขณะที่ปฏิบัติหน้าที่ ดังนั้นองค์การบริหารส่วนตำบลจึงควรจัดมุมพักผ่อนสำหรับพนักงานให้เป็นสัดส่วน เพื่อให้พนักงานที่ว่างเว้นจากการปฏิบัติหน้าที่หรือได้พักผ่อนในช่วงเวลาพักเที่ยงให้พ้นจากสายตาของประชาชนผู้มาติดต่อราชการ

4.1.3 พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านการได้รับการยอมรับนับถือในระดับมาก เนื่องจากพนักงานมีความรู้สึกภาคภูมิใจในการทำงานในบรรยากาศการทำงานที่ทั้งเพื่อร่วมงานและผู้บังคับบัญชาต่างยอมรับความคิดเห็นของกันและกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธาณี แสงจันทร์ (2553, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสังกัดที่ทำการปกครองจังหวัดอำนาจเจริญที่พบว่าบุคลากรมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับ

มากในด้านการได้รับการยอมรับจากเพื่อร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ในขณะที่การศึกษาคั้งนี้พบว่าพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลมีแรงจูงใจด้านการได้รับการยกย่องชมเชยจากผู้บังคับบัญชา

4.1.4 พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า ผู้บังคับบัญชาให้ความใกล้ชิดสนิทสนมและปฏิบัติตัวเป็นกันเองกับพนักงาน ให้ความไว้วางใจกับพนักงานในการปฏิบัติงาน ตลอดจนส่งเสริมให้พนักงานได้รับการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กัลยา ยศคำลือ (2554, หน้า 9) ที่ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย พบว่า ผู้บังคับบัญชาที่ดี เปิดโอกาสให้พนักงานได้ขอรับคำแนะนำ นอกเหนือจากเวลาปฏิบัติงานประจำ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ใต้บังคับบัญชาทุกระดับ และมีความยุติธรรมในการพิจารณาความดีความชอบ

4.1.5 พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความเสมอภาคในหน่วยงาน แสดงให้เห็นว่าผู้บังคับบัญชามอบหมายงานตามความรู้ความสามารถของพนักงาน พนักงานเกิดความมั่นใจและภาคภูมิใจในการทำงาน ในขณะที่การศึกษาคั้งนี้พบว่าผู้บังคับบัญชายังคงมอบหมายงานให้กับผู้ใกล้ชิดและความเหมาะสมในการกระจายงานของแต่ละหน่วยงาน ซึ่งอาจเกิดจากผู้บังคับบัญชายังคงเชื่อมั่นและไว้วางใจในการปฏิบัติงานบางสิ่งกับพนักงานที่ผู้บังคับบัญชาใกล้ชิดคุ้นเคย นอกจากนี้พนักงานอาจเปรียบเทียบงานของตนเองกับงานของหน่วยงานอื่น อันเนื่องจากการบริการประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลมีลักษณะงานที่แตกต่างกัน ช่วงเวลาในการบริการแก้ไขปัญหาของประชาชนอาจเป็นช่วงนอกเวลาทำการ จึงเกิดการเปรียบเทียบการปฏิบัติงาน แล้วเห็นว่าการงานของตนเองมีมากหรือน้อยกว่าหน่วยงานอื่น

4.1.6 พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านผลตอบแทนในการปฏิบัติงานในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าพนักงานมีความพึงพอใจต่อเงินเดือน สวัสดิการและความเป็นธรรมในการพิจารณาความดีความชอบ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภควรรช ธรรมพงศกร (2551, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบลอำเภอ บางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่พบว่า การได้รับผลตอบแทนที่ชัดเจนจะเป็นการยกระดับแรงจูงใจให้ดีขึ้น ช่วยให้เกิดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

4.1.7 พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากความก้าวหน้าในหน้าที่การงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล เกี่ยวกับการเปลี่ยนสายงาน การเลื่อนตำแหน่งมีข้อจำกัด ด้วยขนาดขององค์การบริหารส่วนตำบลที่เป็นไปตามพื้นที่รับผิดชอบ จำนวนประชากรในพื้นที่และรายได้ขององค์การทำให้ไม่สามารถกำหนดอัตรา ระดับของตำแหน่งให้สูงขึ้นได้ หากต้องการเลื่อนระดับตำแหน่งอาจต้องไปปฏิบัติงานในพื้นที่อื่นที่มีอัตรา ระดับตำแหน่งที่สูงขึ้นได้ และการศึกษายังพบว่าพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลยังขาดโอกาสด้านการเข้าฝึกอบรมทางวิชาการและการสนับสนุนให้มีโอกาสได้ศึกษาต่อ

4.2 การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

4.2.1 ระดับการศึกษา พบว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีแรงจูงใจด้านการปฏิบัติงานด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมากกว่าพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เนื่องจากพนักงานที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติงานภายในสำนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล จะมีโอกาสในการพบปะสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานทั้ง

สำนักงาน ทุกส่วนงาน ตลอดช่วงเวลากการทำงาน อีกทั้งยังมีอิสระในการตัดสินใจในงานแทนเพื่อนร่วมงานได้

4.2.2 อายุงาน พบว่า พนักงานที่มีอายุมากกว่า มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความเสมอภาคในหน่วยงาน, ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชามากกว่าพนักงานที่มีอายุน้อยกว่า เนื่องจากพนักงานที่มีอายุงานมาก มีประสบการณ์และทักษะในการปฏิบัติงานมาก อีกทั้งมีช่วงระยะเวลาที่พบปะคุ้นเคยกับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาได้มาก จึงได้รับความไว้วางใจในการปฏิบัติงานจากทั้งเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา

4.2.3 ตำแหน่งงาน พบว่า พนักงานที่มีตำแหน่งข้าราชการ มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความก้าวหน้า สภาพแวดล้อมในการทำงานและความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมากกว่าพนักงานจ้างทั่วไป เนื่องจากพนักงานที่มีตำแหน่งข้าราชการมีการกำหนดเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพชัดเจนกว่าพนักงานจ้างทั่วไป ซึ่งมีการระบุเวลาในการจ้างงานอย่างชัดเจน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วัชร บุญปลอด (2551, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดพะเยาที่พบว่าตำแหน่งงานลูกจ้างมีความไม่มั่นคงในตำแหน่งหน้าที่ การงานอาจถูกให้ออกจากงานได้ง่ายกว่าข้าราชการประจำ รวมถึงสวัสดิการที่ไม่เท่าเทียมกัน

5. ข้อเสนอแนะ

องค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง ควรดำเนินการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานดังนี้

5.1 ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ควรจัดมุมพักผ่อนออกเป็นสัดส่วน สำหรับเป็นที่พักผ่อนขณะพักจากการปฏิบัติหน้าที่

5.2 ด้านการยอมรับนับถือ ผู้บังคับบัญชาควรให้กำลังใจกับพนักงานด้วยการยกย่องชมเชยเมื่อพนักงานปฏิบัติงานบรรลุวัตถุประสงค์ของงาน

5.3 ด้านความเสมอภาคในหน่วยงาน ผู้บังคับบัญชามอบหมายงานตามความรู้ความสามารถของพนักงาน ให้โอกาสพนักงานได้พัฒนางานใหม่และกระจายงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลได้ทั่วถึงในทุกส่วนงาน

5.4 ด้านผลตอบแทนในการปฏิบัติงาน องค์การบริหารส่วนตำบลควรกำหนดเกณฑ์ในการจัดสวัสดิการและการพิจารณาเงินตอบแทนเป็นกรณีพิเศษ (โบนัส) ที่ชัดเจน

5.5 ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน องค์การบริหารส่วนตำบลควรจัดงบประมาณสนับสนุนพนักงานในการพัฒนาตนเองทางวิชาการ การปรับเปลี่ยนสายงานและตำแหน่งงานตามการพัฒนาตนเองของพนักงาน

6. เอกสารอ้างอิง

- กัลยา ยศคำลือ. (2553). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- เจียมจิตร ศรีฟ้า. (2554). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานบริหารโรงเรียนของผู้ช่วยผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษาที่เข้าสู่ตำแหน่งใหม่ สังกัดกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชา จิตวิทยาการศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ธานี แสงจันทร์. (2553). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสังกัดที่ทำการปกครองจังหวัดอำนาจเจริญ.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ

- มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
- ภควรรษ ธรรมพงศกร. (2551). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.** วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- วัชระ บุญปลอด. (2551). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดพะเยา.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ราย
- สุชาร์ตน์ รักทองแดง. (2553). **ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานและลูกจ้างสังกัดองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์.** วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- สุพานี สฤกษ์วานิช. (2552). **พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่ : แนวคิดและทฤษฎี (พิมพ์ครั้งที่ 2).** กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อรรถัย ก๊กผล และ สุมาลย์ ขาวนา. (2550). **รวมคิดร่วมปฏิรูป การบริหารงานส่วนท้องถิ่น.** นนทบุรี : สถาบันพระปกเกล้า

การศึกษาทักษะทางวิชาชีพบัญชีที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชี : กรณีศึกษา
นักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

The Study of the Influence of Accounting Professional Skills on the Successful
Performance of Accountants: A Case Study of Accountants in Bangkok
Metropolitan Region

สุลิตา สุปินะ¹ อรยา เรียบไธสงค์² และฉัตรรัตน์ วงษ์กาฬสินธุ์³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาทักษะทางวิชาชีพบัญชีที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชี ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) เพื่อศึกษาการปฏิบัติงานของนักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อเป็นแนวทางแก่นักบัญชีที่จะพัฒนาตนเองให้มีทักษะทางวิชาชีพบัญชีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยได้มาโดยการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้วิธีของ Taro Yamane โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 เครื่องมือ ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า นักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะทางวิชาชีพบัญชี โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการปฏิบัติงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับความคิดเห็นมากทุกด้านผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ พบว่า ทักษะทางวิชาชีพบัญชี ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะทาง วิชาการเชิง ปฏิบัติและหน้าที่งาน ด้านทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ด้านทักษะทางปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและการสื่อสาร ด้านทักษะทาง องค์การและการจัดการธุรกิจ ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานโดยรวม นักบัญชีที่ปฏิบัติงานทางบัญชีควรมี การพัฒนาด้านวิชาชีพอยู่เสมอโดยการเพิ่มพูนความรู้ ทักษะรวมไปถึงความชำนาญในการปฏิบัติงานด้านวิชาชีพ เพื่อประโยชน์ต่อตนเองในด้านความก้าวหน้าในหน้าที่และสามารถปฏิบัติงานได้ถูกต้องตามหลักมาตรฐานการบัญชี

คำสำคัญ : ทักษะทางวิชาชีพ, ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน นักบัญชี

¹ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

E-mail: slitasupinsupina@gmail.com

² สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ E-mail: onaung4561@gmail.com

³ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

E-mail: Thitirat@vru.ac.th

Abstract

The objectives of this research were to study the influence of accounting professional skills on the successful performance of accountants in Bangkok Metropolitan Region and to study the performance of accountants in Bangkok Metropolitan Region in order to be applied as the guidelines for self-development in accounting profession. The sample of this study was 400 accountants in Bangkok Metropolitan Region. The sample size was determined based on Taro Yamane's method with an error of 0.05. A questionnaire was used as a research instrument. The collected data was then analyzed by using statistics including mean, standard deviation, and multiple correlation analysis. The results of this research indicated that the overall opinion towards accounting professional skills was at a high level. When the individual aspects were considered, all aspects were at a high level. The overall opinion towards successful performance was at a high level. When individual aspects were considered, all aspects were at a high level. Multiple correlation analysis indicated that accounting professional skills, intellectual skills, academic and practical skills, personal characteristic skills, interaction with others and communication skills, organization and business management skills influenced the overall successful performance. Therefore, accountants should develop the accounting professional skills for enhancing their knowledge and develop the expertise in professional practice for self-benefit and work progress and the correct practice to comply with the accounting standards.

Keywords: Professional skills, Successful performance, Accountant

วันที่รับบทความ : 9 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 4 พฤษภาคม 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 29 พฤษภาคม 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ในปี 2558 ประเทศไทยได้เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ได้กำหนดให้จัดทำข้อตกลงยอมรับร่วมกันด้าน คุณสมบัติในสาขาวิชาชีพหลักเพื่ออำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายนักวิชาชีพ หรือ แรงงานเชี่ยวชาญข้อตกลงเรื่องการเคลื่อนย้ายแรงงานสามารถทำงานในกลุ่มประเทศอาเซียนทำให้อาชีพนักบัญชีได้รับความนิยมและยังเป็นอาชีพที่ตลาดแรงงาน

ต้องการและในการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่จะต้องมีนักบัญชีทำงานด้านบัญชีเพื่อวางแผนทางด้านบัญชีและจัดทำงบการเงินใช้ในการวางแผนธุรกิจเพื่อดำเนินธุรกิจให้เจริญก้าวหน้าและขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวางอาชีพนักบัญชียังคงเป็นที่ต้องการทั้งในหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนให้สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ในฐานะเป็นหน่วยงานที่ดูแลวิชาชีพบัญชีได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการยกระดับคุณภาพของ

วิชาชีพบัญชีไทย จึงได้ดำเนินมาตรการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของนักบัญชีไทยโดยการออกมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจำนวน 8 ฉบับ หนึ่งในนั้นคือมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีฉบับที่ 3 เรื่อง ทักษะทางวิชาชีพบัญชีซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพบัญชีเพื่อให้ความรู้และทักษะด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล นักบัญชีจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพบัญชี (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2559)

ทักษะทางวิชาชีพบัญชีเป็นตัวบ่งชี้ขั้นพื้นฐานในการวัดความสามารถและความชำนาญประเภทต่าง ๆ จำเป็น ได้แก่ ความรู้ทางวิชาชีพ ทักษะ ค่านิยม จรรยาบรรณ ทศนคติและแนวคิดทางวิชาชีพ เป็นแนวทางในการปฏิบัติได้อย่างเหมาะสม นักบัญชีจำเป็นต้องมีทักษะเฉพาะด้านอื่น ๆ และทักษะในการทำงานเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพแบ่งเป็น ทักษะทางวิชาชีพ 5 ประเภท ทักษะทางปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่งาน ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ทักษะทางปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและ การสื่อสารและทักษะทางองค์การและการจัดการธุรกิจทักษะทางวิชาชีพบัญชีสามารถนำไปปรับและประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้ผลงานออกมามีประสิทธิภาพและบรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กรจึงจำเป็นจะต้องมีทักษะทางวิชาชีพและทักษะเฉพาะด้านเพื่อให้เกิดความสำเร็จในการปฏิบัติงานและทำให้งานมีประสิทธิภาพ

ความสำเร็จในการปฏิบัติงานเป็นการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่ได้กำหนดไว้เป็นที่น่าพอใจแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการพัฒนาตนเองเพื่อความสำเร็จในชีวิต ความตั้งใจในการปฏิบัติงานมี

เป้าหมายในการพัฒนาการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องนำไปสู่การปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและสามารถนำไปสู่ความก้าวหน้าในอาชีพ

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาทักษะทางวิชาชีพบัญชีที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชี ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการพัฒนาทักษะวิชาชีพบัญชีของตนเองและเพื่อการปฏิบัติงานของนักบัญชีมีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาทักษะทางวิชาชีพบัญชีที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.2.2 เพื่อศึกษาการปฏิบัติงานของนักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การศึกษาทักษะทางวิชาชีพที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชี เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ จึงใช้แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยดังกล่าวมาเป็นตัวกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้ (ปริยากร ปรีโยทัย และสุภัทรธร ทวีจันทร์, 2559)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธี ตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2549) กำหนดความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการแจกแบบสอบถามคือ การนำแบบสอบถามไปแจกแก่นักบัญชีในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลและมีการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อความสะดวกในการตอบแบบสอบถามและเป็นการกระจายแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด

$$n = \frac{32048}{1 + 32048 (0.05)^2}$$

$$n \approx 396$$

$$n = 400$$

1.4.2 ขอบเขตด้านการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาทักษะทางวิชาชีพที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชี ได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรต้น คือ ทักษะทางวิชาชีพการบัญชี แบ่งเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วยด้านทักษะทางด้านปัญญา ด้านทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่ ด้านทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ด้านทักษะทางปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและการสื่อสาร และด้านทักษะทางองค์การและการจัดการธุรกิจ

ตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน แบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความรวดเร็วในการทำงาน

ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน และ ด้านการปฏิบัติงานเชื่อถือได้

1.5 สมมติฐานการวิจัย

ทักษะทางวิชาชีพบัญชีมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชีในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

2. วิธีการดำเนินการวิจัย

2.1 กระบวนการและการเลือกกลุ่มประชากร

2.1.1. ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งหมดจำนวน 32,048 คน (กรมการค้าพัฒนาธุรกิจ. 2561: เว็บไซต์)

2.1.2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ นักบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากจำนวนกลุ่มประชากรตัวอย่างมีอยู่เป็นจำนวนมาก จึงใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้วิธีของ Taro Yamane โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นจำนวน 400 คน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2549, หน้า 178)

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างและพัฒนาขึ้น โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะทั่วไปส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะทางวิชาชีพบัญชี มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน

ประมาณค่า (Rating scale) ตามแนวของ ลิเคิร์ท (Likert) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ มีเนื้อหาแบ่งเป็น 5 ด้าน จำนวน 15 ข้อ ได้แก่ ด้านทักษะทางปัญญา จำนวน 3 ข้อ ด้านทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าทำงานจำนวน 3 ข้อ ด้านทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล จำนวน 3 ข้อ ด้านทักษะทางปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและการสื่อสารจำนวน 3 ข้อ และด้านทักษะทางองค์การและการจัดการธุรกิจ จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชี มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามแนวของ ลิเคิร์ท (Likert) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับมีเนื้อหาแบ่งเป็น 3 ด้าน จำนวน 9 ข้อ ได้แก่ ด้านความรวดเร็วในการทำงาน จำนวน 3 ข้อ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน จำนวน 3 ข้อและด้านการปฏิบัติงานต้องเชื่อถือได้ จำนวน 3 ข้อ

ผู้วิจัยได้มีการทดสอบ ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับนักบัญชี จำนวน 30 ชุด เพื่อหาความสอดคล้องภายในด้วยการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเป็นค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาและมีค่าแอลฟาเท่ากับ 0.88

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Google Form) ให้กับ นักบัญชีจำนวน 160 ชุด และได้ดำเนินการแจกให้กับนักบัญชีในเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวน 159 คน ได้รับแบบสอบถามทั้งสิ้น 319 ชุด ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 60 วัน ตั้งแต่วันที่ 25 สิงหาคม ถึงวันที่ 24 ตุลาคม 2562 ซึ่งเป็นคิดเป็นร้อยละ 80 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งหากได้น้อยกว่าร้อยละ 80 ผู้วิจัยจะต้องดำเนินการติดตามเพื่อให้ได้

แบบสอบถามกลับคืนมามากที่สุด (ชั้นติยาภรณ์ เจริญอนันต์:2554)

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

2.4.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะทางวิชาชีพบัญชี และ ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.4.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะทางวิชาชีพบัญชีที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการถดถอยพหุคูณ (multiple Linear Regression)

3. สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะทางวิชาชีพบัญชีโดยรวม และเป็นรายด้านของนักบัญชีในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะทางวิชาชีพบัญชีโดยรวม และเป็นรายด้านของนักบัญชีในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

ทักษะทางวิชาชีพ	(\bar{x})	S.D.	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะทางวิชาชีพบัญชี
1. ด้านทักษะทางปัญญา	3.81	0.69	มาก
2. ด้านทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าทำงาน	3.89	0.75	มาก
3. ด้านทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล	4.03	0.69	มาก
4. ด้านทักษะทางปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและการสื่อสาร	3.80	0.69	มาก
5. ด้านทักษะทางองค์การและการจัดการธุรกิจ	3.95	0.71	มาก
รวม	3.89	0.70	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า นักบัญชีในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทักษะทางวิชาชีพบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.89) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจาก

มากไปหาน้อย 3 ลำดับแรกดังนี้ ด้านทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ($\bar{X} = 4.03$) ด้านทักษะทางองค์การและการจัดการธุรกิจ ($\bar{X} = 3.95$) และด้านทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่งาน ($\bar{X} = 3.89$)

ส่วนที่2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการปฏิบัติงานของ นักบัญชีในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลแสดงดังตารางที่2

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการปฏิบัติงานโดยรวม และเป็นรายด้านของนักบัญชีในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชี	(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชี
ด้านความรวดเร็วในการทำงาน	4.01	0.67	มาก
ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน	3.76	0.75	มาก
ด้านการปฏิบัติงานต้องเชื่อถือได้	3.98	0.73	มาก
รวม	3.91	0.72	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า นักบัญชี ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการปฏิบัติงานโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความรวดเร็วในการทำงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) รองลงมา การการปฏิบัติงานต้องเชื่อถือได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณและการสร้างสมการพยากรณ์ของทักษะทางวิชาชีพบัญชีที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชี ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลแสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชี ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

ทักษะทางวิชาชีพบัญชี	ความสำเร็จในการปฏิบัติงานโดยรวม		t	p
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (Constant)	0.382	0.115	3.317	0.000
1.ทักษะทางปัญญา	0.098	0.035	2.852	0.001*
2.ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่งาน	0.127	0.030	4.223	0.005*
3.ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล	0.137	0.042	3.260	0.000*
4.ทักษะทางปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและการสื่อสาร	0.177	0.039	4.520	0.001*
5.ทักษะทางองค์การและการจัดการธุรกิจ	0.359	0.041	8.743	0.000*

F = 204.364 p = 0.000 AdjR² = 0.761

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ทักษะทางวิชาชีพบัญชี ด้านทักษะทางปัญญา (Y1) ด้านทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่งาน (Y2) ด้านทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล (Y3) ด้านทักษะทางปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและการสื่อสาร (Y4) ด้านทักษะทางองค์การและการจัดการธุรกิจ (Y5) ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติที่ 1 2 3 4 และ 5

ผู้วิจัยได้สร้างสมการพยากรณ์ต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานโดยรวม ดังนี้

$$OPE = 0.382 + 0.098 (Y1) + 0.127 (Y2) + 0.137 (Y3) + 0.177 (Y4) + 0.359 (Y5)$$

จากสมการที่ได้นี้สมการพยากรณ์ความสำเร็จในการปฏิบัติงานโดยรวม (OPE) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (F = 204.364 p = 0.000) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ Adjusted R² เท่ากับ 0.761

4. อภิปรายผล

4.1 นักบัญชีในเขตกรุงเทพและปริมณฑลมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะทางวิชาชีพบัญชีโดยรวมด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติ และหน้าที่ ด้านทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ด้านทักษะทางปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและการสื่อสาร ด้านทักษะทางองค์การและการจัดการธุรกิจ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากนักบัญชีจำเป็นต้องพัฒนาและเรียนรู้ทักษะทางด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากความรู้ที่มีอยู่ให้มีความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานด้านบัญชีผิดพลาดน้อยที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของปริยากร ปรีโยทัย และ สุภัทรชร ทวีจันทร์ (2560) ได้กล่าวว่า ผู้มีทักษะทางด้านปัญญาค่อนข้างสูง จะทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ เชื่อถือได้ มีคุณภาพและทันต่อเวลา ภายใต้กฎเกณฑ์ตามหลักการประเมินของกรมบัญชีกลาง หารายงานทางการเงินและผลการดำเนินงานได้รับการยอมรับจากสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยของน้ำฝน ตุ่มนิลกาล (2551) ได้กล่าวว่า นักบัญชีมีความสามารถในการจัดทำรายงานและปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ข้อบังคับ กฎหมาย ที่กำหนดไว้ได้อย่างถูกต้องตามกำหนดเวลาที่ได้มีการตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2551) ได้กล่าวว่า เป็นผู้มีความสามารถในการปรับตัว สามารถจัดการกับอารมณ์และปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมได้ดีและมีความสามารถในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของวันวิสาห์ เดชภูมิ (2559, หน้า 50) ได้กล่าวว่า ทักษะทางการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และการสื่อสาร คือ ต้องการผู้ทำบัญชีที่มีการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ในกระบวนการปรึกษาหารือกันเพื่อแก้ปัญหาความขัดแย้ง และสามารถทำงานในที่ที่มีวัฒนธรรมต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของกรรณิกา ลำลือ (2552) ได้กล่าวว่า

คุณสมบัติที่เด่นชัดของผู้บริหารด้านบัญชีจะต้องมีความสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ สามารถตัดสินใจและแก้ไขปัญหาหรือหาข้อยุติเพื่อลดความขัดแย้ง โดยสามารถทำงานเป็นทีมร่วมกับผู้อื่นได้ มีความสามารถในการจัดแบ่งหน้าที่งาน และมีภาวะเป็นผู้นำมีกระบวนการสามารถการวางแผนเชิงกลยุทธ์และทักษะการจัดการได้ดี

4.2 นักบัญชีในเขตกรุงเทพและปริมณฑลมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านความรวดเร็วในการทำงาน ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน และด้านการปฏิบัติงานต้องเชื่อถือได้ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากความสำเร็จในการปฏิบัติงานเป็นตัวชี้วัดถึงผลงานที่การทำงานที่ใช้ ความรู้ ความสามารถ และความชำนาญของนักบัญชีที่สะสมมาจากการประสบการณ์การปฏิบัติงานสอดคล้องกับงานวิจัยของสมใจ ลักษณะ (2546, หน้า 7) ได้กล่าวว่า นักบัญชีที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน คือ นักบัญชีที่มีความตั้งใจในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ สามารถใช้กลวิธีหรือเทคนิคในการทำงานที่จะทำผลงานได้ให้ดีขึ้นและมีคุณภาพเป็นที่น่าพอใจ โดยเป็น นักบัญชีที่มีความสุขและพอใจในการทำงาน มีความพอใจจะพัฒนาศักยภาพและคุณภาพของผลงานตัวเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของอลงกรณ มีสุทธา และ สมิต สัจฉกร (2544) ได้กล่าวว่า ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน (Practice Success) เป็นการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่ได้กำหนดขึ้นของแต่ละองค์กร ซึ่งมีสำรวจข้อผิดพลาดและนำมาปรับปรุงในการพัฒนาตนเองเพื่อก้าวหน้าไปสู่ความสำเร็จในชีวิตหน้าที่การงาน มีการตั้งเป้าหมายวางแผนงานก่อนล่วงหน้าเพื่อลดความผิดพลาดและมีการพัฒนาการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอไปสู่ความก้าวหน้าในอาชีพการงานและมีค่าตอบแทนที่สูงขึ้น เกิดความพึงพอใจและมี

ความสุขในการปฏิบัติงานและเป้าหมายที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาลวี เชาว์พานิช และ อนุชา พุทธิกุลศาสตร์ (2554) ได้กล่าวว่า คุณลักษณะผู้ทำ บัญชีที่มีด้านความสามารถของนักบัญชีแตกต่างกัน เนื่องจากนักบัญชีที่ปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่มี ระยะเวลาดำเนินงานเป็นเวลานานย่อมต้อง มี ประสบการณ์ ในการทำงานและมีโอกาสทั้งที่ประสบ ความสำเร็จในองค์กรและสามารถนำพ่องค์กรไปสู่ ความสำเร็จได้ ย่อมเป็นเหตุผลในการเลือกผู้ทำบัญชีที่มี คุณสมบัติและความสามารถเหมาะสมกับการดำเนินงาน และวัฒนธรรมขององค์กร เพื่อให้การปฏิบัติงานในการ จัดทำงบการเงินมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และนำพา องค์กรบรรลุผลตามเป้าหมาย

4.3 ทักษะทางวิชาชีพบัญชีส่งผลต่อความสำเร็จใน การปฏิบัติงานของนักบัญชีภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากความสามารถและความชำนาญในงานทางด้าน บัญชีและการนำความรู้ทางวิชาชีพบัญชี ทักษะ ค่านิยม จรรยาบรรณ ทศนคติและแนวคิดทางวิชาชีพบัญชีไป ปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพใน สภาพแวดล้อมการทำงาน นักบัญชีจำเป็นต้องมีทักษะ ทางวิชาชีพบัญชีและทักษะเฉพาะด้าน ทักษะในการ ทำงานเยี่ยงผู้ประกอบการวิจัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจนจิรา ชันแก้ว (2556) ได้กล่าวว่า ผู้ประกอบการมีความคาดหวังต่อคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้าน คุณธรรมจริยธรรมความรับผิดชอบตนเองและวิชาชีพ ของบัณฑิตสาขาวิชาการบัญชี เรื่องความสามารถในการ ปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบการบัญชี ในด้านความละเอียดรอบคอบ ความแม่นยำ อยู่ ในระดับมากที่สุด และมีความคาดหวัง ในอยู่ระดับมาก คือ สามารถคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ความรู้และ ประสบการณ์ทางวิชาชีพบัญชีอย่างเป็นระบบ ความสามารถหรือคำนวณมูลค่าของสินทรัพย์ หนี้สิน

รายได้ ค่าใช้จ่ายได้อย่างถูกต้องตามหลักทางบัญชี และ ความเข้าใจเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการทำบัญชีในด้านการ วางระบบบัญชีและสารสนเทศทางการบัญชีและด้าน โลกทัศน์ที่กว้างไกล ความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาการเอง ทั้งด้านความรู้ และทักษะวิชาชีพบัญชีอย่างต่อเนื่อง และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้และปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น หรือที่มีความคิดเห็นที่ต่างกันได้

4.4 จากผลการวิจัย ทักษะทางวิชาชีพบัญชีมี ความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนัก บัญชีในเขตกรุงเทพและปริมณฑลเชิงบวกโดยรวม เนื่องจากนักบัญชีที่นักบัญชีจะประสบความสำเร็จ ในการปฏิบัติงานนั้นจำเป็นต้องนำทักษะทางวิชาชีพ บัญชีทั้ง 5 ด้านนำมาใช้ในการปฏิบัติงานจึงจะประสบ ความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของกรณิการ์ ลำลือ (2553) ได้กล่าวว่า ทักษะทางปัญญาต้องมีความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวข้องกับการทำบัญชีในด้านการคำนวณต้นทุน ทักษะ ทางวิชาการเชิงปฏิบัติ และหน้าที่งานมี ความสามารถวัดคำนวณมูลค่า สินทรัพย์ หนี้สิน รายได้ ค่าใช้จ่ายได้อย่างถูกต้องและมีความเชื่อถือได้ ทักษะคุณ ลักษณะเฉพาะบุคคลต้องมีทักษะหรือ ความชำนาญในการ จัดการตนเอง เช่น การควบคุมอารมณ์ให้คงที่เมื่อ ประสบปัญหาที่งาน หรือเพื่อนร่วมงานและมีการ วางแผนงานเพื่อให้งานเกิดความรวดเร็ว ทักษะทางการ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร สามารถ ทำงานร่วมกับผู้อื่น ในการปรึกษาหารือเพื่อแก้ปัญหา ความขัดแย้ง และทักษะทางการบริหารองค์กรและการ จัดการธุรกิจมีความสามารถจัดแบ่งหน้าที่งานและมี ภาวะเป็นผู้นำจึงจะสามารถปฏิบัติให้ประสบผลสำเร็จ ตามที่องค์กรกำหนดไว้

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

5.1.1 นักบัญชีควรให้ความสำคัญกับทักษะทางวิชาชีพบัญชี โดยรวม ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่งาน ด้านทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ด้านทักษะทางปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและการสื่อสาร ด้านทักษะทางองค์การและการจัดการธุรกิจ เนื่องจากทักษะเหล่านี้จะนำมาซึ่งการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. นักบัญชีควรนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาตนเองสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.2.1. ผู้ที่วิจัยควรศึกษาทักษะทางวิชาชีพบัญชีอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชี

5.2.2. ระยะเวลาในการศึกษาที่ค่อนข้างจำกัด และเป็นบัณฑิต วิทยาลัยด้านบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม.

6. เอกสารอ้างอิง

กันตยา เพิ่มผล. (2541). การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561). จำนวน ผู้ทำบัญชีในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. ใน วารสารการประชุมปี กรมพัฒนาธุรกิจการค้า มกราคม – กุมภาพันธ์ 2560. ณ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ,กรุงเทพฯ.

กรรณิการ์ ลำลือ. (2552). คุณสมบัติของนักบัญชีที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาบัญชี, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชัตติยาภรณ์ เจริญอนันต์. (2554). การศึกษาการวางแผนประชาสัมพันธ์ในการรับนักศึกษา ระดับอุดมของคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. รายงานวิจัย. สงขลา : คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ณัชชา ม่วงพุ่ม. (2559, มิถุนายน 17). ความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงานของลูกจ้างชั่วคราวในหน่วยงานองค์การมหาชน. ใน การประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 3 ก้าวสู่ทศวรรษที่ 2: บูรณาการงานวิจัย ใช้องค์ความรู้ สู่วิชาชีพยั่งยืน (หน้า 145 – 152). ณ วิทยาลัยนครราชสีมา, นครราชสีมา.

น้ำฝน ตุ่มนิลกาล. (2551). ความต้องการเกี่ยวกับคุณสมบัตินักบัญชีตามมาตรฐานการบัญชีของสถานประกอบการประเภทโรงงานอุตสาหกรรม. บัณฑิตวิทยาลัยด้านบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม.

ปรียากร ปรีโยทัย และสุภัทธร ทวีจันทร์. (2560, กรกฎาคม-กันยายน). ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะทางวิชาชีพ บัญชีกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของ นักบัญชีในสถานศึกษา สังกัดส านักงาน คณะกรรมการการอาชีวศึกษาในประเทศไทย. วารสารราชธานี นวัตกรรมทาง สังคมศาสตร์, 1(2), 8-20.

ปาลวีเชวาร์พานิช และ อนุชา พุฒิกุลสาคร. (2554).

**คุณลักษณะผู้ทำบัญชีที่พึงประสงค์ของ
ผู้ประกอบการธุรกิจในเขตอำเภอเมือง
กาฬสินธุ์.** มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
อีสาน วิทยาเขตกาฬสินธุ์.

วันวิสาข์ เดชภูมิ. (2559). **ทักษะทางวิชาชีพบัญชีของ**

**ผู้ทำบัญชีที่ธุรกิจในเขตจังหวัดขอนแก่น
ต้องการ.** การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต
สาขาการบัญชี, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2549). **การตลาด**

บริการ. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร

สมใจ ลักษณะ .(2546). **การพัฒนาประสิทธิภาพใน**

การทำงาน. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ :
ธนรัชการพิมพ์.

สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2557).

**มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ ฉบับ
ที่3 (ฉบับปรับปรุง).** กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2557). **การ**

**พัฒนาตัวบ่งชี้เพื่อกำกับติดตามการจัดการ
อุดมศึกษาตามกรอบมาตรฐานการ
อุดมศึกษาและกรอบแผนอุดมศึกษา.**
กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

อลงกรณ์ มีสุธา และสมิต สัจฉกร. (2544).

การประเมินผลการปฏิบัติงาน. กรุงเทพฯ :
สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

เจนจิรา ชันแก้ว. (2556). **ความคาดหวังของ**

**ผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ต่อลักษณะอันพึงประสงค์ของบัณฑิต
สาขาวิชาการบัญชี.**

FEU Academic Review, 7(2), 151 –

159.

ศักยภาพและความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

The Potential and Strength of Community Enterprises in Ayutthaya Province

ชเนตตี พุ่มพฤษ์¹ และนฤมล อนุสนธิ์พัทธ์²

บทคัดย่อ

การวิจัย เรื่อง ศักยภาพและความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาศักยภาพและความเข้มแข็งในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเปรียบเทียบการดำเนินงานระหว่างวิสาหกิจชุมชนในลักษณะเชิงวัฒนธรรมและสังคมท้องถิ่นกับวิสาหกิจชุมชนที่มีมุ่งแสวงหาผลกำไรและส่งเสริมอาชีพแก่กลุ่มสมาชิกในชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภายใต้ระเบียบวิธีวิจัยที่เริ่มต้นตั้งแต่การกำหนดขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) ในการสุ่มตัวอย่าง ตั้งแต่สุ่มวิสาหกิจชุมชนระดับอำเภอ สุ่มตัวอย่างวิสาหกิจชุมชนระดับตำบล ในกระบวนการแรกนี้ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างเพื่อเลือกอำเภอ วิธีวิทยาการวิจัยในรูปแบบการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยที่มุ่งเน้นไปที่ลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการสังเกตการณ์กระบวนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ด้วยการเข้าไปมีส่วนร่วมและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกประธานวิสาหกิจชุมชน และสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนที่สุ่มมาด้วยวิธีการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) เพิ่มอีกวิสาหกิจชุมชนละ 10 คน รวมจำนวนสมาชิกที่เข้าร่วมการให้สัมภาษณ์ 160 คน สำหรับคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชน ผู้นำวิสาหกิจชุมชนเก็บข้อมูลเพิ่มเติมด้วยวิธีการอภิปรายกลุ่ม (Focus Group) เป็นการนำเสนอผลการประเมินความเข้มแข็งและศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 2 รูปแบบ อันได้แก่ วิสาหกิจชุมชนที่มีการดำเนินกิจกรรมในลักษณะเชิงวัฒนธรรมและสังคมท้องถิ่น และวิสาหกิจชุมชนในลักษณะเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการชุมชน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนทั้งสองประเภทอย่างชัดเจน จากการศึกษาทั้งสองประเภทได้รับการยอมรับโดยกลุ่มสมาชิกในชุมชน มีสัญญาณในการแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของชุมชนได้เป็นอย่างดี โดยอาศัยทุนทางสังคมผนวกกับการใช้ทรัพยากรพื้นฐานจากในชุมชน

คำสำคัญ : ศักยภาพและความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชน การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

Abstract

The objectives of the research on the potential and strength of community enterprises in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province are to study the potential and operational strength of community

¹ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

E-mail : Chanattee@gmail.com

² สาขาวิชาการพัฒนาชุมชนและสังคม ภาควิชาสังคมศาสตร์คณศึกษามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

E-mail : giftrb70@yahoo.com

enterprises in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, and to compare the operations between the community enterprises in the form of cultural and local societies and the community enterprises seeking to make profits and promote careers for the members of the community in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The research methodology starts from the determination of the multistage sampling procedure in sampling from random of the community enterprises at the district level and the sub-district level. The research methodology is in the form of purposive sampling based on the decision of the researchers focusing on the characteristics of the selected group according to the research objectives. The researchers collected data by observing the operational process of the community enterprises, getting involved in the community enterprises, having an in-depth interview with the president of the community enterprises. Ten members of each community enterprise were randomly selected by the accidental sampling method. A total of 160 participants were interviewed by the community enterprise committee. The community enterprise leaders gathered the additional information through the focus group discussion presenting two evaluation forms of strength and potential of community enterprises in Phra Nakhon Si Ayutthaya province as the community enterprises conducting cultural and locally social activities, and community enterprises in the commercial nature of community entrepreneurs. The results clearly show the potential and strength of both types of community enterprises. As both types of community enterprises are accepted by community members, there are signs to solve problems and meet the needs of the community very well by using social capital combined with the use of basic resources from the community.

Keywords: The potential and strength of community enterprises, Enterprises, Organizational Performance

วันที่รับบทความ : 9 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 28 พฤษภาคม 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 29 พฤษภาคม 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) กล่าวถึงยุทธศาสตร์ที่สำคัญ คือ ยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ได้แก่ 1. การเพิ่มโอกาสให้กับกลุ่มเป้าหมายประชากรร้อยละ 40 ที่มีรายได้ต่ำสุดให้สามารถเข้าถึงบริการที่มี

คุณภาพของรัฐ และมีอาชีพ 2. การกระจายการให้บริการภาครัฐทั้งด้านการศึกษาสาธารณสุข และสวัสดิการที่มีคุณภาพให้ครอบคลุมและทั่วถึง และ 3. การเสริมสร้างศักยภาพชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และการสร้างความเข้มแข็งการเงินฐานรากตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ มีสิทธิในการจัดการทุน ที่ดินและทรัพยากรภายในชุมชน

และยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ได้แก่ 1). การบริหารจัดการเศรษฐกิจส่วนรวม 2). การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการถือเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งแก่ภาคประชาชนของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม แนวคิดการสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งชุมชน มุ่งเน้นกลุ่มคนที่มีวิถีชีวิตเกี่ยวพันกัน และมีการติดต่อสื่อสารเกี่ยวข้องกันอย่างเป็นปึกติดเนื้อเอื้อ อันเนื่องมาจากการอยู่ในพื้นที่ร่วมกันหรือมีอาชีพร่วมกันหรือการประกอบกิจการซึ่งมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน หรือการมีวัฒนธรรมความเชื่อ หรือความสนใจร่วมกัน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560, หน้า 18) โดยการดำเนินชีวิตทางเศรษฐกิจที่เป็นรากฐานแต่เดิมของคนในชุมชนนั้น เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจจากตัวเองสู่ครอบครัว เป็นวิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน เมื่อเติบโตขึ้นจนกลายเป็นวิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า สู่กระบวนการแห่งการแลกเปลี่ยนที่มีความซับซ้อนกันมากขึ้น อย่างไรก็ตามในการดำเนินวิสาหกิจชุมชนในแต่ละพื้นที่มีบริบทที่แตกต่างกัน ทั้งสภาพสาธารณูปโภคพื้นฐานของชุมชน วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ตลอดจนสภาพทางภูมิสังคม ความสำคัญขงวิสาหกิจชุมชนเป็นส่วนสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีให้กับเศรษฐกิจฐานราก (จักรพงษ์ นวลชื่น, 2560, หน้า 2)

การสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งแก่ภาคประชาชนมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาความสามารถในการดำเนินงานขององค์กรชุมชน ในงานวิจัยนี้หมายถึงวิสาหกิจชุมชนจากพระราชดำริที่สำคัญประการหนึ่งของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชเกี่ยวกับการสร้างความแข็งแรงให้ชุมชน ด้วยการสร้างโครงสร้างพื้นฐานหลักที่จำเป็นต่อการผลิต อันจะเป็นรากฐานนำไปสู่การพึ่งตนเองได้ในระยะยาว โครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ คือ แหล่งน้ำ เพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่ที่ต้องพึ่งพาอาศัยน้ำฝนจกได้มีโอกาสที่จะมีผลิตผลได้ตลอดปี ซึ่งเป็นเงื่อนไขปัจจัย

สำคัญที่จะทำให้ชุมชนพึ่งตนเองได้ในเรื่องอาหารได้ระดับหนึ่ง และเมื่อชุมชนแข็งแรงพร้อมดีแล้ว ก็อาจจะมีโครงสร้างโครงสร้างพื้นฐานอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการยกระดับรายได้ของชุมชน เช่น เส้นทางคมนาคม ฯลฯ ซึ่งการพัฒนาในลักษณะที่เป็นการมุ่งเตรียมชุมชนให้พร้อมต่อการติดต่อสัมพันธ์กับโลกภายนอกอย่างเป็นขั้นตอนนี้ทรงเรียกว่า การระเบิดจากข้างใน ซึ่งเรื่องนี้พระองค์ทรงอธิบายว่า การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องทำตามลำดับขั้นตอน ต้องสร้างพื้นฐาน คือ ความพอมี พอกิน พอใช้ของประชาชนส่วนใหญ่เป็นเบื้องต้นก่อนโดยใช้วิธีการและอุปกรณ์ที่ประหยัด แต่ถูกต้องตามหลักวิชาการ เมื่อได้พื้นฐานมั่นคงพร้อมพอควรและปฏิบัติได้แล้ว จึงค่อยสร้างค่อยเสริมความเจริญและฐานะเศรษฐกิจขั้นที่สูงขึ้นโดยลำดับ (มูลนิธิชัยพัฒนา, 2561)

นอกจากนั้นความสำคัญของศักยภาพและความเข้มแข็งชุมชนยังถูกระบุในกลไกการพัฒนาประเทศไทยตามหลักการประเทศไทย 4.0 ซึ่งอยู่ภายใต้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ที่มุ่งเน้นการสร้าง ความเข้มแข็งของชุมชนและเครือข่าย การทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งที่ยั่งยืน สามารถบริหารจัดการชุมชนได้ด้วยตนเอง คือสามารถแก้ปัญหาและสนองตอบความต้องการของชุมชนได้ด้วยตนเอง ด้วยการส่งเสริมให้ชุมชนหรือประชาชนในชุมชนทำงานร่วมกันใน 5 กิจกรรมดังต่อไปนี้ 1). เก็บข้อมูลศึกษาชุมชน 2). วิเคราะห์ข้อมูลปัญหาความต้องการ 3). กำหนดแนวทาง/กิจกรรม 4). ดำเนินงานตามแผน 5). ติดตามประเมินผลร่วมกันได้ด้วยตนเอง (สำนักวิจัยและพัฒนาระบบงานบุคคล สำนักงาน ก.พ. ,2560, หน้า 7)

ด้วยเหตุผลประการทั้งปวงประเด็นสำคัญนำไปสู่ การศึกษาสำคัญดังนี้ ประการที่หนึ่ง วิสาหกิจชุมชนทั้งสองประเภทมีการดำเนินงานแตกต่างกันเช่นไรแตกต่างกันอย่างไร ประการที่สอง จงระบุตัวชี้วัดทางความสามารถในการดำเนินงานที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนทั้งสองประเภทของท่านสามารถไปสู่ความเข้มแข็งได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาศักยภาพและความเข้มแข็งในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.2.2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินงานระหว่างวิสาหกิจชุมชนในลักษณะเชิงวัฒนธรรมและสังคมท้องถิ่นกับวิสาหกิจชุมชนที่มีมุ่งแสวงหาผลกำไรและส่งเสริมอาชีพแก่กลุ่มสมาชิกในชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ด้านพื้นที่ของการวิจัย คือ พื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ อำเภอพระนครศรีอยุธยา, อำเภอบางบาล, อำเภอบางปะอิน, อำเภอบางปะหัน, อำเภอบางไทร, อำเภอผักไห่, อำเภอภาชี, อำเภอลาดบัวหลวง, อำเภอวังน้อย, อำเภอเสนา, อำเภอบางซ้าย, อำเภออุทัย, อำเภอพระราช และอำเภอบ้านแพรกด้านช่วงเวลาของการศึกษา

1.3.2 ด้านระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยระหว่างวันที่ 1 เมษายน 2561 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2562

1.3.3 ด้านเนื้อหาของการวิจัย เป็นมุ่งศึกษาศักยภาพและความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาตามที่กำหนดในวัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.4 ด้านประชากร กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด 380 วิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ลงทะเบียนในระบบ สารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร

1.4 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน 1 : ศักยภาพและความเข้มแข็งส่งผลกระทบต่อเชิงบวกในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐาน 2 : หากเปรียบเทียบการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในลักษณะเชิงวัฒนธรรมและสังคมท้องถิ่นส่งผลเชิงบวกที่ดีกว่าวิสาหกิจชุมชนที่มีมุ่ง

แสวงหาผลกำไรและส่งเสริมอาชีพแก่กลุ่มสมาชิกในชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นพื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากผู้วิจัยเป็นส่วนหนึ่งประชากรของชุมชนท้องถิ่นจังหวัดพระนครศรีอยุธยาสำหรับวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีจำนวนทั้งสิ้น 155 ราย (กองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, 2561) โดยผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) โดยกระบวนการสุ่มตัวอย่าง ตั้งแต่สุ่มวิสาหกิจชุมชนระดับอำเภอสุ่มตัวอย่างวิสาหกิจชุมชนระดับตำบล ในกระบวนการเริ่มแรกผู้วิจัยดำเนินการสุ่มตัวอย่างเพื่อเลือกอำเภอในการศึกษา ทั้งนี้ผลการสุ่มตัวอย่างออกมาเป็นอำเภอพระนครศรีอยุธยา ซึ่งพื้นที่อำเภอพระนครศรีอยุธยามีวิสาหกิจชุมชนรวมทั้งสิ้น 16 วิสาหกิจชุมชน ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร, วิสาหกิจชุมชนไบลานประดิษฐ์, วิสาหกิจชุมชนขนมไทย, วิสาหกิจชุมชนดอกไม้จากต้นโสนหางไก่, วิสาหกิจชุมชนปลูกข้าวโพดเทียนบ้านเกาะ, วิสาหกิจชุมชนต่อเรือจำลอง, วิสาหกิจชุมชนแชมพูสมุนไพรไทย, วิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์จากดิน ตำบลลุมพลี, วิสาหกิจชุมชนรูปหอมสมุนไพร, วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตเสื้อผ้ามุสลิมคลองจาม, วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพผลิตเนื้อสวรรค์, วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านตำบลหอรตันไชย, วิสาหกิจชุมชนสตรีโรงลาด, วิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทยบ้านเพนียด, วิสาหกิจชุมชนบังอิรมอน โรตีสายไหม และวิสาหกิจชุมชนมุสลิมตออีปาร์เป็นกลุ่มเป้าหมายของการวิจัยในครั้งนี้พบว่า หากเก็บข้อมูลกับประชากรทุกกลุ่มวิสาหกิจนั้น อาจทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่ายที่สูงมากและบางครั้งเป็นเรื่องที่ต้องตัดสินใจภายในเวลาจำกัด อาจส่งผลต่อข้อมูลและผลการวิจัยในลักษณะที่เรียกว่า Bias ดังนั้น

ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาเฉพาะบางส่วนของประชากรที่มีความจำเป็นและมีความโดดเด่นในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยรูปแบบการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการพิจารณาของผู้วิจัยโดยตรงที่เน้นลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย และอาศัยความชำนาญและประสบการณ์ของตัวผู้วิจัยในฐานะเป็นอาจารย์สายวิชาการในศาสตร์สังคมศาสตร์ที่เชี่ยวชาญด้านการวิจัยทางด้านชุมชนและท้องถิ่น

ต่อมาภายหลังที่ได้กำหนดกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อการวิจัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการสังเกตการณ์กระบวนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนทั้ง 16 วิสาหกิจชุมชนด้วยการเข้าไปมีส่วนร่วมใช้เวลาเข้าสังเกตการณ์ 14 วันต่อ 1 วิสาหกิจชุมชน และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ประธานวิสาหกิจชุมชน และสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนที่สุ่มโดยอาศัยวิธีการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) อีกจำนวนวิสาหกิจชุมชนละ 10 คน ทำให้รวมมีจำนวนสมาชิกที่เข้าร่วมสัมภาษณ์ 160 คน อย่างไรก็ตามในส่วนของคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชน ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมโดยอาศัยวิธีการอภิปรายกลุ่ม (Focus Group) เข้ามาช่วยอีกด้วย

สำหรับการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีการนำข้อมูลทุติยภูมิมาทำวิเคราะห์ประกอบด้วย ข้อมูลทุติยภูมิเหล่านี้ ได้แก่ ประวัติความเป็นมา วัตถุประสงค์ เป้าหมาย โครงสร้างองค์กรชุมชน โครงการที่ดำเนินการมา รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการ เอกสารแผนการดำเนินงานและการปฏิบัติงาน รายงานการประชุม เอกสารด้านงบประมาณ เช่น แหล่งที่มางบประมาณ หลักฐานการใช้จ่ายงบประมาณ และรายงานผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเชิงผลิตภาพและผลลัพธ์ รวมถึงเอกสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ทางเว็บไซต์ของวิสาหกิจชุมชน

อย่างไรก็ตามข้อมูลที่เก็บรวบรวมทั้งหมดดำเนินการวิเคราะห์ด้านเนื้อหาสาระ จัดหมวดหมู่และการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของเนื้อหาสาระและหมวดหมู่ต่าง ๆ พร้อมทั้งการบรรยายเปรียบเทียบ เพื่อสะท้อนและตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในลักษณะเชิงวัฒนธรรมและสังคมท้องถิ่นกับวิสาหกิจชุมชนที่มีมุ่งแสวงหาผลกำไรและส่งเสริมอาชีพแก่กลุ่มสมาชิกในชุมชน

3. อภิปรายผล

ความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนในด้านความสามารถในการดำเนินงานแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะประกอบด้วย 1). การดำเนินงานที่เน้นกิจกรรมลักษณะเชิงวัฒนธรรมและสังคมท้องถิ่น 2). การดำเนินงานที่เน้นกิจกรรมลักษณะที่มุ่งแสวงหาผลกำไร โดยวิเคราะห์จากแนวคิดจากการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน รวมถึงเอกสาร วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจนได้รับข้อสรุปสำคัญที่เกิดจากการศึกษาศักยภาพและความเข้มแข็งในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การเปรียบเทียบที่ก่อให้เกิดตัวชี้วัดศักยภาพการดำเนินงานระหว่างวิสาหกิจชุมชนในลักษณะเชิงวัฒนธรรมและสังคมท้องถิ่นกับวิสาหกิจชุมชนที่มีมุ่งแสวงหาผลกำไรและส่งเสริมอาชีพแก่กลุ่มสมาชิกในชุมชนต่อไป

จากการทบทวนเอกสาร วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจากนักวิชาการทั้งประเทศไทยและต่างประเทศ ต่างอธิบายตรงกัน วิสาหกิจชุมชนควรต้องดำเนินงานด้วยบริบทของชุมชนตนเอง ภายใต้รากฐานสำคัญทั้งสภาพแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่และอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น ดังเช่นที่สัญญา เคนาภูมิ (2558) ได้อธิบายถึงวิสาหกิจชุมชนเป็นรูปแบบการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่เอื้อกับชาวบ้านดำรงชีวิตได้มั่นคงและเข้มแข็ง วิสาหกิจชุมชนเน้นเรื่องการบริหารจัดการเป็นกิจกรรมสร้างรายได้รูปแบบหนึ่งที่มีขนาดเล็กกว่าวิสาหกิจขนาดย่อมโดย

ผลผลิตจะเกิดจากสินทรัพย์ชุมชน ภายใต้ความร่วมมืออย่างมีส่วนร่วมสอดคล้องกับนักวิชาการต่างประเทศ เจมส์ แอล เกรย์ (2551) ได้กำหนดการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนว่าเป็นกระบวนการที่รวบรวมเอาความห่วงกังวล ความต้องการและค่านิยมต่าง ๆ ของสาธารณชนไว้ อยู่ในกระบวนการตัดสินใจของรัฐและเอกชน เป็นการสื่อสารสองทาง และเป็น การมีปฏิสัมพันธ์ที่มีเป้าหมายเพื่อการตัดสินใจที่ดีกว่าและที่ได้รับการสนับสนุนจากสาธารณชน โดยอาศัยการบริหารจัดการโดยชุมชนตนเอง สอดคล้องกับแนวคิดของ ประเวศ วะสี (อ้างถึงใน กรมพัฒนาชุมชน, 2561, หน้า 2) ซึ่งว่า องค์กรชุมชนที่รวมตัวกันเป็นเครือข่าย อาจเป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นเอง หรือมี องค์กรพัฒนาเอกชน ราชการ เข้าไปสนับสนุนกิจกรรมที่ สอดคล้องกันเป็นกลุ่มก้อน หรือรวมปัญหาหลายๆ ปัญหาเข้าด้วยกัน มีการยอมรับผู้นำคนหนึ่งเข้ามา เป็นหัวหน้าและยอมรับฟังคำสั่งต่าง ๆ นอกจากนั้น สำนักวิชาการ (2561, หน้า 6-7) ได้กำหนดลักษณะ สำคัญของวิสาหกิจชุมชนในปัจจุบันว่า เป็นการ ดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ ใน ลักษณะเป็นเครือข่ายอย่างเป็นระบบมีกระบวนการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อไปสู่เป้าหมายของครอบครัวและ สมาชิกของชุมชนในการพึ่งพาตนเอง สอดคล้องกับการศึกษาของ พัฒนพงศ์ สุกิจปาณีนิจ (2552, หน้า 1) ที่ได้อธิบายถึงแนวคิดสำคัญอีกประการหนึ่งของการ พัฒนาชุมชนท้องถิ่น โดยการจัดสรรทรัพยากรของชุมชน ในส่วนของทุนทางสังคมในมิติทางเศรษฐกิจ สังคมและ สิ่งแวดล้อม

จากแนวคิดข้างต้นสามารถสรุปได้ถึงการ ดำเนินงานและตัวชี้วัดศักยภาพการดำเนินงานระหว่าง วิสาหกิจชุมชนในลักษณะเชิงวัฒนธรรมและสังคมท้องถิ่น กับวิสาหกิจชุมชนที่มีมุ่งแสวงหาผลกำไรและส่งเสริม อาชีพแก่กลุ่มสมาชิกในชุมชน โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประสิทธิผลของเป้าหมายและ ผลที่เกิดจากการร่วมมือภายใต้วัตถุประสงค์เดียวกัน

2. การกำหนดกระบวนการจัดการในกิจกรรม โดยอาศัยพื้นฐานการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนท้องถิ่น เป็นหลักในลักษณะข้อกำหนด นโยบายจากภาครัฐและ เอกชน

3. การบริหารจัดการโดยชุมชนตนเอง มีการตั้ง คณะกรรมการและกำหนดรูปแบบองค์กร

4. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การเชื่อมโยง เครือข่ายระหว่างสมาชิก ชุมชนและระหว่างวิสาหกิจ ชุมชน

5. การจัดสรรทรัพยากรอย่างสอดคล้องกับ วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นภายใต้ทุนทางสังคมชุมชนที่ มีความจุดเด่นของตนเอง

6. การสร้างคุณค่าทางสังคมในรูปแบบ เครือข่ายและการเชื่อมโยงจากค่านิยมทางสังคมร่วมกัน

7. การดำเนินงานอย่างมีภาวะผู้นำ สามารถ ชี้นำและชักนำ กล่าวตัดสินใจ กระจายข้อมูลข่าวสาร เสียสละมีความคิดสร้างสรรค์เชิงพัฒนาเพื่อสร้างการมี ส่วนร่วมได้ในวิสาหกิจชุมชน

8. มีความรับผิดชอบต่อสังคมการดำเนินงาน ระหว่างวิสาหกิจชุมชนในลักษณะเชิงวัฒนธรรมและ สังคมท้องถิ่นกับวิสาหกิจชุมชนที่มีมุ่งแสวงหาผลกำไร และส่งเสริมอาชีพแก่กลุ่มสมาชิกในชุมชนจาก การวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมนั้น ทั้งจาก ข้อมูลปฐม ภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วย ข้อมูลจากการเฝ้า ติดตามสังเกตการณ์การทำงานขององค์กรชุมชน และจากการ สัมภาษณ์ผู้นำและสมาชิกของวิสาหกิจ ชุมชน ทำให้ได้ข้อสรุปว่า วิสาหกิจชุมชนอำเภอ พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีบทบาท และความเข้มแข็งในการทำงานและมีผลงานที่เป็น ประโยชน์ต่อชุมชน วิสาหกิจชุมชนทั้งสองประเภทไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องความเข้มแข็งและความมุ่งมั่นใน การทำงานเพื่อส่วนรวม ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้พบ ตัวชี้วัดที่ประเมินให้เห็นถึงความเข้มแข็งของวิสาหกิจ ชุมชนทั้ง 16 แห่ง ดังต่อไปนี้

1) สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 16 แห่งมีความร่วมมือร่วมใจกัน ทั้งระหว่างสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนชุมชน และกับประชาชนทั่วไปภายในชุมชนเป็นอย่างดี เนื่องจากพื้นฐานและโครงสร้างทางสังคมที่มีความสัมพันธ์ในลักษณะเครือญาติและสร้างแรงยึดเหนี่ยวเชิงวัฒนธรรมทางสังคม ทำให้เกิดความไว้วางใจกัน อีกทั้งก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในระดับชุมชนอีกด้วย

2) สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนมีค่านิยมทางสังคมร่วมกัน ได้แก่ มีความเอื้ออาทรต่อกัน มีความเป็นอิสระทางความคิดภายใต้หลักความเสมอภาคในการทำงานบนพื้นฐานของเป้าหมายเดียวกัน ลักษณะดังกล่าวทำให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

3) โครงสร้างวิสาหกิจชุมชนและรูปแบบวิถีดำเนินงานมีลักษณะไม่เป็นทางการเนื่องอิทธิพลของวัฒนธรรมในลักษณะเครือญาติที่กล่าวข้างต้นและวิถีชีวิตของคนในชุมชนและท้องถิ่น สำหรับการทำงานของคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนแต่ละคนนั้นยังสามารถดำเนินการภายใต้กรอบของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีลักษณะเป็นธรรมชาติและสอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นอีกด้วย

4) สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงจากภายนอกในหลายด้าน โดยเฉพาะด้านความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านนโยบายของรัฐบาล เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองทั้งระดับประเทศและระดับท้องถิ่นส่งผลให้ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกิดโอกาสที่ดีในการร่วมพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

5) วิสาหกิจชุมชนทั้งสองประเภทมีรูปแบบการดำเนินงานที่แตกต่างกัน แต่ด้วยบริบทของชุมชนและสภาพแวดล้อมที่ก่อให้เกิดโครงสร้างทางสังคมและค่านิยมทางสังคม ส่งผลให้กิจกรรมของวิสาหกิจชุมชนทั้งสองประเภทมีองค์ประกอบด้านสังคมท้องถิ่นและวัฒนธรรมร่วมอยู่ตลอดเวลา จึงต้องคำนึงถึงการ

ตอบสนองด้านความพึงพอใจและคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน

6) โครงสร้างและรูปแบบการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีลักษณะโครงสร้างที่ไม่เป็นทางการอยู่ภายใต้โครงสร้างที่เป็นทางการ ทำให้วิสาหกิจชุมชนสามารถคงไว้ซึ่งค่านิยมทางสังคมและค่านิยมทางวัฒนธรรมของชุมชนสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยยังคงสามารถรักษารูปแบบการดำเนินงานแบบเป็นทางการไว้ควบคู่กันได้

7) การปฏิบัติงานตามแผนดำเนินงาน มุ่งที่กระบวนการก่อให้เกิดความสำเร็จของเป้าหมายและผลลัพธ์ที่สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการเป็นหลัก ดังนั้นการวางแผนจึงเริ่มมีแนวทางที่ชัดเจน การปฏิบัติงานตามแผนอาศัยทักษะการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และหน้าที่รับผิดชอบหรือในรูปแบบจิตอาสาเข้ามา ดังนั้นการดำเนินงานไปสู่เป้าหมายและเกิดผลลัพธ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จึงเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการดำเนินงาน

8) ประธานวิสาหกิจชุมชนมีภาวะความเป็นผู้นำสูงและมีความสามารถในการสร้างความร่วมมือทั้งภายในและภายนอกวิสาหกิจชุมชน ซึ่งให้เห็นได้จากการที่ผู้นำสร้างกลไกความร่วมมือให้แก่สมาชิกทุกคน ส่งเสริมและสนับสนุนการทำงานร่วมกัน รวมทั้งผู้นำคอยเชื่อมโยงประสานประโยชน์ของวิสาหกิจชุมชนกับหน่วยงานภาคท้องถิ่นภาครัฐและเอกชนอยู่ตลอดเวลา

9) การดำเนินการวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลจากการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ไม่ได้วัดในเชิงเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว แต่คำนึงถึงผลสำเร็จทางด้านสังคมและวัฒนธรรมควบคู่กันไป

10) วิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินการวิจัยทั้งสิ้น 16 แห่งมีผู้นำที่ประสานเชื่อมโยงด้านผลประโยชน์และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับองค์กรภายนอก นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้นำของวิสาหกิจชุมชนเป็นผู้มีอุดมการณ์ที่มั่นคง มีความมุ่งมั่น มีความเสียสละต่อการทำหน้าที่ จึงได้รับการยอมรับจากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรวมทั้งคนใน

ชุมชน ส่วนหนึ่งเกิดจากคุณสมบัติความสามารถเป็นผู้นำ มีประสบการณ์ทางสังคม ความเป็นผู้มีจริยธรรม และความสามารถความเหมาะสมและสอดคล้องในด้านการดำเนินงานของประธานวิสาหกิจชุมชนให้เป็นที่ไปตามสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่น

11) การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนใช้ทุนทางสังคมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการลดการพึ่งพาทรัพยากรภายนอก ส่วนการรับรู้และความเข้าใจในศักยภาพของตนเอง และความเป็นธรรมชาติของวิสาหกิจชุมชน ทำให้วิสาหกิจชุมชนกำหนดกรอบดำเนินงานให้แก่สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของชุมชน และเหมาะสมกับทุนทางสังคมที่มี

4. สรุปผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปผลการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์สำคัญ 2 ประการ คือการศึกษาศักยภาพและความเข้มแข็งในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไปพร้อมกับการศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินงานระหว่างวิสาหกิจชุมชนในลักษณะเชิงวัฒนธรรมและสังคมท้องถิ่นกับวิสาหกิจชุมชนที่มีมุ่งแสวงหาผลกำไรและส่งเสริมอาชีพแก่กลุ่มสมาชิกในชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า วิสาหกิจชุมชนทั้ง 16 แห่งต่างอยู่ภายใต้บริบทของสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นชุมชน ซึ่งเกิดจากลักษณะทางกายภาพที่เกิดขึ้นในวิสาหกิจชุมชน ดังนั้น จึงส่งผลให้การเปรียบเทียบดังกล่าวพบลักษณะและความแตกต่างด้านหลักๆ ที่สำคัญดังต่อไปนี้

ประการแรก ลักษณะที่แตกต่างในบทบาทขององค์กรชุมชน คือ ความแตกต่างระหว่างองค์กรชุมชนที่มีลักษณะเชิงสังคมและวัฒนธรรมขององค์กรชุมชนที่มีลักษณะเป็นวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การดำเนินการแสดงออกในเชิงร้องทุกข์ ประท้วง การรณรงค์ การใช้ข้อกฎหมาย และนโยบายภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้อง วิสาหกิจชุมชนที่มีการดำเนินการเชิงสังคมและวัฒนธรรมมีความชัดเจนต่อการแสดงบทบาทในเชิงการผลักดันเชิงบวก

และการสร้างบทบาทสู่การมีส่วนร่วมในการรณรงค์ ซึ่งเป็นไปตามนโยบายภาครัฐและการต่อต้านหรือความขัดแย้งกับนโยบายภาครัฐบาล ซึ่งดังกล่าวนี้มาจากปัจจัยด้านความรับผิดชอบเชิงสังคม อันเป็นสาเหตุหนึ่งที่ผนวกไว้ในเป้าหมายของการดำเนินงาน

ประการที่สอง ลักษณะของการให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในด้านการปฏิบัติงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่มีลักษณะการดำเนินงานเชิงสังคมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะการร่วมดำเนินการตามแผนปฏิบัติงาน เนื่องจากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่างมีแนวคิดในการมีส่วนร่วม และมีความต้องการในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต นอกจากนี้ ยังคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมอันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกต่าง ๆ ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี ด้านสังคม และทางด้านลักษณะทางกายภาพ ในขณะที่สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมักไม่เห็นความสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจาก สมาชิกมีความคาดหวังและมุ่งไปสู่ผลตอบแทนด้านเศรษฐกิจเป็นอันดับแรกเป็นหลัก

ประการที่สาม วิสาหกิจชุมชนแต่ละแห่งมีความแตกต่างกันในด้านองค์ความรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และกระบวนการสร้างเครือข่ายจากภายในชุมชนสู่ภายนอกทั้งระดับระหว่างชุมชนและระดับภูมิภาค จากการวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินการเชิงสังคมและวัฒนธรรม มุ่งเน้นการพัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อผลทางสังคม และเรียนรู้จากประสบการณ์ของความผิดพลาดและล้มเหลวจากอดีตที่ผ่านมา วิสาหกิจชุมชนในรูปแบบนี้จึงไม่เน้นการพัฒนาเพื่อขยายเครือข่าย ทำให้วิสาหกิจชุมชนและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงไม่เห็นความสำคัญของการจัดการเครือข่าย และมีรูปแบบการดำเนินงานเฉพาะในส่วนของตนเองเท่านั้น

ประการที่สี่ ความแตกต่างในด้านบริบทภาวะความเป็นผู้นำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้นำวิสาหกิจชุมชนที่มีรูปแบบเชิงสังคมและวัฒนธรรมที่สามารถแสดงบทบาทตามเงื่อนไขของบริบททางสังคมและวัฒนธรรม

โดยเฉพาะการสนับสนุนจากสถานการณ์ต่าง ๆ และมีสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการขึ้นไปสู่เป้าหมายได้ดีกว่าการประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือจดทะเบียนเป็นบริษัทเอกชน ประการสำคัญ ภาวะผู้นำวิสาหกิจชุมชนมีการดำเนินงานในลักษณะเชิงสังคมและวัฒนธรรม จะมีอุดมการณ์ที่มั่นคง และมีความกล้าหาญ ความเสียสละในการดำเนินการตามเป้าหมายของวิสาหกิจชุมชน

นอกจากนี้ยังสามารถอธิบายในการนำเสนอผลการประเมินความเข้มแข็งและศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 2 รูปแบบ อันได้แก่ วิสาหกิจชุมชนที่มีการดำเนินวิถีชีวิตในลักษณะเชิงสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น และวิสาหกิจชุมชนในลักษณะผู้ประกอบการชุมชน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลชี้ให้เห็นว่า วิสาหกิจชุมชนสามารถตอบสนองความต้องการและเกิดการยอมรับจากสมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนหนึ่งเป็นเพราะวิสาหกิจชุมชนมีรูปแบบการบริหารในลักษณะเครือข่ายและเน้นการเปิดโอกาสให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน นับว่าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาความเข้มแข็งของประเทศไทยตามวิถีเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่สมดุล ถือเป็น การนำรูปแบบสังคมและวัฒนธรรมให้มีความสำคัญต่อคุณค่าทางสังคมมากกว่ารูปแบบการดำเนินงานและสามารถตอบคุณค่าทางสังคมได้ดีกว่ารูปแบบธุรกิจแบบอื่น ๆ โดยวิสาหกิจชุมชนที่มีการดำเนินงานเชิงสังคมและวัฒนธรรม มีความคิดริเริ่ม และเกิดนวัตกรรมในการดำเนินงาน เช่น การจัดสรรทรัพยากรอย่างเป็นระบบ จึงได้รับการยอมรับจากสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่อยู่ในชุมชน นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนที่มีรูปแบบการดำเนินงานเชิงสังคมและวัฒนธรรมยังมีศักยภาพในการเรียกร้องและผลักดันผลประโยชน์ทางด้านการเมือง ผลักดันด้านกฎหมายและรวมถึงการสร้างเครือข่ายให้ขยายไปสู่ระดับกว้างได้มากกว่าองค์กรธุรกิจประเภทอื่น ๆ ทั้งนี้ น่าจะมาจากเป้าหมายที่แตกต่างกัน โดยองค์กรธุรกิจอื่น ๆ มีรูปแบบมุ่งเน้นผลด้านเศรษฐกิจ แต่วิสาหกิจชุมชนที่มีการดำเนินงาน

เชิงสังคมและวัฒนธรรมมุ่งเน้นเป้าหมายที่ก่อให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคม แม้ว่าจะมีการใช้กลไกทางสังคมเป็นเครื่องมือในการดำเนินงาน แต่ไม่สามารถนำไปสู่การสร้างเครือข่ายได้ เนื่องจาก ขาดประสบการณ์จากการเรียนรู้ซึ่งก่อให้เกิดความล้มเหลวขึ้นในวิสาหกิจชุมชน อีกทั้งยังต้องอยู่ภายใต้กรอบของระเบียบภาครัฐไม่ว่าจะเป็นระเบียบเกี่ยวกับการประกอบการ การจัดการทางการเงิน ทำให้อยู่ในภายใต้การกำกับและการประเมินผลการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐบาล งานวิจัยนี้ยังพบว่า องค์กรประกอบด้านตัวชี้วัดการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในด้านรูปแบบการจัดการวิสาหกิจชุมชนในงานวิจัยนี้ สอดคล้องกับโครงสร้างทางสังคม ค่านิยมของชุมชนท้องถิ่น และบุคลิกภาพที่ก่อให้เกิดภาวะผู้นำชุมชน พบว่า การจัดโครงสร้างการดำเนินงาน มีลักษณะการรวมตัวแบบหลวม อันเป็นรูปแบบขององค์กรแบบกลุ่ม แสดงให้เห็นว่า วิสาหกิจชุมชนเป็นองค์กรที่ทรงประสิทธิภาพในด้านการแก้ปัญหาและยังทำหน้าที่เสริมสร้างด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี

ดังที่กล่าวข้างต้นเกี่ยวกับการจัดการรูปแบบการดำเนินงานสะท้อนบทบาทที่เกิดจากการมีภาวะผู้นำที่มาจากโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่นสามารถนำมาใช้ประโยชน์ด้านการประสานงานทั้งภายในและภายนอกวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้บทบาทในการชี้้นำเพื่อให้เกิดการดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ โดยเฉพาะด้านค่านิยมของชุมชนเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการดำเนินงานเพื่อกระตุ้นความคิดและการปฏิบัติต่อสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนให้เกิดคุณสมบัติความเป็นผู้นำในด้านความเสียสละ ความมุ่งมั่น ความมีอุดมการณ์ ก่อให้เกิดสมดุลระหว่างผลประโยชน์ของวิสาหกิจชุมชนและผู้มีส่วนได้เสียในวิสาหกิจชุมชน ท้ายที่สุดผู้นำวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องมีทักษะในการสร้างกลไกสำคัญที่มุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ภายใต้ความยั่งยืนเพื่อให้วิสาหกิจชุมชนเติบโตอย่างมีอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น

โดยไม่เปลี่ยนแปลงตามสิ่งแวดล้อมภายนอกมากจนเกินไป

5. ข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความสามารถของวิสาหกิจชุมชน ในการแก้ปัญหาและตอบสนองของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีรูปแบบเป็นสถาบันที่มีองค์ความรู้เชิงอนุรักษ์ ที่ถ่ายทอดค่านิยมที่ดีทางสังคมและวัฒนธรรม แม้ว่าการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจะไม่ได้ถูกกฎหมาย วิชาการเป็นตัวนำก็ตาม เนื่องจากการดำเนินงานเกิดจากการใช้ศักยภาพของชุมชน โดยเฉพาะการใช้จุดเด่นที่มีภายในชุมชน โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและท้องถิ่น ทำให้สามารถสร้างให้เกิดแนวคิดเพื่อนำไปสู่ต้นแบบการพัฒนาเพื่อเป็นกรอบนโยบายการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจจากระดับล่าง และเพื่อส่งเสริมศักยภาพในการพึ่งพาตนเองของภาคประชาชนให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

ภาพสะท้อนจากการวิจัยนั้นแสดงให้เห็นว่าองค์กรภาครัฐบาลและเอกชนที่มุ่งเน้นส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน จำเป็นต้องให้ความสำคัญเรื่องศักยภาพและความเข้มแข็งในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีพื้นฐานจากลักษณะทางกายภาพ ทรัพยากรทางธรรมชาติของชุมชนท้องถิ่นก่อให้เกิดอัตลักษณ์ที่แสดงออกต่อสังคมและกลายเป็นวัฒนธรรมที่มีความเข้มแข็ง รวมถึงวิถีการดำรงชีวิตที่มุ่งเน้นการสร้างอรรถประโยชน์เพื่อเพิ่มผลผลิตด้านการเกษตร กระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น รวมถึงการพัฒนา รูปแบบวิสาหกิจชุมชนสู่การเติบโตไปสู่ระดับภูมิภาค และสากลโดยไม่เปลี่ยนแปลงกรรมวิธีและกระบวนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนด้วย ผู้วิจัยจึง ขอเสนอแนะให้ทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในเชิงบูรณาการทั้งในแง่ขอบเขตและเนื้อหาสาระของการวิจัย เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นการวางรากฐานของ

การเปลี่ยนกระบวนทัศน์เดิมของการพัฒนาประเทศจากส่วนกลางมาสู่ส่วนท้องถิ่นให้กลายมา เป็นการใช้กลยุทธ์การพัฒนาจากท้องถิ่นไปสู่ส่วนกลางต่อไป

6. เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2562). การต่อทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ปี 2562. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการเกษตร.
- กองบริหารการพาณิชย์ภูมิภาค. (2562, เมษายน). บทบาทของวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์และวิสาหกิจเพื่อสังคม ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากไทย. จดหมายข่าวพาณิชย์ภูมิภาค, 4(7).
- กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร. (2562). คู่มือโครงการส่งเสริม การเกษตร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 โครงการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน (จังหวัด พระนครศรีอยุธยา). พระนครศรีอยุธยา : สำนักงานเกษตรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.
- กลุ่มส่งเสริมพัฒนาการบัญชีชุมชน. (2562). แนวทางการปฏิบัติงานโครงการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ปี 2562. กรุงเทพฯ : สำนักส่งเสริมพัฒนาการบัญชีและถ่ายทอดเทคโนโลยี กรมตรวจบัญชีสหกรณ์.
- กรมสรรพากร. (2560). คู่มือภาษีสำหรับวิสาหกิจชุมชน ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ : กรมสรรพากร.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2548). คู่มือการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน.

- จักรพงษ์ นวลชื่น. (2560). **แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้ยั่งยืนด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ศึกษากรณี วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครพนมและจังหวัดสกลนคร.** (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ : วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- เจมส์ แอล. เครย์ตัน. (2551). **คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชน การตัดสินใจที่ดีกว่าโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วม (วันชัย วัฒนศัพท์, ถวิลวดี บุรีกุล และ เมธิตา พงษ์ศักดิ์ศรี, ผู้แปล).** ขอนแก่น : โรงพิมพ์ศิริภรณ์ ออฟเซ็ท.
- ชมพูนุท ศรีพงษ์, วัลย์ลดา พรหมเวียง, ปิยะดา มณีนิลและ สัสดี กำแพงดี. (2559). **รายงานวิจัยการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านทหารกองทัพบกภาคที่ 4 กองทัพบกไทยในจังหวัดชายแดนภาคใต้.** ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- ธีรฉัตร เทียมทอง, เพ็ญณี แนนรท. (2561, กรกฎาคม – ธันวาคม). **แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่ยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงปลากระชังแม่น้ำโขง บ้านพร้าวใต้ ตำบลหินโงม อำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย.** *วารสารการบริหารปกครอง (Governance Journal).* 7(2), 245-265.
- ปิยะดา พิศาลบุตร. (2561, มกราคม – มิถุนายน). **กลยุทธ์การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปราจีนบุรี. วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม.** 8(1), จาก <https://e-jodil.stou.ac.th>.
- พัฒนาพงศ์ สุกิจปาณีนิจ (2552). **ทุนทางสังคมกับการพัฒนาประเทศ. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์** มหาวิทยาลัย สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มูลนิธิชัยพัฒนา. (2561). **ศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน.** กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.
- พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562. (2562, เมษายน 16). **ราชกิจจานุเบกษา.** เล่ม 136 ตอนที่ 50 ก, หน้า 32-37.
- สัญญา เคนาภูมิ. (2558). **แนวทางการพัฒนาประสิทธิผลของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม. วารสารวิชาการแพรภาพสินธุ์,** 2(3), 68-85.
- สุदारัตน์ แซ่มเงิน, ประเดิม ฉ่ำใจ และพัชราวดี ศรีบุญเรือง. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนไวน์ศรี ชุมแสง ตำบลท่าไม้รวก อำเภอนาทาย จังหวัดเพชรบุรี. วารสารเกษตรพระจอมเกล้า,** 35(3), 127-136.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **แผนฯ 12 ฉบับประชาชนนวัตกรรมคือหัวใจของการพัฒนา.** กรุงเทพฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). **สรุปสาระสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่10 (พ.ศ. 2550 - 2554).** กรุงเทพฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักวิจัยและพัฒนาระบบงานบุคคล. (2560). **ประเทศไทยในบริบทไทยแลนด์ 4.0 ภายใต้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักร พุทธศักราช 2560.** กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน.

สำนักวิชาการ. (2561). เอกสารวิชาการ Academic

Focus การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจ

ชุมชนจากภาครัฐ. กรุงเทพฯ : สำนักงาน

เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

สำนักงานส่งเสริมพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด

ย่อม. (2561). แผนปฏิบัติการของ สสว.

ประจำปี2561. กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริม

พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

ศุภวัฒน์ ปภัสสรากาญจน์. (2558,กรกฎาคม –

กันยายน). ความเข้มแข็งและศักยภาพของ

องค์กรชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี. วารสาร

การบริหารท้องถิ่น, 8(3), ไม่ปรากฏเลขหน้า.

การศึกษาสภาพปัญหาในการจัดนำเที่ยวและความต้องการพัฒนาทักษะของมัคคุเทศก์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการ

A Study of Problems in Tour Arrangement and the Need to Develop the Tour Guides' Skills for Supporting the Disabled Tourists

กัลยา สว่างคง¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาของมัคคุเทศก์ในการจัดนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวคนพิการ และ 2) ศึกษาความต้องการของมัคคุเทศก์ในการพัฒนาทักษะการทำงานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการ งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักคือมัคคุเทศก์ชาวไทยจำนวน 28 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการถอดเทปการสนทนาและการวิเคราะห์เนื้อหา รายงานผลด้วยวิธีการเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่าสภาพปัญหาในการจัดนำเที่ยวให้คนพิการแบ่งออกได้เป็น 1) การขาดความรู้และทักษะต่าง ๆ ในการสื่อสารและดูแลคนพิการแต่ละประเภท 2) การไม่มีเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกระหว่างการเดินทาง และ 3) จำนวนมัคคุเทศก์ไม่เพียงพอต่อการดูแลนักท่องเที่ยวคนพิการ สำหรับความต้องการในการพัฒนาทักษะการทำงานของมัคคุเทศก์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการนั้นพบว่ามัคคุเทศก์ต้องการพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1) ทักษะการช่วยเหลือและให้บริการคนพิการประเภทต่าง ๆ อย่างถูกต้อง 2) ทักษะการสื่อสาร 3) ทักษะภาษาต่างประเทศ และ 4) ทักษะการนัดหมายการ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการฝึกอบรมให้ทราบล่วงหน้า และควรสอดแทรกเนื้อหาการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมเพื่อป้องกันปัญหา มัคคุเทศก์ปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวอย่างไม่เท่าเทียม ทั้งนี้เพื่อเพิ่มโอกาสในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยวคนพิการและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย

คำสำคัญ : คนพิการ การท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ ทักษะของมัคคุเทศก์ การจัดนำเที่ยว

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the problems of tour guides in managing trips for disabled tourists and 2) to study the needs of tour guides in developing skills to support the disabled tourists. The methodology used in this qualitative research was phenomenology. The data was collected by using the in-depth interview with 28 tour guides. The verbatim report and the content

¹ สาขาการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต E-mail : kanlaya.swa@dpu.ac.th

analysis were employed for analyzing and concluding the data. The study results were presented in a descriptive method.

The research found that the problems in managing trips for the disabled tourists were 1) the lacking of knowledge and skills in communication and taking care of each type of the disabled tourists 2) the lacking of tools or equipment to assist tour guides during the trips and 3) the number of tour guides is not enough to take care of the disabled tourists. For the needs of tour guides to develop the skills to support the disabled tourists can be divided into 1) skill of assisting and providing services for the disabled tourists correctly 2) skill of communication 3) skill of using foreign languages and 4) skill of recreation. In order to increase the opportunity in traveling of the disabled tourists and create a good image of Thai tourism industry, the related organizations with the training courses should publicize in advance and include the content of moral and ethics to avoid the problem of inequality.

Keywords: Disabled Tourists, Tourism, Tour Guides, Tour Guides Skills, Tour Arrangement

วันที่รับบทความ : 7 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 23 พฤษภาคม 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 29 พฤษภาคม 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

องค์การการท่องเที่ยวโลกได้จัดให้การท่องเที่ยวสำหรับคนทั้งมวล (Tourism for all) เป็นเรื่องที่สำคัญ เพราะจะช่วยลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเสมอภาคให้กับคนทุกคน และการท่องเที่ยวควรเป็นเรื่องที่ทุกคนเข้าถึงได้ สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ของประเทศไทยที่ต้องการสร้างความเป็นธรรม ลดความเหลื่อมล้ำ และขจัดปัญหาการเข้าถึงบริการและโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ในสังคมของคนทุกกลุ่ม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2560) ทั้งนี้นักท่องเที่ยวคนพิการจัดเป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่รวมอยู่ในการท่องเที่ยวสำหรับคนทั้งมวลและเป็นกลุ่มที่ได้รับความสนใจทั้งในแง่ของจำนวน

ที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยข้อมูลจากองค์การอนามัยโลก (World Health Organization (WHO), 2011) ได้แสดงให้เห็นว่ามีคนพิการในโลกมากถึง 785 ล้านคน หรือร้อยละ 15 ของประชากรโลกทั้งหมด รวมทั้งยังได้ประมาณการณ่ว่าคนสูงอายุและคนพิการในยุโรปจะมีมากถึง 160 ล้านคนในปี 2025 และในแง่ของความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้มีผลจากงานวิจัยที่พบว่าคนพิการมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยว และกำลังในการจ่ายได้ โดยนักท่องเที่ยวคนพิการจะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางแต่ละครั้งสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปอยู่ที่ 1.16 เท่า (Van Horn, 2002) มีข้อมูลที่แสดงว่าสหรัฐอเมริกาเป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวที่คนพิการนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวถึงปีละกว่า 21 ล้านคน สร้างรายได้กว่า 13,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่ สหราชอาณาจักรและสหภาพยุโรปมีนักท่องเที่ยวคนพิการและ

ผู้สูงอายุเดินทางไปท่องเที่ยว 134-267 ล้านคน สร้างรายได้กว่า 7,820 ล้านบาท (สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน, 2560) อย่างไรก็ตามการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวคนพิการนั้นต้องการการดูแลเป็นพิเศษจากผู้ที่ร่วมเดินทางด้วยกัน หรือมีคัคเทศก์ที่เป็นผู้ดูแลและจัดการนำเที่ยวในครั้งนั้น ๆ

มัคคเทศก์เป็นอาชีพที่สำคัญมากต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในหลากหลายด้าน และที่สำคัญที่สุดคือความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวเพราะเป็นผู้ที่มีโอกาสได้ใกล้ชิดและดูแลนักท่องเที่ยวตลอดเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวยังจุดหมายปลายทางนั้น ๆ ในปัจจุบันจำนวนมัคคเทศก์ในประเทศไทยที่มีการจดทะเบียนกับสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคเทศก์มีจำนวนทั้งสิ้น 80,260 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 18 มีนาคม 2563, สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) ทั้งนี้มัคคเทศก์ที่ตื่นนอกจากจะต้องเป็นผู้อธิบายประวัติความเป็นมา ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว รายละเอียดต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องทราบแล้ว มัคคเทศก์ยังต้องทำหน้าที่อำนวยความสะดวก และคอยแก้ไขปัญหาตลอดเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอบอุ่น ปลอดภัย ประทับใจและต้องการเดินทางกลับมายังจุดหมายปลายทางนั้นอีก (Cetinkaya & Oter, 2016) อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวคนพิการเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการการดูแลอำนวยความสะดวกมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป และผู้ประกอบการนำเที่ยวเองก็ให้ความคิดเห็นว่าการหามัคคเทศก์ที่มีทักษะความสามารถ และมีประสบการณ์ รวมทั้งมีความต้องการดูแลนักท่องเที่ยวคนพิการนั้นเป็นเรื่องที่ทำได้ค่อนข้างยาก และมีค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นซึ่งอาจทำให้ไม่สามารถทำราคาเพื่อแข่งขันในตลาดได้ (กัลยา สว่างคง, 2561)

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2555) ได้จำแนกประเภทของความพิการไว้ 7 ประเภท คือ 1) ความพิการทางการมองเห็น 2) ความพิการทางการได้ยิน 3) ความพิการทางการเคลื่อนไหว 4) ความพิการทางจิตใจ 5) ความพิการทาง

อทิสติก 6) ความพิการทางสติปัญญา และ 7) ความพิการทางสติปัญญา ทั้งนี้จำนวนคนพิการในประเทศไทยมีจำนวน 2,202,500 คน โดยจำนวนคนพิการที่สูงที่สุด 3 อันดับแรกคือ คนพิการทางการเคลื่อนไหว คนพิการทางการได้ยิน และคนพิการทางการมองเห็นตามลำดับ (ข้อมูล ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563, กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ, 2563) จากจำนวนตัวเลขนักท่องเที่ยวคนพิการที่มีแนวโน้มเติบโตขึ้นทุกปี การที่ต้องมีคนร่วมเดินทางพร้อมกับคนพิการทำให้จำนวนคนเดินทางมีเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการมีกำลังจ่ายที่มากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวคนพิการเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจทั้งในแง่มุมมองทางเศรษฐกิจ คือ จำนวนนักท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น และในแง่มุมมองของสังคมที่จะช่วยลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเท่าเทียมให้เกิดขึ้นในสังคม แต่ความไม่เสมอภาคในการเข้าถึงบริการต่าง ๆ และการขาดแคลนมัคคเทศก์ที่ดูแลอำนวยความสะดวกก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่เลือกเดินทางท่องเที่ยว (Bowtell, 2015) ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการจําหน่ายเที่ยวให้คนพิการ และทักษะต่าง ๆ ที่มัคคเทศก์ต้องการเรียนรู้เพื่อพัฒนาการทำงานของตนให้สามารถปฏิบัติงานเพื่อดูแลอำนวยความสะดวกและจัดการนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มคนพิการได้อย่างเต็มประสิทธิภาพต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของมัคคเทศก์ในการจําหน่ายเที่ยวนักท่องเที่ยวคนพิการ

1.2.2 เพื่อศึกษาความต้องการของมัคคเทศก์ในการพัฒนาทักษะการทำงานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการ

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้กำหนดเนื้อหาไว้ใน 2 ประเด็นหลักคือ 1) ศึกษาสภาพปัญหาของมัคคเทศก์ในการจําหน่ายเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวคน

พิการประเภทต่าง ๆ และ 2) ศึกษาความต้องการของมัคคุเทศก์ในการพัฒนาทักษะการทำงานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการ

1.3.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยวิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยมีคุณสมบัติ คือ 1) เป็นมัคคุเทศก์ชาวไทยที่ปฏิบัติงานนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic tour guide) และปฏิบัติงานนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย (Inbound tour guide) 2) มีประสบการณ์การทำงานตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป 3) มีประสบการณ์จัดนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวคนพิการ และ 4) ยินดีให้ข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจนถึงจุดอิ่มตัว (Theoretical saturation) คือคำตอบที่ได้ไม่มีประเด็นใหม่ จึงหยุดเก็บข้อมูล (ชาย โปธิสตา, 2562) โดยในงานวิจัยครั้งนี้มีผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด 28 คน ซึ่งเป็นมัคคุเทศก์ที่ทำงานในพื้นที่ที่เป็นเมืองหลักทางการท่องเที่ยว ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พระนครศรีอยุธยา ชลบุรี ภูเก็ต กระบี่ เชียงใหม่

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่ เดือน มกราคม 2562 ถึงเดือน ตุลาคม 2562

2. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology Research) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 เครื่องมือในการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ตัวผู้วิจัย ที่จัดเป็นเครื่องมือสำคัญเพราะต้องมีความไวต่อทฤษฎี (Theoretical sensitivity) จึงต้องมีการเตรียมตัวโดยศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สามารถ

เก็บข้อมูลได้อย่างละเอียดครบถ้วน 2) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi structured interview) โดยกำหนดแนวคำถามที่เชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ ที่ต้องยึดหลักจริยธรรมในการเก็บข้อมูล และ 3) อุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น เครื่องบันทึกภาพและเสียง ปากกา สมุดจดบันทึก เป็นต้น

2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบไปด้วย ขั้นตอนดังนี้ 1) การค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Document analysis) เพื่อรวบรวมแนวคิดทฤษฎีจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมากำหนดแนวคำถามก่อนสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล และยังสามารถนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลได้อีกด้วย 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เป็นการสัมภาษณ์รายบุคคลผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 28 คน เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถแสดงความคิดเห็น ความรู้สึกได้เต็มที่ และยังสามารถสังเกตพฤติกรรมระหว่างการสัมภาษณ์ได้อีกด้วย 3) การจดบันทึกและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant observation) โดยผู้วิจัยได้ทำการสังเกตปฏิบัติการและพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้ให้ข้อมูลหลักตลอดเวลาในการสัมภาษณ์ บันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ และจดประเด็นสำคัญระหว่างการสัมภาษณ์

ทั้งนี้ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับจริยธรรมในการวิจัยโดยได้ขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลหลักทุกครั้งก่อนสัมภาษณ์ พร้อมทั้งนัดหมายเวลา และแจ้งวัตถุประสงค์การวิจัย ระหว่างการสัมภาษณ์ผู้วิจัยไม่สร้างความกดดัน แต่ให้ผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระ และผ่อนคลาย รวมทั้งรักษาความลับโดยไม่เปิดเผยนามของผู้ให้ข้อมูลหลัก (ประสพชัย พสุนนท์ และพิทักษ์ศิริวงศ์, 2556)

2.3 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) (สุภางศ์ จันทวานิช, 2561) เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูล โดยตรวจสอบแหล่งที่มาของ

ข้อมูล คือ การสัมภาษณ์ การบันทึกเสียง การจดบันทึก การสังเกต

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ด้วยการถอดบทสนทนา แล้วเรียบเรียงข้อมูลที่ได้เพื่อนำมาจัดกลุ่มข้อมูลที่มีลักษณะใกล้เคียงกันตามวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นจึงวิเคราะห์ข้อมูลและรายงานผลด้วยวิธีการพรรณนา

3. สรุปผลการวิจัย

จากการรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 28 คน มีผลการวิจัยดังนี้

3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักมีอายุตั้งแต่ 25 ปี ไปจนถึง 52 ปี ทุกคนทำงานเป็นมัคคุเทศก์อาชีพในบริษัทนำเที่ยวประเภทต่าง ๆ โดยมีประสบการณ์การทำงานเป็นมัคคุเทศก์ตั้งแต่ 3 ปีถึง 30 ปี โดยเป็นการทำงานในฐานะมัคคุเทศก์นำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tour Guide) และนำเที่ยวให้ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย (Inbound Tour Guide) ในเมืองหลักๆ ทางการท่องเที่ยว ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พระนครศรีอยุธยา ชลบุรี ภูเก็ต กระบี่ เชียงใหม่

ผู้ให้ข้อมูลหลักทุกคนมีประสบการณ์การจําหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวคนพิการ โดยแบ่งเป็น 1) มัคคุเทศก์ที่มีประสบการณ์การนำเที่ยวให้กับคนพิการทางการเคลื่อนไหวจำนวน 9 คน 2) มัคคุเทศก์ที่มีประสบการณ์การนำเที่ยวให้กับคนพิการทางการได้ยินจำนวน 5 คน 3) มัคคุเทศก์ที่มีประสบการณ์การนำเที่ยวให้กับคนพิการทางการมองเห็นจำนวน 6 คน และ 4) มัคคุเทศก์ที่มีประสบการณ์การนำเที่ยวให้กับคนพิการทางการเคลื่อนไหวและทางการได้ยินจำนวน 8 คน ซึ่งการจําหน่ายเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นไปในรูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างคนปกติและคนพิการ

โดยที่คนพิการจะมีผู้ร่วมเดินทางไปด้วยเพื่อคอยดูแลทำให้มัคคุเทศก์ไม่ต้องทำงานหนักมากนัก อย่างไรก็ตามมัคคุเทศก์จำนวนหนึ่งที่เคยนำเที่ยวให้กับคนพิการทางการได้ยินและคนพิการทางการมองเห็นโดยเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะคนพิการเท่านั้น

“เชื่อว่าคนพิการก็ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเหมือนคนทั่ว ๆ ไป และเชื่อมั่นว่ามัคคุเทศก์ทุกคนก็ยินดีดูแลคนพิการเหล่านั้น” (ก, นามสมมุติ, 2562)

“จากประสบการณ์ก็มั่นใจว่าคนพิการเดินทางท่องเที่ยวได้แต่ต้องมีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนทั้งคนพิการและทั้งมัคคุเทศก์ เพราะมัคคุเทศก์คนเดียวคงดูแลทั้งกรุ๊ปไม่ไหว” (ข นามสมมุติ, 2562)

3.2 สภาพปัญหาในการจําหน่ายให้กับ

นักท่องเที่ยวคนพิการ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่าสภาพปัญหาในการจําหน่ายให้กับคนพิการนั้น สามารถจำแนกออกตามประเภทของความพิการโดยมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 สภาพปัญหาในการจําหน่ายให้กับคน

พิการทางการเคลื่อนไหว

นักท่องเที่ยวคนพิการทางการเคลื่อนไหวเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวเป็นประจำ ผู้ให้ข้อมูลหลักมีประสบการณ์จําหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มาแล้ว ในรูปแบบของการจําหน่ายร่วมกันระหว่างคนพิการและคนปกติ โดยสภาพปัญหาที่พบสามารถจำแนกได้ดังนี้

1) การขาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมต่อคนพิการทางการเคลื่อนไหว เนื่องจากบริษัทนำเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่ได้รับนักท่องเที่ยวคนพิการเป็นนักท่องเที่ยวหลัก ทำให้ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยบริการ เช่น รถเข็นคนพิการที่มีขนาดเหมาะสม รถตู้หรือรถบัสที่สามารถรองรับรถเข็นคนพิการได้ ส่งผลให้มัคคุเทศก์และพนักงานขับรถต้องทำงานหนักมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการพับเก็บรถเข็นคนพิการเพื่อนำขึ้นรถ การยกคนพิการขึ้น-ลงรถ

“เราเป็นไกด์ผู้หญิงตัวเล็ก เห็นนักท่องเที่ยวนั่งวีลแชร์ต่อให้มาแคะคนหรือสองคน เราก็มักมีท้อใจนะว่าเราจะเอาเขาขึ้น-ลงรถอย่างไร เราเองก็คงยกเขาไม่ไหว ก็ต้องให้คนขับช่วยเรา แต่บางสถานการณ์คนขับก็ช่วยเราไม่ได้ เราก็คงต้องทำเอง ก็เหนื่อยมาก” (ค นามสมมุติ, 2562)

“อยากให้รถบัสในเมืองไทยมีแบบที่เอารถเข็นขึ้นไปนั่งได้เลย เห็นว่าต่างประเทศเขามีก็นะ แต่ของเรายังไม่เห็น ถ้ามีก็จะช่วยได้มาก นักท่องเที่ยวก็ไม่ต้องขึ้นๆ ลงๆ จาก Wheelchair บ่อย ๆ ไกด์เองก็ไม่เหนื่อยมาก” (ง นามสมมุติ, 2562)

2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่ยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับคนพิการ เช่น ทางลาดสำหรับรถเข็นในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา ซึ่งเป็นประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวคนพิการ ห้องน้ำคนพิการที่ไม่ได้รับการออกแบบมาอย่างถูกต้องและเหมาะสมต่อการใช้งาน ถึงแม้ในปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากได้จัดให้มีห้องน้ำสำหรับคนพิการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการแต่การขาดความเข้าใจในการออกแบบทำให้คนพิการไม่สามารถใช้งานได้จริง ไม่ว่าจะเป็นการที่ไม่สามารถเข็นรถเข็นคนพิการเพื่อเข้าไปใช้บริการได้ การไม่มีราวจับสำหรับการยกตัวเองของคนพิการ เป็นต้น

“ที่บอกว่าแหล่งท่องเที่ยวสามารถรองรับคนได้ทุกเพศทุกวัย เอาเข้าจริงก็ยังไม่ใช่นะ อย่างทางลาดบางที่ก็ชันมาก มากจนไม่สามารถเข็น Wheelchair ขึ้นไปได้ขนาดเรายังเข็นไม่ไหว ไม่ต้องคิดเลยว่าคนพิการจะเข็นตัวเองขึ้นไปได้อย่างไร ห้องน้ำก็อีกเรื่องหนึ่งเคยเห็นแล้วก็งงว่าคนพิการจะลุกจากรถเข็นไปใช้ชักโครกได้อย่างไร คือคนออกแบบเขาไม่ได้พิการบางที่เขาไม่รู้ว่าจะทำแล้วคนพิการจะใช้ได้จริงหรือเปล่า” (จ นามสมมุติ, 2562)

“คุยกับคนพิการมาหลายคน เขาชอบเที่ยวที่ที่เป็นธรรมชาติ เขาบอกว่าทำให้เขารู้สึกโล่ง สบายใจ แต่ที่

เที่ยวธรรมชาติในบ้านเราอย่าว่าแต่คนพิการเลย แม้แต่คนดี ๆ ยังเข้าถึงลำบากเลย บางที่ที่จอดรถอยู่ไกลมากกว่าจะเดินถึงก็เหนื่อยแล้ว แล้วคนพิการละ ก็อยากให้มีหน่วยงานมาดูแลตรงนี้บ้างนะ” (ฉ นามสมมุติ, 2562)

3) จำนวนมัคคุเทศก์ สำหรับรายการนำเที่ยวประเภทนำคนต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวขึ้น โดยปกติทางบริษัทนำเที่ยวจะจัดมัคคุเทศก์ให้ร่วมเดินทางไปกับนักท่องเที่ยวเพียง 1 คนต่อรถบัสเท่านั้น เพราะการจัดนำเที่ยวให้คนต่างชาติไม่ได้เน้นการดูแลนักท่องเที่ยวมากนัก แต่จะเน้นเรื่องการให้ข้อมูลซึ่งมัคคุเทศก์เพียงคนเดียวก็สามารถให้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วน ดังนั้นเมื่อต้องดูแลนักท่องเที่ยวคนพิการที่ต้องการการดูแลมากกว่านักท่องเที่ยวปกติทำให้มัคคุเทศก์เพียงคนเดียวไม่สามารถดูแลได้อย่างทั่วถึง แต่หากต้องเพิ่มจำนวนมัคคุเทศก์ในการดูแลนักท่องเที่ยวก็เท่ากับว่าบริษัทต้องเพิ่มค่าใช้จ่าย ซึ่งจะส่งผลให้ราคาขายรายการนำเที่ยวนั้น ๆ เพิ่มสูงขึ้นไปด้วย ในขณะที่รายการนำเที่ยวประเภทนำคนไทยเดินทางท่องเที่ยวขึ้น โดยปกติทางบริษัทนำเที่ยวจะจัดมัคคุเทศก์ 1 คน และผู้ช่วยมัคคุเทศก์จำนวน 1 – 2 คนร่วมเดินทางไปกับนักท่องเที่ยวในการเดินทางด้วยรถบัสทำให้มัคคุเทศก์มีผู้ช่วยในการดูแลนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามการดูแลนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นมียุทธศาสตร์ที่มากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้บางครั้งผู้ช่วยมัคคุเทศก์เองก็ไม่สามารถดูแลนักท่องเที่ยวคนพิการได้อย่างเต็มที่

“ทัวร์ Inbound โดยปกติก็มีไกด์แค่คนเดียวในการดูแลนักท่องเที่ยวทั้งกรุ๊ป เพราะเราไม่ต้องดูแลอะไรมากนัก แค่ให้ข้อมูลให้ครบถ้วน นัดหมายเวลา จุดนัดพบให้ดีเท่านั้น ถ้ามีคนพิการร่วมเดินทางด้วยก็ทำให้ต้องดูแลมากขึ้นก็แยกร่างไม่ค่อยได้ว่าจะทำอะไรก่อนดี ถ้าดูแลแต่คนพิการก็จะตามไปพากย์ให้นักท่องเที่ยวคนอื่นฟังไม่ทันก็กลัวโดนตำหนิ จะให้บริษัทเพิ่มไกด์มาช่วยกันก็เข้าใจบริษัทว่าต้นทุนต้องเพิ่มแล้วยุคนี้การแข่งขันสูง ใคร ๆ ก็ต้องลดต้นทุนกันทั้งนั้น” (ช, นามสมมุติ, 2562)

“ทัวร์คนไทยมี Staff ไปคอยช่วยเหลืออยู่แล้ว บางทีก็คนเดียว บางทีก็สองคน เราก็มอง ๑ เขาช่วยดูแลคนพิการได้ แต่ก็ต้องเข้าใจนะว่าทำทัวร์คนไทย กิจกรรมเยอะ ไกด์ต้องทำอะไรหลายอย่าง เข้าร้านอาหารก็ต้องช่วยเสิร์ฟ ช่วยตักข้าว ไปที่ห้องเที่ยวก็ต้องช่วยถ่ายรูป ช่วยถือของ การจะแบ่งใครคนใดคนหนึ่งไปดูแลคนพิการโดยเฉพาะเลยก็ค่อนข้างยากเหมือนกัน” (ช นามสมมุติ, 2562)

อย่างไรก็ดีผู้ให้ข้อมูลหลักได้ให้ข้อคิดเห็นที่ตรงกันว่าข้อดีของการจัดการการท่องเที่ยวให้กับคนพิการทางการเคลื่อนไหวคือ มีทัศนคติสามารถสื่อสารกับคนพิการกลุ่มนี้ได้เหมาะสมทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ไม่มีความผิดพลาดทั้งในเรื่องของเวลา สถานที่นัดหมาย และกิจกรรมที่ต้องทำ

3.2.2 สภาพปัญหาในการจัดนำเที่ยวให้กับคนพิการทางการได้ยิน

นักท่องเที่ยวคนพิการทางการได้ยินเป็นกลุ่มที่ถูมองว่ามีทัศนคติสามารถจัดนำเที่ยวและดูแลได้ง่ายที่สุด เนื่องจากคนพิการกลุ่มนี้สามารถเคลื่อนไหวได้ด้วยตัวเอง สามารถมองเห็นและอ่านข้อมูลต่าง ๆ ได้ อย่างไรก็ดีทัศนคติที่มีประสบการณ์ในการดูแลคนพิการกลุ่มนี้ได้ให้ข้อมูลที่ น่าสนใจเกี่ยวกับสภาพปัญหาต่าง ๆ ในการดูแลนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไว้ดังนี้

1) การสื่อสาร จัดเป็นปัญหาหลักในการดูแลนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เนื่องจากต้องใช้ภาษามือในการสื่อสารเพื่อทำความเข้าใจเท่านั้น และมีทัศนคติไม่ได้มีความรู้ในเรื่องนี้ ทำให้ไม่สามารถสื่อสารเรื่องราวต่าง ๆ ได้ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม กิจกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อห้าม ข้อควรระวังที่ทัศนคติจำเป็นต้องแจ้งนักท่องเที่ยวก่อนทุกครั้ง ทำให้คนพิการกลุ่มนี้มีแนวโน้มจะปฏิบัติแตกต่างไปจากที่กำหนดไว้และอาจนำไปสู่ความผิดพลาดต่าง ๆ ระหว่างการเดินทางได้ง่าย จึงจำเป็นต้องมีการใช้ล่ามภาษามือร่วมเดินทางไปด้วยเพื่อคอยอธิบายเรื่องต่าง ๆ อยากรู้ก็ล่ามภาษามือมักถูกจัดให้ร่วมเดินทางไปด้วย

เพียง 1 คนต่อการเดินทางเท่านั้น ซึ่งอาจไม่เพียงพอต่อการดูแลคนพิการในสถานการณ์ต่าง ๆ

“ต้องยอมรับว่าภาษามือเป็นทักษะที่ต้องใช้เวลาในการเรียนรู้และฝึกฝนเป็นเวลานาน ตัวเองทำงานในวงการนี้มานาน ค่อนข้างมั่นใจว่าทัศนคติส่วนใหญ่ไม่มีทัศนคติทำให้ไม่กล้ารับงานดูแลนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ แต่ถ้ามีล่ามภาษามือไปด้วยก็ช่วยได้เยอะ เวลาอยู่บนรถก็คอยแปลสิ่งที่เราพูด แต่ก็มีปัญหาเมื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยวแล้วล่ามคนเดียวอาจดูแลคอยแปลให้นักท่องเที่ยวได้ไม่ทัน” (ฉ นามสมมุติ, 2562)

2) การขาดสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ถูกออกแบบมาเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับคนพิการทางการเคลื่อนไหวและคนพิการทางการมองเห็น ไม่ว่าจะเป็นทางลาด ห้องน้ำ ทางเดินสำหรับคนตาบอด ป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ แต่ยังคงขาดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการทางการมองเห็น เช่น การประกาศเตือนภัยจากทางที่พิกหรือแหล่งท่องเที่ยว ประกาศเตือนเวลาการเข้าถึงหรือออกเดินทางของยานพาหนะประเภทต่าง ๆ เป็นต้น ทำให้ทัศนคติต้องคอยเฝ้าระวังเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง

“คนพิการทางการได้ยินเป็นกลุ่มคนที่คนส่วนใหญ่คิดไม่ถึงว่าจะต้องการการดูแลช่วยเหลืออย่างไร เพราะเขาก็มองเห็น อ่านได้ รับรู้ทุกอย่าง แต่จากประสบการณ์ที่เคยทำมาพบว่า ปัญหาหลักจะอยู่ที่การประกาศเตือนหรือแจ้งเรื่องต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นการประกาศด้วยเสียงเท่านั้น ไม่มีวิธีการอื่นที่จะทำให้คนกลุ่มนี้ทราบได้ ทำให้เขาไม่รู้ว่าจะเกิดอะไรขึ้น ไม่สามารถเตรียมตัวเองให้พร้อมสำหรับการเตือนหรือการเปลี่ยนแปลงนั้น ๆ ได้ ที่เคยเจอก็มีการตกไฟลท์ การไปขึ้นเรือไม่ทัน” (ญ นามสมมุติ, 2562)

3.2.3 สภาพปัญหาในการจัดนำเที่ยวให้กับคนพิการทางการมองเห็น

นักท่องเที่ยวคนพิการทางการมองเห็นเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติส่วนใหญ่มีความกังวลค่อนข้างสูงในการจัดนำเที่ยวให้ เนื่องจากการมองไม่เห็นทำให้ทัศนคติต้องอธิบายและดูแลมากเป็นพิเศษเพื่อทำให้การเดินทางเป็นไปโดยราบรื่น โดยสภาพปัญหาที่พบสามารถจำแนกได้ดังนี้

1) ทัศนคติไม่สามารถดูแลนักท่องเที่ยวคนพิการได้อย่างทั่วถึง เนื่องจากนักท่องเที่ยวคนพิการไม่สามารถมองเห็นได้จึงมีการเคลื่อนไหวหรือเคลื่อนที่ไปยังจุดต่าง ๆ ซ้ำกว่าคนทั่วไป และในหลายสถานที่คนพิการยังต้องการความช่วยเหลืออย่างใกล้ชิดอีกด้วย หากคนพิการเดินทางด้วยตัวเองคนเดียวไม่มีญาติพี่น้องหรือเพื่อนร่วมเดินทางมาด้วยก็จะทำให้ทัศนคติไม่สามารถดูแลได้อย่างทั่วถึง

“นักท่องเที่ยวที่มองไม่เห็นเขาต้องการการดูแลมากกว่าคนปกตินะ เขาเดินเองได้ก็จริง เขามานการฝึกใช้ไม้เท้านำทางมาแล้วก็จริง แต่พอไปที่ยวสถานที่ที่ยวมันแตกต่างจากสถานที่ที่เขาใช้ชีวิตอยู่จริง ๆ ทำให้เขาไม่เข้าใจหลายอย่าง ยิ่งบางคนที่เขาบอกว่าเขาจะจินตนาการไม่ออกว่าสิ่งที่เราพูดมันเป็นอย่างไร เช่นเราบอกว่ามีคูเล็ก ๆ ขวางหน้าให้ก้าวข้าม เขาคิดไม่ออกว่าคูเล็ก ๆ มันเล็กแคไหน เขาต้องก้าวยาวแคไหนถึงจะพ้น ซึ่งตรงนี้เราก็ต้องดูแลอย่างใกล้ชิด” (ณ นามสมมุติ, 2562)

“ที่น่าเป็นห่วงที่สุด ที่ทำให้เกิดกังวลที่สุดก็คือตอนที่เข้าพักโรงแรม เพราะไกด์ก็รู้ว่าเวลาคนพิการอยู่ในห้องเขาจะช่วยตัวเองได้ทุกอย่างหรือไม่ ถ้าเขาหากุญแจห้องพักไม่เจอ เสียบปลั๊กไฟฟ้าผิด ถูกไฟดูด ลื่นล้มในห้องน้ำ หรือเป็นอะไรในห้องใครจะรู้ แล้วไกด์จะทำอย่างไร ก็กังวลมาก ต้องช่วยเหลือดูแลอธิบายข่าวของเครื่องใช้ในห้องให้ครบก่อน ให้มันใจก่อนว่าเขาช่วยเหลือตัวเองได้แน่ ๆ แต่บางทีลูกค้าเยอะไกด์ก็ไม่มีเวลาอธิบายมากนัก” (ณ นามสมมุติ, 2562)

2) จำนวนทัศนคติ เช่นเดียวกับการดูแลนักท่องเที่ยวคนพิการประเภทอื่น การดูแลนักท่องเที่ยวที่

เป็นคนพิการทางการมองเห็นนั้นจำเป็นต้องใช้ทัศนคติมากขึ้น แต่จำนวนทัศนคติที่บริษัทจัดให้ไปดูแลนักท่องเที่ยวก็มีจำนวนจำกัดตามต้นทุน ทำให้ทัศนคติที่รับผิดชอบงานไม่สามารถดูแลนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง

“การดูแลคนพิการทางการมองเห็นต้องใช้คนค่อนข้างมาก คนตาบอด 2-3 คน ก็ควรต้องมีไกด์ดูแลอย่างน้อย 1 คน แต่ในความเป็นจริงทำแบบนั้นไม่ได้เลยเพราะเขาก็คงรู้ราคาค่าทัวร์ไม่ได้ เราก็ต้องพยายามดูแลให้เต็มที่ไป ถ้ามีเพื่อนหรือญาติเขาเดินทางมาด้วยก็จะง่ายหน่อย แต่ถ้าไม่มีเราก็วิ่งวุ่นทีเดียว” (ณ นามสมมุติ, 2562)

3) การสื่อสาร เป็นเรื่องที่สำคัญมากเพราะคนพิการกลุ่มนี้ไม่สามารถมองเห็นได้จึงต้องให้รายละเอียดมากกว่าคนปกติ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของยานพาหนะร้านอาหาร ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว จุดนัดพบ ต้องอธิบายให้เห็นภาพ ให้เกิดจินตนาการว่าจะเดินไปอย่างไร จะนั่งอย่างไร ทานอย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นคนพิการแต่กำเนิดจะไม่สามารถใช้จินตนาการได้เหมือนคนปกติ ทำให้การรับรู้หลายอย่างไม่สมบูรณ์ซึ่งตรงนี้เป็นปัญหาใหญ่ของทัศนคติที่ต้องดูแลนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

“กับคนตาบอดต้องอธิบายเยอะมาก มากจนที่เองก็นึกไม่ถึง แต่ก็เข้าใจเพราะเขาไม่เห็น ยิ่งบางคนที่เขาบอดแต่กำเนิดเขาคิดไม่ออกว่าที่เรากำลังพูดถึงคืออะไร พอเขาไปทานบุฟเฟต์เขาก็ไม่รู้ว่าจะไรวางตรงไหน จะตักได้อะไรมาบ้างเราต้องคอยอธิบายอย่างใกล้ชิด” (ณ นามสมมุติ, 2562)

“ปกติไกด์ก็อธิบายเยอะอยู่แล้วนะ แต่พอต้องมาดูแลคนตาบอดก็ต้องอธิบายให้มากกว่าเดิมอีก ไปถึงแหล่งท่องเที่ยวจะบอกให้เขาเดินจากจุดหนึ่งไปจุดหนึ่งอย่างไร เลี้ยวซ้ายก็ก้าว ขวาก็ก้าว ซ้ายมีอะไร ขวามีอะไร ต้องอธิบายให้ครบ ไม่งั้นก็จะมีปัญหาทั้งเรื่องเดินไปไม่ถูก สะดุดหกล้ม สารพัดปัญหาเลยทีเดียว” (ณ นามสมมุติ, 2562)

4) การขาดทักษะในการดูแลคนพิการทางสายตา การดูแลคนพิการทางสายตานั้นเป็นทักษะที่จำเป็นต้องมีการเรียนรู้และฝึกฝนเป็นพิเศษ ทั้งนี้มีคนจำนวนมากที่เข้าใจผิดในหลายประเด็นทำให้การดูแลคนพิการทางสายตาเป็นไปอย่างไม่ถูกต้อง ส่งผลให้คนพิการได้รับการดูแลที่ผิดไปจากที่ควรจะเป็น หรืออาจทำให้ได้รับอุบัติเหตุได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการใช้ไม้เท้า หรือการเดินทาง

“จะดูแลคนตาบอดก็ต้องมีความรู้ไม่ใช่ใช้ว่าใครๆ ก็มาดูแลได้ แต่ก็ต้องพูดกันตามตรงว่าจะมีไกดส์สักกี่คนที่เคยอบรมเรื่องการดูแลคนตาบอด บางคนเคยอบรมก็ไม่ได้ทำงานนี้ ส่วนที่ทำงานนี้ก็ไม่เคยได้อบรมก็มีเยอะเยาะ ทำให้ดูแลไม่ถูกต้อง เช่น ไปดึงไม้เท้าจากเข่า บ้าง ไปจูงเข่าบ้าง ทำแบบนี้ไม่ถูกต้องทั้งนั้น คนตาบอดบางคนเขาก็บอกว่าที่ถูกต้องเป็นอย่างไร แต่บางคนเขาก็ไม่กล้าบอกกลัวว่าบอกแล้วเดี๋ยวไกดส์จะรำคาญแล้วจะไม่ดูแลเขาก็มี” (ต นามสมมุติ, 2562)

จากข้อมูลทั้งหมดพบว่าสภาพปัญหาที่คล้ายคลึงกันในการจัดนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวคนพิการคือ 1) การขาดความรู้และทักษะต่าง ๆ ทั้งในเรื่องของการสื่อสารและการดูแลคนพิการแต่ละประเภททำให้ไม่สามารถดูแลอำนวยความสะดวกคนพิการได้อย่างถูกต้อง เป็นระบบ 2) การไม่มีอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่คอยอำนวยความสะดวกระหว่างการเดินทางทำให้มัคคุเทศก์ต้องทำงานหนักขึ้น และไม่สามารถให้ความช่วยเหลือบริการหรือนำเที่ยวนักท่องเที่ยวคนพิการได้อย่างครบถ้วน 3) จำนวนมัคคุเทศก์ที่มีน้อยไม่เพียงพอต่อการดูแลนักท่องเที่ยวคนพิการที่ต้องการการดูแลอย่างใกล้ชิด

3.3 ความต้องการของมัคคุเทศก์ในการพัฒนาทักษะการทำงานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักเห็นด้วยกับการที่คนพิการจะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว และยินดีที่จะให้บริการนำเที่ยวนักท่องเที่ยวคนพิการ เพราะมีมุมมองว่าการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ทุก

คนสามารถมีส่วนร่วมได้ และหากคนพิการได้เดินทางท่องเที่ยวแล้วจะส่งผลให้มีสุขภาพจิตที่ดีขึ้น กล้าที่จะออกสู่สังคมมากขึ้น รวมทั้งยังเชื่อมั่นว่าคนพิการจำนวนมากมีความสามารถในการจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวคนพิการชาวต่างชาติ ดังนั้นประเทศไทยซึ่งได้รับการจัดอันดับให้เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวจึงควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ และเนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่จำเป็นต้องใช้มัคคุเทศก์ในการช่วยเหลือดูแลตลอดการเดินทางจึงควรจัดฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้และทักษะการทำงานเพื่อให้มัคคุเทศก์สามารถปฏิบัติงานเพื่อรองรับคนพิการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหากทำได้ก็จะทำให้มัคคุเทศก์สามารถเพิ่มช่องทางในการมีรายได้เพิ่มเติมจากการนำเที่ยวนักท่องเที่ยวทั่วไป อย่างไรก็ตามในการจัดนำเที่ยวสำหรับคนพิการแต่ละครั้งควรมีจำนวนมัคคุเทศก์มากกว่า 1 คน คอยให้การดูแล รวมทั้งค่าตอบแทนที่มัคคุเทศก์จะได้รับควรต้องสูงกว่าการให้บริการจัดนำเที่ยวนักท่องเที่ยวปกติถึงแม้ประเด็นนี้อาจทำให้ค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวคนพิการต้องจ่ายสำหรับการเดินทางในแต่ละครั้งเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิมและอาจส่งผลให้บริษัทนำเที่ยวต้องคำนึงถึงผลกำไรที่จะได้จากการจัดนำเที่ยวให้คนพิการ แต่ความสามารถในการสร้างความแตกต่างในการจัดนำเที่ยว และการได้มาซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ก็เป็นสิ่งที่น่าสนใจมากและนำไปสู่ผลการประกอบการที่เพิ่มมากขึ้นของบริษัทนำเที่ยวได้ในที่สุด แต่ทักษะการทำงานของมัคคุเทศก์ก็เป็นสิ่งที่จำเป็นมากต่อการดูแลนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะกลุ่มนี้ซึ่งผลจากการสัมภาษณ์พบว่าความต้องการของมัคคุเทศก์ในการพัฒนาทักษะการทำงานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการสามารถแบ่งออกได้เป็น

3.3.1 ทักษะการช่วยเหลือและให้บริการคนพิการประเภทต่าง ๆ อย่างถูกต้อง เช่น การใช้รถเข็นเพื่อช่วยเหลือคนพิการทางการเคลื่อนไหว การนำทางคนพิการทางการมองเห็น การให้ข้อมูลคนพิการทางการได้ยิน เป็นต้น นอกจากนี้มัคคุเทศก์ส่วนใหญ่จะขาดทักษะใน

ด้านนี้แล้ว ก็ยังมีความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับความต้องการของคนพิการอยู่มาก ทำให้ไม่สามารถให้บริการได้ถูกต้องและตรงกับความต้องการของคนพิการแต่ละประเภท ซึ่งการให้ความช่วยเหลือหรือการให้บริการที่ไม่ถูกต้องอาจนำมาซึ่งอุบัติเหตุระหว่างการเดินทางได้

“ไม่เคยเข้าร่วมอบรมการดูแลคนพิการก็เลยไม่เข้าใจว่าต้องทำอะไร เคยนำเที่ยวคนตาบอดแล้วก็บอกเขาว่าให้ขึ้นบันได ก็คิดว่าเขาเข้าใจที่เราพูด ลืมไปว่าเขา มองไม่เห็น เขาไม่เข้าใจว่าบันไดมีลักษณะที่แตกต่างกัน แล้ววันนั้นบันไดนั้นไม่มีราวบันไดด้วย เราไม่ได้ดูแลเขาแบบใกล้ชิดทำให้เขาเกือบตกบันได ยังรู้สึกผิดมาถึงทุกวันนี้เลย” (ถ นามสมมุติ, 2562)

3.3.2 ทักษะการสื่อสารกับคนพิการ เช่น ใช้ภาษามือเพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวคนพิการทางการได้ยิน เนื่องจากมัคคุเทศก์ไม่มีความรู้ในเรื่องนี้ทำให้คนพิการทางการได้ยินไม่เข้าใจข้อมูลที่มัคคุเทศก์แจ้ง และบางครั้งการไม่ได้ยินทำให้ไม่ทราบข้อมูลจากการประกาศหรือจากการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทำให้เกิดการผิดพลาดในการเดินทางได้ง่าย นอกจากนี้มัคคุเทศก์ยังต้องการพัฒนาทักษะการพูดเชิงจิตวิทยาเพื่อไม่กระทบต่อความรู้สึกของคนพิการอีกด้วย

“คนพิการทางการได้ยินเหมือนจะดูแลง่ายที่สุดเพราะเขาเดินเองได้ หาทานเองได้ มองเห็นทุกอย่าง แต่ที่เราไม่ได้ยินอะไรเลย ทำให้ไม่ทราบว่ามีการประกาศเปลี่ยนแปลงอะไรบ้าง หรือบางครั้งมีสัญญาณเตือนภัยเขาก็ไม่รู้ตัว แล้วเวลาเดินทางก็ต้องมีล่ามภาษามือไปด้วย ซึ่งกว่าไกด์จะพูด ล่ามจะแปลเสร็จก็เสียเวลามาก หากไกด์มีความรู้เรื่องภาษามือด้วยก็จะดีมาก” (ท นามสมมุติ, 2562)

3.3.3 ทักษะภาษาต่างประเทศ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการจากชาติต่าง ๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวคนพิการที่มีกำลังจ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจะเป็นคนต่างชาติโดยเฉพาะทางแถบยุโรปและอเมริกาเป็นส่วนใหญ่ จึงทำให้มัคคุเทศก์ที่มีความสามารถในการดูแลนักท่องเที่ยวได้ดีแต่ติดขัดในเรื่องของภาษาไม่

สามารถปฏิบัติงานได้ จึงควรส่งเสริมให้มัคคุเทศก์ภาษาไทยมีทักษะภาษาต่างประเทศมากขึ้นเพื่อเพิ่มโอกาสในการทำงานและการรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการต่างชาติได้มากขึ้นอีกด้วย

“ต้องยอมรับว่ามัคคุเทศก์ชาวไทยมีหัวใจของการบริการสูงมากอยู่แล้วเพียงแต่บางคนเขาก็ไม่เคยทำ Inbound แล้วนักท่องเที่ยวพิการที่มีเงินมาเที่ยวได้ส่วนใหญ่อีกก็เป็นคนทางยุโรป ทำให้เขาไม่มีโอกาสรับงานนักท่องเที่ยวเองก็ขาดโอกาสในการเจอไกด์ที่ดูแลดี ๆ ไปด้วย” (ธ นามสมมุติ, 2562)

3.3.4 ทักษะด้านการนัดหมายนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวคนพิการไม่สามารถที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้เหมือนคนปกติทั่วไป แต่ยังคงมีความต้องการในการทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่นคนปกติ ดังนั้นมัคคุเทศก์จึงควรต้องเรียนรู้การทำนัดหมายนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อสภาพร่างกายและจิตใจของคนพิการแต่ละประเภท

“ต้องยอมรับว่านักท่องเที่ยวไม่ว่าจะปกติหรือพิการก็ล้วนแต่อยากได้ความสนุกสนานระหว่างการเดินทางทั้งนั้น แต่บางที่เราคิดว่าไม่ออกว่าจะทำกิจกรรมอะไร จะเล่นอะไรกับคนพิการได้บ้าง ที่เขาเล่นได้ ที่เล่นแล้วไม่อันตราย ถ้ามีการฝึกอบรมเฉพาะทางเรื่องนี้ก็จะดีมากเลย” (น นามสมมุติ, 2562)

นอกเหนือจากการพัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ แล้วมัคคุเทศก์เองก็ต้องดูแลตัวเองให้ร่างกายแข็งแรงเพียงพอที่จะดูแลคนพิการได้ เพราะมัคคุเทศก์ไม่เพียงแต่จะดูแลนักท่องเที่ยวเรื่องของการสื่อสารและการให้ข้อมูลเท่านั้น แต่จะต้องดูแลในส่วนของกายภาพ เช่น การช่วยยกกระเป๋า การหยิบยกอุปกรณ์ การช่วยประคอง และอื่น ๆ อีกด้วย

นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลหลักยังระบุว่าการประชาสัมพันธ์การฝึกอบรมต่าง ๆ เพื่อให้มัคคุเทศก์ได้ทราบทั่วกัน และควรสอดแทรกเนื้อหาเรื่องการปลูกฝังและพัฒนาคุณธรรม และจริยธรรมให้กับมัคคุเทศก์อีกด้วย เพื่อที่จะได้ไม่เกิดปัญหามัคคุเทศก์เอาर्डเอาเปรียบนักท่องเที่ยว หรือการเลือกปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวอย่าง

ไม่เป็นธรรม รวมทั้งยังควรจัดให้มีการสร้างแรงจูงใจให้กับมัคคุเทศก์มาร่วมฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถของตนเองให้บริการนักท่องเที่ยวคนพิการที่คาดว่าจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในอนาคตได้ โดยการกำหนดค่าตอบแทนสำหรับมัคคุเทศก์ที่ดูแลนักท่องเที่ยวคนพิการอย่างเป็นระบบ โดยมัคคุเทศก์กลุ่มนี้ควรได้ค่าตอบแทนที่มากกว่าการดูแลนักท่องเที่ยวทั่วไป เพราะนอกเหนือจากการที่จะต้องมีทักษะที่ครอบคลุมในหลากหลายด้านแล้ว มัคคุเทศก์กลุ่มนี้ยังต้องใช้เวลาในการดูแลที่ยาวนานกว่าการดูแลนักท่องเที่ยวปกติอีกด้วย หากไม่มีการกำหนดค่าตอบแทนอย่างเป็นระบบแล้วจะส่งผลให้มัคคุเทศก์เลือกที่จะไม่รับงานการจัดนำเที่ยวให้กับคนพิการเนื่องจากจะต้องเรียนรู้ทักษะหลายอย่างก่อนปฏิบัติงาน และระหว่างปฏิบัติงานก็มีความยุ่งยากและใช้เวลาในการปฏิบัติงานมากกว่าปกติ ซึ่งหากมัคคุเทศก์ส่วนใหญ่เลือกที่จะไม่รับงานการจัดนำเที่ยวให้กับคนพิการแล้ว ก็จะทำให้คนพิการส่วนหนึ่งไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ด้วยตัวเอง และทำให้คนพิการบางส่วนไม่เลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งจะส่งผลต่อภาพรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยได้ในที่สุด

4. อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวคนพิการสามารถเดินทางท่องเที่ยวเหมือนคนทั่วไปได้หากมีการจัดนำเที่ยวที่ดี ที่เหมาะสมกับความพิการแต่ละประเภท เพราะข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยวของคนพิการไม่ได้อยู่ที่ความพิการของแต่ละบุคคลแต่อยู่ที่ข้อจำกัดด้านโครงสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน, 2560) ซึ่งข้อจำกัดเหล่านี้ทำให้คนพิการได้รับบริการที่ไม่เสมอภาคเท่าเทียมกันกับคนปกติและส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เดินทางท่องเที่ยว (Bowtell, 2015) สอดคล้องกับงานของ ชุกลิน อนุวิจิตร, ญาณัท ศิริสาร และ ไพรัช โรงสะอาด (2557) ที่อธิบายว่าโอกาส

ทางการท่องเที่ยวของคนพิการถูกจำกัดเนื่องมาจากสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่ได้ออกแบบมาเพื่อคนพิการ นอกจากการขาดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว การขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะในการให้บริการทางการท่องเที่ยวยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนพิการไม่เดินทางท่องเที่ยวอีกด้วย (Ozogul & Baran, 2016)

มัคคุเทศก์เป็นหนึ่งในบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่มีความใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวมาก ทั้งนี้พบว่ามัคคุเทศก์ชาวไทยมีความตั้งใจสูงมากในการดูแลนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มให้ดีที่สุด แต่การดูแลนักท่องเที่ยวกลุ่มคนพิการนี้ยังมีปัญหาอุปสรรคในหลากหลายด้าน โดยเฉพาะการขาดทักษะความรู้ในเรื่องของการสื่อสารและการดูแลคนพิการแต่ละประเภทอย่างถูกต้องซึ่งส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพในการทำงานและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ผลการวิจัยของ Huang, Hsu และ Chan (2010) ระบุว่าหากมัคคุเทศก์รับรู้ปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว ผนวกกับการมีทักษะการทำงานสูงจะทำให้สามารถปฏิบัติงานได้ดีและทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเดินทางและประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Chilembwe & Mweiwa (2014) ที่พบว่าไม่เพียงแต่การให้ข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่บทบาทด้านอื่น ๆ ของมัคคุเทศก์ไม่ว่าจะเป็นภาวะผู้นำ การบริการ และทักษะความรู้ ล้วนแล้วแต่ส่งผลทั้งต่อนักท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ของประเทศอย่างยิ่ง นอกจากนี้คุณภาพของการอบรมความรู้และทักษะต่าง ๆ ให้แก่มัคคุเทศก์ยังส่งผลอย่างมีนัยยะสำคัญต่อความพึงพอใจและการกลับมาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวอื่นอีกครั้งของนักท่องเที่ยวด้วย (Cetinkaya & Oter, 2016)

องค์การสหประชาชาติมีข้อมูลที่แสดงให้เห็นว่าทุก 1 ใน 10 คน ของประชากรโลกเป็นคนพิการ โดยประเทศแถบเอเชียแปซิฟิกเป็นกลุ่มประเทศที่มีคนพิการมากที่สุดในโลก (National Statistical Office, n.p.)

ทั้งนี้ Bowtell (2015) ได้พยากรณ์ไว้ว่าจำนวนคนพิการในยุโรปมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และอาจมีมากถึง 160 ล้านคน ในปี 2025 สำหรับประเทศไทยนั้นจำนวนคนพิการที่ได้รับการออกบัตรประจำตัวคนพิการมีทั้งสิ้น 2,202,500 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563, กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2563) จากตัวเลขคนพิการที่เพิ่มขึ้นประกอบกับรายงานมูลค่าการใช้จ่ายเงินของคนพิการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ขยายตัวขึ้นเรื่อย ๆ และการให้ความสำคัญกับการลดความเหลื่อมล้ำในสังคมขององค์กรต่าง ๆ ในโลก ทำให้คนพิการจัดเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่กำลังก้าวเข้ามา มีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนาคต (กัลยา สว่างคง, 2560) ดังนั้นการเตรียมความพร้อมในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะความรู้ของบุคลากรที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงเป็นสิ่งที่จะต้องอย่างยิ่ง เพราะหากคนพิการมีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นก็จะส่งผลทั้งในแง่บวกของการลดความเหลื่อมล้ำในสังคม กระตุ้นเศรษฐกิจ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศ

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

5.1.1 หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ เช่น กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ สมาคมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรกำหนดนโยบายจัดฝึกอบรมมัคคุเทศก์ให้มีมาตรฐานการบริการเดียวกัน โดยเพิ่มให้มีการฝึกอบรมการให้บริการนักท่องเที่ยวสูงอายุและพิการที่ได้มาตรฐาน นอกจากนี้ยังควรสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมระยะสั้นเพื่อเพิ่มพูนทักษะความรู้ที่จำเป็นให้แก่มัคคุเทศก์

5.1.2 หน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ สมาคมคน

พิการประเภทต่าง ๆ รวมทั้งสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ ควรให้ข้อมูลความรู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการในด้านต่าง ๆ ทั้งในเรื่องของลักษณะ ความต้องการของคนพิการ และการดูแลคนพิการแต่ละประเภท ทั้งนี้ควรจัดให้มีการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ให้มีความรู้ความเข้าใจ มีทักษะในการดูแลให้ความช่วยเหลือคนพิการประเภทต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง โดยอาจจัดเป็นการอบรมมัคคุเทศก์เฉพาะทางเพื่อดูแลนักท่องเที่ยวคนพิการ

5.1.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในด้านอื่น ๆ เช่น กระทรวงคมนาคม กระทรวงมหาดไทย กรมโยธาธิการและผังเมืองในการพัฒนาปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เพื่อรองรับคนพิการในการเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทวิวิจัยครั้งต่อไป

5.2.1 ควรสำรวจความต้องการทางการท่องเที่ยว และความสามารถในการจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของคนพิการประเภทต่าง ๆ เพื่อรับทราบถึงความต้องการการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่คนพิการแต่ละประเภทต้องการ รวมทั้งความสามารถในการจ่ายได้ของนักท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การวางแผนหรือนโยบายเพื่อรองรับการเติบโตของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

5.2.2 ควรศึกษามุมมองของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดนำเที่ยวสำหรับคนพิการให้ครบทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็น บริษัทนำเที่ยว ที่พักแรม แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก เพื่อนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการได้อย่างครอบคลุม

6. เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ. (2563).

รายงานข้อมูลสถานการณ์ด้านคนพิการในประเทศไทย. ค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2563, จาก

- <http://dep.go.th/uploads/Docutents/61ccc2d9>
- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2555). ประกาศกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เรื่อง ประเภทและหลักเกณฑ์ความพิการ (ฉบับที่2) พ.ศ. 2555. ค้นเมื่อ 3 พฤษภาคม 2563, จาก http://www.snmri.go.th/snmri/download/disability/type/1_2Disabled.pdf
- กัลยา สว่างคง. (2560). การท่องเที่ยวเพื่อคนพิการ: ความท้าทายสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย. **วารสารวิทยาลัยราชสุดา เพื่อการวิจัยและพัฒนาคนพิการ**, 13, 81-98.
- กัลยา สว่างคง. (2561) การจัดทำเที่ยวสำหรับคนพิการ ในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว. **วารสาร Veridian E-Journal, SU**, 11(3), 2937-2949.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2562). **ศาสตร์และศิลป์การวิจัยเชิงคุณภาพ**. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง.
- ชุกกลีน อุณวิจิตร, ญาณัท ศิริสาร และ ไพรัช โรงสะอาด. (2557). แนวทางการพัฒนาการนันทนาการและการท่องเที่ยวเพื่อคนพิการในจังหวัดเชียงราย. **วารสารวิทยาลัยราชสุดา เพื่อการวิจัยและพัฒนาคนพิการ**, 10 (13), 36-50.
- ประสพชัย พสุนนท์ และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2556). ประสิทธิภาพและกฎเกณฑ์ความสำเร็จในการดำเนินการสหกรณ์การเกษตร: การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีสถานราก. **วารสาร Veridian E-Journal, SU**, 6(1), 610-628.
- สุภางศ์ จันทวานิช. (2561). **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ**. (พิมพ์ครั้งที่ 24). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน. (2560). การศึกษาข้อจำกัดทางการท่องเที่ยวและความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวของคนพิการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. **วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**. 20, 298-312.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). จำนวนมัคคุเทศก์ที่จดทะเบียน. ค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2563, จาก https://opendata.data.go.th/en/dataset/tour_1283
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. (2560). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560-2564**. ค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 256, จาก https://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422
- Bowtell, J. (2015). Assessing the value and market attractiveness of the accessible tourism industry in Europe: a focus on major travel and leisure companies. **Journal of Tourism Futures**, 1 (3), 203-222.
- Cetinkaya, M. Y. & Oter, Z. (2016). Role of tour guides on tourist satisfaction level in guided tours and impact on re-visiting intention: a research in Istanbul. **EJTHR**. 7(1), 40-54.
- Chilembwe, J. M. & Mweiwa, V. (2014). Tour guides: Are they tourism promoters and developers? Case study of Malawi. **International Journal of Research in Business Management**, 2(9), 29-46.
- Huang, S., Hsu, C. H. C. & Chan, A. (2010). Tour guide performance and tourist satisfaction: A study of the package tours in Shanghai. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, 34(1), 3-33.

National Statistical Office. (n.p.). What's the disabled want. Retrieved May 03, 2020, from

http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/citizen/news/news_disabled.jsp

Ozogul, G. and Baran, G. (2016). Accessible tourism: the golden key in the future for the specialized travel agencies. **Journal of Tourism Futures**, 2, 79-87.

Van Horn, L. (2002). Travellers with disabilities: market size and trends. Retrieved November 22, 2019, from

<http://ncped.org/access/isu-travel.html>

World Health Organization (WHO). (2011). World report on disability. Retrieved November 20, 2019, from www.who.int/disabilities/world_report/2011/en/

การศึกษาการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน
(IFRS 9) ที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของนักบัญชีกรณีศึกษาบริษัทใน กลุ่ม SET 100
The Study of Change in Financial Reporting Standards No.9 on Financial
Instruments (IFRS 9) Affecting the Accountant Performances: The Case Study of
Companies in SET 100 Group

ศรีสุดา ทองวันดี¹ อารยา มีเย็น² และธิติรัตน์ วงษ์กาฬสินธุ์³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9) ที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของนักบัญชี (2) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงานของนักบัญชีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษางานวิจัย คือ นักบัญชีของบริษัทในกลุ่ม SET 100 จำนวน 100 บริษัท บริษัทละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 200 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้เป็น แบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 ตอน โดยหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ของการทดสอบ แบบสอบถามทั้งหมดเป็นค่าแอลฟา 0.93 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า นักบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.84$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน และนักบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบในการปฏิบัติงานของนักบัญชีโดยรวมอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X}=3.99$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ พบว่า การเปลี่ยนแปลงมาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9) ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านการจัดทางบการเงิน ด้านการจัดเตรียมข้อมูลมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการปฏิบัติงานของนักบัญชี โดยรวม ผู้บริหารและนักบัญชีควรให้ ความสำคัญกับการทำความเข้าใจในข้อกำหนดของ IFRS 9 ให้เข้าใจการคำนวณมูลค่ายุติธรรมของบางรายการที่มีความเสี่ยงที่จะเกิดข้อผิดพลาดได้ง่าย รวมถึงจัดทำเอกสารตาม IFRS 9 และเปลี่ยนแปลงการบันทึกบัญชีเพิ่มเติม เพื่อเตรียมรับมือกับ IFRS 9 เนื่องจากจะช่วยในการป้องกันการตื่นตระหนกในการปฏิบัติงานของนักบัญชีก่อนที่ มาตรฐานการบัญชีจะมีผลบังคับใช้

¹ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

E-mail: Srisuda60@gmail.com

² นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรม

ราชูปถัมภ์ E-mail: nina33108@gmail.com

³ อาจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีบัณฑิต, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

E-mail: Thitirat@vru.ac.th

คำสำคัญ : มาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 การเปลี่ยนแปลงมาตรฐานรายงานทางการเงิน การปฏิบัติงานของนักบัญชี TFRS 9

Abstract

The objectives of this research were (1) to study of changes in Thai Financial Reporting Standards No. 9 on Financial Instruments (TFRS 9) affecting the performance of accountants, (2) to propose the guidelines for developing and improving the performance of accountants. The sample of this study consisted of 200 accountants of 100 SET 100 listed companies (2 accountants selected from each company). The sample was selected based on a purposive sampling. The research tool was a questionnaire, which was divided into 3 parts. The reliability of the questionnaire was calculated as Alpha to be 0.93. Data collected were then analyzed using statistics, including mean, standard deviation, and multiple correlation analysis. The results of this study indicated that overall opinion of the respondents towards the changes in Thai Financial Reporting Standards No. 9 on Financial Instruments (TFRS9) was in a high level (\bar{X} =3.84). When the individual aspects were considered, all aspects were in a high level. In addition, accountants had overall opinion towards effects on the performance of accountants in a high level (\bar{X} =3.99). When the individual aspects were considered, all aspects were in a high level. The results of multiple correlation analysis revealed that the changes in Thai Financial Reporting Standards No. 9 on Financial Instruments (TFRS9) indicated that knowledge and understanding, financial statement preparation, and data preparation were positively related to the overall performance of accountants. Therefore, executives and accountants should emphasize on understanding the regulations of TFRS 9 thoroughly, calculating fair value of some risky transactions, preparing documents to meet the requirements stipulated by TFRS 9, and changing accounting entry to cope with the changes in TFRS 9 in order to prevent panic of accountants before the actual enforcement of TFRS9.

Keywords: Financial Reporting Standards No. 9, Changes in Financial Reporting Standards, Accountant performance, TFRS 9

วันที่รับบทความ : 9 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 3 พฤษภาคม 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 29 พฤษภาคม 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ปัจจุบันมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ (International Accounting Standards : IAS) และมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ (International Financial Reporting Standards : IFRS) มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผู้ใช้งบการเงินสามารถวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของการดำเนินธุรกิจที่มีความซับซ้อนได้ดีขึ้น และพยายามที่จะกำหนดมาตรฐานการบัญชีใหม่ที่เป็นรูปแบบเดียวกันทั่วโลกสำหรับประเทศไทยสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ได้ดำเนินการปรับปรุงมาตรฐานการบัญชีของไทยให้มีความสอดคล้องกับมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ (International Financial Reporting Standard : IFRS) ต้องปฏิบัติตามให้เป็นไปตามมาตรฐานหรือข้อกำหนดใหม่ที่ประกาศบังคับใช้ และเสริมสร้างความเข้าใจในการปฏิบัติตามมาตรฐาน เพื่อให้การพัฒนาการด้านบัญชีของประเทศไทยสามารถเทียบเคียงได้กับมาตรฐานสากล และทันต่อการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจโลก

การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ ประเทศไทยได้ปรับปรุงระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (TFRS 9) โดยมีส่วนที่สำคัญ คือ การกันเงินสำรองเพื่อรองรับผลเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากสินทรัพย์ และภาวะผูกพัน งบการเงินที่มีการเปลี่ยนแปลงจากการแสดงรายการแบบใหม่ตามแนวทางการจัดประเภท และการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ที่อาจส่งผลให้ภาระการกันเงินสำรองของกิจการเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อปฏิบัติงานของนักบัญชี ทำให้นักบัญชีต้องศึกษา และสร้างความรู้ความเข้าใจ เพื่อเตรียมความพร้อมในการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (TFRS 9) มาถือปฏิบัติได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ ไม่เป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงาน และเพื่อช่วยสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจไทย

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (TFRS 9) ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของนักบัญชีในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (SET 100) เพื่อให้ให้นักบัญชีทราบผลกระทบของ TFRS 9 และเสริมสร้างความเข้าใจการปฏิบัติตามมาตรฐานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถจัดทำงบการเงินให้เป็นไปตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินหรือข้อกำหนดใหม่ๆที่ประกาศบังคับใช้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (TFRS 9) ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของนักบัญชี

1.2.2 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่องในการปฏิบัติงานของนักบัญชี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักบัญชีของบริษัทในกลุ่ม SET 100 สาเหตุที่เลือกศึกษาเฉพาะบริษัทในกลุ่ม SET 100 ก็เพราะว่าบริษัทในกลุ่ม SET 100 เป็นบริษัทที่มีหุ้นสามัญ ที่มีมูลค่าตลาดสูง และการซื้อขายมีสภาพคล่องสูงจำนวน 100 บริษัทแรก ซึ่งบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ จะต้องมีการจัดทำรายงานทางการเงินให้มีความโปร่งใส น่าเชื่อถือ และต้องมีรูปแบบตรงตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2562)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักบัญชีของบริษัทในกลุ่ม SET 100 จำนวน 100 บริษัท

บริษัทละ 2 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9) ที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของนักบัญชีของบริษัทในกลุ่ม SET 100 ได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรต้น คือ การเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9) แบ่งเป็น 3 ส่วนหลัก ประกอบด้วย ด้านความรู้ความเข้าใจด้านการจัดทำงบการเงินด้านการจัดเตรียมข้อมูล

ตัวแปรตาม คือ ผลต่อการปฏิบัติงานของนักบัญชีของบริษัทในกลุ่ม SET 100 ประกอบด้วย ด้านความถูกต้องด้านความเชื่อถือได้ด้านความทันเวลา

1.4 สมมติฐานงานวิจัย

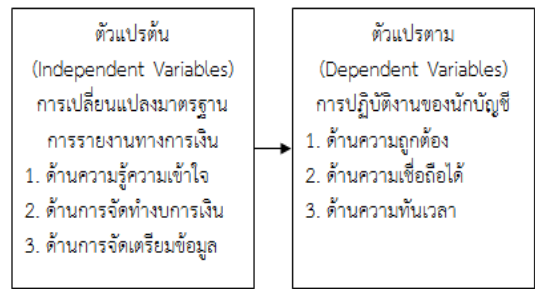
H1: ด้านความรู้ความเข้าใจมีความสัมพันธ์และส่งผลต่อการปฏิบัติงานของนักบัญชีในกลุ่ม SET 100

H2: ด้านการจัดทำงบการเงินมีความสัมพันธ์และส่งผลต่อการปฏิบัติงานของนักบัญชีในกลุ่ม SET 100

H3: ด้านการจัดเตรียมข้อมูลมีความสัมพันธ์และส่งผลต่อการปฏิบัติงานของนักบัญชีในกลุ่ม SET 100

1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9) ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านการจัดทำงบการเงิน ด้านการจัดเตรียมข้อมูล ประยุกต์จากแนวคิด และทฤษฎีมาตรฐานการบัญชีไทย (ภัทรพร จิตรสร้างบุญ, 2561 : 146 - 147) การปฏิบัติงานของนักบัญชี ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้อง ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความทันเวลา ประยุกต์จากแนวคิด และทฤษฎีการปฏิบัติงาน (ประมวล พระตลับ, 2551 : 35)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 กระบวนการและการเลือกกลุ่มประชากร

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่นักบัญชีของบริษัทในกลุ่ม SET 100 จำนวน 100 บริษัท บริษัทละ 2 คนจากนั้นผู้วิจัย ส่งแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด ปรากฏว่า เมื่อครบกำหนดในการเก็บแบบสอบถาม ได้รับแบบสอบถามทั้งสิ้น 200 ชุด ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่ถูกต้อง และครบถ้วนทั้งหมด มีอัตราผลตอบกลับ 100 % ซึ่งใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 60 วัน ตั้งแต่วันที่ 27 สิงหาคม ถึงวันที่ 26 ตุลาคม 2562

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้สอบถามนักบัญชีของบริษัทในกลุ่ม SET 100 ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดแล้วได้นำไปปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบเนื้อหาความถูกต้อง และครอบคลุมตามที่ต้องการโดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 6 ข้อประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา การฝึกอบรมด้านบัญชี ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ในการทำงาน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (TFRS 9) ที่ส่งผลกระทบต่อปฏิบัติงานของนักบัญชี จำนวน 9 ข้อ ประกอบด้วย ด้านความรู้ความเข้าใจจำนวน 3 ข้อ ด้านการจัดทำงบการเงิน จำนวน 3 ข้อ และด้านการจัดเตรียมข้อมูลจำนวน 3 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (TFRS 9) จำนวน 10 ข้อ ประกอบด้วย ด้านความถูกต้องจำนวน 4 ข้อ ด้านความเชื่อถือได้จำนวน 3 ข้อ และด้านความทันต่อเวลาจำนวน 3 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Google Form) ให้กับนักบัญชีจำนวน 60 ชุด และได้ดำเนินการขอหนังสือราชการเพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามไปแจกให้นักบัญชีของบริษัทในกลุ่ม SET 100 ด้วยตนเองจำนวน 140 ชุดจนครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างเมื่อได้รับแบบสอบถามตอบกลับมา ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับซึ่ง Aker, Kumar และ Day (2001) ได้เสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

2.4 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง ความเชื่อมั่น และค่าอำนาจจำแนกรายข้อโดยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาผ่านการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

และหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach ซึ่งคุณลักษณะของข้อมูลการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (TFRS 9) มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ที่ 0.932 และส่งผลกระทบต่อปฏิบัติงานของนักบัญชีในกลุ่ม SET 100 มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 อยู่ในระดับมากกว่า 0.50 ขึ้นไปซึ่งสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

2.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณทดสอบการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (TFRS 9) ที่ส่งผลกระทบต่อปฏิบัติงานของนักบัญชีในกลุ่ม SET 100 ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

สมการ $OPE(Y) = a_{01} + \beta_1 KU + \beta_2 FS + \beta_3 DP + e$

เมื่อ OPE แทนค่า การปฏิบัติงานของนักบัญชีโดยรวม

KU แทนค่า ด้านความรู้ความเข้าใจ

FS แทนค่า ด้านการจัดทำงบการเงิน

DP แทนค่า ด้านการจัดเตรียมข้อมูล

3. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (TFRS 9) ของนักบัญชีที่ปฏิบัติงานในกลุ่ม Set 100 ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านการจัดทำงบการเงิน ด้านการจัดเตรียมข้อมูล

ตารางที่ 1 การเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่องเครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9)

การเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่องเครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9)	(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความรู้ความเข้าใจ	3.86	0.601	มาก
ด้านการจัดท่างการเงิน	3.67	0.738	มาก
ด้านการจัดเตรียมข้อมูล	3.99	0.561	มาก
โดยภาพรวม	3.84	0.543	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า นักบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9) ของนักบัญชีที่ปฏิบัติงานในกลุ่ม Set 100 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.84) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ในแต่ละด้านอยู่ในระดับความคิดเห็นมากทุกด้าน โดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการจัดเตรียมข้อมูล (\bar{X} =3.99) ด้านความรู้ความเข้าใจ (\bar{X} =3.86) ด้านการจัดท่างการเงิน (\bar{X} =3.67)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบในการปฏิบัติงานของนักบัญชีที่ปฏิบัติงานในกลุ่ม Set 100 ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้อง ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความทันต่อเวลา

ตารางที่ 2 ผลกระทบต่อการปฏิบัติของนักบัญชี

ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่องเครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9)	(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความถูกต้อง	3.83	0.593	มาก
ด้านความเชื่อถือได้	3.96	0.599	มาก
ด้านความทันต่อเวลา	4.17	0.575	มาก
โดยภาพรวม	3.99	0.507	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า นักบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบผลกระทบในการปฏิบัติงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.99) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ในแต่ละด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ทุกด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านความทันต่อเวลา (\bar{X} =4.17) ด้านความเชื่อถือได้ (\bar{X} =3.96) ด้านความถูกต้อง (\bar{X} =3.83)

การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (multiple Linear Regression)

การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และการสร้างสมการพยากรณ์ของการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9) ที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของนักบัญชีในกลุ่ม SET 100 ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและการสร้างสมการพยากรณ์ตามที่ได้ตั้งสมมติฐานไว้ ดังนี้

- H1: ด้านความรู้ความเข้าใจมีความสัมพันธ์และส่งผลต่อการปฏิบัติงานของนักบัญชีในกลุ่ม SET 100
- H2: ด้านการจัดท่างการเงินมีความสัมพันธ์และส่งผลต่อการปฏิบัติงานของนักบัญชีในกลุ่ม SET 100
- H3: ด้านการจัดเตรียมข้อมูลมีความสัมพันธ์และส่งผลต่อการปฏิบัติงานของนักบัญชีในกลุ่ม SET 100

ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์และผลกระทบการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9) ที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของ นักบัญชีในกลุ่ม SET 100

การเปลี่ยนแปลงมาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9)	การปฏิบัติงานของนักบัญชี โดยรวม		t	P-value
	B	SE		
ค่าคงที่ (Constant)	1.253	0.181	6.909	0.000
ด้านความรู้ความเข้าใจ (KU)	0.300	0.059	5.115	0.000*
ด้านการจัดท่างการเงิน (FS)	0.173	0.043	4.029	0.000*
ด้านการจัดเตรียมข้อมูล (DP)	0.238	0.057	4.158	0.000*

F = 84.231 p = 0.000 Adjusted R² = 0.556

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า การเปลี่ยนแปลงมาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9) ด้านความรู้ความเข้าใจ (KU) ด้านการจัดท่างการเงิน (FS) ด้านการจัดเตรียมข้อมูล

(DP) มีผลกระทบต่อเชิงบวกต่อการปฏิบัติงานของนักบัญชีโดยภาพรวม (OPE) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1, 2 และ 3

เมื่อนำการปฏิบัติงานของนักบัญชีด้านความรู้ความเข้าใจ (KU) ด้านการจัดทำงบการเงิน (FS) ด้านการจัดเตรียมข้อมูล (DP) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของการปฏิบัติงานของนักบัญชีโดยรวม (OPE) ได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$OPE = 1.253 + 0.300(KU) + 0.173(FS) + 0.238(DP)$$

ซึ่งจากสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์การปฏิบัติงานของนักบัญชีโดยรวมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 84.231$ $p = 0.000$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง Adjusted R^2 เท่ากับ 0.556

4. อภิปรายผล

4.1 นักบัญชีที่มีความเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (TFRS 9) โดยรวม ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านการจัดทำงบการเงิน ด้านการจัดเตรียมข้อมูล อยู่ในระดับมาก เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (TFRS 9) จะส่งผลกระทบต่อการจัดทำงบการเงินของบริษัท และการดำเนินงานมีความผันผวนมากขึ้น นักบัญชีควรให้ความสำคัญกับการจัดทำงบการเงินที่มีความเปลี่ยนแปลงไปตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงินไม่ว่าจะเป็นที่ตั้งสำรองค่าเผื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่าที่เพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จของกิจการจะลดลง การบันทึกรายการ และเปิดเผยข้อมูลทางการเงินโดยคำนึงถึงการเปิดเผยข้อมูลเพื่อให้ครอบคลุมถึงสาระสำคัญและในการจัดทำงบการเงินนักบัญชีควร

ศึกษาหาความรู้ทำความเข้าใจในเนื้อหาของมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (TFRS 9) ที่จัดทำขึ้นใหม่ และสามารถประยุกต์ใช้หลักเกณฑ์ในการจัดทำบัญชีตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 ได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ของ นันทนา ภูมั่ง (2560 : 154) กล่าวว่า นักบัญชีต้องปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวังรอบคอบ และนักบัญชีควรมีการเรียนรู้และปรับตัวอย่างต่อเนื่องกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆที่เกิดขึ้น มีความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจต่างๆพร้อมปรับตัวเข้าสู่การพัฒนารูปแบบการดำเนินงานที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างสม่ำเสมอ

4.2 นักบัญชีมีความเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของนักบัญชีโดยรวม ด้านความถูกต้อง ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความทันต่อเวลาอยู่ในระดับมากเนื่องจากคุณภาพของการปฏิบัติงาน คือ สามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จคล่องตามระยะเวลาถูกต้อง ครบถ้วน ตรงตามมาตรฐานวิชาชีพ และมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้องนักบัญชีควรให้ความสำคัญกับความถูกต้องในการปฏิบัติงานทางด้านบัญชีที่มีการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ไม่ว่าจะมีความถูกต้องในการจัดทำงบการเงินความถูกต้องในการเปิดเผยข้อมูลงบการเงินที่ทำให้ผู้ซึ่งงบการเงินเข้าใจถึงรายการและเหตุการณ์ทางบัญชีที่ต้องการให้แสดงหรือสมควรแสดงการจัดทำรายงานทางการเงินให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นนั้นการจัดทำงบการเงินต้องมีความน่าเชื่อถือ ครบถ้วนต้องเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์มีความเชื่อถือได้การจัดทำงบการเงินให้มีความน่าเชื่อถือ จะต้องรวบรวมข้อมูลให้เพียงพอเพื่อบันทึกเหตุการณ์ทางการเงินนั้นๆ การแสดงรายการและเหตุการณ์ทางบัญชีอย่างเที่ยงธรรมตามเนื้อหา และความเป็นจริงทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นรายงานทางการเงินที่ดีต้องมีหลักฐานในการจัดทำข้อมูลทางการเงินบัญชีอย่างน่าเชื่อถือ มีการบันทึกบัญชีรายการด้วยมูลค่าที่แน่นอนสามารถตรวจสอบได้ ปราศจากความลำเอียง

มีการรับรู้ และการวัดมูลค่ารายการทางบัญชีตามหลักความระมัดระวัง นักบัญชีควรมีเอกสารหลักฐานในการจัดทำข้อมูลทางการบัญชีอย่างน่าเชื่อถือ สามารถตรวจสอบได้ และมีการนำเสนอรายงานทางการเงินที่มีความเที่ยงตรง ถูกต้องตามความเป็นจริง และทันต่อเวลาซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ คัทลียา ณ รุณ (2557) กล่าวว่า การจัดทำรายงานทางการเงินให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นนั้นต้องประกอบไปด้วยข้อมูลที่มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และมีการนำเสนอรายงานทางการเงินที่มีความเที่ยงตรงตามหลักความเป็นจริง และทันต่อเวลา

4.3 จากผลการวิจัย การเปลี่ยนแปลงมาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9) ด้านความรู้ความเข้าใจ มีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับการปฏิบัติงานของนักบัญชีโดยรวม เนื่องจากนักบัญชีต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9) และพัฒนาความรู้ความสามารถทางการบัญชีที่มีการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ โดยการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และกฎหมายต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพยิ่งขึ้นซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สลิตา แวนแก้ว (2557) กล่าวว่า นักบัญชีต้องปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวังรอบคอบมากกว่าการปฏิบัติด้วยความชำนาญควรมีความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการปฏิบัติงาน ยึดหลักความถูกต้องไม่ประมาทในการปฏิบัติงาน และหมั่นศึกษาหาความรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพทางการบัญชี ซึ่งจะส่งผลให้งานมีคุณภาพมากขึ้น

4.4 การเปลี่ยนแปลงมาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9) ด้านการจัดทำงบการเงิน มีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับการปฏิบัติงานของนักบัญชีโดยรวม งบการเงินถือเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานบัญชีเนื่องจากงบการเงินเป็นรายงานที่จัดทำขึ้นเพื่อ

เสนอข้อมูลเกี่ยวกับฐานะการเงิน ผลการดำเนินการ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงินในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอภิญา วิเศษสิงห์ (2556) กล่าวว่า การจัดทำงบการเงินจะต้องจัดทำงบการเงินโดยถูกต้องตามหลักการบัญชีที่รองรับโดยทั่วไป นักบัญชีจะต้องนำมาตราฐานการบัญชีไปตีความตามมาตรฐานบัญชีทุกประเด็น เพื่อนำมาปฏิบัติอย่างเหมาะสม พร้อมกับเปิดเผยข้อมูลที่จำเป็นอย่างเพียงพอ นโยบายการบัญชีในการจัดทำงบการเงินให้ถูกต้องตามหลักมาตรฐานการบัญชี ผู้บริหารจะต้องเลือกใช้นโยบายการบัญชี และปฏิบัติอย่างเคร่งครัดเพื่อให้มีวัตถุประสงค์ที่กำหนดในมาตรฐานการบัญชี และการตีความตามมาตรฐานการบัญชีทุกประเด็น

4.5 การเปลี่ยนแปลงมาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9) ด้านการจัดเตรียมข้อมูลมีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับการปฏิบัติงานของนักบัญชีโดยรวม เนื่องจากบทบาทของนักบัญชีในปัจจุบันไม่ใช่แค่การบันทึกบัญชีเท่านั้นแต่นักบัญชีต้องเป็นผู้บริหารจัดการ และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการบริหารงานของกิจการ นักบัญชีต้องตระหนักถึงการนำเสนอข้อมูลอย่างครบถ้วน จะส่งผลให้ผู้ใช้งบการเงินสามารถประเมินเหตุการณ์ในอดีต ปัจจุบันและอนาคตทำให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสายฝน วัลย์ (2558) กล่าวว่าคุณภาพข้อมูลทางบัญชีบริหารข้อมูลทางการเงินต้องเป็นข้อมูลที่ มีความน่าเชื่อถือต้องนำเสนอข้อมูลโดยปราศจากความลำเอียงยึดหลักความระมัดระวัง รวมทั้งต้องตระหนักถึงการนำเสนอข้อมูลอย่างครบถ้วน จะส่งผลให้ผู้ใช้งบการเงินสามารถประเมินเหตุการณ์ในอดีต ปัจจุบัน และอนาคตทำให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1) นักบัญชีควรให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9) โดยรวม ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านการจัดทำงบการเงิน และด้านการจัดเตรียมข้อมูล เนื่องจากองค์ประกอบเหล่านี้จะนำมาซึ่งการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถจัดทำงบการเงินได้อย่างถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่มาตรฐานการรายงานทางการเงินกำหนดไว้

2) นักบัญชีควรนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลในการพัฒนา ปรับปรุงการปฏิบัติงาน เพื่อพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพในการทำงานที่ดีขึ้น

3) นักบัญชีควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการศึกษาหาความรู้ และทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อพัฒนาตนเองให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9) อื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยในประเด็นปัญหาที่แตกต่างกันทำให้ทราบถึงผลกระทบที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2) การวิจัยในครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9) โดยไม่ได้ศึกษาจำแนกตามกลุ่มธุรกิจในแต่ละประเภท ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปอาจจำแนกกลุ่มบริษัทตามธุรกิจ เช่น กลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มสถาบันการเงิน เป็นต้น จะช่วยให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมตามลักษณะธุรกิจในแต่ละประเภท

3) ควรมีการศึกษาวิจัยโดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบอื่นนอกเหนือจากการใช้แบบสอบถาม เช่นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจนมากยิ่งขึ้น

6. เอกสารอ้างอิง

- คัทลียา ณ รุณ. (2557). ผลกระทบของมาตรฐานการปฏิบัติงานที่มีต่อคุณภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีในจังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์บัณฑิตมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2562). **ดัชนี SET 100**. จาก www.set.or.th.
- นันทนา ภูขมั่ง, สุวรรณ หวังเจริญเดช และนิกร ยาสมร. (2560, 10). ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการปฏิบัติงานทางการบัญชีกับความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชีสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา. **วารสารการบัญชีและการจัดการ**, 9(4), 147-156.
- ประมวล พระตลับ. (2551). **ผลกระทบของความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ภัทรภาพร จิตรสร้างบุญ. (2561, กรกฎาคม – ธันวาคม). ความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานรายงานทางการเงินไทยของนิสิตหลักสูตรสุตรบัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรี นครินทรวิโรฒ. **วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ**, 9(2), 141-155.

ลลิตา แวนแก้ว. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่าง

คุณสมบัติทางการบัญชีที่ดีกับคุณภาพการ
ทำงานของผู้ทำบัญชีในจังหวัดขอนแก่น
วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี,
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สายฝน วิสัย. (2558, เมษายน-ธันวาคม). คุณภาพ

ข้อมูลทางบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อ
ประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารใน
รัฐวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. วารสาร
ชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ
นครราชสีมา, 9(2), 19-27.

อภิญา วิเศษสิงห์. (2556). การจัดทำบัญชีของธุรกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาษีเจริญ
กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
ราชภัฏสวนสุนันทา.

Tami, D., and Peter, L. (2019). IAS 39 to IFRS 9:

Accounting of Financial Instruments
in the European Banking Industry.
Dissertation School of Management
Economics Law Social Sciences and
International Affairs, Germany.

แนวทางการจัดการลดต้นทุนเพิ่มผลผลิตโดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ

Management Guidelines to Reduce Costs and Increase Productivity by Applying Information Technology to Increase the Market Competitiveness of Jasmine Rice in Sisaket Province

ศิริกมล ประภาสพงษ์¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาในการผลิตข้าวของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตพื้นที่ จังหวัดศรีสะเกษ 2) เพื่อศึกษาวิเคราะห์การลดต้นทุนและการเพิ่มผลการผลิต ปัญหาและอุปสรรค ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการผลิต และการจัดการคุณภาพข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ 3) เพื่อวิเคราะห์วิธีการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และบทบาทของตลาดในการกำหนดคุณภาพของข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ และ 4) เพื่อประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสมของพื้นที่ในจังหวัดศรีสะเกษ การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมวิธีดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัย เชิงปฏิบัติการ โดยมีแนวคิดการลดต้นทุน คือ การเพิ่มผลผลิตมาใช้เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการโดยใช้ปัจจัยการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตลอดจนการนำแนวคิดการประยุกต์ใช้สารสนเทศประเภทโซเชียลมีเดียประเภท Facebook มาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์จังหวัดศรีสะเกษ โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) จำนวน 50 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 329 คน และกลุ่มผู้รับการอบรมการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และแบบการประเมินผลการอบรม การวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงปริมาณ ทั้งค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ปัจจัย และทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์สถิติและคณิตศาสตร์ และสนทนากลุ่มย่อยจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 15 คน นำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์และวิเคราะห์เพื่อนำเสนอข้อมูลแบบพรรณนาความ

ผลการวิจัยพบว่า

1) เกษตรกรในจังหวัดศรีสะเกษที่เป็นผู้ผลิตข้าวมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการยังชีพ จึงรวมกลุ่มให้เกิดกิจกรรมด้านการสร้างแหล่งทุนชุมชน เพื่อขยายพันธุ์ข้าวและผลิตข้าวที่ได้มาตรฐาน เพื่อสร้างอำนาจต่อรองและกำหนดราคาได้เอง แต่ในขณะเดียวกันก็ประสบปัญหาต่างๆ ประกอบด้วย(1) ปัญหาการขยายตลาดการส่งออกในระดับประเทศและต่างประเทศ (2) ปัญหาการพัฒนาพื้นที่นาข้าวและผลผลิตให้ได้รับเครื่องหมายบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) (3) ปัญหาระบบการผลิตที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด (4) ปัญหาโรงเรือนกักเก็บข้าวไม่เพียงพอ (5) ปัญหาการขาดความรู้ทางด้านบัญชี (6) ปัญหาการขาดความรู้เรื่องการแปรรูป (7) ปัญหาองค์ความรู้ด้านการลดต้นทุนการผลิต (8) ปัญหาการขาดความรู้ด้านการจัดการช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (9) ปัญหาด้านทัศนะ

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

คติและพฤติกรรมของเกษตรกรผู้ผลิตข้าว (10) ปัญหาเรื่องเงินทุน (11) ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดจากหน่วยงานรัฐ ไม่สอดคล้องกับช่องทางการจำหน่าย และ (12) ปัญหาการขาดเครื่องจักรในการแปรรูปข้าวหอมมะลิ

2) ปัจจุบันเกษตรกรผู้ผลิตข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ มีต้นทุนค่าแรงงานในการผลิตข้าวทุกกระบวนการซึ่งพบว่าค่าใช้จ่ายที่สร้างภาระให้กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวมากที่สุด คือ ภาระการกู้ยืมเงินเพื่อมาลงทุนในการผลิตข้าว และต้องชำระดอกเบี้ยเงินกู้จากแหล่งกู้ยืมมากกว่า 1 แหล่ง ในขณะที่เมื่อคำนวณจุดคุ้มทุนของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์พบว่า เกษตรกรมีต้นทุนการผลิต 5,856.14 บาท / ไร่ สามารถขายผลผลิตทางเกษตรเฉลี่ยเท่ากับ 19.04 บาท/กิโลกรัม มีปริมาณผลผลิตทางเกษตรเท่ากับ 416.45 กิโลกรัม/ไร่ รายได้จากการขายผลผลิต 7,929.20 บาท / ไร่ กำไรสุทธิ 825.86 บาทต่อไร่ โดยปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อไร่คุ้มทุนเท่ากับ 12.08 กิโลกรัม/ไร่ ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วยต้นทุน 14.06 บาท/กิโลกรัม และในส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณของผลผลิตข้าวของเกษตรกรมี 6 ตัวแปร ได้แก่ จำนวนครีวเรือนที่มีสมาชิกเป็นเกษตรกร ประสบการณ์ทำการเกษตร การจ้างแรงงานในการทำนา การทดสอบเมล็ดพันธุ์ข้าว อัตราการใช้เมล็ดพันธุ์ต่อไร่ และวิธีการปลูกข้าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงปริมาณการผลิตข้าวได้ดีที่สุด คือ ประสบการณ์ทำการเกษตร

3) วิธีการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และมาตรฐานของข้าวหอมมะลิในจังหวัด ศรีสะเกษ ประกอบด้วย (1) การส่งเสริมศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกข้าว (2) การส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (3) การเพิ่มผลผลิตในการจำหน่ายของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว (4) การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและสร้างสรรค์ (5) การสร้างสรรค์ภาพลักษณ์และเอกลักษณ์การผลิตของกลุ่มฯ (6) การสร้างเครือข่ายการผลิตข้าวอินทรีย์ (7) การจัดทำบัญชีการผลิตข้าว

4) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น การสร้างเพจผ่าน Facebook เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสมของพื้นที่ในจังหวัดศรีสะเกษ พบว่า (1) ผลรวมระดับความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วมอบรมและปฏิบัติการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศฯ มีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับน้อย (2) ผลรวมของความพึงพอใจด้านวิทยากรและสื่อการอบรมอยู่ในระดับมาก และ (3) ผลรวมความพึงพอใจในด้านความรู้ความเข้าใจหลังการอบรมฯ อยู่ในระดับปานกลาง

คำสำคัญ : การจัดการลดต้นทุน การเพิ่มผลผลิต การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการผลิตข้าว

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the conditions and problems in rice production of rice growers in the area; 2) to study and analyze the reducing of the costs and the increasing of the production, and barrier factors affecting the production and quality management of jasmine rice in Sisaket province; 3) to analyze marketing methods, distribution channels, and the role of the market in determining the quality of jasmine rice in Sisaket province; and 4) to apply information technology to increase the market competitiveness of jasmine rice according to the suitability of the area in Sisaket province. The research methodology is a mixed method of a quantitative research, a qualitative research and an action research with the concept of cost

reduction by increasing productivity and using production factors efficiently and effectively, and by applying the concepts of information in the category of social media such as Facebook to increase the distribution channels of the products of the group. The population used in this study is Organic Jasmine Rice Community Enterprise, Sisaket province. The target group is 50 key informants, sampling of 329 people and 30 IT trained people using information systems. The tools used in the study consisted of interview forms, questionnaires and training evaluation forms. The analysis used quantitative statistics (Quantitative Method) including statistics, percentage, average analysis, factor analysis and theories of economics, statistics and mathematics, and focus group discussions of 15 target groups. The data obtained were synthesized and analyzed to present as the descriptive data.

The research found that:

1) The farmers did not have enough income, they combined groups to create activities for creating community funding sources to expand rice varieties and produce rice that is standardized by the community with the bargaining power and the pricing. However, there were various problems including (1) problems of expanding the export market at the national and international levels; (2) problems of the development of paddy fields and products to receive geographical indications or GI; (3) problems of insufficient production system; (4) insufficient storage houses; (5) lack of accounting knowledge; (6) problems of lack of knowledge on privatization; (7) problems of knowledge of production cost reduction; (8) problems of lack of knowledge in product distribution channel management; (9) problems of attitude and behavior of rice farmers; (10) capital or budget problems; (11) marketing promotion problems from government agencies irrelevant to distribution channels; and (12) the problem of lack of machines for processing jasmine rice.

2) Presently, the jasmine rice farmers in Sisaket province with labor costs for rice production in all processes found that the expenses that caused the burden for rice farmers are the most burden of borrowing money to invest in rice production, and having to pay interest on the loan more than 1 source of loan while calculating the break-even point of organic jasmine rice production cost of 5,856.14 baht/rai; sale of agricultural products with an average of 19.04 baht/kilogram; the agricultural production of 416.45 kilograms/rai; sales revenue 7,929.20 baht/rai with net profit 825.86 baht per rai; 14.06 baht/kg average selling price per unit. There are six factors affecting the quantity of rice production; agriculture families, farming experience, hiring labor in farming, rice seed testing, seed use rate per rai with statistical significance at the level of .05. When considering the independent variables that have the power to predict the change in the amount of rice production, the best is farming experience.

3) Marketing methods, distribution channels, and standards of jasmine rice in Sisaket province consisted of (1) promoting the potential of rice growers; (2) promoting distribution channels with electronic commerce systems; (3) increasing productivity in the sale of rice growers; (4) product

design; (5) creation of the image and production identity of the group; (6) creating a network of organic rice production; and (7) production accounting preparation.

4) Application of information technology such as creating a page via Facebook to increase the market competitiveness of jasmine rice according to suitability of areas in Sisaket province found that (1) the total level of knowledge and understanding before attending training and operating using information technology was at a low level; (2) the satisfaction of lecturers and training media was at a high level; and (3) the overall satisfaction of knowledge and understanding after the training was at the medium level.

Keywords: Management to reduce costs, Productivity, Application of information technology in rice production

วันที่รับบทความ : 9 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 15 พฤษภาคม 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 15 มิถุนายน 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

จังหวัดศรีสะเกษเป็นแหล่งปลูกข้าวเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยพื้นที่ส่วนใหญ่ใช้สำหรับการทำนา พ.ศ. 2557 มีพื้นที่ปลูกข้าวรวม 3,413,646 ไร่ แยกเป็นพื้นที่ปลูกข้าวเจ้า (ข้าวหอมมะลิ) 3,268,386 ไร่ พื้นที่ปลูกข้าวเหนียว 145,260 ไร่ ผลผลิตข้าวรวม 1,528,624 ตัน แยกเป็นผลผลิต ข้าวเจ้า 1,466,468 ตัน ผลผลิตข้าวเหนียว 62,156 ตัน เป็นพื้นที่นาผลิตข้าวหอมมะลิที่ดีที่สุด ออกสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ ปัจจุบันข้าวหอมมะลิอินทรีย์เป็นที่ต้องการของตลาดมาก และกลุ่มผู้ผลิตข้าวหอมมะลิจังหวัดศรีสะเกษได้มีการตรวจรับรองระบบการผลิตข้าวหอมมะลิที่ปลอดภัยจากสารพิษ ในปี 2555 ได้ขึ้นทะเบียนเกษตรกรเข้าร่วมโครงการ จำนวน 3,690 ราย และผ่านการตรวจรับรองระบบการผลิตข้าวหอมมะลิที่ปลอดภัยจากสารพิษ จำนวน 3,490 ราย ในปี 2556 ได้ขึ้นทะเบียนเกษตรกรเข้าร่วมโครงการ จำนวน 1,800 ราย และผ่านการตรวจรับรองระบบการผลิตข้าวหอมมะลิที่ปลอดภัยจากสารพิษ จำนวน 1,620 ราย (องค์การบริหารส่วนจังหวัดศรีสะเกษ, 2555) ในขณะเดียวกันความต้องการยกระดับและพัฒนาการผลิต และการส่งออกข้าวหอมมะลิในพื้นที่ยังคงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น แต่เกษตรกรยังขาดทักษะในการประชาสัมพันธ์ และขาดเครื่องมือในการสนับสนุนการตัดสินใจในการบริหารจัดการการผลิตข้าวที่มี

ประสิทธิภาพ โดยหากเกษตรกรสามารถใช้ระบบสารสนเทศในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดข้าวหอมมะลิได้ จะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถของเกษตรกรและยกระดับการผลิตข้าวหอมมะลิได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้น การพัฒนาระบบสารสนเทศการตลาดข้าวหอมมะลิมีความสำคัญต่อการสนับสนุนการตัดสินใจในการบริหารจัดการการผลิตข้าว ระหว่างผู้เกี่ยวข้องเพื่อบูรณาการความรู้ และการวางระบบเครือข่ายสารสนเทศด้านการตลาดข้าวหอมมะลิ เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาไปสู่ระบบสารสนเทศ “ข้าว” คณะผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการศึกษาสภาพการผลิต ต้นทุนการผลิต และพฤติกรรมของเกษตรกรที่ปลูกข้าวหอมมะลิในแหล่งผลิตที่สำคัญ จะระบุถึงต้นทุนการผลิตที่แท้จริงและรูปแบบการจัดการคุณภาพข้าวของเกษตรกรที่เปลี่ยนแปลงไป การรักษาตลาดข้าวหอมมะลิ คุณภาพดี ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเสริมสร้างนโยบายการจัดการรูปแบบข้าวหอมมะลิได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอีกทั้งยังร่วมมือกับสถาบัน หน่วยงานราชการ ผู้ประกอบการโรงสีเอกชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าว องค์การบริหารส่วนตำบล และเกษตรกร เพื่อให้ทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมพัฒนาระบบเครือข่ายข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ “ข้าว” สนับสนุน ส่งเสริมในการประกอบอาชีพการค้าเงินธุรกิจในตลาดทางการใช้ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นอันจะช่วยให้เกิดประโยชน์และ

นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน และนำข้อมูลของข้าวหอมมะลิ มาพัฒนาให้อยู่ในรูปแบบระบบฐานข้อมูลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มช่องทางด้านการตลาดข้าวหอมมะลิไทยในวงกว้างมากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาในการผลิตข้าวของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตพื้นที่ จังหวัดศรีสะเกษ

1.2.2 เพื่อศึกษาวิเคราะห์การลดต้นทุนและการเพิ่มผลการผลิต ปัญหาและอุปสรรค ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการผลิตและการจัดการคุณภาพข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ

1.2.3 เพื่อวิเคราะห์วิธีการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และบทบาทของตลาดในการกำหนดคุณภาพของข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ

1.2.4 เพื่อประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสมของพื้นที่ในจังหวัดศรีสะเกษ

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1) ศึกษาสภาพและปัญหาในการผลิตข้าวของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตพื้นที่ จังหวัดศรีสะเกษ

2) ศึกษาวิเคราะห์การลดต้นทุนและการเพิ่มผลการผลิต ปัญหาและอุปสรรค ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการผลิตและการจัดการคุณภาพข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ

3) ศึกษาวิธีการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และบทบาทของตลาดในการกำหนดคุณภาพของข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ

4) ศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสมของพื้นที่ในจังหวัดศรีสะเกษ

1.3.2 ขอบเขตพื้นที่การวิจัย

กำหนดพื้นที่เป้าหมาย โดยศึกษาเฉพาะกรณี กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพันธุ์ข้าวผักไหม ตำบลผักไหม อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ ศูนย์ข้าวชุมชนบ้านมะยาง ตำบลหนองแค อำเภอราชไศล จังหวัดศรีสะเกษ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง ตำบลคู อำเภอราชไศล จังหวัดศรีสะเกษ

1.3.3 ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ประชากรทั้งเพศชายเพศหญิงที่เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ

ชุมชนพันธุ์ข้าวผักไหม ตำบลผักไหม อำเภอห้วยทับทัน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมขยายผลพันธุ์ข้าวตำบลหนองแค (ศูนย์ข้าวชุมชนบ้านมะยาง) ตำบลหนองแค และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง ตำบลคู อำเภอราชไศล จังหวัดศรีสะเกษ จำนวนทั้งสิ้น 1,867คน

1.3.4 กลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง

1) กลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 50 คน ประกอบด้วย 1) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 15 คน 2) กลุ่มผู้ปฏิบัติจำนวน 20 คน และ 3) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป จำนวน 15 คน และตัวแทนการประชุมสนทนากลุ่มย่อย จำนวน 15 คน

2) กลุ่มตัวอย่าง การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตข้าวอินทรีย์ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ตำบลผักไหม อำเภอห้วยทับทัน จำนวน 474 คน ตำบลหนองแค จำนวน 135 คน และตำบลคู จำนวน 1,258 คน อำเภอราชไศล จังหวัดศรีสะเกษ จำนวนทั้งสิ้น 1,867 คน โดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane ที่ระดับความคลาดเคลื่อน .05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 329 คน

3) กลุ่มผู้เข้าฝึกอบรมฯ จำนวน 30 คน โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นสมาชิกกลุ่มฯ อ่านออกเขียนได้ มีความพร้อม ความเข้าใจในการใช้โซเชียลมีเดียประเภท Facebook และมีอุปกรณ์การสื่อสารที่เข้าถึงเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือหรืออุปกรณ์อื่นๆ ที่สามารถรองรับระบบอินเทอร์เน็ตได้

2. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method) โดยดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์จังหวัดศรีสะเกษ โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 50 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 329 คน และผู้รับการอบรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และแบบการประเมินผลการอบรม การวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงปริมาณทั้งค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ปัจจัยและทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ สถิติและคณิตศาสตร์ และสนทนากลุ่มย่อยจาก

กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 15 คน นำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์ และวิเคราะห์เพื่อนำเสนอข้อมูลแบบพรรณนาความ

3. สรุปผลการวิจัย

3.1 เกษตรกรในจังหวัดศรีสะเกษที่เป็นผู้ผลิตข้าวมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการยังชีพ จึงรวมกลุ่มให้เกิดกิจกรรมด้านการสร้างแหล่งทุนชุมชน เพื่อขยายพันธุ์ข้าวและผลิตข้าวที่ได้มาตรฐาน เพื่อสร้างอำนาจต่อรองและกำหนดราคาตัวเอง แต่ในขณะที่เดียวกันก็ประสบปัญหาต่างๆ ประกอบด้วย (1) ปัญหาการขยายตลาดการส่งออกในระดับประเทศและต่างประเทศ (2) ปัญหาการพัฒนาพื้นที่นาข้าวและผลผลิตให้ได้รับเครื่องหมายบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) ถือเป็นส่วนสำคัญต่อการพัฒนาสินค้าส่งออกของประเทศไทยให้มีมูลค่าสูงขึ้น (3) ปัญหาระบบการผลิตที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ขาดกำลังเครื่องจักรในการผลิตที่มีปริมาณมาก (4) ปัญหาโรงเรือนกักเก็บข้าวไม่เพียงพอ ต่อการจัดเก็บเมล็ดพันธุ์ข้าวหอมมะลิที่เกษตรกรผู้ปลูกข้าวนำมารวมกันเพื่อจำหน่าย (5) ปัญหาการขาดความรู้ทางด้านบัญชี (6) ปัญหาการขาดความรู้เรื่องการแปรรูป (7) ปัญหาเรื่องการลดต้นทุนการผลิต (8) ปัญหาการขาดความรู้ด้านการจัดการช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (9) ปัญหาด้านทัศนคติและพฤติกรรมของเกษตรกรผู้ผลิตข้าว เพื่อให้เกษตรกรผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มฯ ได้ปรับเปลี่ยนความคิดเกษตรให้หันมาทำเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (10) ปัญหาเรื่องเงินทุนหรืองบประมาณ ในการซื้อข้าวหอมมะลิจากสมาชิกกลุ่มฯ เก็บไว้เพื่อจำหน่าย บางครั้งข้าวมีไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากโรงเรือนที่จัดเก็บข้าวมีไม่เพียงพอ (11) ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดจากจากหน่วยงานรัฐ ไม่สอดคล้องกับช่องทางการจำหน่าย ควรคำนึงถึงปลายน้ำผู้รับซื้อเป็นแหล่งที่โต และมีการประสานความร่วมมือที่จะรับซื้อผลผลิตของเกษตรกรจริงหรือไม่ ควรให้ความชัดเจน (12) ปัญหาการขาดเครื่องจักรในการแปรรูปข้าวหอมมะลิ โดยเครื่องจักรยังมีขนาดเล็กแต่ปริมาณการรับซื้อสูง

3.2 ปัจจุบันเกษตรกรผู้ผลิตข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ มีต้นทุนค่าแรงงานในการผลิตข้าวทุกกระบวนการ ซึ่งพบว่าค่าใช้จ่ายที่สร้างภาระให้กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวมากที่สุด คือ ภาระการกู้ยืมเงินเพื่อมาลงทุนในการผลิตข้าว และต้องชำระดอกเบี้ยเงินกู้จากแหล่งกู้ยืมมากกว่า 1 แห่ง ในขณะที่เมื่อคำนวณ

จุดคุ้มทุนของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์พบว่า เกษตรกรมีต้นทุนการผลิต 5,856.14 บาท / ไร่ สามารถขายผลผลิตทางเกษตรเฉลี่ยเท่ากับ 19.04 บาท/กิโลกรัม มีปริมาณผลผลิตทางเกษตรเท่ากับ 416.45 กิโลกรัม/ไร่ รายได้จากการขายผลผลิต 7,929.20 บาท / ไร่ กำไรสุทธิ 825.86 บาทต่อไร่ โดยปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อไร่ คุ้มทุนเท่ากับ 12.08 กิโลกรัม/ไร่ ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วยต้นทุน 14.06 บาท/กิโลกรัม และในส่วนของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงปริมาณของผลผลิตข้าวของเกษตรกรมี 6 ตัวแปร ได้แก่ จำนวนครีวเรือนที่มีสมาชิกเป็นเกษตรกร ประสบการณ์ทำการเกษตร การจ้างแรงงานในการทำนา การทดสอบเมล็ดพันธุ์ข้าว อัตราการใช้เมล็ดพันธุ์ต่อไร่ และวิธีการปลูกข้าว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงปริมาณการผลิตข้าวได้ดีที่สุดคือ ประสบการณ์ทำการเกษตร

3.3 วิธีการตลาดของกลุ่มผู้ผลิตข้าวฯ โดยช่องทางการจัดจำหน่าย และมาตรฐานของข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ ประกอบด้วย (1) การส่งเสริมศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกข้าว การส่งเสริมให้เกษตรกรมีองค์ความรู้และพัฒนาศักยภาพให้มีความเชี่ยวชาญจะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มที่สามารถพัฒนาพื้นที่ทำการเกษตรอินทรีย์ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ และสามารถพัฒนาต่อยอดพื้นที่ให้กลายเป็นศูนย์การเรียนรู้ที่สามารถเปิดรับนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่ต้องการศึกษาดูงานนำไปพัฒนาต่อผลผลิตในพื้นที่อื่นได้ (2) การส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบันกลุ่มฯ สามารถจำหน่ายข้าวให้กับผู้รับซื้อที่เป็นผู้ประกอบการค้าข้าวระดับประเทศหลายบริษัท ซึ่งรับซื้อตามรอบที่กำหนด ในขณะที่ข้าวของเกษตรกรในบางปีมีปริมาณเกินความต้องการรับซื้อ ดังนั้นเกษตรกรจึงต้องหาช่องทางการตลาดอื่นในการจำหน่ายผลผลิต โดยส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของการไปออกจำหน่ายตามงานต่างๆ ที่รัฐจัด และการนำข้อมูลของกลุ่มขึ้นเว็บไซต์หน่วยงานต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภค ที่สนใจสามารถสั่งซื้อสินค้าได้โดยตรงจากเกษตรกร หรือการทำเพจ Facebook ของกลุ่มฯ แต่ยังคงมีปัญหาและอุปสรรค คือ เกษตรกรผู้ผลิตยังไม่มีองค์ความรู้ในการจัดการเพจให้น่าสนใจเพียงพอ หรือ การติดต่อของผู้บริโภคบางรายไม่สามารถติดต่อกับกลุ่มได้เนื่องจากขาดความต่อเนื่องในการเคลื่อนไหวบนเพจ เพราะเกษตรกรขาดความรู้ความเข้าใจและขาด

ทักษะในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคโดยตรง (3) การเพิ่มผลผลิตในการจำหน่ายของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว สำหรับการรับซื้อข้าวอินทรีย์จากเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในฐานะที่เป็นกลุ่มวิสาหกิจฯ จะมีเงื่อนไขข้อกำหนดของการรับซื้อข้าวอินทรีย์ เช่น หากมีการปนเปื้อนของเมล็ดข้าวที่ต่ำกว่ามาตรฐาน โดยการปนเปื้อนห้ามเกิน 2 เม็ด และราคาซื้อของกลุ่มฯ จะมีการกำหนดราคาการรับซื้อต่ำกว่ามาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ เพราะข้าวอินทรีย์มีตลาดรองรับเฉพาะกลุ่ม เพราะฉะนั้นมาตรฐานการผลิตต้องได้มาตรฐานกว่าตลาดข้าวทั่วไป โดยหากต่ำกว่ามาตรฐานที่กำหนดทางกลุ่ม จะรับซื้อในราคากิโลกรัมละ 17 – 19 บาท แต่หากเกษตรกรสามารถผลิตได้ตามมาตรฐานกำหนดกลุ่มฯ จะรับซื้อในราคากิโลกรัมละ 23 – 25 บาท (4) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นและสร้างสรรค์ ปัจจุบันกลุ่มได้พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นสวยงามจึงช่วยให้สินค้ามีความน่าสนใจและช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มฯ ได้เพิ่มขึ้น (5) การสร้างสรรค์ภาพลักษณ์และเอกลักษณ์การผลิตของกลุ่มฯ สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์ ช่วยให้ผลผลิตสามารถจำหน่ายได้เพิ่มขึ้น เมื่อไปออกงานจำหน่ายตามสถานที่จัดงานต่างๆ ในขณะที่เดียวกันกลุ่มสามารถกำหนดราคาการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตนเองได้ (6) การสร้างเครือข่ายการผลิตข้าวอินทรีย์ช่วยเสริมสร้างขยายฐานการผลิตของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวให้เกิดความเข้มแข็งและเป็นการส่งเสริมให้เกิดตลาดรับซื้อข้าวภายใต้กระบวนการของกลุ่มเกษตรกร นอกจากนี้หัวใจสำคัญของการรวมกันของเกษตรกรในการผลิตข้าวด้วยรูปแบบนาแปลงใหญ่ คือให้เกษตรกรมีอำนาจต่อรองเรื่องราคาผลผลิตให้กับสมาชิกกลุ่มได้เพิ่มขึ้น ถือว่าเป็นอีกหนึ่งบทบาทสำคัญที่จะทำให้เกษตรกรมีบทบาทในการกำหนดราคาผลผลิตในตลาดรับซื้อข้าวได้มากขึ้น (7) การจัดทำบัญชีการผลิตข้าว สมาชิกกลุ่มฯ มีความรู้ในด้านบัญชีการผลิตข้าว้น้อยมาก จึงควรส่งเสริมและสนับสนุนการอบรมเพื่อให้ความรู้แก่เกษตรกรฯ และเกษตรกรควรมีการทำบัญชีการผลิตข้าว เพื่อให้ทราบรายละเอียดรายรับ รายจ่าย ในการผลิตข้าว เพื่อสามารถคำนวณต้นทุนการผลิตได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และเป็นการช่วยลดต้นทุนผลิตของการปลูกข้าวให้เกษตรกร และช่วยให้เกษตรกรสามารถกำหนดราคาผลผลิตในตลาดรับ

ซื้อข้าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถยกระดับทางเศรษฐกิจครัวเรือนสูงขึ้น

3.4 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ มาจากแนวคิดเพื่อการลดต้นทุนการเพิ่มผลิตภาพมาในการทำงานระบบกลุ่ม หรือ การทำงานในระบบทีม สร้างการมีส่วนร่วมและความเป็นหนึ่งเดียวกันในกลุ่มกับสมาชิกทุกคน และมีการแบ่งบทบาทหน้าที่ในการดำเนินงานใช้เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการโดยใช้ปัจจัยการผลิตหรือต้นทุนของกลุ่มที่มีให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตลอดจนการนำแนวคิดการประยุกต์ใช้สารสนเทศประเภทโซเชียลมีเดียประเภท Facebook มาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ซึ่งปัจจุบัน Facebook เป็นระบบสารสนเทศประเภทโซเชียลมีเดียที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดในโลก เฉพาะในประเทศไทยมีผู้ใช้งานกว่า 14 ล้านคน หรือร้อยละ 80 ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วประเทศ การเปิดเพจขายสินค้าบน Facebook จึงเป็นช่องทางการตลาดที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะใช้งานง่ายและมีความหลากหลายให้ผู้ใช้ได้เลือกสร้างสรรค์เพื่อผลิตภัณฑ์ของตนเอง โดย Facebook แบ่งประเภทของเพจเป็น 6 ประเภทตามการใช้งานคือ (1) Local Business or Place เหมาะสำหรับธุรกิจหรือกิจการที่มีหน้าร้านเป็นของตนเอง มีข้อดีคือคนที่มาร้านของคุณสามารถทำการ Check-in สถานที่ได้ (2) Company, Organization or Institution หรือ รูปแบบเพจสำหรับบริษัทหรือองค์กร หรือสถาบันต่างๆ ซึ่งสามารถตั้งเป็นสถานที่ Check In ได้เหมือนประเภทแรก (3) Brand or Product หรือ การสร้างเพจแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เหมาะสำหรับธุรกิจที่มีสินค้าผลิตภัณฑ์ของตัวเองในการส่งจำหน่าย (4) Artist, Band or Public Figure หรือ เพจสำหรับ ศิลปิน วงดนตรี หรือบุคคลสาธารณะ เช่น นักเขียน นักการเมือง ศิลปิน หรือ ทำ เพจ เกี่ยวกับ แฟนคลับ (5) Entertainment หรือ สื่อบันเทิง เช่น รายการทีวี รายการวิทยุ เป็นต้น และ (6) Cause or Community หรือเป็นการสร้างเพจขึ้นในรูปแบบเพจที่มีความเฉพาะสำหรับกลุ่มคนที่ชอบ หรือสนใจในสิ่งเดียวกัน ซึ่งผู้ใช้สามารถเลือกใช้ตามประเภทและความเหมาะสมของกลุ่มนั้นๆ ได้ โดยในปัจจุบันกลุ่มผู้ผลิตข้าวฯ ได้มีการสร้างเพจ Facebook เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นที่เรียบร้อยแล้ว แต่สมาชิกกลุ่มยัง

ขาดทักษะของการนำเข้าสู่ข้อมูลบนเพจ การนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์กลุ่มให้น่าสนใจ และข้อมูลที่มีพบเพจขาดความทันสมัย และความต่อเนื่อง จึงยังเป็นจุดอ่อน การทำการตลาดการจำหน่ายของกลุ่มผู้ผลิตข้าวฯ ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้จัดทำโครงการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะให้กลุ่มผู้ผลิตข้าวฯ ได้มีความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้ามากขึ้น ซึ่งขั้นแรกได้ดำเนินการสำรวจความต้องการของสมาชิกในกลุ่มฯ มีความต้องการให้ฝึกอบรมทดลองนำระบบโซเชียลมีเดียมาใช้ในการสร้างเพจของกลุ่มฯ โดยใช้ Facebook ที่เป็นเพจของกลุ่มที่มีอยู่แล้วมาดำเนินการอบรมเพิ่มทักษะการใช้งานในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้น การอบรมในครั้งนี้มีผู้เข้ารับการฝึกอบรม จำนวน 30 คน มีคุณสมบัติเป็นสมาชิกของกลุ่มฯ มีความต้องการในการเรียนรู้ และมีความพร้อมด้านอุปกรณ์ที่รองรับระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อฝึกปฏิบัติในการเรียนรู้การนำเข้าสู่ข้อมูลของกลุ่มฯ ไปเพจให้มีความทันสมัยตลอดเวลา รวมถึงการจัดการเพจให้น่าสนใจมากขึ้น สามารถใช้งานสื่อสารกับผู้บริโภคที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ได้ ตลอดจนสามารถจำหน่ายสินค้าในเพจได้อย่างเหมาะสมกับกลุ่มผู้ผลิตข้าวฯ หลังจากการฝึกอบรมพบว่า (1) ผลรวมระดับความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วมอบรมและปฏิบัติการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศฯ ประเภทเพจ Facebook ผู้เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับน้อย (\bar{X} = 2.16, S.D. = .844) (2) ผลรวมของ ความพึงพอใจด้านวิทยากรและสื่อการอบรม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศฯ ประเภทโซเชียลมีเดียโดยการจัดการอบรมการทำเพจ Facebook ในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มฯ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.28, S.D. = .587) และ (3) ผลรวมความพึงพอใจในด้านความรู้ความเข้าใจการใช้เพจ Facebook การนำเข้าสู่ข้อมูลข่าวสารของกลุ่มลงในเพจหลังการอบรมฯ อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.46, S.D. = .552)

4. อภิปรายผล

4.1 สภาพทั่วไปของการรวมกลุ่มของเกษตรกรผู้ผลิตข้าวอินทรีย์เกิดจากความต้องการพัฒนาและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในตลาดข้าวที่การแข่งขันการค้าข้าวมีแนวโน้มที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่เกษตรกรผู้ผลิตยังมีรายได้ไม่เพียงพอ อีกทั้งต้องประสบกับปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อเกษตรกรโดยตรง การขาดความอุดมสมบูรณ์ของ

ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศน์ที่เสื่อมโทรมลง ทำให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำ ได้ข้าวที่ไม่มีคุณภาพ และถูกกดราคา จึงเกิดการขับเคลื่อนกลุ่มวิสาหกิจเพื่อการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ในนามกลุ่มต่างๆ ตามบริบทของพื้นที่นั้นๆ โดยวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรให้สามารถผลิตพันธุ์ข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพได้มาตรฐานส่งต่อไปยังผู้บริโภค มีอำนาจต่อรองและกำหนดราคาได้เอง โดยการบริหารจัดการกลุ่มเป็นไปในรูปแบบของการให้เกษตรกรที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มได้มีส่วนร่วมในการช่วยกันคิด วางแผน ปฏิบัติ และรับผลประโยชน์ พร้อมเปิดรับองค์ความรู้สมัยใหม่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันการพัฒนาและขับเคลื่อนกิจกรรมอย่างต่อเนื่องและเกิดความยั่งยืน สอดคล้องกับ กษมาพร พวงประยงค์ และนพพร จันทร์นำชู (2556) กล่าวว่า การพัฒนาความสมดุลของชุมชน จะต้องมียุทธศาสตร์ชุมชนที่มีฐานภูมิปัญญาและประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ประยุกต์เข้ากับสภาพสังคมมีศักยภาพในการพัฒนาและพึ่งพาตนเอง โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับการเกษตรที่ต้องอาศัยองค์ความรู้ที่มีกลุ่มภาคเกษตรกรรมมาผสมผสานกับการพัฒนาสมัยใหม่ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน และเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นกระบวนการที่เริ่มจากสมาชิกชุมชนและผลประโยชน์ที่ได้รับคือสมาชิกในชุมชน

และจากการศึกษาสภาพปัญหาในด้านการผลิตผู้วิจัยเลือกประเด็นที่มีความน่าสนใจมาอภิปราย ดังนี้ (1) ปัญหาการขยายตลาดการส่งออกในระดับประเทศและต่างประเทศซึ่งการเข้าถึงตลาดต่างประเทศยังมีอุปสรรคหลายประการ โดยเฉพาะการพัฒนาให้เมล็ดพันธุ์ข้าวให้ได้รับมาตรฐานสากลเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก ซึ่งยังถือว่าเป็นจุดด้อยที่กลุ่มยังคงต้องพัฒนาและยกระดับคุณภาพพันธุ์ข้าวของกลุ่มให้เป็นที่ยอมรับต่อไปในอนาคต โดยเริ่มจากการพัฒนาเพื่อให้ได้มาตรฐานภายในประเทศซึ่งเริ่มจากการให้สมาชิกทุกคนในกลุ่มฯ ได้มีบทบาทในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลผลิตร่วมกัน โดยคาดว่าหากประสบความสำเร็จโอกาสที่จะก้าวเข้าสู่ขั้นตอนของการขยายฐานการส่งออกและได้รับมาตรฐานระดับโลกจะประสบผลสำเร็จในลำดับต่อไปในอนาคต สอดคล้องกับ ปราโมทย์ ยอดแก้ว (2560) กล่าวว่า การผลิตข้าวอินทรีย์ตามมาตรฐานการผลิตที่ผ่านการรับรองจากมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มกท. มาตรฐานสหพันธ์เกษตร

อินทรีย์นานาชาติ (IFAOM) , มาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ของสหภาพยุโรป (EU) , แผนงานเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (NOP) เป็นต้น ยังมีการผลิตที่น้อยเพื่อสนองความต้องการตลาดต่างประเทศเป็นหลัก ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดข้าวอินทรีย์ในสังคมไทยควรเน้นการพัฒนามาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ภายใต้ระบบการรับรองแบบมีส่วนร่วม (พีจีเอส) ซึ่งเป็นกระบวนการรับรองเกษตรอินทรีย์ในระดับชุมชน บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน ภายใต้หลักการความไว้วางใจ เครือข่ายสังคม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาการตลาดในสังคมไทยได้ดีเพื่อขยายตลาดให้มากขึ้น (2) ปัญหาการพัฒนาพื้นที่นาข้าวและผลผลิตที่ได้รับเครื่องหมายบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) ถือเป็นส่วนสำคัญต่อการพัฒนาสินค้าส่งออกของประเทศไทยให้มีมูลค่าสูงขึ้นที่สอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศของรัฐบาลที่กำลังเดินทางพัฒนา และยกระดับสินค้าไทยให้มีศักยภาพและได้รับการรับรองในเวทีโลก โดยทางกลุ่มจะได้ระดมแนวคิดเพื่อหาจุดเด่นของการผลิตพันธุ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ที่มีคุณภาพเพื่อยกระดับสู่การรับรอง การได้มาซึ่งเครื่องหมาย (Geographical Indications: GI) เป็นอีกหนึ่งการพัฒนาการขับเคลื่อนการดำเนินงานของกลุ่มฯ ให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ท้องตลาดมีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับของแหล่งผลิตในพื้นที่ ซึ่งจะได้รับ ความคุ้มครองชื่อสินค้าให้เป็นสิทธิของชุมชน มีการทำการตลาดและรับรองคุณภาพจากแหล่งผลิตสินค้าที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งจะช่วยขยายฐานตลาดของกลุ่มฯ ข้าวให้เติบโตขึ้น สอดคล้องกับ สหภาพ ไตรยวงค์ สมใจ ภูมิพันธุ์ และไพศาล แน่นอุดร (2560) กล่าวว่า ผลผลิตที่เป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) เป็นการเชื่อมโยงสินค้ากับพื้นที่ผลิตซึ่งจะมีระบบการสอบย้อนกลับถึงแหล่งผลิต ทำให้ผู้บริโภครู้จักแหล่งผลิต และมีความมั่นใจในคุณภาพสินค้าทำให้ข้าวหอมมะลิที่ปลูกได้รับประโยชน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากขึ้น

4.2 วิเคราะห์การลดต้นทุนและการเพิ่มผลการผลิต ปัญหาและอุปสรรค ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลผลิตและการจัดการคุณภาพข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ที่เป็นผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ลดต้นทุนการผลิตด้วยวิธีการใช้แรงงานครัวเรือนเข้ามาช่วยในการทำการเกษตร แต่ใน

ขณะเดียวกันเกษตรกรเองกลับกู้ยืมเงินจากแหล่งทุนเพื่อมาใช้ในการลงทุนทำการเกษตร ทำให้เกษตรกรเป็นหนี้สิน รายได้จากการผลิตข้าวไม่เพียงพอต่อรายได้ในการดำรงชีพ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมความรู้ด้านเทคโนโลยีการเกษตรในการช่วยลดต้นทุนการผลิต เพื่อให้เกษตรกรสามารถผลิตข้าวได้ในปริมาณที่เพียงพอต่อการดำรงชีพ และลดรายจ่ายต้นทุนต่างๆ ลง ทำให้เกษตรกรมีรายได้เพียงพอต่อการใช้เป็นทุนในการผลิตข้าวครั้งต่อไป สอดคล้องกับ ดวงกมล เจริญตระกูล (2555) กล่าวว่า เทคโนโลยีสามารถนำมาปรับใช้ในการลดต้นทุนการผลิตข้าว โดยสามารถนำเทคโนโลยีใช้ร่วมกับวิธีการผลิตข้าวแบบเดิมของเกษตรกรได้ ช่วยทำให้ผลผลิตข้าวมีคุณภาพดีขึ้น สามารถลดต้นทุนด้านต่างๆ ลงได้ และช่วยให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริมกิจกรรมการพึ่งพาตนเองและการรวมกลุ่มการผลิต และเป็นเทคโนโลยีที่มีคุณภาพและมีความน่าเชื่อถือ โดยเมื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนการผลิตข้าวพบว่า ปัจจุบันเกษตรกรผู้ผลิตข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ มีต้นทุนค่าแรงงานในการผลิตข้าว ต้นทุนค่าวัสดุที่ใช้ไปในการผลิต และต้นทุนค่าใช้จ่ายประเภทอื่นๆ ซึ่งพบว่าค่าใช้จ่ายที่สร้างภาระให้กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวมากที่สุด คือ ภาระการกู้ยืมเงินเพื่อมาลงทุนในการผลิตข้าว และต้องชำระดอกเบี้ยเงินกู้จากแหล่งกู้ยืมมากกว่า 1 แหล่ง ในขณะที่เมื่อคำนวณจุดคุ้มทุนของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์พบว่า เกษตรกรมีต้นทุนการผลิต 5,856.14 บาท / ไร่ สามารถขายผลผลิตทางเกษตรเฉลี่ยเท่ากับ 19.04 บาท/กิโลกรัม มีปริมาณผลผลิตทางเกษตรเท่ากับ 416.45 กิโลกรัม/ไร่ รายได้จากการขายผลผลิต 7,929.20 บาท / ไร่ กำไรสุทธิ 825.86 บาทต่อไร่ โดยปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อไร่คุ้มทุนเท่ากับ 12.08 กิโลกรัม/ไร่ ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วยต้นทุน 14.06 บาท/กิโลกรัม เมื่อพิจารณาราคาขายผลผลิตและจุดคุ้มทุนจากการผลิต พบว่า การผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์มีความเสี่ยงต่อการขาดทุนต่ำกว่าการปลูกข้าวหอมมะลิแบบช่วงปรับเปลี่ยน ดังนั้นยังเกษตรกรสามารถลดต้นทุนการผลิตได้มากเท่าไรเกษตรกรจะได้กำไรจากการผลิตมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากกลุ่มเกษตรกรสามารถคำนวณการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต รายได้ กำไรสุทธิ และจุดคุ้มทุนในการผลิตได้เองก็จะลดความเสี่ยงในการขาดทุนต่ำและยังเป็นขั้นตอนสำคัญที่จะช่วยให้เกษตรกรสามารถกำหนดราคาขายซึ่งเป็นอีกหนึ่งกลไกสำคัญในการผลิต

สอดคล้องกับ ศานิต แก้วเอียน และคณะ (2558) กล่าวว่า การวิเคราะห์ผลผลิตคัมพูนจะช่วยในการตัดสินใจเพิ่มผลผลิตต่อไร่ถ้าหากทราบต้นทุนเฉลี่ยต่อไร่และทราบราคาซื้อขายได้ถ้าหากเกษตรกรรายใดมีผลผลิตคัมพูนต่อไร่ที่ต่ำแสดงว่ามีความเสี่ยงต่ำที่จะขาดทุน หมายความว่า ชาวนาคนนี้มีต้นทุนต่อไร่ที่ต่ำหรือขายได้ราคาสูง ในขณะที่ถ้านักหากชาวนามีราคาคัมพูนที่ต่ำก็แสดงว่า ชาวนาผู้นั้นมีต้นทุนต่อไร่ต่ำหรือมีผลผลิตต่อไร่ที่สูง โอกาสที่ชาวนาคนนี้จะขาดทุนจะมีน้อยกว่าชาวนามีราคาคัมพูนที่สูงเพราะต้องขายได้ราคาสูงเท่านั้นจึงจะไม่ขาดทุน การที่เกษตรกรชาวนาทราบราคาคัมพูนทำให้ การตัดสินใจขายในราคาที่ไม่ขาดทุนได้ถ้าหากต่อรองราคาได้อย่างต่ำที่สุดจะต้องขายในราคาที่เป็นคัมพูน

4.3 การส่งเสริมศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกข้าว โดยในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยเลือกประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล ดังนี้ (1) การส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบ พาณิซย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยกลุ่มฯ เกษตรกรสามารถ ประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศในรูปแบบ พาณิซย์ อิเล็กทรอนิกส์นำมาเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับ กลุ่มฯ จะช่วยให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยปัจจุบัน กลุ่มฯ สามารถจำหน่ายข้าวให้กับผู้รับซื้อที่เป็น ผู้ประกอบการค้าข้าวระดับประเทศหลายบริษัท ซึ่งรับซื้อ ตามรอบที่กำหนด ในขณะที่ข้าวของเกษตรกรในบางปีมี ปริมาณเกินความต้องการรับซื้อ ดังนั้นเกษตรกรจึงต้อง หาช่องทางการตลาดอื่นในการจำหน่ายผลผลิต โดยส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของการไปออกจำหน่ายตามงาน แสดงสินค้าต่างๆ ที่หน่วยงานรัฐจัดขึ้น และการนำข้อมูล ของกลุ่มขึ้นเว็บไซต์หน่วยงานต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคที่ สนใจสามารถสั่งซื้อสินค้าได้โดยตรงจากเกษตรกร หรือ การทำเพจ Facebook ของกลุ่มฯ แต่ยังคงมีปัญหาและ อุปสรรค คือ เกษตรกรผู้ผลิตยังไม่มีความรู้ในการ จัดการเพจให้น่าสนใจ ชื่อของกลุ่มฯ ที่จัดทำบนเพจ มีความยาวเกินไป จดจำยาก และ การติดต่อของผู้บริโภค บางรายไม่สามารถติดต่อกับกลุ่มได้เนื่องจากขาดความ ต่อเนื่องในการเคลื่อนไหวบนเพจ เพราะเกษตรกรขาด ความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบพาณิซย์อิเล็กทรอนิกส์ ในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคโดยตรง หากกลุ่มฯ มีองค์ความรู้ในการประยุกต์ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น จะช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็น การเพิ่มยอดขาย การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย การได้ช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ที่รวดเร็วขึ้น การนำเสนอสินค้า/บริการไปยังกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

ขึ้น การลดค่าใช้จ่ายทางการตลาดให้กับกลุ่มฯ เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับ สุพัตรา กาญจนโนภาส (2554) กล่าวว่า ระบบพาณิซย์อิเล็กทรอนิกส์ถูกนำมาใช้ในการสร้าง ทางเลือกในการช่องทางการตลาดมากขึ้น เพราะสามารถ เพิ่มยอดขาย การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย การใช้ช่องทาง ดังกล่าวนี้ในสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ที่รวดเร็วขึ้น การนำเสนอสินค้า/บริการไปยังกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ขึ้นลดค่าใช้จ่ายทางการตลาด ดังนั้น พาณิซย์ อิเล็กทรอนิกส์ถือว่าเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ อย่างรวดเร็ว (2) การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและสร้างสรรค์ ปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจฯ ผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ของจังหวัดศรีสะเกษ เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานการผลิตเป็นอย่างสูง ทั้ง เป็นต้น ซึ่งการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ การ สร้างสรรค์ภาพลักษณ์และเอกลักษณ์การผลิตของกลุ่มฯ ช่วยให้สินค้าสามารถจำหน่ายได้เพิ่มขึ้นเมื่อไปออกงาน จำหน่ายตามสถานที่จัดงานต่างๆ ในขณะเดียวกันกลุ่ม สามารถกำหนดราคาการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตนเองได้ สอดคล้องกับสุภารัตน์ สอนโสภะเชือก ภรณ์ หลาวทอง อัญญา มาลาคา และ ทิพนเตร ครมณี (2561) กล่าวว่า การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่รูปแบบปรับปรุงสิ่งเดิมที่เป็นอยู่ให้ดีขึ้นเป็นการสร้างความโดดเด่น/ความแปลก ใหม่ของข้าวอินทรีย์ให้มีความโดดเด่นในด้านคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ จะเป็นการส่งเสริมการตลาดข้าวอินทรีย์ให้มี ภาพลักษณ์ที่ดี โดยการส่งเสริมการตลาดอาศัยการ สื่อสารผ่านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับ ราคาช่วยให้สินค้ามีมูลค่าเพิ่ม ส่งผลให้กลุ่มสามารถ กำหนดราคาสินค้าผ่านภาพลักษณ์สินค้าได้ (3) การสร้าง เครือข่ายการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์จะช่วยเสริมสร้าง ขยายฐานการผลิตของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวให้เกิด ความเข้มแข็ง ส่งเสริมศักยภาพการพัฒนาความรู้ด้านการ ผลิตของเกษตรกร และเป็นการส่งเสริมให้เกิดตลาดรับ ซื้อข้าวภายใต้กระบวนการของกลุ่มเกษตรกร นอกจากนี้ หัวใจสำคัญของการรวมกันของเกษตรกรในการผลิตข้าว ด้วยรูปแบบนาแปลงใหญ่ คือให้เกษตรกรมีอำนาจต่อรอง เรื่องราคาผลผลิตให้กับสมาชิกกลุ่มได้เพิ่มขึ้น ถือว่าเป็น อีกหนึ่งบทบาทสำคัญที่จะทำให้เกษตรกรมีบทบาทใน การกำหนดราคาผลผลิตในตลาดรับซื้อข้าวได้มากขึ้น สอดคล้องกับยุพิน เกื้อนศรี (2559) กล่าวว่า การพัฒนา เครือข่ายทางด้านการผลิตและด้านการตลาดให้ขยายเพิ่ม ขึ้นกับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวจะส่งผลต่อการสร้างอำนาจ ต่อดังราคาผลผลิต และพัฒนาคุณภาพชีวิตในภาพรวม

ของเกษตรกรและผู้บริโภค และ (4) การจัดทำบัญชีการผลิตข้าว หน่วยงานรัฐควรส่งเสริมการจัดทำบัญชีข้าวให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกข้าว เพราะจากการศึกษา พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตของการปลูกข้าวค่อนข้างน้อย ซึ่งผู้ผลิตบางกลุ่มได้การอบรมการจัดทำบัญชี โดยผู้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มเป็นตัวแทนการเข้าร่วมอบรม ไม่ใช่สมาชิกหรือเกษตรกรทั้งหมด ขาดความอย่างต่อเนื่อง และระบบบัญชีของเกษตรกรส่วนใหญ่ใช้วิธีการจำโดยไม่ได้นับที่กบัญชีเกี่ยวกับต้นทุนที่เกิดขึ้นครบทุกรายการ ควรมีการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องการจัดทำบัญชีการผลิตข้าว เพื่อนำไปสู่แนวทางในการลดต้นทุนการผลิตการปลูกข้าวของเกษตรกรแต่ละปีได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกษตรกรสามารถคำนวณต้นทุนการผลิตได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และเป็นการช่วยลดต้นทุนผลิตของการปลูกข้าวให้เกษตรกร และช่วยให้เกษตรกรสามารถกำหนดราคาผลผลิตในตลาดรับซื้อข้าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถยกระดับทางเศรษฐกิจครัวเรือนสูงขึ้น สอดคล้องกับโอสถิตดา ผุยชา (2554) กล่าวว่า เกษตรกรหลังจากรับได้รับการให้บริการวิชาการโดยการสอนการจัดทำบัญชีต้นทุนเกี่ยวกับข้าว ทำให้ผู้เข้าอบรมมีศักยภาพ และทราบถึงต้นทุนที่เกิดจากการปลูกข้าวได้อย่างชัดเจน โดยสังเกตจากการจดบันทึกบัญชีที่เกี่ยวข้องกับการปลูกข้าวของเกษตรกร ทำให้กลุ่มเกษตรกรมีความรู้ และสามารถจัดทำบัญชีได้อย่างถูกต้อง สามารถนำไปใช้ในการวางแผนการลดต้นทุนการปลูกข้าว เพื่อเพิ่มพูนรายได้และยกระดับทางเศรษฐกิจของครัวเรือนเกษตรกรผู้ปลูกข้าวให้ดีขึ้น

4.4 เกษตรกรที่เข้าอบรมด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรกรคนรุ่นใหม่ที่มีประสบการณ์ในการทำเกษตรน้อยแต่มีความเข้าใจในด้านการใช้ระบบสารสนเทศ เพราะเกษตรกรรุ่นก่อนให้เหตุผลที่ไม่เข้าร่วมอบรมเป็นเพราะไม่มีความรู้เรื่องระบบสารสนเทศเพียงพอ จึงให้เกษตรกรรุ่นใหม่เข้าร่วมการอบรมจะสามารถนำความรู้ที่ได้จากการอบรมมาพัฒนาศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดข้าวหอมมะลิได้ดีกว่า สอดคล้องกับ ญัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน (2559) กล่าวว่า เกษตรกรที่มีอายุน้อยมีแนวโน้มที่มีการปฏิบัติงานด้านการตลาดข้าวอินทรีย์มาก เหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก คนที่มีอายุน้อยมักจะมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมากกว่าคนอายุมาก

และพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุค่อนข้างมาก จึงจัดอยู่ในกลุ่มที่มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตน้อย เป็นเหตุให้มีการทำการตลาดข้าวอินทรีย์น้อย เหตุผลสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้เกษตรกรที่มีอายุน้อยเข้ามาทำการการผลิตและทำการตลาดข้าวอินทรีย์มากขึ้นคือ ในช่วงปี พ.ศ. 2556 เป็นต้นมา กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีนโยบายผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางด้านการเกษตรและบริการเกษตรอินทรีย์ในระดับสากล จึงได้มีการจัดทำโครงการเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart farmer) และเกษตรกรรุ่นใหม่ปราดเปรื่อง (Young smart farmer) ซึ่งเรื่องนี้เป็นแรงผลักดันสำคัญให้การผลิตและการตลาดข้าวอินทรีย์ขยายตัว และจากการเข้าร่วมอบรมและปฏิบัติการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสมของพื้นที่ในจังหวัดศรีสะเกษ พบว่าเกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจหลังการอบรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง การสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการปฏิบัติงานได้ และทำให้มีความมั่นใจการนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ต่อไปอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งปัจจุบันหลังการอบรมปฏิบัติการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ โลโก้ ชื่อของเพจให้สามารถค้นหาใน search engine ได้ง่ายขึ้น รวมทั้งการมอบหมายระบบการแบ่งหน้าที่ผู้ดูแลเพจช่วยเพิ่มความมั่นใจ และผู้เข้าอบรมสามารถเพิ่มข้อมูลการส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการออกข่าว และการตลาดทางตรง ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของช่องทางการตลาดในการจำหน่ายผลผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ของกลุ่มเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับณฤดี เนตรโสภณ และคณะ (2561) กล่าวว่า การเพิ่มความมั่นใจในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะช่วยให้ผู้เข้าร่วมอบรม หรือผู้ประกอบการเกิดความมั่นใจและสามารถทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น อันจะเป็นทางเลือกสำหรับการขยายกิจการในอนาคต โดยการส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์และการออกข่าว และการตลาดทางตรง การทำธุรกิจในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือร้านค้าออนไลน์ เป็นการทำธุรกิจที่นำความสามารถของเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการค้าขาย ช่วยประหยัดต้นทุนในการทำ

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

แนวทางการจัดการเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิต และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสมของพื้นที่ในจังหวัดศรีสะเกษ ครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อเกษตรกรและหน่วยงาน ดังนี้

1) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรหนุนเสริมให้ความรู้ และพัฒนากระบวนการผลิตข้าวและการแปรรูปผลผลิตจากข้าวในรูปแบบต่างๆ เพิ่มขึ้น รวมถึงการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายให้กับกลุ่มฯ ผู้ผลิตที่จะก่อให้เกิดประโยชน์กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอย่างต่อเนื่อง โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและสามารถลดต้นทุนการผลิตได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

2) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้ สนับสนุน และส่งเสริมให้เกษตรกรสร้างเครือข่ายการผลิตข้าวในรูปแบบการผลิตแบบอินทรีย์มากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการผลิตข้าวอินทรีย์ให้กับพื้นที่ใกล้เคียงกับพื้นที่ทำการเกษตรอินทรีย์ในปัจจุบัน เพื่อให้เกษตรกรได้เห็นผลดีของการผลิตข้าวอินทรีย์ได้ประโยชน์และสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรให้ดีขึ้นได้อย่างยั่งยืน

3) หน่วยงานรัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้การสนับสนุนการให้ความรู้กับกลุ่มฯ ผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ให้มีขีดความสามารถในการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการกำหนดราคาทั้งการขายปลีก และขายส่งด้วยการขับเคลื่อนของกลุ่มฯ มากขึ้น

4) กลุ่มฯ ผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ควรมีการสร้างเรื่องราว (story) ของการผลิต หรือเรื่องราวของพันธุ์ข้าวที่ผลิตให้เป็นที่น่าสนใจบนสื่อระบบสารสนเทศ เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจในการซื้อผลผลิตจากเกษตรกรง่ายขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดข้าวหอมมะลิอินทรีย์ในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อตั้งกำลังซื้อจากกลุ่มลูกค้าผู้บริโภคข้าวในกลุ่มอื่นเข้ามาเป็นกลุ่มผู้ซื้อข้าวหอมมะลิอินทรีย์

2) ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาวินิจฉัยเรื่องการทำบัญชีปลูกข้าวของกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ เพื่อให้ทราบข้อมูลความรู้ความเข้าใจของกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิต เพื่อผู้ผลิตจะสามารถกำหนดทิศทาง

การตลาด เพิ่มอำนาจต่อรองราคา รวมถึงเกษตรกรอาจเป็นผู้กำหนดราคาการจำหน่ายข้าวหอมมะลิอินทรีย์ได้

6. เอกสารอ้างอิง

- กษมาพร พวงประยงค์ และนพพร จันทรรนำชู. (2556, มกราคม – มิถุนายน). แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, 5(1), 108-120.
- ณฤดี เนตรโสภา และคณะ. (2561). การพัฒนาบทฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการสร้างร้านค้าออนไลน์ของกลุ่มอาชีพในจังหวัดยะลา. ใน *การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 3 ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 3 “นวัตกรรมที่พลิกโฉมสังคมโลก”*. ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์โกสินทร์, นครปฐม.
- ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน. (2559, มีนาคม). การพัฒนารูปแบบการตลาดข้าวอินทรีย์สำหรับเกษตรกรในเขตภาคเหนือตอนบน. *วารสารเกษตร มสธ.*, 1(2), 31-47.
- ดวงกมล เริ่มตระกูล. (2555). การยอมรับเทคโนโลยีการลดต้นทุนการผลิตข้าวของเกษตรกร ในหมู่บ้านชุมชนต้นแบบอำเภอสามโก้ จังหวัดอ่างทอง. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปราโมทย์ ยอดแก้ว. (2560). *การพัฒนาการตลาดข้าวอินทรีย์ในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- ภารดี สวนโสภะเชือก, ภรณ์ หลาวทอง, อัญญา มาลาคา และทิพนพร คงมี. (2561, กันยายน – ธันวาคม). แนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ ข้าวอินทรีย์จังหวัดสุรินทร์. *วารสารPULINET Journal*, 5(3), 107-117.

ยุพิน เกื้อนครี. (2559, กรกฎาคม-ธันวาคม).

การพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูก
ข้าวอินทรีย์ในจังหวัดอุดรดิตถ์ : กรณีศึกษา
ตำบลวังกะพ้อ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์.
วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 5(2),
116-132.

ศานิต เก้าเอียน และคณะ. (2558). การยกระดับ
มูลค่าเพิ่มข้าวหอมมะลิอินทรีย์ที่ผลิตโดย
เกษตรกรรายย่อย. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สหภาพ ไตรยว, สมใจ ภูมิพันธุ์ และไพศาล แน่นอุดร.
(2560). การยอมรับการปลูกข้าวหอมมะลิ
คุณภาพดีตามการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีของ
เกษตรกรในจังหวัดร้อยเอ็ด. วารสาร
มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, 11(2),
230-238.

สุพัตรา กาญจนภาส. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อ
ความสำเร็จของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
ไปใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
ในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

องค์การบริหารส่วนจังหวัดศรีสะเกษ. (2555). ข้อมูล
จังหวัดศรีสะเกษ. ศรีสะเกษ : องค์การบริหาร
ส่วนจังหวัดศรีสะเกษ

ไอลัดดา ผุยชา. (2554). การบริการวิชาการเกี่ยวกับการ
การบัญชีต้นทุน เพื่อการเพิ่มศักยภาพด้าน
การเงินของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว เขตอำเภอ
นาเชือก จังหวัดมหาสารคาม. มหาสารคาม :
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

แนวทางการจัดการลดต้นทุนเพิ่มผลผลิตโดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ

Management Guidelines to Reduce Costs and Increase Productivity by Applying Information Technology to Increase the Market Competitiveness of Jasmine Rice in Sisaket Province

ศิริกมล ประภาสพงษ์¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาในการผลิตข้าวของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตพื้นที่ จังหวัดศรีสะเกษ 2) เพื่อศึกษาวิเคราะห์การลดต้นทุนและการเพิ่มผลการผลิต ปัญหาและอุปสรรค ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลผลิต และการจัดการคุณภาพข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ 3) เพื่อวิเคราะห์วิธีการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และบทบาทของตลาดในการกำหนดคุณภาพของข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ และ 4) เพื่อประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสมของพื้นที่ในจังหวัดศรีสะเกษ การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมวิธีดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัย เชิงปฏิบัติการ โดยมีแนวคิดการลดต้นทุน คือ การเพิ่มผลผลิตมาใช้เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการโดยใช้ปัจจัยการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตลอดจนการนำแนวคิดการประยุกต์ใช้สารสนเทศประเภทโซเชียลมีเดียประเภท Facebook มาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์จังหวัดศรีสะเกษ โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) จำนวน 50 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 329 คน และกลุ่มผู้รับการอบรมการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และแบบการประเมินผลการอบรม การวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงปริมาณ ทั้งค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ปัจจัย และทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์สถิติและคณิตศาสตร์ และสนทนากลุ่มย่อยจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 15 คน นำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์และวิเคราะห์เพื่อนำเสนอข้อมูลแบบพรรณนาความ

ผลการวิจัยพบว่า

1) เกษตรกรในจังหวัดศรีสะเกษที่เป็นผู้ผลิตข้าวมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการยังชีพ จึงรวมกลุ่มให้เกิดกิจกรรมด้านการสร้างแหล่งทุนชุมชน เพื่อขยายพันธุ์ข้าวและผลิตข้าวที่ได้มาตรฐาน เพื่อสร้างอำนาจต่อรองและกำหนดราคาได้เอง แต่ในขณะเดียวกันก็ประสบปัญหาต่างๆ ประกอบด้วย(1) ปัญหาการขยายตลาดการส่งออกในระดับประเทศและต่างประเทศ (2) ปัญหาการพัฒนาพื้นที่นาข้าวและผลผลิตให้ได้รับเครื่องหมายบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) (3) ปัญหาระบบการผลิตที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด (4) ปัญหาโรงเรือนกักเก็บข้าวไม่เพียงพอ (5) ปัญหาการขาดความรู้ทางด้านบัญชี (6) ปัญหาการขาดความรู้เรื่องการแปรรูป (7) ปัญหาองค์ความรู้ด้านการลดต้นทุนการผลิต (8) ปัญหาการขาดความรู้ด้านการจัดการช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (9) ปัญหาด้านทัศน

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

คติและพฤติกรรมของเกษตรกรผู้ผลิตข้าว (10) ปัญหาเรื่องเงินทุน (11) ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดจากจากหน่วยงานรัฐ ไม่สอดคล้องกับช่องทางการจำหน่าย และ (12) ปัญหาการขาดเครื่องจักรในการแปรรูปข้าวหอมมะลิ

2) ปัจจุบันเกษตรกรผู้ผลิตข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ มีต้นทุนค่าแรงงานในการผลิตข้าวทุกระบวนการซึ่งพบว่าค่าใช้จ่ายที่สร้างภาระให้กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวมากที่สุด คือ ภาระการกู้ยืมเงินเพื่อมาลงทุนในการผลิตข้าว และต้องชำระดอกเบี้ยเงินกู้จากแหล่งกู้ยืมมากกว่า 1 แหล่ง ในขณะที่เมื่อคำนวณจุดคุ้มทุนของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมมะลินทรีย์พบว่า เกษตรกรมีต้นทุนการผลิต 5,856.14 บาท / ไร่ สามารถขายผลผลิตทางเกษตรเฉลี่ยเท่ากับ 19.04 บาท/กิโลกรัม มีปริมาณผลผลิตทางเกษตรเท่ากับ 416.45 กิโลกรัม/ไร่ รายได้จากการขายผลผลิต 7,929.20 บาท / ไร่ กำไรสุทธิ 825.86 บาทต่อไร่ โดยปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อไร่คุ้มทุนเท่ากับ 12.08 กิโลกรัม/ไร่ ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วยต้นทุน 14.06 บาท/กิโลกรัม และในส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณของผลผลิตข้าวของเกษตรกรมี 6 ตัวแปร ได้แก่ จำนวนคร่าวเรือนที่มีสมาชิกเป็นเกษตรกร ประสบการณ์ทำการเกษตร การจ้างแรงงานในการทำ การทดสอบเมล็ดพันธุ์ข้าว อัตราการใช้เมล็ดพันธุ์ต่อไร่ และวิธีการปลูกข้าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงปริมาณการผลิตข้าวได้ดีที่สุด คือ ประสบการณ์ทำการเกษตร

3) วิธีการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และมาตรฐานของข้าวหอมมะลิในจังหวัด ศรีสะเกษ ประกอบด้วย (1) การส่งเสริมศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกข้าว (2) การส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (3) การเพิ่มผลผลิตในการจำหน่ายของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว (4) การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและสร้างสรรค์ (5) การสร้างสรรค์ภาพลักษณ์และเอกลักษณ์การผลิตของกลุ่มฯ (6) การสร้างเครือข่ายการผลิตข้าวอินทรีย์ (7) การจัดทำบัญชีการผลิตข้าว

4) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น การสร้างเพจผ่าน Facebook เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสมของพื้นที่ในจังหวัดศรีสะเกษ พบว่า (1) ผลรวมระดับความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วมอบรมและปฏิบัติการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศฯ มีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับน้อย (2) ผลรวมของความพึงพอใจด้านวิทยากรและสื่อการอบรมอยู่ในระดับมาก และ (3) ผลรวมความพึงพอใจในด้านความรู้ความเข้าใจหลังการอบรมฯ อยู่ในระดับปานกลาง

คำสำคัญ : การจัดการลดต้นทุน การเพิ่มผลผลิต การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการผลิตข้าว

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the conditions and problems in rice production of rice growers in the area; 2) to study and analyze the reducing of the costs and the increasing of the production, and barrier factors affecting the production and quality management of jasmine rice in Sisaket province; 3) to analyze marketing methods, distribution channels, and the role of the market in determining the quality of jasmine rice in Sisaket province; and 4) to apply information technology to increase the market competitiveness of jasmine rice according to the suitability of the area in Sisaket province. The research methodology is a mixed method of a quantitative research, a qualitative research and an action research with the concept of cost

reduction by increasing productivity and using production factors efficiently and effectively, and by applying the concepts of information in the category of social media such as Facebook to increase the distribution channels of the products of the group. The population used in this study is Organic Jasmine Rice Community Enterprise, Sisaket province. The target group is 50 key informants, sampling of 329 people and 30 IT trained people using information systems. The tools used in the study consisted of interview forms, questionnaires and training evaluation forms. The analysis used quantitative statistics (Quantitative Method) including statistics, percentage, average analysis, factor analysis and theories of economics, statistics and mathematics, and focus group discussions of 15 target groups. The data obtained were synthesized and analyzed to present as the descriptive data.

The research found that:

1) The farmers did not have enough income, they combined groups to create activities for creating community funding sources to expand rice varieties and produce rice that is standardized by the community with the bargaining power and the pricing. However, there were various problems including (1) problems of expanding the export market at the national and international levels; (2) problems of the development of paddy fields and products to receive geographical indications or GI; (3) problems of insufficient production system; (4) insufficient storage houses; (5) lack of accounting knowledge; (6) problems of lack of knowledge on privatization; (7) problems of knowledge of production cost reduction; (8) problems of lack of knowledge in product distribution channel management; (9) problems of attitude and behavior of rice farmers; (10) capital or budget problems; (11) marketing promotion problems from government agencies irrelevant to distribution channels; and (12) the problem of lack of machines for processing jasmine rice.

2) Presently, the jasmine rice farmers in Sisaket province with labor costs for rice production in all processes found that the expenses that caused the burden for rice farmers are the most burden of borrowing money to invest in rice production, and having to pay interest on the loan more than 1 source of loan while calculating the break-even point of organic jasmine rice production cost of 5,856.14 baht/rai; sale of agricultural products with an average of 19.04 baht/kilogram; the agricultural production of 416.45 kilograms/rai; sales revenue 7,929.20 baht/rai with net profit 825.86 baht per rai; 14.06 baht/kg average selling price per unit. There are six factors affecting the quantity of rice production; agriculture families, farming experience, hiring labor in farming, rice seed testing, seed use rate per rai with statistical significance at the level of .05. When considering the independent variables that have the power to predict the change in the amount of rice production, the best is farming experience.

3) Marketing methods, distribution channels, and standards of jasmine rice in Sisaket province consisted of (1) promoting the potential of rice growers; (2) promoting distribution channels with electronic commerce systems; (3) increasing productivity in the sale of rice growers; (4) product

design; (5) creation of the image and production identity of the group; (6) creating a network of organic rice production; and (7) production accounting preparation.

4) Application of information technology such as creating a page via Facebook to increase the market competitiveness of jasmine rice according to suitability of areas in Sisaket province found that (1) the total level of knowledge and understanding before attending training and operating using information technology was at a low level; (2) the satisfaction of lecturers and training media was at a high level; and (3) the overall satisfaction of knowledge and understanding after the training was at the medium level.

Keywords: Management to reduce costs, Productivity, Application of information technology in rice production

วันที่รับบทความ : 9 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 15 พฤษภาคม 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 15 มิถุนายน 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

จังหวัดศรีสะเกษเป็นแหล่งปลูกข้าวเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยพื้นที่ส่วนใหญ่ใช้สำหรับการทำนา พ.ศ. 2557 มีพื้นที่ปลูกข้าวรวม 3,413,646 ไร่ แยกเป็นพื้นที่ปลูกข้าวเจ้า (ข้าวหอมมะลิ) 3,268,386 ไร่ พื้นที่ปลูกข้าวเหนียว 145,260 ไร่ ผลผลิตข้าวรวม 1,528,624 ตัน แยกเป็นผลผลิต ข้าวเจ้า 1,466,468 ตัน ผลผลิตข้าวเหนียว 62,156 ตัน เป็นพื้นที่นาผลิตข้าวหอมมะลิที่ดีที่สุด ออกสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ ปัจจุบันข้าวหอมมะลิอินทรีย์เป็นที่ต้องการของตลาดมาก และกลุ่มผู้ผลิตข้าวหอมมะลิจังหวัดศรีสะเกษได้มีการตรวจรับรองระบบการผลิตข้าวหอมมะลิที่ปลอดภัยจากสารพิษ ในปี 2555 ได้ขึ้นทะเบียนเกษตรกรเข้าร่วมโครงการ จำนวน 3,690 ราย และผ่านการตรวจรับรองระบบการผลิตข้าวหอมมะลิที่ปลอดภัยจากสารพิษ จำนวน 3,490 ราย ในปี 2556 ได้ขึ้นทะเบียนเกษตรกรเข้าร่วมโครงการ จำนวน 1,800 ราย และผ่านการตรวจรับรองระบบการผลิตข้าวหอมมะลิที่ปลอดภัยจากสารพิษ จำนวน 1,620 ราย (องค์การบริหารส่วนจังหวัดศรีสะเกษ, 2555) ในขณะเดียวกันความต้องการยกระดับและพัฒนาการผลิต และการส่งออกข้าวหอมมะลิในพื้นที่ยังคงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น แต่เกษตรกรยังขาดทักษะในการประชาสัมพันธ์ และขาดเครื่องมือในการสนับสนุนการตัดสินใจในการบริหารจัดการผลิตข้าวที่มี

ประสิทธิภาพ โดยหากเกษตรกรสามารถใช้ระบบสารสนเทศในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดข้าวหอมมะลิได้ จะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถของเกษตรกรและยกระดับการผลิตข้าวหอมมะลิได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้น การพัฒนาระบบสารสนเทศการตลาดข้าวหอมมะลิมีความสำคัญต่อการสนับสนุนการตัดสินใจในการบริหารจัดการการผลิตข้าว ระหว่างผู้เกี่ยวข้องเพื่อบูรณาการความรู้ และการวางระบบเครือข่ายสารสนเทศด้านการตลาดข้าวหอมมะลิ เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาไปสู่ระบบสารสนเทศ “ข้าว” คณะผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการศึกษาสภาพการผลิต ต้นทุนการผลิต และพฤติกรรมของเกษตรกรที่ปลูกข้าวหอมมะลิในแหล่งผลิตที่สำคัญ จะระบุถึงต้นทุนการผลิตที่แท้จริงและรูปแบบการจัดการคุณภาพข้าวของเกษตรกรที่เปลี่ยนแปลงไป การรักษาตลาดข้าวหอมมะลิ คุณภาพดี ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเสริมสร้างนโยบายการจัดการรูปแบบข้าวหอมมะลิได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอีกทั้งยังร่วมมือกับสถาบัน หน่วยงานราชการ ผู้ประกอบการโรงสีเอกชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าว องค์การบริหารส่วนตำบล และเกษตรกร เพื่อให้ทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมพัฒนาระบบเครือข่ายข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ “ข้าว” สนับสนุน ส่งเสริมในการประกอบอาชีพการค้าเงินธุรกิจในตลาดทางการใช้ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นอันจะช่วยให้เกิดประโยชน์และ

นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน และนำข้อมูลของข้าวหอมมะลิ มาพัฒนาให้อยู่ในรูปแบบระบบฐานข้อมูลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มช่องทางด้านการตลาดข้าวหอมมะลิไทยในวงกว้างมากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาในการผลิตข้าวของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตพื้นที่ จังหวัดศรีสะเกษ

1.2.2 เพื่อศึกษาวิเคราะห์การลดต้นทุนและการเพิ่มผลการผลิต ปัญหาและอุปสรรค ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการผลิตและการจัดการคุณภาพข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ

1.2.3 เพื่อวิเคราะห์วิธีการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และบทบาทของตลาดในการกำหนดคุณภาพของข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ

1.2.4 เพื่อประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสมของพื้นที่ในจังหวัดศรีสะเกษ

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1) ศึกษาสภาพและปัญหาในการผลิตข้าวของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตพื้นที่ จังหวัดศรีสะเกษ

2) ศึกษาวิเคราะห์การลดต้นทุนและการเพิ่มผลการผลิต ปัญหาและอุปสรรค ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการผลิตและการจัดการคุณภาพข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ

3) ศึกษาวิธีการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และบทบาทของตลาดในการกำหนดคุณภาพของข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ

4) ศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสมของพื้นที่ในจังหวัดศรีสะเกษ

1.3.2 ขอบเขตพื้นที่การวิจัย

กำหนดพื้นที่เป้าหมาย โดยศึกษาเฉพาะกรณี กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพันธุ์ข้าวผักไหม ตำบลผักไหม อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ ศูนย์ข้าวชุมชนบ้านมะยาง ตำบลหนองแค อำเภอราชไศล จังหวัดศรีสะเกษ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง ตำบลคู อำเภอราชไศล จังหวัดศรีสะเกษ

1.3.3 ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ประชากรทั้งเพศชายเพศหญิงที่เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ

ชุมชนพันธุ์ข้าวผักไหม ตำบลผักไหม อำเภอห้วยทับทัน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมขยายผลพันธุ์ข้าวตำบลหนองแค (ศูนย์ข้าวชุมชนบ้านมะยาง) ตำบลหนองแค และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง ตำบลคู อำเภอราชไศล จังหวัดศรีสะเกษ จำนวนทั้งสิ้น 1,867คน

1.3.4 กลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง

1) กลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 50 คน ประกอบด้วย 1) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 15 คน 2) กลุ่มผู้ปฏิบัติจำนวน 20 คน และ 3) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป จำนวน 15 คน และตัวแทนการประชุมสนทนากลุ่มย่อย จำนวน 15 คน

2) กลุ่มตัวอย่าง การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตข้าวอินทรีย์ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ตำบลผักไหม อำเภอห้วยทับทัน จำนวน 474 คน ตำบลหนองแค จำนวน 135 คน และตำบลคู จำนวน 1,258 คน อำเภอราชไศล จังหวัดศรีสะเกษ จำนวนทั้งสิ้น 1,867 คน โดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane ที่ระดับความคลาดเคลื่อน .05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 329 คน

3) กลุ่มผู้เข้าฝึกอบรมฯ จำนวน 30 คน โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นสมาชิกกลุ่มฯ อ่านออกเขียนได้ มีความพร้อม ความเข้าใจในการใช้โซเชียลมีเดียประเภท Facebook และมีอุปกรณ์การสื่อสารที่เข้าถึงเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือหรืออุปกรณ์อื่นๆ ที่สามารถรองรับระบบอินเทอร์เน็ตได้

2. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method) โดยดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์จังหวัดศรีสะเกษ โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 50 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 329 คน และผู้รับการอบรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และแบบการประเมินผลการอบรม การวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงปริมาณทั้งค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ปัจจัยและทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ สถิติและคณิตศาสตร์ และสนทนากลุ่มย่อยจาก

กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 15 คน นำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์ และวิเคราะห์เพื่อนำเสนอข้อมูลแบบพรรณนาความ

3. สรุปผลการวิจัย

3.1 เกษตรกรในจังหวัดศรีสะเกษที่เป็นผู้ผลิตข้าวมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการยังชีพ จึงรวมกลุ่มให้เกิดกิจกรรมด้านการสร้างแหล่งทุนชุมชน เพื่อขยายพันธุ์ข้าวและผลิตข้าวที่ได้มาตรฐาน เพื่อสร้างอำนาจต่อรองและกำหนดราคาได้เอง แต่ในขณะที่เดียวกันก็ประสบปัญหาต่างๆ ประกอบด้วย (1) ปัญหาการขยายตลาดการส่งออกในระดับประเทศและต่างประเทศ (2) ปัญหาการพัฒนาพื้นที่นาข้าวและผลผลิตให้ได้รับเครื่องหมายบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) ถือเป็นส่วนสำคัญต่อการพัฒนาสินค้าส่งออกของประเทศไทยให้มีมูลค่าสูงขึ้น (3) ปัญหาระบบการผลิตที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ขาดกำลังเครื่องจักรในการผลิตที่มีปริมาณมาก (4) ปัญหาโรงเรือนกักเก็บข้าวไม่เพียงพอ ต่อการจัดเก็บเมล็ดพันธุ์ข้าวหอมมะลิที่เกษตรกรผู้ปลูกข้าวนำมารวมกันเพื่อจำหน่าย (5) ปัญหาการขาดความรู้ทางด้านบัญชี (6) ปัญหาการขาดความรู้เรื่องการแปรรูป (7) ปัญหาเรื่องการลดต้นทุนการผลิต (8) ปัญหาการขาดความรู้ด้านการจัดการช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (9) ปัญหาด้านทัศนคติและพฤติกรรมของเกษตรกรผู้ผลิตข้าว เพื่อให้เกษตรกรผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มฯ ได้ปรับเปลี่ยนความคิดเกษตรให้หันมาทำเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (10) ปัญหาเรื่องเงินทุนหรืองบประมาณ ในการซื้อข้าวหอมมะลิจากสมาชิกกลุ่มฯ เก็บไว้เพื่อจำหน่าย บางครั้งข้าวมีไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากโรงเรือนที่จัดเก็บข้าวมีไม่เพียงพอ (11) ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดจากจากหน่วยงานรัฐ ไม่สอดคล้องกับช่องทางการจำหน่าย ควรคำนึงถึงปลายน้ำผู้รับซื้อเป็นแหล่งที่โต และมีการประสานความร่วมมือที่จะรับซื้อผลผลิตของเกษตรกรจริงหรือไม่ ควรให้ความชัดเจน (12) ปัญหาการขาดเครื่องจักรในการแปรรูปข้าวหอมมะลิ โดยเครื่องจักรยังมีขนาดเล็กแต่ปริมาณการรับซื้อสูง

3.2 ปัจจุบันเกษตรกรผู้ผลิตข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ มีต้นทุนค่าแรงงานในการผลิตข้าวทุกกระบวนการ ซึ่งพบว่าค่าใช้จ่ายที่สร้างภาระให้กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวมากที่สุด คือ ภาระการกู้ยืมเงินเพื่อมาลงทุนในการผลิตข้าว และต้องชำระดอกเบี้ยเงินกู้จากแหล่งกู้ยืมมากกว่า 1 แห่ง ในขณะที่เมื่อคำนวณ

จุดคุ้มทุนของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์พบว่า เกษตรกรมีต้นทุนการผลิต 5,856.14 บาท / ไร่ สามารถขายผลผลิตทางเกษตรเฉลี่ยเท่ากับ 19.04 บาท/กิโลกรัม มีปริมาณผลผลิตทางเกษตรเท่ากับ 416.45 กิโลกรัม/ไร่ รายได้จากการขายผลผลิต 7,929.20 บาท / ไร่ กำไรสุทธิ 825.86 บาทต่อไร่ โดยปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อไร่ คุ้มทุนเท่ากับ 12.08 กิโลกรัม/ไร่ ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วยต้นทุน 14.06 บาท/กิโลกรัม และในส่วนของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงปริมาณของผลผลิตข้าวของเกษตรกรมี 6 ตัวแปร ได้แก่ จำนวนครีวเรือนที่มีสมาชิกเป็นเกษตรกร ประสบการณ์ทำการเกษตร การจ้างแรงงานในการทำนา การทดสอบเมล็ดพันธุ์ข้าว อัตราการใช้เมล็ดพันธุ์ต่อไร่ และวิธีการปลูกข้าว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงปริมาณการผลิตข้าวได้ดีที่สุดคือ ประสบการณ์ทำการเกษตร

3.3 วิธีการตลาดของกลุ่มผู้ผลิตข้าวฯ โดยช่องทางการจัดจำหน่าย และมาตรฐานของข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ ประกอบด้วย (1) การส่งเสริมศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกข้าว การส่งเสริมให้เกษตรกรมีองค์ความรู้และพัฒนาศักยภาพให้มีความเชี่ยวชาญจะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มที่สามารถพัฒนาพื้นที่ทำการเกษตรอินทรีย์ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ และสามารถพัฒนาต่อยอดพื้นที่ให้กลายเป็นศูนย์การเรียนรู้ที่สามารถเปิดรับนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่ต้องการศึกษาดูงานนำไปพัฒนาต่อผลผลิตในพื้นที่อื่นได้ (2) การส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบันกลุ่มฯ สามารถจำหน่ายข้าวให้กับผู้รับซื้อที่เป็นผู้ประกอบการค้าข้าวระดับประเทศหลายบริษัท ซึ่งรับซื้อตามรอบที่กำหนด ในขณะที่ข้าวของเกษตรกรในบางปีมีปริมาณเกินความต้องการรับซื้อ ดังนั้นเกษตรกรจึงต้องหาช่องทางการตลาดอื่นในการจำหน่ายผลผลิต โดยส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของการไปออกจำหน่ายตามงานต่างๆ ที่รัฐจัด และการนำข้อมูลของกลุ่มขึ้นเว็บไซต์หน่วยงานต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภค ที่สนใจสามารถสั่งซื้อสินค้าได้โดยตรงจากเกษตรกร หรือการทำเพจ Facebook ของกลุ่มฯ แต่ยังคงมีปัญหาและอุปสรรค คือ เกษตรกรผู้ผลิตยังไม่มีองค์ความรู้ในการจัดการเพจให้น่าสนใจเพียงพอ หรือ การติดต่อของผู้บริโภคบางรายไม่สามารถติดต่อกับกลุ่มได้เนื่องจากขาดความต่อเนื่องในการเคลื่อนไหวบนเพจ เพราะเกษตรกรขาดความรู้ความเข้าใจและขาด

ทักษะในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคโดยตรง (3) การเพิ่มผลผลิตในการจำหน่ายของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว สำหรับการรับซื้อข้าวอินทรีย์จากเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในฐานะที่เป็นกลุ่มวิสาหกิจฯ จะมีเงื่อนไขข้อกำหนดของการรับซื้อข้าวอินทรีย์ เช่น หากมีการปนเปื้อนของเมล็ดข้าวที่ต่ำกว่ามาตรฐาน โดยการปนเปื้อนห้ามเกิน 2 เม็ด และราคาซื้อของกลุ่มฯ จะมีการกำหนดราคาการรับซื้อต่ำกว่ามาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ เพราะข้าวอินทรีย์มีตลาดรองรับเฉพาะกลุ่ม เพราะฉะนั้นมาตรฐานการผลิตต้องได้มาตรฐานกว่าตลาดข้าวทั่วไป โดยหากต่ำกว่ามาตรฐานที่กำหนดทางกลุ่ม จะรับซื้อในราคากิโลกรัมละ 17 – 19 บาท แต่หากเกษตรกรสามารถผลิตได้ตามมาตรฐานกำหนดกลุ่มฯ จะรับซื้อในราคากิโลกรัมละ 23 – 25 บาท (4) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นและสร้างสรรค์ ปัจจุบันกลุ่มได้พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นสวยงามจึงช่วยให้สินค้ามีความน่าสนใจและช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มฯ ได้เพิ่มขึ้น (5) การสร้างสรรคภาพลักษณ์และเอกลักษณ์การผลิตของกลุ่มฯ สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์ ช่วยให้ผลผลิตสามารถจำหน่ายได้เพิ่มขึ้น เมื่อไปออกงานจำหน่ายตามสถานที่จัดงานต่างๆ ในขณะเดียวกันกลุ่มสามารถกำหนดราคาการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตนเองได้ (6) การสร้างเครือข่ายการผลิตข้าวอินทรีย์ช่วยเสริมสร้างขยายฐานการผลิตของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวให้เกิดความเข้มแข็งและเป็นการส่งเสริมให้เกิดตลาดรับซื้อข้าวภายใต้กระบวนการของกลุ่มเกษตรกร นอกจากนี้หัวใจสำคัญของการรวมกันของเกษตรกรในการผลิตข้าวด้วยรูปแบบนาแปลงใหญ่ คือให้เกษตรกรมีอำนาจต่อรองเรื่องราคาผลผลิตให้กับสมาชิกกลุ่มได้เพิ่มขึ้น ถือว่าเป็นอีกหนึ่งบทบาทสำคัญที่จะทำให้เกษตรกรมีบทบาทในการกำหนดราคาผลผลิตในตลาดรับซื้อข้าวได้มากขึ้น (7) การจัดทำบัญชีการผลิตข้าว สมาชิกกลุ่มฯ มีความรู้ในด้านบัญชีการผลิตข้าวน้อยมาก จึงควรส่งเสริมและสนับสนุนการอบรมเพื่อให้ความรู้แก่เกษตรกรฯ และเกษตรกรควรมีการทำบัญชีการผลิตข้าว เพื่อให้ทราบรายละเอียดรายรับ รายจ่าย ในการผลิตข้าว เพื่อสามารถคำนวณต้นทุนการผลิตได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และเป็นการช่วยลดต้นทุนผลิตของการปลูกข้าวให้เกษตรกร และช่วยให้เกษตรกรสามารถกำหนดราคาผลผลิตในตลาดรับ

ซื้อข้าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถยกระดับทางเศรษฐกิจครัวเรือนสูงขึ้น

3.4 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ มาจากแนวคิดเพื่อการลดต้นทุนการเพิ่มผลิตภาพมาในการทำงานระบบกลุ่ม หรือ การทำงานในระบบทีม สร้างการมีส่วนร่วมและความเป็นหนึ่งเดียวกันในกลุ่มกับสมาชิกทุกคน และมีการแบ่งบทบาทหน้าที่ในการดำเนินงานใช้เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการโดยใช้ปัจจัยการผลิตหรือต้นทุนของกลุ่มที่มีให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตลอดจนการนำแนวคิดการประยุกต์ใช้สารสนเทศประเภทโซเชียลมีเดียประเภท Facebook มาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ซึ่งปัจจุบัน Facebook เป็นระบบสารสนเทศประเภทโซเชียลที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดในโลก เฉพาะในประเทศไทยมีผู้ใช้มากกว่า 14 ล้านคน หรือร้อยละ 80 ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วประเทศ การเปิดเพจขายสินค้าบน Facebook จึงเป็นช่องทางการตลาดที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะใช้งานง่ายและมีความหลากหลายให้ผู้ใช้ได้เลือกสร้างสรรค์เพื่อผลิตภัณฑ์ของตนเอง โดย Facebook แบ่งประเภทของเพจเป็น 6 ประเภทตามการใช้งานคือ (1) Local Business or Place เหมาะสำหรับธุรกิจหรือกิจการที่มีหน้าร้านเป็นของตนเอง มีข้อดีคือคนที่มาร้านของคุณสามารถทำการ Check-in สถานที่ได้ (2) Company, Organization or Institution หรือ รูปแบบเพจสำหรับบริษัทหรือองค์กร หรือสถาบันต่างๆ ซึ่งสามารถตั้งเป็นสถานที่ Check In ได้เหมือนประเภทแรก (3) Brand or Product หรือ การสร้างเพจแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เหมาะสำหรับธุรกิจที่มีสินค้าผลิตภัณฑ์ของตัวเองในการส่งจำหน่าย (4) Artist, Band or Public Figure หรือ เพจสำหรับ ศิลปิน วงดนตรี หรือบุคคลสาธารณะ เช่น นักเขียน นักการเมือง ศิลปิน หรือ ทำ เพจ เกี่ยวกับ แฟนคลับ (5) Entertainment หรือ สื่อบันเทิง เช่น รายการทีวี รายการวิทยุ เป็นต้น และ (6) Cause or Community หรือเป็นการสร้างเพจขึ้นในรูปแบบเพจที่มีความเฉพาะสำหรับกลุ่มคนที่ชอบ หรือสนใจในสิ่งเดียวกัน ซึ่งผู้ใช้สามารถเลือกใช้ตามประเภทและความเหมาะสมของกลุ่มนั้นๆ ได้ โดยในปัจจุบันกลุ่มผู้ผลิตข้าวฯ ได้มีการสร้างเพจ Facebook เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นที่เรียบร้อยแล้ว แต่สมาชิกกลุ่มยัง

ขาดทักษะของการนำเข้าสู่ข้อมูลบนเพจ การนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์กลุ่มให้น่าสนใจ และข้อมูลที่มีพบเพจขาดความทันสมัย และความต่อเนื่อง จึงยังเป็นจุดอ่อน การทำการตลาดการจำหน่ายของกลุ่มผู้ผลิตข้าวฯ ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้จัดทำโครงการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะให้กลุ่มผู้ผลิตข้าวฯ ได้มีความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้ามากขึ้น ซึ่งขั้นแรกได้ดำเนินการสำรวจความต้องการของสมาชิกในกลุ่มฯ มีความต้องการให้ฝึกอบรมทดลองนำระบบโซเชียลมีเดียมาใช้ในการสร้างเพจของกลุ่มฯ โดยใช้ Facebook ที่เป็นเพจของกลุ่มที่มีอยู่แล้วมาดำเนินการอบรมเพิ่มทักษะการใช้งานในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้น การอบรมในครั้งนี้มีผู้เข้ารับการฝึกอบรม จำนวน 30 คน มีคุณสมบัติเป็นสมาชิกของกลุ่มฯ มีความต้องการในการเรียนรู้ และมีความพร้อมด้านอุปกรณ์ที่รองรับระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อฝึกปฏิบัติในการเรียนรู้การนำเข้าสู่ข้อมูลของกลุ่มฯ ไปเพจให้มีความทันสมัยตลอดเวลา รวมถึงการจัดการเพจให้น่าสนใจมากขึ้น สามารถใช้งานสื่อสารกับผู้บริโภคที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ได้ ตลอดจนสามารถจำหน่ายสินค้าในเพจได้อย่างเหมาะสมกับกลุ่มผู้ผลิตข้าวฯ หลังจากการฝึกอบรมพบว่า (1) ผลรวมระดับความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วมอบรมและปฏิบัติการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศฯ ประเภทเพจ Facebook ผู้เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับน้อย (\bar{X} = 2.16, S.D. = .844) (2) ผลรวมของความรู้ความพึงพอใจด้านวิทยากรและสื่อการอบรมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศฯ ประเภทโซเชียลมีเดียโดยการจัดการอบรมการทำเพจ Facebook ในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มฯ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.28, S.D. = .587) และ (3) ผลรวมความพึงพอใจในด้านความรู้ความเข้าใจการใช้เพจ Facebook การนำเข้าสู่ข้อมูลข่าวสารของกลุ่มลงในเพจหลังการอบรมฯ อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.46, S.D. = .552)

4. อภิปรายผล

4.1 สภาพทั่วไปของการรวมกลุ่มของเกษตรกรผู้ผลิตข้าวอินทรีย์เกิดจากความต้องการพัฒนาและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในตลาดข้าวที่การแข่งขันการค้าข้าวมีแนวโน้มที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่เกษตรกรผู้ผลิตยังมีรายได้ไม่เพียงพอการยังชีพ อีกทั้งต้องประสบกับปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อเกษตรกรโดยตรง การขาดความอุดมสมบูรณ์ของ

ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศน์ที่เสื่อมโทรมลง ทำให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำ ได้ข้าวที่ไม่มีคุณภาพ และถูกกดราคา จึงเกิดการขับเคลื่อนกลุ่มวิสาหกิจเพื่อการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ในนามกลุ่มต่างๆ ตามบริบทของพื้นที่นั้นๆ โดยวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรให้สามารถผลิตพันธุ์ข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพได้มาตรฐานส่งต่อไปยังผู้บริโภค มีอำนาจต่อรองและกำหนดราคาได้เอง โดยการบริหารจัดการกลุ่มเป็นไปในรูปแบบของการให้เกษตรกรที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มได้มีส่วนร่วมในการช่วยกันคิด วางแผน ปฏิบัติ และรับผลประโยชน์ พร้อมเปิดรับองค์ความรู้สมัยใหม่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันการพัฒนาและขับเคลื่อนกิจกรรมอย่างต่อเนื่องและเกิดความยั่งยืน สอดคล้องกับ กษมาพร พวงประยงค์ และนพพร จันทร์นำชู (2556) กล่าวว่า การพัฒนาความสมดุลของชุมชน จะต้องมียุทธศาสตร์ชุมชนที่มีฐานภูมิปัญญาและประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ประยุกต์เข้ากับสภาพสังคมมีศักยภาพในการพัฒนาและพึ่งพาตนเอง โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับการเกษตรที่ต้องอาศัยองค์ความรู้ที่มีกลุ่มภาคเกษตรกรรมมาผสมผสานกับการพัฒนาสมัยใหม่ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน และเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นกระบวนการที่เริ่มจากสมาชิกชุมชนและผลประโยชน์ที่ได้รับคือสมาชิกในชุมชน

และจากการศึกษาสภาพปัญหาในด้านการผลิตผู้วิจัยเลือกประเด็นที่มีความน่าสนใจมาอภิปราย ดังนี้ (1) ปัญหาการขยายตลาดการส่งออกในระดับประเทศและต่างประเทศซึ่งการเข้าถึงตลาดต่างประเทศยังมีอุปสรรคหลายประการ โดยเฉพาะการพัฒนาให้เมล็ดพันธุ์ข้าวให้ได้รับมาตรฐานสากลเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก ซึ่งยังถือว่าเป็นจุดด้อยที่กลุ่มยังคงต้องพัฒนาและยกระดับคุณภาพพันธุ์ข้าวของกลุ่มให้เป็นที่ยอมรับต่อไปในอนาคต โดยเริ่มจากการพัฒนาเพื่อให้ได้มาตรฐานภายในประเทศซึ่งเริ่มจากการให้สมาชิกทุกคนในกลุ่มฯ ได้มีบทบาทในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลผลิตร่วมกัน โดยคาดหวังประสบความสำเร็จโอกาสที่จะก้าวเข้าสู่ขั้นตอนของการขยายฐานการส่งออกและได้รับมาตรฐานระดับโลกจะประสบผลสำเร็จในลำดับต่อไปในอนาคต สอดคล้องกับ ปราโมทย์ ยอดแก้ว (2560) กล่าวว่า การผลิตข้าวอินทรีย์ตามมาตรฐานการผลิตที่ผ่านการรับรองจากมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มกท. มาตรฐานสหพันธ์เกษตร

อินทรีย์นานาชาติ (IFAOM) , มาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ของสหภาพยุโรป (EU) , แผนงานเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (NOP) เป็นต้น ยังมีการผลิตที่น้อยเพื่อสนองความต้องการตลาดต่างประเทศเป็นหลัก ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดข้าวอินทรีย์ในสังคมไทยควรเน้นการพัฒนามาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ภายใต้ระบบการรับรองแบบมีส่วนร่วม (พีจีเอส) ซึ่งเป็นกระบวนการรับรองเกษตรอินทรีย์ในระดับชุมชน บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน ภายใต้หลักการความไว้วางใจ เครือข่ายสังคม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาการตลาดในสังคมไทยได้ดีเพื่อขยายตลาดให้มากขึ้น (2) ปัญหาการพัฒนาพื้นที่นาข้าวและผลผลิตให้ได้รับเครื่องหมายบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) ถือเป็นส่วนสำคัญต่อการพัฒนาสินค้าส่งออกของประเทศไทยให้มีมูลค่าสูงขึ้นที่สอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศของรัฐบาลที่กำลังเดินหน้านำพัฒนา และยกระดับสินค้าไทยให้มีศักยภาพและได้รับการรับรองในเวทีโลก โดยทางกลุ่มจะได้ระดมแนวคิดเพื่อหาจุดเด่นของการผลิตพันธุ์ข้าวหอมมะลินทรีย์ที่มีคุณภาพเพื่อยกระดับสู่การรับรอง การได้มาซึ่งเครื่องหมาย (Geographical Indications: GI) เป็นอีกหนึ่งการพัฒนาการขับเคลื่อนการดำเนินงานของกลุ่มฯ ให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ท้องตลาดมีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับของแหล่งผลิตในพื้นที่ ซึ่งจะได้รับ ความคุ้มครองชื่อสินค้าให้เป็นสิทธิของชุมชน มีการทำการตลาดและรับรองคุณภาพจากแหล่งผลิตสินค้าที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งจะช่วยขยายฐานตลาดของกลุ่มฯ ข้าวให้เติบโตขึ้น สอดคล้องกับ สหภาพ ไตรยวงค์ สมใจ ภูมิพันธุ์ และไพศาล แน่นอุดร (2560) กล่าวว่า ผลผลิตที่เป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) เป็นการเชื่อมโยงสินค้ากับพื้นที่ผลิตซึ่งจะมีระบบการสอบย้อนกลับถึงแหล่งผลิต ทำให้ผู้บริโภครู้จักแหล่งผลิต และมีความมั่นใจในคุณภาพสินค้าทำให้ข้าวหอมมะลิที่ปลูกได้รับประโยชน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากขึ้น

4.2 วิเคราะห์การลดต้นทุนและการเพิ่มผล การผลิต ปัญหาและอุปสรรค ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การผลิตและการจัดการคุณภาพข้าวหอมมะลิในจังหวัด ศรีสะเกษ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ที่ เป็นผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ลดต้นทุนการผลิตด้วยวิธีการใช้แรงงาน คราวเรือนเข้ามาช่วยในการทำการเกษตร แต่ใน

ขณะเดียวกันเกษตรกรเองกลับกู้ยืมเงินจากแหล่งทุนเพื่อ มาใช้ในการลงทุนทำการเกษตร ทำให้เกษตรกรเป็นหนี้สิน รายได้จากการผลิตข้าวไม่เพียงพอต่อรายได้ในการดำรงชีพ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการ ส่งเสริมความรู้ด้านเทคโนโลยีการเกษตรในการช่วยลด ต้นทุนการผลิต เพื่อให้เกษตรกรสามารถผลิตข้าวได้ใน ปริมาณที่เพียงพอต่อการดำรงชีพ และลดรายจ่ายต้นทุน ต่างๆ ลง ทำให้เกษตรกรมีรายได้เพียงพอต่อการใช้เป็น ทุนในการผลิตข้าวครั้งต่อไป สอดคล้องกับ ดวงกมล เริ่มตระกูล (2555) กล่าวว่า เทคโนโลยีสามารถนำมา ปรับใช้ในการลดต้นทุนการผลิตข้าว โดยสามารถนำ เทคโนโลยีใช้ร่วมกับวิธีการผลิตข้าวแบบเดิมของ เกษตรกรได้ ช่วยทำให้ผลผลิตข้าวมีคุณภาพดีขึ้น สามารถลดต้นทุนด้านต่างๆ ลงได้ และช่วยให้เกษตรกรมี รายได้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริมกิจกรรมการ พึ่งพาตนเองและการรวมกลุ่มการผลิต และเป็น เทคโนโลยีที่มีคุณภาพและมีความน่าเชื่อถือ โดยเมื่อ วิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนการผลิตข้าว พบว่า ปัจจุบันเกษตรกรผู้ผลิตข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรี สสะเกษ มีต้นทุนค่าแรงงานในการผลิตข้าว ต้นทุนค่าวัสดุ ที่ใช้ไปในการผลิต และต้นทุนค่าใช้จ่ายประเภทอื่นๆ ซึ่ง พบว่าค่าใช้จ่ายที่สร้างภาระให้กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าว มากที่สุด คือ ภาระการกู้ยืมเงินเพื่อมาลงทุนในการผลิต ข้าว และต้องชำระดอกเบี้ยเงินกู้จากแหล่งกู้ยืมมากกว่า 1 แหล่ง ในขณะที่เมื่อคำนวณจุดคุ้มทุนของเกษตรกรผู้ ปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์พบว่า เกษตรกรมีต้นทุนการ ผลิต 5,856.14 บาท / ไร่ สามารถขายผลผลิตทาง เกษตรเฉลี่ยเท่ากับ 19.04 บาท/กิโลกรัม มีปริมาณ ผลิตทางเกษตรเท่ากับ 416.45 กิโลกรัม/ไร่ รายได้ จากการขายผลผลิต 7,929.20 บาท / ไร่ กำไรสุทธิ 825.86 บาทต่อไร่ โดยปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อไร่คุ้มทุน เท่ากับ 12.08 กิโลกรัม/ไร่ ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วย ต้นทุน 14.06 บาท/กิโลกรัม เมื่อพิจารณาราคาขาย ผลิตและจุดคุ้มทุนจากการผลิต พบว่า การผลิตข้าว หอมมะลิอินทรีย์มีความเสี่ยงต่อการขาดทุนต่ำกว่าการ ปลูกข้าวหอมมะลิแบบช่วงปรับเปลี่ยน ดังนั้นยังเกษตรกร สามารถลดต้นทุนการผลิตได้มากเท่าไรเกษตรกรจะได้ กำไรจากการผลิตมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากกลุ่ม เกษตรกรสามารถคำนวณการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต รายได้ กำไรสุทธิ และจุดคุ้มทุนในการผลิตได้เองจึงจะลด ความเสี่ยงในการขาดทุนต่ำ และยังเป็นขั้นตอนสำคัญที่ จะช่วยให้เกษตรกรสามารถกำหนดราคาขายซึ่งเป็นอีก

หนึ่งกลไกสำคัญในการผลิต สอดคล้องกับ ศานิต แก้วเอียน และคณะ (2558) กล่าวว่า การวิเคราะห์ผลผลิตคัมพูนจะช่วยในการตัดสินใจเพิ่มผลผลิตต่อไร่ถ้าหากทราบต้นทุนเฉลี่ยต่อไร่และทราบราคาขายได้ถ้าหากเกษตรกรรายใดมีผลผลิตคัมพูนต่อไร่ที่ต่ำแสดงว่ามีความเสี่ยงต่ำที่จะขาดทุน หมายความว่าชาวสวนคนนี้มีต้นทุนต่อไร่ที่ต่ำหรือขายได้ราคาสูง ในขณะที่เดียวกันถ้าหากชาวสวนมีราคาคัมพูนที่ต่ำก็แสดงว่าชาวสวนผู้นั้นมีต้นทุนต่อไร่ที่ต่ำหรือมีผลผลิตต่อไร่ที่สูงโอกาสที่ชาวสวนคนนี้จะขาดทุนจะมีน้อยกว่าชาวสวนที่มีราคาคัมพูนที่สูงเพราะต้องขายได้ราคาสูงเท่านั้นจึงจะไม่ขาดทุน การที่เกษตรกรชาวสวนทราบราคาคัมพูนทำให้การตัดสินใจขายในราคาที่ขาดทุนได้ถ้าหากต่อรองราคาได้อย่างต่ำที่สุดจะต้องขายในราคาที่คัมพูน

4.3 การส่งเสริมศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกข้าว โดยในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยเลือกประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล ดังนี้ (1) การส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยกลุ่มฯ เกษตรกรสามารถประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นำมาเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับกลุ่มฯ จะช่วยให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยปัจจุบันกลุ่มฯ สามารถจำหน่ายข้าวให้กับผู้รับซื้อที่เป็นผู้ประกอบการค้าข้าวระดับประเทศหลายบริษัท ซึ่งรับซื้อตามรอบที่กำหนด ในขณะที่ข้าวของเกษตรกรในบางปีมีปริมาณเกินความต้องการรับซื้อ ดังนั้นเกษตรกรจึงต้องหาช่องทางการตลาดอื่นในการจำหน่ายผลผลิต โดยส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของการไปออกจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าต่างๆ ที่หน่วยงานรัฐจัดขึ้น และการนำข้อมูลของกลุ่มขึ้นเว็บไซต์หน่วยงานต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคที่สนใจสามารถสั่งซื้อสินค้าได้โดยตรงจากเกษตรกร หรือการทำเพจ Facebook ของกลุ่มฯ แต่ยังคงมีปัญหาและอุปสรรค คือ เกษตรกรผู้ผลิตยังไม่มีความรู้ในการจัดการเพจที่น่าสนใจ ชื่อของกลุ่มฯ ที่จัดทำบนเพจมีความยาวเกินไป จดจำยาก และการติดต่อของผู้บริโภคบางรายไม่สามารถติดต่อกับกลุ่มได้เนื่องจากขาดความต่อเนื่องในการเคลื่อนไหวบนเพจ เพราะเกษตรกรขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคโดยตรง หากกลุ่มฯ มีความรู้ในการประยุกต์ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น จะช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็น การเพิ่มยอดขาย การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย การได้ช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ที่รวดเร็วขึ้น

การนำเสนอสินค้า/บริการไปยังกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็วขึ้น การลดค่าใช้จ่ายทางการตลาดให้กับกลุ่มฯ เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับ สุพัตรา กาญจนภาส (2554) กล่าวว่า ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ถูกนำมาใช้ในการสร้างทางเลือกในการช่องทางการตลาดมากขึ้น เพราะสามารถเพิ่มยอดขาย การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย การใช้ช่องทางดังกล่าวนี้ในสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ที่รวดเร็วขึ้น การนำเสนอสินค้า/บริการไปยังกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็วขึ้น ลดค่าใช้จ่ายทางการตลาด ดังนั้น พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ถือว่าเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (2) การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและสร้างสรรค์ ปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจฯ ผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ของจังหวัดศรีสะเกษ เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานการผลิตเป็นอย่างสูง ทั้ง เป็นต้น ซึ่งการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ การสร้างสรรค์ภาพลักษณ์และเอกลักษณ์การผลิตของกลุ่มฯ ช่วยให้สินค้าสามารถจำหน่ายได้เพิ่มขึ้นเมื่อไปออกงานจำหน่ายตามสถานที่จัดงานต่างๆ ในขณะเดียวกันกลุ่มสามารถกำหนดราคาการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตนเองได้ สอดคล้องกับสุภารดี สวนโสภะเชือก ภรณ์ หลาวทอง อัญญา มาลาคา และ ทิพเนตร คงมี (2561) กล่าวว่า การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่รูปแบบปรับปรุงสิ่งเดิมที่เป็นอยู่ให้ดีขึ้นเป็นการสร้างความโดดเด่น/ความแปลกใหม่ของข้าวอินทรีย์ให้มีความโดดเด่นในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ จะเป็นการส่งเสริมการตลาดข้าวอินทรีย์ให้มีภาพลักษณ์ที่ดี โดยการส่งเสริมการตลาดอาศัยการสื่อสารผ่านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับราคาช่วยทำให้สินค้ามีมูลค่าเพิ่ม ส่งผลให้กลุ่มสามารถกำหนดราคาสินค้าผ่านภาพลักษณ์สินค้าได้ (3) การสร้างเครือข่ายการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์จะช่วยเสริมสร้างขยายฐานการผลิตของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวให้เกิดความเข้มแข็ง ส่งเสริมศักยภาพการพัฒนาความรู้ด้านการผลิตของเกษตรกร และเป็นการส่งเสริมให้เกิดตลาดรับซื้อข้าวภายใต้กระบวนการของกลุ่มเกษตรกร นอกจากนี้หัวใจสำคัญของการรวมกันของเกษตรกรในการผลิตข้าวด้วยรูปแบบนาแปลงใหญ่ คือให้เกษตรกรมีอำนาจต่อรองเรื่องราคาผลผลิตให้กับสมาชิกกลุ่มได้เพิ่มขึ้น ถือว่าเป็นอีกหนึ่งบทบาทสำคัญที่จะทำให้เกษตรกรมีบทบาทในการกำหนดราคาผลผลิตในตลาดรับซื้อข้าวได้มากขึ้น สอดคล้องกับบุญพิน เกื้อนศรี (2559) กล่าวว่า การพัฒนาเครือข่ายทางการผลิตและด้านการตลาดให้ขยายเพิ่มขึ้นกับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวจะส่งผลต่อการสร้างอำนาจ

ต่อรองราคาผลผลิต และพัฒนาคุณภาพชีวิตในภาพรวมของเกษตรกรและผู้บริโภค และ (4) การจัดทำบัญชีการผลิตข้าว หน่วยงานรัฐควรส่งเสริมการจัดทำบัญชีข้าวให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกข้าว เพราะจากการศึกษา พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตของการปลูกข้าวค่อนข้างน้อย ซึ่งผู้ผลิตบางกลุ่มได้การอบรมการจัดทำบัญชี โดยผู้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มเป็นตัวแทนการเข้าร่วมอบรม ไม่ใช่สมาชิกหรือเกษตรกรทั้งหมด ขาดความอย่างต่อเนื่อง และระบบบัญชีของเกษตรกรส่วนใหญ่ใช้วิธีการจำโดยไม่ได้บันทึกบัญชีเกี่ยวกับต้นทุนที่เกิดขึ้นครบทุกรายการ ควรมีการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องการจัดทำบัญชีการผลิตข้าว เพื่อนำไปสู่แนวทางในการลดต้นทุนการผลิตการปลูกข้าวของเกษตรกรแต่ละปีได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกษตรกรสามารถคำนวณต้นทุนการผลิตได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และเป็นการช่วยลดต้นทุนผลิตของการปลูกข้าวให้เกษตรกร และช่วยให้เกษตรกรสามารถกำหนดราคาผลผลิตในตลาดรับซื้อข้าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถยกระดับทางเศรษฐกิจครัวเรือนสูงขึ้น สอดคล้องกับไอลัดดา ผุยชา (2554) กล่าวว่า เกษตรกรหลังจากการได้รับการให้บริการวิชาการโดยการสอนการจัดทำบัญชีต้นทุนเกี่ยวกับข้าว ทำให้ผู้เข้าอบรมมีศักยภาพ และทราบถึงต้นทุนที่เกิดจากการปลูกข้าวได้อย่างชัดเจน โดยสังเกตจากการจดบันทึกบัญชีที่เกี่ยวข้องกับการปลูกข้าวของเกษตรกร ทำให้กลุ่มเกษตรกรมีความรู้ และสามารถจัดทำบัญชีได้อย่างถูกต้อง สามารถนำไปใช้ในการวางแผนการลดต้นทุนการปลูกข้าว เพื่อเพิ่มพูนรายได้และยกระดับทางเศรษฐกิจของครัวเรือนเกษตรกรผู้ปลูกข้าวให้ดีขึ้น

4.4 เกษตรกรที่เข้าอบรมด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรกรคนรุ่นใหม่ที่มีประสบการณ์ในการทำการเกษตรน้อยแต่มีความเข้าใจในด้านการใช้ระบบสารสนเทศ เพราะเกษตรกรรุ่นก่อนให้เหตุผลที่ไม่เข้าร่วมอบรมเป็นเพราะไม่มีความรู้เรื่องระบบสารสนเทศเพียงพอ จึงให้เกษตรกรรุ่นใหม่เข้าร่วมการอบรมจะสามารถนำความรู้ที่ได้จากการอบรมมาพัฒนาศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดข้าวหอมมะลิได้ดีกว่า สอดคล้องกับ ญัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน (2559) กล่าวว่า เกษตรกรที่มีอายุน้อยมีแนวโน้มที่มีการปฏิบัติงานด้านการตลาดข้าวอินทรีย์มาก เหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก คนที่มีอายุ

น้อยมักจะมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมากกว่าคนอายุมาก และพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุน้อยข้างมาก จึงจัดอยู่ในกลุ่มที่มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตน้อย เป็นเหตุให้มีการทำการตลาดข้าวอินทรีย์น้อย เหตุผลสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้เกษตรกรที่มีอายุน้อยเข้ามาทำการการผลิตและการตลาดข้าวอินทรีย์มากขึ้นคือ ในช่วงปี พ.ศ. 2556 เป็นต้นมา กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีนโยบายผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางด้านการเกษตรและบริการเกษตรอินทรีย์ในระดับสากล จึงได้มีการจัดทำโครงการเกษตรกรปราดเป็รื่อง (Smart farmer) และเกษตรกรรุ่นใหม่ปราดเป็รื่อง (Young smart farmer) ซึ่งเรื่องนี้เป็นแรงผลักดันสำคัญทำให้การผลิตและการตลาดข้าวอินทรีย์ขยายตัว และจากการเข้าร่วมอบรมและปฏิบัติการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสมของพื้นที่ในจังหวัดศรีสะเกษ พบว่าเกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจหลังการอบรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง การสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการปฏิบัติงานได้ และทำให้มีความมั่นใจการนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ต่อไปอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งปัจจุบันหลังการอบรมปฏิบัติการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ โลโก้ ชื่อของเพจให้สามารถค้นหาใน search engine ได้ง่ายขึ้น รวมทั้งการมอบหมายระบบการแบ่งหน้าที่ผู้ดูแลเพจช่วยเพิ่มความมั่นใจ และผู้เข้าอบรมสามารถเพิ่มข้อมูลการส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการออกข่าว และการตลาดทางตรง ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของช่องทางการตลาดในการจำหน่ายผลผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ของกลุ่มเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับณฤดี เนตรโสภา และคณะ (2561) กล่าวว่า การเพิ่มความรู้และความมั่นใจในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะช่วยให้ผู้เข้าร่วมอบรม หรือผู้ประกอบการเกิดความมั่นใจและสามารถทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น อันจะเป็นทางเลือกสำหรับการขยายกิจการในอนาคต โดยการส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์และการออกข่าว และการตลาดทางตรง การทำธุรกิจในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือร้านค้าออนไลน์ เป็นการทำธุรกิจที่นำความสามารถของเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการค้าขาย ช่วยประหยัดต้นทุนในการทำ

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

แนวทางการจัดการเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิต และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสมของพื้นที่ในจังหวัดศรีสะเกษ ครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อเกษตรกรและหน่วยงาน ดังนี้

1) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรหนุนเสริมให้ความรู้ และพัฒนากระบวนการผลิตข้าวและการแปรรูปผลผลิตจากข้าวในรูปแบบต่างๆ เพิ่มขึ้น รวมถึงการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายให้กับกลุ่มฯ ผู้ผลิตที่จะก่อให้เกิดประโยชน์กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอย่างต่อเนื่อง โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและสามารถลดต้นทุนการผลิตได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

2) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้ สนับสนุน และส่งเสริมให้เกษตรกรสร้างเครือข่ายการผลิตข้าวในรูปแบบการผลิตแบบอินทรีย์มากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการผลิตข้าวอินทรีย์ให้กับพื้นที่ใกล้เคียงกับพื้นที่ทำการเกษตรอินทรีย์ในปัจจุบัน เพื่อให้เกษตรกรได้เห็นผลดีของการผลิตข้าวอินทรีย์ได้ประโยชน์และสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรให้ดีขึ้นได้อย่างยั่งยืน

3) หน่วยงานรัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้การสนับสนุนการให้ความรู้กับกลุ่มฯ ผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ให้มีขีดความสามารถในการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการกำหนดราคาทั้งการขายปลีก และขายส่งด้วยการขับเคลื่อนของกลุ่มฯ มากขึ้น

4) กลุ่มฯ ผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ควรมีการสร้างเรื่องราว (story) ของการผลิต หรือเรื่องราวของพันธุ์ข้าวที่ผลิตให้เป็นที่น่าสนใจบนสื่อระบบสารสนเทศ เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจในการซื้อผลผลิตจากเกษตรกรง่ายขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดข้าวหอมมะลิอินทรีย์ในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อตั้งกำลังซื้อจากกลุ่มลูกค้าผู้บริโภคข้าวในกลุ่มอื่นเข้ามาเป็นกลุ่มผู้ซื้อข้าวหอมมะลิอินทรีย์

2) ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาวิจัยเรื่องการทำบัญชีปลูกข้าวของกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ เพื่อให้ทราบข้อมูลความรู้ความเข้าใจของกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิต เพื่อผู้ผลิตจะสามารถกำหนดทิศทาง

การตลาด เพิ่มอำนาจต่อรองราคา รวมถึงเกษตรกรอาจเป็นผู้กำหนดราคาการจำหน่ายข้าวหอมมะลิอินทรีย์ได้

6. เอกสารอ้างอิง

- กษมาพร พวงประยงค์ และนพพร จันทรรนำชู. (2556, มกราคม – มิถุนายน). แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, 5(1), 108-120.
- ณฤดี เนตรโสภาน และคณะ. (2561). การพัฒนาบทฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการสร้างร้านค้าออนไลน์ของกลุ่มอาชีพในจังหวัดยะลา. ใน *การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 3 ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 3 “นวัตกรรมที่พลิกโฉมสังคมโลก”*. ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์โกสินทร์, นครปฐม.
- ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน. (2559, มีนาคม). การพัฒนารูปแบบการตลาดข้าวอินทรีย์สำหรับเกษตรกรในเขตภาคเหนือตอนบน. *วารสารเกษตร มสธ.*, 1(2), 31-47.
- ดวงกมล เริ่มตระกูล. (2555). การยอมรับเทคโนโลยีการลดต้นทุนการผลิตข้าวของเกษตรกร ในหมู่บ้านชุมชนต้นแบบอำเภอสามโก้ จังหวัดอ่างทอง. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปราโมทย์ ยอดแก้ว. (2560). *การพัฒนาการตลาดข้าวอินทรีย์ในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- ภารดี สวนโสภะเชือก, ภรณ์ หลาวทอง, อัญญา มาลาคา และทิพนพร คงมี. (2561, กันยายน – ธันวาคม). แนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ ข้าวอินทรีย์จังหวัดสุรินทร์. *วารสารPULINET Journal*, 5(3), 107-117.

- ยุพิน เกื้อนครี. (2559, กรกฎาคม-ธันวาคม).
การพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูก
ข้าวอินทรีย์ในจังหวัดอุดรดิตถ์ : กรณีศึกษา
ตำบลวังกะพ้อ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์.
วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 5(2),
116-132.
- ศานิต เก้าเอียน และคณะ. (2558). การยกระดับ
มูลค่าเพิ่มข้าวหอมมะลิอินทรีย์ที่ผลิตโดย
เกษตรกรรายย่อย. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สหภาพ ไตรยว, สมใจ ภูมิพันธุ์ และไพศาล แน่นอุดร.
(2560). การยอมรับการปลูกข้าวหอมมะลิ
คุณภาพดีตามการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีของ
เกษตรกรในจังหวัดร้อยเอ็ด. วารสาร
มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, 11(2),
230-238.
- สุพัตรา กาญจนภาส. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อ
ความสำเร็จของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
ไปใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
ในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดศรีสะเกษ. (2555). ข้อมูล
จังหวัดศรีสะเกษ. ศรีสะเกษ : องค์การบริหาร
ส่วนจังหวัดศรีสะเกษ
- ไอลัดดา ผุยชา. (2554). การบริการวิชาการเกี่ยวกับการ
การบัญชีต้นทุน เพื่อการเพิ่มศักยภาพด้าน
การเงินของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว เขตอำเภอ
นาเชือก จังหวัดมหาสารคาม. มหาสารคาม :
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่บ้านชุมชนในอำเภอโขงเจียม อำเภอโพธิ์ไทร และอำเภอเมือง ในจังหวัดอุบลราชธานี แบบมีส่วนร่วม

Guidelines for Tourism Development of Community Villages in Khong Chiam District Pho Sai District and Mueang District in Ubon Ratchathani Province with Participation

สุจิตรา จันทนา¹ และจิราภรณ์ บุญยิ่ง²

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้ 1) เพื่อศึกษาบริบทชุมชนและศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านชุมชนในอำเภอโขงเจียม อำเภอโพธิ์ไทร และอำเภอเมือง 2) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านชุมชนในอำเภอโขงเจียม อำเภอโพธิ์ไทร และอำเภอเมือง ในจังหวัดอุบลราชธานี 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่บ้านชุมชนในอำเภอโขงเจียม อำเภอโพธิ์ไทร และอำเภอเมือง ในจังหวัดอุบลราชธานี การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการมีส่วนร่วมจากชุมชน กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกชุมชนแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่บ้านชุมชนในอำเภอโขงเจียม อำเภอโพธิ์ไทร และอำเภอเมือง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์ การประชุม และสัมภาษณ์จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวหมู่บ้านชุมชน และทำการสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) บริบทชุมชนและศักยภาพของชุมชน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ทำนา ประมงในแม่น้ำ จุดแข็งคือคงวิถีชีวิตแบบชาวบ้านริมน้ำ ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นจุดเด่น เช่น กุ้งแม่น้ำ ปลาแม่น้ำ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การนวดแบบโบราณ ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น ทำขวัญข้าว รำกลองยาว ทำบุญประจำปี จุดอ่อน ได้แก่ ขาดประสบการณ์ในการบริหารจัดการท่องเที่ยว ด้านความรู้ ด้านการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย สินค้าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน ขาดความรู้ด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักศักยภาพสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่สำคัญคือ รูปแบบวิถีชีวิตริมน้ำและเกษตรกรรม ภูมิปัญญาของชุมชน มีการสานผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ 2) การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวหมู่บ้านชุมชน แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ 2.1) ควรมีการเตรียมการก่อนการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวหมู่บ้านชุมชน เช่น การจัดประชุมเพื่อชี้แจงแนวทางการดำเนินงาน การให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวกับชุมชน มีการศึกษาดูงานแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชนอื่น 2.2) รูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนมาจากพื้นฐานของศักยภาพของชุมชนในการท่องเที่ยว โดยสามารถกำหนดการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ 2 แบบคือ การท่องเที่ยวแบบ 1 วัน และแบบ 2 วัน 1 คืน

คำสำคัญ: การพัฒนาการท่องเที่ยว อำเภอโขงเจียม อำเภอโพธิ์ไทร อำเภอเมือง แบบมีส่วนร่วม

¹ รองศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
E-mail : sujitrae@hotmai.com

² สาขาวิชาการจัดการคุณภาพ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
E-mail : jiraporn.bo@ssru.ac.th , E-mail: jiboonying@hotmai.com

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the community context and potential of tourism resources in the village communities in Khong Chiam district, Pho Sai district, and Mueang district; 2) to study the participation in management community village tourism in Khong Chiam district, Pho Sai district, and Mueang district in Ubon Ratchathani province; 3) to study the development guidelines for community village tourism in Khong Chiam district, Pho Sai district, and Mueang district in Ubon Ratchathani. It was a qualitative research with participation of the communities. The samples were community members, guidelines for tourism development in the community villages in Khong Chiam district, Pho Sai district, and Mueang district. The tools used in this research were the property interviews, meetings, and seminars of all stakeholders in the tourist village communities. Descriptive statistics were used for data summary analysis.

The results of the research revealed that 1) community context and community potential were farming and fishing in the river; with prawns and fish as the special natural resources; with local knowledge such as traditional massage; local wisdom and local art and culture such as rice goddess worship, drum dance, annual making merit. The weaknesses included the lack of experience in managing tourism, lack of knowledge of marketing channels, communication and public relations. The potential tourist attractions were water and agricultural way of life, wisdom of the community, woven products made of bamboo; 2) to develop a model of village tourism which was divided into two parts: 2.1) village tourism preparation such as a meeting to clarify the guidelines, and providing tourism knowledge to the communities, and 2.2) types of tourism on the basis of the potential of community-based tourism: 1 day and 2 days 1 night.

Keywords: Tourism Development, Khong Chiam District, Pho Sai District, Mueang District, participation

วันที่รับบทความ : 9 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 1 มิถุนายน 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 2 มิถุนายน 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสูงยิ่ง ในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ

ของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญ และสามารถทำรายได้อันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าส่งออกอื่น ๆ ที่มีอยู่ภายในประเทศซึ่งอาจกล่าวถึง

ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ (กันติศา หิรัญประสิทธิ์กุล, 2563)

กันติศา หิรัญประสิทธิ์กุล (2563) กล่าวถึง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นับว่ามีความสำคัญต่อมวลมนุษยและสังคมโลก อันเนื่องมาจากปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง ในการพัฒนาประเทศ ซึ่งอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้อย่างกว้างขวาง รวมไปถึงทุกระดับของสังคมและช่วยส่งเสริมให้เกิดการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของประเทศ ดังนี้

เชิงเศรษฐกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ย่อมสนับสนุนให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดรายได้จากการซื้อขายบริการและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้เกิดการหมุนเวียนของกระแสการเงินไปทุกระดับของสังคมอย่างทั่วถึง สร้างรายได้ให้แก่ประเทศต่าง ๆ อย่างมากมาย ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศรายได้เกิดขึ้นจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่เกิดขึ้นจากการขายสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวทั้งภายในและนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศปีพ.ศ. 2563

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เกิดการลงทุนจากต่างประเทศ ทำให้เกิดการเพิ่มปริมาณของกระแสการเงินเข้ามาหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเกิด การกระจายรายได้เพิ่มขึ้นทำให้ท้องถิ่นได้รับการพัฒนาด้านต่าง ๆ ก่อให้เกิดความเจริญเติบโตเป็นสังคมเมือง เช่น การสร้างโรงแรม การสร้างสนามบิน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภูมิภาคหรือท้องถิ่นใดที่มีแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในการอำนวยความสะดวก ได้แก่ นักท่องเที่ยว เช่น ถนนไฟฟ้า ประปา ท่าเรือ และโทรศัพท์ โครงสร้างพื้นฐาน ดังกล่าวนอกจากอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวแล้วยังทำให้ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้รับความสะดวกในการดำรงชีวิตด้วย

นอกจากนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยกระดับคุณภาพของประชากรให้สูงขึ้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพที่หลากหลาย มีการสร้างงานในสถานประกอบการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น โรงแรม ภัตตาคาร พิพิธภัณฑสถาน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ทำให้ การบริการแก่นักท่องเที่ยวธุรกิจขนาดย่อมประเภทต่าง ๆ และอุตสาหกรรมในครัวเรือนทำให้มีคุณภาพชีวิตดีขึ้น จนมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองและแตกต่างจากสังคมอื่น ๆ จึงเป็นสิ่งที่น่าศึกษาเรียนรู้และสัมผัสสำหรับนักท่องเที่ยวสังคมไทย เป็นสังคมเก่าแก่ มีขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมที่สืบเนื่องกันมา มีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละชุมชนแต่ละสังคม จึงมีขนบธรรมเนียมประเพณีเป็นมรดกตกทอด ประเพณีปฏิบัติสืบเนื่องกัน จึงมีค่าควรแก่การสนับสนุนอนุรักษ์และฟื้นฟูให้คงอยู่ไปอย่างยั่งยืนการสนับสนุนให้ชุมชนตระหนักถึงความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรม ดังกล่าว นำไปสู่ ความรักและความห่วงหาและศิลปวัฒนธรรมของชาติ ในการช่วยการฟื้นฟูและอนุรักษ์ให้คงอยู่ตลอดไป ทั้งนี้เพราะแรงจูงใจที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่ง สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวคือ ความสนใจในวัฒนธรรมของประเทศอื่น หรือสังคมอื่น การเรียนรู้วิถีการดำเนินชีวิตของแต่ละสังคมที่แตกต่างกันไปเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจที่สำคัญของ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้รวมถึงรูปแบบของความคิดการปฏิสัมพันธ์ของคนในแต่ละท้องถิ่นแต่ละท้องถิ่นหรือแต่ละภูมิภาค เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่ดีประเทศพวกเขาเหล่านี้ จึงไม่ลืม “เจ้าของบ้านที่ให้การต้อนรับอันอบอุ่น” โดยทั่วไปแล้ว มนุษย์เราสนใจภาษาวิถีชีวิตวัฒนธรรม อาจรวมถึงศิลปดนตรี ภาพเขียน รูปอัลบั้ม สถาปัตยกรรม และกิจกรรมพิเศษในโอกาสต่าง ๆ การเฉลิมฉลองและเทศกาลต่าง ๆ หรือ สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมอาจ หมายถึง อาหาร เครื่องดื่ม ความบันเทิง หรือความโอปอ้ออารี หรือหมายถึงการปฏิสัมพันธ์ของเพื่อนมนุษย์จึงกล่าวได้ว่า มีความสำคัญต่อ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กระตุ้นให้เกิดการคิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินมาผลิตเป็นสินค้าที่ระลึกการนำวัสดุที่เหลือใช้ หรือวัสดุที่ไม่ใช้มาทำการผลิตสินค้าตรงไหนที่ระลึกจำหน่ายได้แก่ นักท่องเที่ยวใช้เวลาว่างจากงานประจำหรือเป็นอาชีพเสริม หรือการผลิตเป็นอุตสาหกรรมในครอบครัวทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นและนำรายได้เหล่านั้นมาพัฒนาคุณภาพชีวิตในครอบครัว นอกจากนี้ทำให้รู้จักการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์กับตนเองและสังคมแล้ว ยังรักษาสภาพแวดล้อมให้สมดุลเช่นการนำกิ่งไม้แห้งมาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึก มีลักษณะเฉพาะแต่ละชิ้นไม่เหมือนกัน เป็นศิลปะที่ไม่มีรูปแบบหรือการนำเอาวัสดุที่ไม่ใช่ เช่น กระจอปเครื่องตีผลิตเป็นของใช้ อาทิ หมวกและภาชนะ เป็นต้น ของที่ระลึกเหล่านั้นเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กระตุ้นให้ประชาชนในท้องถิ่นหรือในประเทศเกิดความรักความภาคภูมิใจในท้องถิ่นและประเทศเมื่อประชาชนในท้องถิ่นเห็นความสำคัญและคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งนำประโยชน์มาสู่ตนเองและท้องถิ่นอย่างยั่งยืนทำให้เกิดแนวร่วมในการรักษาและวางแผนทรัพยากรการท่องเที่ยวตลอดไป

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทำให้มีการศึกษาค้นคว้าแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ การนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวแก่สาธารณชน เช่น การผลิตสารคดีเรื่องราวของจังหวัดต่าง ๆ ประเทศต่าง ๆ ทำให้สาธารณะได้รู้จักและเกิดแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวหรือการศึกษาเพิ่มเติมต่อไปและยังมีการรวบรวมสถิติข้อมูลเกี่ยวกับป่าไม้สัตว์ป่า สัตว์น้ำเพื่อประโยชน์ในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวให้คงอยู่ตลอดไป

ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเชิงพัฒนาระบบเทคโนโลยีการสื่อสารด้วยระบบเทคโนโลยีปัจจุบันทำให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วในการจองที่พักในโรงแรม จองที่พักบนเครื่องบิน หาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จองที่นั่งเข้าชมดนตรี การแสดง หรือจองการนำเที่ยวในต่างประเทศ ฯลฯ เป็นที่คาดหวังกันว่าในอนาคตบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว อาจจะต้องหมดไปในอุตสาหกรรม

ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลจองสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพาบริษัทนำเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจะเห็นได้ว่าการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีส่วนผลักดันให้เกิดการพัฒนาาระบบเทคโนโลยีเพื่อเป็นที่ตอบสนอง ด้านการให้บริการสาขาการท่องเที่ยวของประเทศเป็นอย่างไร ในปัจจุบันการแข่งขันทางการค้าขยายตัวอย่างกว้างขวางและเข้มข้นแต่ละประเทศแต่ละภูมิภาคต่างสร้างระบบคุณภาพเพื่อให้เกิดการผลิตสินค้าที่เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภคเช่นการนำเอาระบบคุณภาพ ISO 9000 ซึ่งเป็นที่ยอมรับในนานาประเทศดังนั้นสินค้าส่งออกที่มีคุณภาพจึงสามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้ หรือสินค้าที่มีความแตกต่างและคุณภาพดีจากสินค้าประเภทเดียวกันจึงสามารถแข่งขันกันได้เป็นต้นจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีผลผลิตที่เป็นลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นในประเภทเดียวกัน เช่น แหล่งท่องเที่ยว วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ฯลฯ ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเหล่านี้มีความแตกต่างจากประเทศอื่น ๆ หรือภูมิภาคอื่น ๆ และเป็นสิ่งจูงใจที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางมาซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านี้ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทำให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ มีการกระจายรายได้เป็นสูตรประชากรทุกระดับชั้นของประเทศและก่อให้เกิดการพัฒนาท้องถิ่น ชุมชนให้เจริญเติบโตผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายตลอดปี และแตกต่างกันอย่างชัดเจนในแต่ละภาคของประเทศ จึงส่งผลให้เกิดผลดีต่อนักท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตลอดปี และเลือกสรรบริการต่าง ๆ และความต้องการบริการผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีขอบเขตในการจำกัดจำนวน นอกจากนี้ยังสามารถการท่องเที่ยวยังดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพทำให้คุณภาพของประชากรดีขึ้นอย่างทั่วถึง ทำให้ชุมชนขยายตัวลดการย้ายถิ่นฐานของประชากรระหว่างท้องถิ่นและชุมชนให้ได้รับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรวมทั้งมาตรการรักษาความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ได้รับการดูแลเอาใจใส่จากภาครัฐนอกจากนี้การเดินทางท่องเที่ยวยังทำให้

เกิดการแลกเปลี่ยน วัฒนธรรมเสริมสร้างสันติภาพความเข้าใจอันดีต่อกันและเป็นการอนุรักษ์ฟื้นฟูเผยแพร่ วัฒนธรรม และคุณภาพของประชาชน คุณภาพได้ว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมดังต่อไปนี้

ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงาน ขอให้เกิดการกระจายรายได้ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่น การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต

ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคมของประเทศ ช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น คืบความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น ช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟู วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษา ช่วยลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นฐานของชุมชนท้องถิ่น ช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินที่ไร้ค่ามา ประดิษฐ์เป็นของที่ระลึกจำหน่าย ช่วยสร้างสันติภาพและความสามัคคี ส่วนปัญหาการท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว การเดินทางให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวลำบาก

จากความเป็นมาและความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวผู้วิจัยจึงสนใจ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่บ้านชุมชนในอำเภอโขงเจียม อำเภอโพธิ์ไทร และอำเภอเมือง ในจังหวัดอุบลราชธานี แบบมีส่วนร่วม โดยความรู้ที่ได้ในการวิจัยจะเป็นองค์ความรู้ให้กับผู้นำชุมชนสมาชิกจะได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์พัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและให้สมาชิกชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรม

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาบริบทชุมชนและศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านชุมชนในอำเภอโขงเจียม อำเภอโพธิ์ไทร และอำเภอเมือง

1.2.2 เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านชุมชนในอำเภอโขงเจียม อำเภอโพธิ์ไทร และอำเภอเมือง ในจังหวัดอุบลราชธานี

1.2.3 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่บ้านชุมชนในอำเภอโขงเจียม อำเภอโพธิ์ไทร และอำเภอเมือง ในจังหวัดอุบลราชธานี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

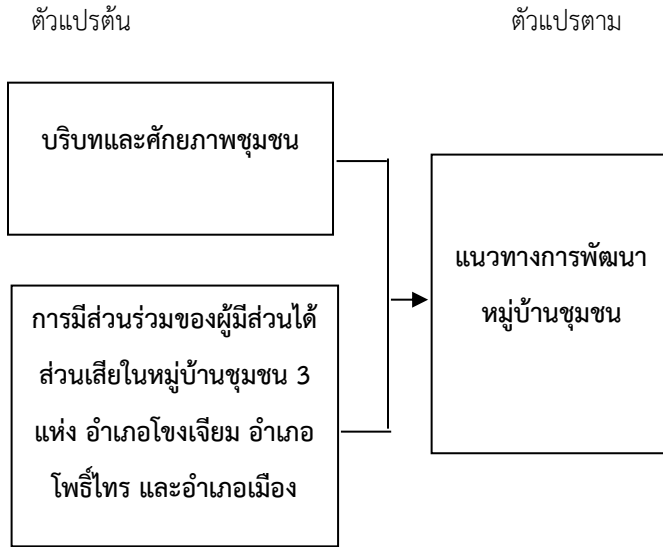
ขอบเขตด้านประชากร ประกอบด้วย ประชากรวิสาหกิจชุมชน ในอำเภอโขงเจียม อำเภอโพธิ์ไทร และอำเภอเมือง ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยมีรายละเอียดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ วิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง มีประชากรทั้งสิ้น 221,923 คน มีชุมชน 299 ชุมชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ 30 คน ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และบริหารจัดการชุมชน และมีส่วนร่วมในชุมชน อำเภอโขงเจียม มีประชากรทั้งสิ้น 37,742 คน เป็นวิสาหกิจชุมชน 41 แห่ง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ 20 คน เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและบริหารจัดการชุมชนและมีส่วนร่วม อำเภอโพธิ์ไทร มีประชากรทั้งสิ้น 46,792 คน เป็นวิสาหกิจชุมชน 162 แห่ง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ 20 คน เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและบริหารจัดการชุมชนและมีส่วนร่วม รวมกลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์ 70 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย บริบทชุมชน ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านชุมชน การมีส่วนร่วมในชุมชน

ขอบเขตพื้นที่ ประกอบด้วย พื้นที่วิสาหกิจชุมชนอำเภอโขงเจียม อำเภอโพธิ์ไทร และอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

ขอบเขตด้านเวลา เดือนตุลาคม 2562 - กรกฎาคม พ.ศ. 2563

1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ประชากร ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชน อำเภอโขงเจียม อำเภอโพธิ์ไทร และอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำนวนทั้งสิ้น 502 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ประชากรประชาชนที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริบทชุมชน การมีส่วนร่วมและมีส่วนได้ส่วนเสีย รวม 70 ตัวอย่าง โดยมาจาก อำเภอโขงเจียม จำนวน 20 คน อำเภอโพธิ์ไทร จำนวน 20 คน และอำเภอเมือง 30 คน จังหวัดอุบลราชธานี

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ การมีส่วนร่วมทำกิจกรรม การบริหารจัดการชุมชน ฐานข้อมูลจากวิทยานิพนธ์ ตลอดจนบทความวิชาการที่เกี่ยวข้อง

2.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยขอความร่วมมือจากหัวหน้าชุมชนแต่ละแห่งเก็บให้และมาจากฐานข้อมูลการวิจัยระดับท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง และนำมาจากรายงานข้อมูลชุมชนในจังหวัดที่เกี่ยวข้อง

2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล แหล่งปฐมภูมิและทุติยภูมิ ได้สังเคราะห์ข้อมูลแล้วสรุปผลที่ได้จากผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นประเด็น และให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และตัวแปร เพื่อนำผลมาสรุปเป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และจากเอกสารวิชาการที่ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำมาตรวจสอบเพื่อทำการพัฒนารูปแบบที่เหมาะสมในวิสาหกิจชุมชนต่อไป

3. สรุปผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ข้อ 1. ด้านบริบทชุมชนและศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านชุมชน พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยปลูกข้าว เป็นส่วนใหญ่ และมีการค้าขายเล็กน้อย ไม่มีอุตสาหกรรมที่มาสร้างโรงงาน เพื่อจ้างเป็นแรงงาน รูปแบบสังคมจึงเป็นสังคมชุมชน สมาชิกชุมชน สามารถพึ่งตนเองได้ วิถีชีวิตของชุมชนที่น่าสนใจได้แก่ การจับปลาเล็กปลาน้อยมาตากแห้ง และทำปลาอย่างจำหน่าย นอกจากนี้ ยังมี การล่องแพเพื่อจำหน่ายอาหารตามริมฝั่งแม่น้ำ มีการทำบุญ เพื่อฉลองพระเจ้าอินแปลงเป็นประจำปี มีคลองยาวเพื่อความ

สนุกสนาน การจัดการท่องเที่ยวจัดตามทรัพยากรที่มีอยู่ เช่น มีวัดที่สวยงามหลายวัดที่จัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยว การท่องเที่ยวได้ หัวหน้าชุมชนมีความเข้มแข็ง และชุมชนมีความเข้มแข็งและมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลอดเวลา ทั้งมีส่วนร่วมจากบรรพบุรุษ และคนรุ่นใหม่ในชุมชนก็มีส่วนร่วมได้ จุดอ่อนชุมชนขาดการบริหารจัดการขาดประสบการณ์ในการท่องเที่ยว จึงขาดความรู้และประสบการณ์ในการท่องเที่ยวชุมชน ขาดช่องทางจำหน่ายสินค้าจากชุมชนไปถึงมือลูกค้า ขาดความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ขาดการประชาสัมพันธ์จากบุคคลภายนอก ขาดการสืบทอดความรู้

ข้อ 2. ศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว ขาดสิ่งดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยว ด้านอำนวยความสะดวกให้ถึงแหล่งท่องเที่ยวจากผลการสัมภาษณ์พบว่า ชุมชนมีรูปแบบวิถีชีวิตริมน้ำ ทำการเกษตรกรรมแม่น้ำ เช่น การปลูกมัน ข้าวโพด เลี้ยงปลา รมแม่น้ำ จำหน่ายปลาแห้ง และผลิตภัณฑ์จากปลา เช่น ปลาสาม ปลาหย่าง เป็นต้น นอกจากนี้ ชุมชนในอำเภอเมืองที่มีการผลิตผ้าฝ้าย ผ้าไหมเป็นที่ระลึก และใช้สำหรับแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และมีของชำร่วยจำหน่าย

ด้านการมีส่วนร่วม พบกว่า หัวหน้าชุมชนเข้มแข็งและเป็นการสืบทอดจากคนเก่าแก่จนถึงคนรุ่นใหม่ แต่ขาดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการเวลา เพื่อผลิตภัณฑ์ได้จำหน่าย ขาดการตลาดในการกระจายสินค้าไปถึงมือนักท่องเที่ยว จากการศึกษาโดยละเอียดแล้วพบว่า ควรเตรียมการก่อนมีการจัดการโดยจัดการประชุมพัฒนาและจัดกิจกรรม

จากผลการวิจัยบริบทชุมชนและศักยภาพชุมชนสรุปได้ว่า ควรจัดการพัฒนาแห่งการท่องเที่ยวชุมชน ดังนั้น ก่อนการพัฒนาแบบการท่องเที่ยว ควรมีการเตรียมการก่อนการจัดแบบการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการจัดท่องเที่ยวชุมชน มีการศึกษาดูงานจากชุมชนท่องเที่ยวอื่น ซึ่งคณะกรรมกรมาจากผู้นำชุมชน สมาชิกชุมชน มีกรรมกรที่ปรึกษาจากหน่วยงานภาครัฐและ

เอกชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงมาจากสถานศึกษา จัดแผนการพัฒนาการจัดการตลาด การบริหารจัดการ จนกระทั่งได้แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมกับการมาท่องเที่ยวชุมชนที่เหมาะสม โดยได้รูปแบบที่เหมาะสม ได้แก่ การท่องเที่ยว 1 วัน และแบบ 2 วัน 1 คืน เพื่อจะได้ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวได้

4. อภิปรายผล

จากข้อค้นพบของการวิจัยด้านบริบทชุมชนและศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชน พบว่า โดยส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร มีอาชีพรับจ้าง และทรัพยากรท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นวัด และผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่น สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (พัทธ์พสุตม์ สาธุนุวัฒน์ และคณะ, 2562) วิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวหมู่บ้านชุมชน (OTOP Village) หมู่บ้านหนองสรวง ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า บริบทชุมชนและทรัพยากรท่องเที่ยวของอำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประชากรมีอาชีพเป็นเกษตรกร ทำนา ค้าขาย และทรัพยากรท่องเที่ยวอยู่ริมแม่น้ำ วัดขาดทรัพยากรดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยว ผลจากการวิจัยจากการมีส่วนร่วมพบว่า ชุมชนมีความเข้มแข็งจึงมีส่วนร่วม โดยหัวหน้าชุมชนเข้มแข็งจึงสืบทอดการมีส่วนร่วมจากคนรุ่นเก่าถึงคนรุ่นใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (พัทธ์พสุตม์ สาธุนุวัฒน์ และคณะ, 2562) เช่นเดียวกัน

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 การวิจัยมีระยะเวลาสั้น จึงไม่ได้มีการศึกษาเชิงลึกจากผู้ที่เกี่ยวข้องเท่าที่ควร

5.2 ควรมีการวิจัยในชุมชนที่มีการจัดระเบียบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และมีแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดใจในการมาท่องเที่ยว

5.3 ควรให้มีกรรมการและสถานศึกษาให้องค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

5.4 ควรมีการประชุม สัมมนาท่องเที่ยวให้องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากท้องถิ่น การตลาด การกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว

5.5 ควรจัดทำรูปแบบที่เหมาะสมในการท่องเที่ยว

5.6 ควรวิจัยความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อจะได้ตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยว

6. เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). ตอบโจทย์

ท่องเที่ยวชุมชน. ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม

2561, จาก

<http://www.thairath.co.th/content/1110939>.

กันติศา หิรัญประสิทธิ์กุล. (2563). **พฤติกรรม**

ท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่มาเที่ยวใน

ประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ

จัดการ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

จิราภรณ์ แก้วมณี. (2557). **การจัดการการท่องเที่ยว**

โดยชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจ

พอเพียงชุมชน. หลักสูตรปริญญาศึกษา

ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา,

มหาวิทยาลัยศิลปากร.

จิราพร บุญยิ่ง. (2562). **การส่งเสริมความรับผิดชอบ**

ต่อสังคมของผู้ประกอบการวิสาหกิจ

ท่องเที่ยวชุมชนโดยแบบมีส่วนร่วมอย่าง

ยั่งยืนในจังหวัดอุบลราชธานี. วารสาร

วิทยาการจัดการปริทัศน์, 21(1), 87-94.

ดวงใจ กาญจธีรานนท์. (2555). **แนวทางการส่งเสริม**

การท่องเที่ยวในประเทศไทยของ

นักท่องเที่ยวผู้ป็นกลุ่มสตรีวัยทำงาน.

วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา, จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

ธีร์ ติระจินดา. (2555). **การส่งเสริมการท่องเที่ยว**

สำหรับผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นในตลาด

ท่องเที่ยวไทย.วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยา

ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์

การกีฬา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธีรวิทย์ เอกะกุล. (2543). **ระเบียบวิธีวิจัยทาง**

พฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์

อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ, เสรี วงษ์มณฑา, ชูชนะ เดชคณา

และณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ. (2559).

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงมรดก

วัฒนธรรมในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา.

วารสารนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 4(2),

34-45.

นักสนันท์ ทองอินทร์. (2562). **แนวทางการพัฒนา**

พื้นที่ท่องเที่ยวในอำเภอพระนครศรีอยุธยา

เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของ

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น. วารสารวิทยาการ

จัดการปริทัศน์, 21(1), 33-42.

บุญใจ ศรีสถิตยน์รากูร. (2560). **การพัฒนาและ**

ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยคุณสมบัติ

การวัดเชิงจิตวิทยา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์

แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และพัชรินทร์ เสริมการดี.

(2556). **การศึกษาศักยภาพและแนวทางการ**

พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชน

บ้านทุ่งมะปราง อำเภอควนโดน และบ้านโดน

ป่าหน้น อำเภอควนกาหลง จังหวัดสตูล.

วารสารสุทธิปริทัศน์, 27(83), 97-105.

ปรารธนา สถิตยวิภาวี และคณะ. (2556). **โครงการ**

ศึกษาการพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการ

พื้นที่และทรัพยากรเพื่อการส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. รายงานการวิจัย.

กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.

พิฑูรย์ ทองฉิม. (2558). **การจัดการความร่วมมือด้าน**

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะลันตา จังหวัด

กระบี่. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการ

ท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

มนสิชา อินทรจักร. (2552). **การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**

ในประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ชาวญี่ปุ่น. วารสารอิเล็กทรอนิกส์

การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 1.

ยุพิน พิพัฒน์พวงทอง. (2549). **การฟื้นฟูการ**

ท่องเที่ยวชุมชนบางกอกใหญ่ให้ยั่งยืน

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.

กรุงเทพฯ :มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

วันทนา เนาว์วัน และลำยอง ปลั่งกลาง. (2556).

การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน

ตำบลบางกระสั้น อำเภอบางปะอิน

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การประชุม

วิชาการระดับชาติครั้งที่ 7 มหาวิทยาลัย

ศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ.

พัทธ์พสุตม์ สารณูวัฒน์, วันทนา เนาว์วัน, สมเกียรติ

แดงเจริญ และเพ็ญนภา หวังที่ซอบ. (2562).

การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวหมู่บ้าน

ชุมชน (OTOP Village) หมู่บ้านหนองสรวง

ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัด

พระนครศรีอยุธยา. วารสารวิทยาการ

จัดการปริทัศน์, 21(1), 25-33.

สิทธิ์ีร์ ชีร์สิทธิ์. (2550). **เทคนิคการเขียนรายงานวิจัย.**

กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Cochran, W.G. (1953). **Sampling Techniques.**

New York : John Wiley & Sons.

คุณลักษณะของที่พักที่มีผลต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา Accommodation Attribute toward the Length of Stay of Tourists in Phranakhon Si Ayutthaya

มนภัทร บุซปฤกษ์¹

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกพักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 2) ศึกษาปัจจัยระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวน 400 คนที่มาพักแรมในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกพัก คือ ความสะอาดของห้องพัก การมีงานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น 2) ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย เรียงลำดับความสำคัญดังนี้ ด้านพนักงานให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านที่พัก ด้านราคา ดังนั้นผู้ประกอบการภาคเอกชนควรให้ความสำคัญกับเรื่องความสะอาดทั้งสถานที่พักและสถานที่ท่องเที่ยว การรักษาสภาพที่พักให้อยู่สภาพที่เหมาะสมพร้อมบริการเพื่อเพิ่มระยะเวลาการเข้าพัก รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวโดยสนับสนุนให้มีการกิจกรรมที่สร้างภาพลักษณ์ต่องานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น

คำสำคัญ : ที่พัก ระยะเวลาการเข้าพัก

Abstract

The objectives of this study were 1) to examine behavior toward decision making to select accommodation of staying in Phranakhon Si Ayutthaya, and 2) to study factors of the length of stay of tourists. Quantitative research was used in this research. Data was collected from 400 samples from both Thai and foreign tourists staying in the target area. The research was analyzed by using statistics including percentage, mean and standard deviation.

The results of the research revealed that 1) behavior toward decision making to select accommodation was the cleanliness of the rooms and the local festival; 2) factors of the length of stay of tourists consisted of the service, facilities and accommodation, safety, and prices, respectively. Therefore, private sectors should pay attention to cleanliness of accommodation and tourist attractions, and maintain the accommodation to be in an appropriate condition with prompt service in order to increase the length of the stay as well. Together, government agencies should increase the potential of tourism by supporting activities that create an image of local festivals.

Keywords: Accommodation, Length of stay

¹ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail : nui.monnapat@gmail.com

วันที่รับบทความ : 9 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 17 มิถุนายน 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 19 มิถุนายน 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

รายได้หลักของประเทศไทยนั้น นอกจากเกิดจากการส่งออกสินค้าที่จำเป็นประเภทอาหารแล้ว รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวถือเป็นรายได้ที่สำคัญของประเทศด้วยเช่นกัน เนื่องจากส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั้งภูมิภาคของประเทศทั้งภาคอุตสาหกรรมและภาคธุรกิจบริการ ที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในระบบการท่องเที่ยวของประเทศไทย ธุรกิจที่พักแรมตามเมืองท่องเที่ยวต่างๆจึงเกิดขึ้นมากมายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาเยี่ยมเยือนเพื่อพักผ่อน เดินทางมาเพื่อเหตุผลทางธุรกิจและพักค้างแรมเพื่อได้สัมผัสกับบรรยากาศการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนั้นอีกด้วย ธุรกิจที่พักจึงจำเป็นต้องแข่งขันเพื่อความอยู่รอดในธุรกิจบริการที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ปัจจุบัน จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐทั้งในระดับภูมิภาคและระดับจังหวัดส่งผลให้เกิดธุรกิจด้านที่พักมากขึ้นเพื่อรองรับนโยบายการท่องเที่ยว

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2562) พบว่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นหนึ่งในจังหวัดในภาคกลางที่จำนวนห้องพักของนักท่องเที่ยวอยู่ในอันดับต้นและมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนรวมประมาณ 8.3 ล้านคน ซึ่งคิดเป็นรายได้ถึง 19 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2561

รายการ	อัตราการเปลี่ยนแปลง Percentage change (%)	
	2560 (2017)	2561 (2018)
จำนวนห้อง (ห้อง)	1.2	6.9
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน	5.8	9.4
ชาวไทย	5.9	10.9
ชาวต่างประเทศ	5.2	5.1
จำนวนนักท่องเที่ยว ^{1/}	3.4	5.3
ชาวไทย	3.5	5.7
ชาวต่างประเทศ	3.0	3.9

ภาพที่ 2 สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. 2559 - 2561

ที่มา: สำนักงานสถิติ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2562

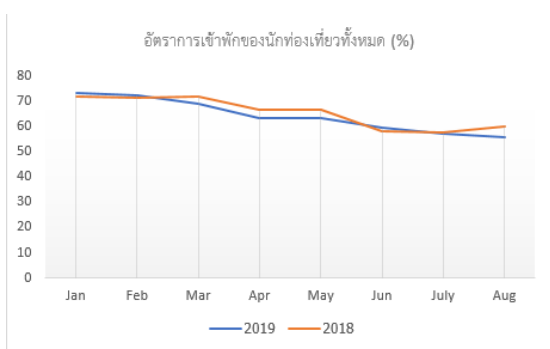
จังหวัด	ห้องพัก (ห้อง) Room	ผู้เยี่ยมเยือน (Visitor)		รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท) Tourism receipt (Mill. Baht)
		นักท่องเที่ยว Tourist	นักทัศนาจร Excursionist	
ภาคกลาง	195,561	53,835,233	52,724,181	524,662.87
สมุทรปราการ	4,380	1,037,246	2,336,393	6,611.44
นนทบุรี	3,177	962,260	1,701,765	4,356.97
ปทุมธานี	2,702	679,015	1,419,329	3,391.23
พระนครศรีอยุธยา	5,312	1,723,710	6,625,903	19,016.22
อ่างทอง	498	285,797	530,835	993.54

ภาพที่ 1 สถานที่พักแรม ห้องพัก ผู้เยี่ยมเยือน และรายได้จากการท่องเที่ยว เป็นรายจังหวัด ภาคกลาง พ.ศ. 2561
ที่มา: สำนักงานสถิติ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2562

จากภาพที่ 1 เรื่องสถานที่พักแรม ห้องพัก ผู้เยี่ยมเยือน และรายได้จากการท่องเที่ยว เป็นรายจังหวัด ภาคกลาง พ.ศ. 2561 (สำนักงานสถิติ

นอกจากนี้จากภาพที่ 2 เรื่องสถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. 2559 - 2561 พบว่าจำนวนห้องพักที่เพิ่มขึ้นคิดเป็นการเปลี่ยนแปลงถึงร้อยละ 6.9 ในปี พ.ศ. 2561 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2560 คิดเป็นร้อยละ 1.2 (สำนักงานสถิติ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2562) การเพิ่มขึ้นของอัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนห้องพักแสดงให้เห็นถึงผู้ประกอบการที่ให้ความสำคัญกับงานบริการ ภาครัฐที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ยกกระดับมาตรฐานที่พักเพื่อรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่อาจเพิ่มขึ้นได้ในอนาคต รวมทั้งประเภทที่พักที่มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท

จากการเติบโตของธุรกิจที่พักแรมนั้นส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้ในทุกภาคส่วนเพื่อรองรับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อให้ตอบสนองและเป็นไปตามนโยบายตามทิศทางการส่งเสริมการตลาดต่างประเทศที่เน้นโครงสร้างตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดระดับกลางถึงบน และเพิ่มรายได้ที่ยั่งยืนจากการเติบโตของค่าใช้จ่ายมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว สัมผัสวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา พร้อมการแบ่งปันประสบการณ์จากนักท่องเที่ยว และแลกเปลี่ยนภูมิปัญญา โดยการนำเสนอคุณค่าของการท่องเที่ยวประเทศไทยและเปิดมุมมองใหม่ให้กับชีวิตจากการสัมผัสเสน่ห์วิถีไทยเฉพาะถิ่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562) ส่งผลให้ธุรกิจที่พักแรมในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพิ่มขึ้นโดยเป็นธุรกิจที่พักแรมขนาดกลางจนถึงขนาดเล็กที่รองรับนักท่องเที่ยวที่มีงบประมาณจำกัดหรือมีระยะเวลาที่จำกัดในการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวนั้นนอกจากขึ้นอยู่กับความคุ้มค่าของราคาแล้ว ลักษณะอื่นที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวก็เป็นสิ่งที่สำคัญเช่นกัน อย่างเช่น ห้องน้ำรวม จักรยานให้เช่า การบริการรถโดยสารสาธารณะ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และร้านอาหาร เป็นต้น



ภาพที่ 3 อัตราการใช้ห้องพักของนักท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2562

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

อย่างไรก็ตามจากนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยของทางภาครัฐในการกระตุ้นให้เกิดการสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวทั้งการเติบโตของธุรกิจที่พักแรมในปีที่ผ่านมาและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องแต่จำนวนตัวเลขของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีจำนวนลดลงในช่วงของเหตุการณ์ท่องเที่ยวและช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2562 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2561 ดังนั้นการเลือกโรงแรมหรือที่พักนั้นจึงเป็นหนึ่งในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่สำคัญและยังส่งผลกระทบต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวอีกด้วย ธุรกิจที่พักแรมจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักของนักท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพธุรกิจบริการในพื้นที่เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและยังส่งผลกระทบต่อระยะเวลาการพำนักของนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกพักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.2.2 ศึกษาปัจจัยระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยว

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.31 ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัยครั้งนี้ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเข้าพักและระยะเวลาในการเข้าพักของนักท่องเที่ยว

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาพำนักในโรงแรมทั้งขนาดกลางและขนาดเล็กใน อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮสเทล ที่ให้บริการที่พักรับนักท่องเที่ยวในเขต อ.พระนครศรีอยุธยา

1.3.4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน มีนาคม 2562 – กรกฎาคม 2562

1.4 สมมติฐานการวิจัย

พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกที่พักต่างกันมีผลต่อปัจจัยระยะเวลาในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในครั้งนี้มุ่งศึกษา ตัวแปรอิสระ คือ พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ระยะเวลาการเข้าพัก วัตถุประสงค์การเข้าพัก การตัดสินใจในการเลือกที่พัก ประเภทของห้องพัก ประเภทของที่พัก และทำเลที่ตั้งของที่พัก ตัวแปรตาม คือ ระยะเวลาในการเข้าพัก ได้แก่ ด้านที่พัก ด้านวัฒนธรรม ด้านราคา ด้านพนักงานบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจเก็บข้อมูล แบบสอบถามถูกออกแบบมาเป็น 2 ภาษา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษโดยใช้กลุ่มประชากรตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวโดยการเลือกนักท่องเที่ยวที่มาพักค้างคืนในที่พัก โรงแรม รีสอร์ท ทั้งขนาดกลางและขนาดเล็ก ใน อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา จากการสำรวจนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ข้อมูลจากสำนักสถิติ สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นักท่องเที่ยวมีจำนวน 8,954,949 คนในปี พ.ศ. 2561 จึงมีความจำเป็นต้องใช้ข้อมูลโดยรวมของนักท่องเที่ยวมาใช้ในการคำนวณ สุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane (1957) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 การสุ่มตัวอย่าง ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน โดยเลือกใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักโดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1.1 ผাগแบบสอบถามให้กับที่พักในหลายๆระดับทั้งโรงแรมขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็ก เกสเฮาส์ โฮสเทล และรีสอร์ท ใน อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา โดยเริ่มจากผাগแบบสอบถามให้กับที่พักโดยให้ทางเจ้าของที่พักหรือพนักงานทำการแจกแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวที่สะดวกในการทำแบบสอบถาม

2.1.2 กำหนดระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามจากที่พัก และเข้าไปปรับแบบสอบถามตามระยะเวลาที่กำหนด

2.2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามให้ผู้ตอบกรอกคำตอบเอง แบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด ในแบบสอบถามจะประกอบไปด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นคำถามให้ผู้ทำแบบสอบถามเลือกตอบข้อที่ตรงที่สุด จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยระยะเวลาในการเข้าพักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้ตอบแบบสอบถามจะตอบคำถามแบบมาตราอันดับราคา (Interval Scale) แต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยกำหนดช่วงค่าคะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็น

1 = สำคัญน้อยสุด

2 = สำคัญน้อย

3 = สำคัญปานกลาง

4 = สำคัญมาก

5 = สำคัญอย่างยิ่ง

เป็นคำถามด้านที่พัก 6 ข้อ ด้านวัฒนธรรม 9 ข้อ ด้านราคา 4 ข้อ ด้านพนักงานบริการ 5 ข้อ และด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย 4 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่ส่งผลต่อระยะเวลาการเข้าพัก ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นโดยอิสระ

2.3 การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย ทดสอบแบบสอบถามที่ถูกต้องโดยเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน โดยใช้เครื่องมือ Cronbach Alpha ในการทดสอบความน่าเชื่อถือ กำหนดให้ค่าความน่าเชื่อถือมีค่ามากกว่า 0.7 ผลที่ได้จากการทดสอบโดยการให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดพบว่าค่า Cronbach Alpha มีค่ามากกว่า 0.7 โดยที่ค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.756 จากคำถามทางด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย และค่าสูงสุดอยู่ที่ 0.919 จากคำถามทางด้านพนักงานบริการ

3. สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 400 คน พบว่า

3.1.1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 51 จำนวน 204 คน และชาวต่างชาติคิดเป็นร้อยละ 49 จำนวน 196 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 49 มีช่วงอายุระหว่าง 21 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.3 สถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 65.8 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.8 มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.8 และทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 27

3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว พบว่าระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 46 มีวัตถุประสงค์การเข้าพักเพื่อการท่องเที่ยว คิดเป็น

ร้อยละ 55 ผู้เข้าพักส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกที่พักเองคิดเป็นร้อยละ 46.8 ประเภทของห้องพักที่นักท่องเที่ยวเลือกเป็นห้องพักเตียงคู่ คิดเป็นร้อยละ 42.3 ประเภทของที่พักเป็นโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 47.5 และรองลงมาคือ โฮสเทล คิดเป็นร้อยละ 30.8 และทำเลที่ตั้งของที่พักนักท่องเที่ยวเลือกพักใกล้สถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 39.3

3.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อระยะเวลาการเข้าพักพบว่า ในภาพรวมด้านที่พักมีค่าเฉลี่ยความสะอาดของห้องพักและที่พักรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.11$) ด้านวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ยงานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น เช่น งานอยุธยาสมรทกโลกอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.74$) ด้านราคา ห้องพักรและที่พักรมีความเหมาะสมกับราคาโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.95$) ด้านพนักงานบริการ การบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.18$) ด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย ที่พักรและห้องพักมีระบบรักษาความปลอดภัยโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.18$)

4. อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถนำประเด็นที่สำคัญมาอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

4.1 จากการศึกษาประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวในการเลือกสถานที่พักรของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาพักรเป็นเพศหญิง มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 21 – 29 ปี โดยสัญชาติของนักท่องเที่ยวที่มาพักรส่วนใหญ่เป็นคนไทย ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวสัญชาติอเมริกัน อังกฤษ ออสเตรเลีย ตามลำดับ สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรีส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 15,001 – 30,000 บาทต่อเดือน อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน

4.2 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกพักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่านักท่องเที่ยวคำนึงถึงความสะดวกของห้องพักและที่พักรวมสภาพของห้องพักและการหาที่พักง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Alananzeh และคณะ (2018) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของคุณสมบัติของโรงแรมต่อระยะเวลาการเข้าพักและตัวเลือกโรงแรมในเมืองชายฝั่ง กรณีศึกษาอคาบา พบว่าคุณลักษณะของโรงแรมที่สร้างความสำคัญที่สำคัญ คือ ความสะดวก ความเงียบสงบ การออกแบบ การคุ้มค่ากับเงิน และการหาที่พักง่าย ซึ่งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Baburaj (2017) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกโรงแรม: กระบวนการตัดสินใจ พบว่า การเลือกทำเลที่ตั้งที่ดีเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดความสะดวกในการเข้าถึงสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อน การซื้อของ การเยี่ยมชมสถานที่ การขนส่ง การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ส่วนทางด้านวัฒนธรรมพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเลือกพักยาวนานขึ้นมาจากงานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น เช่น งานอยุธยา มรดกโลก ที่พักตั้งอยู่ใกล้ธรรมชาติ ใกล้แหล่งวัฒนธรรมที่พักรวมห้องพักมีการตกแต่งโดยใช้วัสดุจากธรรมชาติ เช่น ไม้ ผ้าไหม เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Boukas (2008) ได้ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คนหนุ่มสาวและจุดหมายปลายทางกรณีศึกษาที่เดลีพี กรีส พบว่าวัฒนธรรมเป็นแรงกระตุ้นที่สำคัญในการเดินทางของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับคุณลักษณะที่ 'สร้าง' จุดหมายปลายทางทางวัฒนธรรม คือ การบำรุงรักษาสถานที่ท่องเที่ยว ความงามของทิวทัศน์และภูมิทัศน์ ความสะดวกของพื้นที่ เรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับอดีตของสถานที่ เยี่ยมชมอาคารเก่าแก่และอนุสาวรีย์เก่า และการเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และพิพิธภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ด้านราคาเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวพักยาวนานขึ้นเนื่องจาก ที่พักและที่พักรวมมีความเหมาะสมกับราคา ที่พักรวมกำหนดราคาห้องพักไว้อย่างชัดเจน และราคาของห้องพักมีให้เลือกหลายระดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณี ลอมเศรษฐี

(2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดและด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ห้องพักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนในเรื่องของการบริการของพนักงาน นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน พนักงานสามารถให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อลูกค้าได้ และการให้บริการอย่างเป็นมิตร ยิ้มแย้ม ด้วยความเต็มใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Haarhoff และ Gany (2017) ศึกษาเรื่อง คุณสมบัติที่มีอิทธิพลต่อความน่าดึงดูดของรีสอร์ท: กรณีศึกษาของการเลือกรีสอร์ททิมเบอร์ลี พบว่าในด้านความเป็นมิตรและการบริการจากพนักงาน ระดับความสามารถสูงพนักงาน ทั้งในด้านทัศนคติ การเอาใจใส่ ความเชื่อมั่น ความน่าเชื่อถือและการตอบสนองเมื่อต้องติดต่อกับผู้มาเยี่ยมชมที่รีสอร์ทส่งผลต่อระดับความน่าดึงดูดของสถานที่พัก ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับระบบรักษาความปลอดภัยของที่พักรวมห้องพัก การแบ่งสัดส่วนพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวไว้อย่างชัดเจน เช่น ที่จอดรถ ห้องอาหาร พื้นที่ส่วนกลาง ล็อบบี้ และอื่นๆ และนอกจากนี้การบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย การมีห้องประชุม ร้านค้า และตู้น้ำอัตโนมัติให้บริการลูกค้ายังส่งผลต่อระยะเวลาการพำนักของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Fawzy (2010) ได้ศึกษาเรื่องการเลือกที่พักของนักธุรกิจพบว่า นักเดินทางประเภทธุรกิจให้ความสำคัญกับระบบความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด และยังคงสอดคล้องกับการศึกษาของ Tsai และคณะ (2011) พบว่านักเดินทางชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับระบบความปลอดภัยของโรงแรมมากที่สุด

4.3 ปัจจัยระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย เรียงลำดับความสำคัญดังนี้ 1) ด้านพนักงานให้บริการ 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย 3) ด้านที่พักรวม 4) ด้านราคา และ 5) ด้านวัฒนธรรม

โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) ด้านพนักงานให้บริการ นักท่องเที่ยวคำนึงถึงการบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันเป็นสิ่งแรกซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shahzor Jalbani, S. และ Soomro, N. (2017) พบว่า สิ่งแรกของการจัดการที่ดีของโรงแรมคือ พนักงานโรงแรมจะต้องตระหนักถึงความต้องการเฉพาะของลูกค้าและสื่อสารลูกค้าโดยการมีปฏิสัมพันธ์ที่มีคุณค่ากับลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว อีกทั้งการที่พนักงานสามารถให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อลูกค้าได้สามารถสร้างความสัมพันธ์อันยาวนานที่ดีที่สุด และการให้บริการอย่างเป็นมิตร ยิ้มแย้ม ด้วยความเต็มใจของพนักงานให้บริการ

2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับระบบรักษาความปลอดภัยของที่พักและห้องพัก มีการแบ่งสัดส่วนพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวไว้อย่างชัดเจน เช่น ที่จอดรถ ห้องอาหาร พื้นที่ส่วนกลาง ล็อบบี้ และอื่นๆ และนอกจากนี้ 3) ในด้านที่พัก นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องการบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย การมีห้องประชุม ร้านค้า และตู้น้ำอัตโนมัติไว้ให้บริการลูกค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kumer และ Singh (2014) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากมีความสนใจในด้านความงามของโรงแรม นอกเหนือจากความกว้างของพื้นที่สาธารณะในโรงแรม ห้องพัก โรงแรมในเครือและสถานที่ตั้ง 4) ด้านราคาที่พักมีการกำหนดราคาห้องพักไว้อย่างชัดเจน 5) ด้านวัฒนธรรม การมีงานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น เช่น งานอุษายามรดกโลก ที่พักตั้งอยู่ใกล้ธรรมชาติ ใกล้แหล่งวัฒนธรรม ที่พักและห้องพักมีการตกแต่งโดยใช้วัสดุจากธรรมชาติ เช่น ไม้ ผ้าไหม เป็นต้น ปัจจัยทั้ง 5 ด้านที่ส่งผลต่อระยะเวลาการเข้าพักนั้นไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Alananzeh, O. A. และคณะ (2018) ซึ่งพบว่า ภาพลักษณ์และปัจจัยด้านชื่อเสียง และปัจจัยด้านพนักงานมีผลกระทบเชิงบวกต่อจำนวนคืนที่พักในโรงแรม

5. ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ข้อเสนอแนะเป็น 2 ส่วน ดังนี้

5.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นอกจากความสะดวกสบายของที่พักแล้ว นักท่องเที่ยวยังคำนึงถึงการบริการของพนักงานมากกว่าปัจจัยอื่น

5.1.1 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐ

1) กำหนดนโยบายให้ชัดเจนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในด้านธุรกิจบริการ ส่งเสริมมาตรฐานการบริการในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

2) ประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์เด่นของธุรกิจบริการในพื้นที่ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณี วัฒนธรรมและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

3) หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรบูรณาการร่วมกันในการสร้างมาตรฐานในงานบริการของผู้ประกอบการ สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว

5.1.2 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาคเอกชน

1) ผู้ประกอบการในธุรกิจภาคบริการ ควรให้ความสำคัญกับงานบริการมากกว่าปัจจัยอื่น คือ การบริการด้วยใจ เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งจำเป็นที่จับต้องไม่ได้ การบริการที่ประทับใจสามารถเป็นแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจพักในระยะเวลาที่ยาวนานขึ้นได้

2) ผู้ประกอบการควรมีความรู้เรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยว และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแต่ละชาติเพื่อสร้างความยั่งยืนในธุรกิจบริการ

3) ผู้ประกอบการที่พักและภาคบริการ ควรเน้นความสำคัญในเรื่องการบริการ พนักงานทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในงานบริการควรได้รับการอบรมอย่าง

เหมาะสม สร้างความเข้าใจอันดีในงานบริการ สร้างทัศนคติที่ดีต่องานบริการเพราะงานบริการไม่สามารถจับต้องได้ สิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้จึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการปรับปรุงพัฒนาให้เกิดทักษะที่ดีในงานบริการกับพนักงานทุกคน อีกทั้งการบริการที่ประทับใจยังส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์อันดีงาม เกิดแรงกระตุ้นที่ส่งผลต่อความต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวและพักผ่อนยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นซ้ำได้อีกด้วย

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

5.2.1 จากผลของงานวิจัยครั้งนี้ควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึกตามสัญชาตญาณของนักท่องเที่ยวเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกแถบยุโรปมีแนวโน้มพำนักอยู่เป็นระยะเวลายาวนานกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย และควรศึกษาปัจจัยหลักของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเพื่อให้เข้าใจความต้องการพื้นฐาน หรือกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาอยู่ที่สถานท่องเที่ยวอื่นเป็นระยะเวลาที่ยาวนานขึ้น

5.2.2 ควรมีการศึกษาเรื่องการบริการของพนักงานให้ประทับใจ ทักษะและความสามารถที่นักท่องเที่ยวต้องการจากการใช้บริการของพนักงาน

5.2.3 ควรศึกษาในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักอันพึงมีเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในการท่องเที่ยวไปสู่การพัฒนาศักยภาพของที่พักให้ดียิ่งขึ้น

6. เอกสารอ้างอิง

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). อัตราการเข้าพัก

ของนักท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. จาก <https://secretary.mots.go.th/policy/>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). สรุปแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562. จาก <http://www.oic.go.th/fileweb/cabinfoce>

nter2/drawer073/general/data0000/00000064.pdf

สำนักงานสถิติ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2562). สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. 2559 – 2561. จาก

<http://ayuttaya.nso.go.th/>

อรุณี ลอมเศรษฐี. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Alanazeh, O. A., Mohammad Al-Badameh, Maaiah, B., Ahmad A. Al-Mkhadmeh. (2018). The Effect of Hotel Attributes on Length of Stay and Hotel choices in Coastal Cities: Aqaba as a Case Study. *Human and Social Sciences*, 45(4), 275-289.

Baburaj. B. (2017). **Factors influencing hotel selection: Decision making process.** Bachelor of Business Administration. International Hospitality Management. The Emirates Academy of Hospitality Management.

Boukas, N. (2008). **Cultural tourism, Young people and destination perception: The case study at Delphi Greece.** Doctor of philosophy in management studies. University of Exeter.

Fawzy, A. (2010). Business Travelers' Accommodation Selection: A Comparative Study of Two International Hotels in Cairo. *International Journal*

of Hospitality & Tourism

Administration, 11(2), 138-156.

Haarhoff, R. and Gany, K. B. (2017). Attributes that influence resort attractiveness: a case study of selected Kimberley resorts. **African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure**, 6(3), 1-21.

Jalbani, S. and Soomro, N. (2017). Determinants of Hotel's Service Standard: Reputation and Relationship Orientation. **Journal of Tourism & Hospitality**, 6(1), 1-7.

Kumer, S., & Singh, D. (2014). Exploring Hotel Selection Motives among Indian Tourists. **Indian Journal of Research in Management, Business and Social Sciences**, 2(1), 82-87.

Tsai, H., Yeung, S., & Yim, P. H. L. (2011) Hotel Selection Criteria Used by Mainland Chinese and Foreign Individual Travelers to Hong Kong. **International Journal of Hospitality & Tourism Administration**, 12(3), 252-267.

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

การจ่ายค่าชดเชยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2562 Compensation under the Labor Protection Act BE 2562

วโรปภา มหาสำราญ¹

บทคัดย่อ

การเขียนบทความเรื่อง การจ่ายค่าชดเชยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2562 ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ทราบถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ของลูกจ้างที่ได้รับจากนายจ้างเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการจ่ายค่าชดเชยจาก นายจ้างซึ่งราชกิจจานุเบกษาได้เผยแพร่ พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานฉบับใหม่ ที่มีที่มาจากกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครอง แรงงานและสวัสดิการสิทธิประโยชน์ซึ่งไม่น้อยกว่ามาตรฐานขั้นต่ำตามกฎหมายคุ้มครองแรงงาน โดยพระราชบัญญัติ คุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ได้ใช้บังคับมาเป็นเวลานาน จึงทำให้บทบัญญัติบางประการไม่เหมาะสมกับสภาพการณ์ปัจจุบัน และไม่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินการ และเพื่อเป็นการยกระดับการคุ้มครองลูกจ้างให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลและมีประสิทธิภาพมากขึ้น จึงเห็นสมควรให้แก้ไขเพิ่มเติม ราชกิจจานุเบกษา จึงได้ประกาศให้พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2562 เป็นกฎหมายเรียบร้อยแล้ว และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 5 พฤษภาคม 2562 เป็นต้นไป โดยมีประเด็น ที่สำคัญคือการเพิ่มสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ของลูกจ้างให้มากยิ่งขึ้นกว่าเดิม อันจะทำให้ลูกจ้างซึ่งเป็นประชาชนส่วนใหญ่ของ ประเทศมีความมั่นคงในการทำงานและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และจะเป็นประโยชน์แก่ความมั่นคงทางเศรษฐกิจของ ประเทศชาติอย่างยั่งยืนตลอดไป

คำสำคัญ : ค่าชดเชย พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน การเลิกจ้าง

Abstract

The article entitled “Compensation under the Labor Protection Act BE 2562” is intended to increase the benefits of employees received from employers, especially in terms of compensation from employers. The new Labor Protection Act has been published in the Royal Thai government gazette. It is derived from the law on labor protection and welfare which guarantees at least the minimum standards under the Labor Protection Law.

The Labor Protection Act BE 2541 has been used for a long time, thus some provisions are not suitable for the current situation and are not beneficial to operate. The new Labor Protection Act aims to make the level of employee protection reach the international standards and be more efficient.

¹ สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

Therefore, the Labor Protection Act (No. 7) BE 2562 was announced in the Royal Thai government gazette. The key point of the new act is the better quality of life of the workers.

Keywords: compensation, Labor Protection Act, lay-off

วันที่รับบทความ : 7 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 4 พฤษภาคม 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 29 พฤษภาคม 2563

1. บทนำ

พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2562 เริ่มต้นจากการรวมตัวกันของสภาองค์กรลูกจ้างพัฒนาแรงงานแห่งประเทศไทยและตัวแทนผู้ใช้แรงงาน เข้ายื่นรายชื่อประชาชนผู้ใช้แรงงานจำนวนกว่าหนึ่งหมื่นสามร้อยรายชื่อ เพื่อผลักดันให้มีการแก้ไขพระราชบัญญัติคุ้มครองคุ้มครองแรงงานโดยเร่งด่วน ทั้งในเรื่องค่าชดเชยต่าง ๆ วันหยุดลาคลอด เป็นต้น เมื่อประมาณปลายปี 2555 จนกระทั่งในปี 2558 คณะกรรมการไตรภาคี อันประกอบด้วยผู้แทนฝ่ายนายจ้าง ผู้แทนฝ่ายลูกจ้าง และผู้แทนฝ่ายภาครัฐ ร่วมกันขับเคลื่อนการผลักดันให้มีการแก้ไขพระราชบัญญัติคุ้มครองคุ้มครองแรงงาน จนกระทั่งปี 2561 ที่ประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) จึงมีมติเป็นเอกฉันท์รับหลักการร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานฉบับแก้ไขผ่านกระบวนการขึ้นตอนต่าง ๆ จนประกาศใช้กฎหมาย มนัส โกศล กล่าวว่า กฎหมายคุ้มครองแรงงานฉบับนี้ จึงเป็นสิทธิที่ได้มาจากความพยายามต่อสู้เจรจาของ เครือข่ายแรงงานกับฝ่ายนายจ้างและฝ่ายตัวแทนรัฐ มายาวนานหลายสิบปี ประกอบกับความเปลี่ยนแปลง ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสถานการณ์แรงงานไทย โดยจากข้อมูลผู้ประกันตนมาตรา 33 พบว่าในปี 2561 มีการเลิกจ้าง 259,770 คน เฉลี่ยประมาณ 23,000 คน ต่อเดือน แนวโน้มการจ้างงานในปี 2562 คาดการณ์ว่า อาจมีการเลิกจ้างเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะในประเภทกิจการที่ นำเทคโนโลยี หรือ AI เข้ามาทำงานแทนกำลังแรงงาน

มากขึ้น จัดตั้งคลัสเตอร์ โรงงาน กล่าวว่า สถานการณ์การเลิกจ้างและการปิดกิจการโรงงาน ในปี 2562 ตั้งแต่เดือน ม.ค.-พ.ย. 2562 จากข้อมูลของกระทรวงอุตสาหกรรม มีโรงงานปิดกิจการ 1,391 โรงงาน มีการเลิกจ้าง 35,533 คน (ประชาไท, 2562) ดังนั้น การแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานฉบับนี้ จึงให้สิทธิประโยชน์เพิ่มขึ้นจากบทบัญญัติบางประการของกฎหมายเดิมที่ไม่เหมาะสมกับสภาพการณ์ปัจจุบันและไม่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินการต่าง ๆ และเพื่อให้ความคุ้มครองลูกจ้าง ด้วยการยกระดับการคุ้มครองลูกจ้างให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล ช่วยให้ลูกจ้างได้รับค่าชดเชยตามกฎหมายที่ยุติธรรมมากขึ้น พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2562 จึงมีเนื้อหาสาระสำคัญของกฎหมายเพื่อให้ความคุ้มครองแรงงานอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรม ส่งผลให้การบังคับใช้กฎหมายเป็นไปอย่างถูกต้อง โดยประเด็นการเพิ่มสิทธิประโยชน์แก่ลูกจ้างตามกฎหมายแรงงานฉบับใหม่ เป็นหลักการที่ให้ความสำคัญกับการดูแลลูกจ้าง โดยเฉพาะที่ทำงานมายาวนาน การถูกเลิกจ้างหรือเกษียณอายุตามข้อบังคับของนายจ้าง ให้ลูกจ้างสามารถดำรงชีพต่อไปได้ แม้อาจจะเป็นการเพิ่มภาระของนายจ้าง แต่หากเป็นสิ่งที่นายจ้างควรจะให้แก่ลูกจ้าง (ผู้จัดการ, 2562, เว็บไซต์)

1. พระราชบัญญัติการคุ้มครองแรงงาน

1.1 สิทธิประโยชน์ของพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน ฉบับที่ 7 พ.ศ.2562

เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2562 เว็บไซต์ราชกิจจานุเบกษา เผยแพร่ประกาศพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2562 โดยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณบดินทรเทพยวรางกูร มีพระราชโองการโปรดเกล้าฯ (สภาองค์การนายจ้างผู้ประกอบการค้าและอุตสาหกรรมไทย, 2562) ให้ประกาศว่าโดยที่เป็นการสมควรแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน ในพระราชบัญญัตินี้ มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล เหตุผลและความจำเป็นในการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคลตามพระราชบัญญัตินี้ เพื่อยกระดับการคุ้มครองลูกจ้างให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลและมีประสิทธิภาพมากขึ้น อันจะทำให้ลูกจ้างซึ่งเป็นประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ มีความมั่นคงในการทำงานและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และจะเป็นประโยชน์ แก่ความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยสำหรับสาระสำคัญของ พระราชบัญญัติฉบับนี้จะเพิ่มสิทธิประโยชน์ให้แก่ลูกจ้างหลัก ๆ ดังนี้ คือ

1. หากนายจ้างไม่คืนเงินหลักประกัน ไม่จ่ายเงินกรณีบอกเลิกสัญญาจ้างโดยไม่บอกกล่าวล่วงหน้า หรือไม่จ่ายค่าจ้าง ค่าล่วงเวลา ค่าทำงานในวันหยุด ค่าล่วงเวลาในวันหยุด และเงินที่นายจ้างมีหน้าที่ต้องจ่าย หรือไม่จ่ายเงินกรณีนายจ้างหยุดกิจการ ให้นายจ้างเสียดอกเบี้ยให้แก่ลูกจ้างในระหว่างเวลาผิดนัดร้อยละ 15 ต่อปี

2. กรณีมีการเปลี่ยนแปลงตัวนายจ้าง ทั้งบุคคลและนิติบุคคล ทำให้ลูกจ้างต้องไปเป็นลูกจ้างของนายจ้างใหม่ จะต้องได้รับความยินยอมจากลูกจ้าง และให้สิทธิต่าง ๆ ที่ลูกจ้างมีอยู่ต่อนายจ้างเดิมคงมีสิทธิต่อไป โดยนายจ้างใหม่ต้องรับทั้งสิทธิและหน้าที่อันเกี่ยวกับลูกจ้างนั้นทุกประการ

3. กรณีนายจ้างบอกเลิกสัญญาจ้างโดยไม่บอกกล่าวล่วงหน้า ให้นายจ้างจ่ายเงินให้แก่ลูกจ้างเป็นจำนวนเท่ากับค่าจ้างที่ลูกจ้างควรจะได้รับ นับแต่วันที่ให้ลูกจ้าง

ออกจากงานจนถึงวันที่การเลิกสัญญาจ้างมีผล โดยให้จ่ายในวันที่ให้ลูกจ้างออกจากงาน

4. ให้ลูกจ้างมีสิทธิลาเพื่อกิจธุระอันจำเป็นได้ปีละไม่น้อยกว่า 3 วันทำงาน และต้องจ่ายค่าจ้างในวันลาเพื่อกิจธุระอันจำเป็นเท่ากับค่าจ้างในวันทำงาน

5. ให้ลูกจ้างซึ่งเป็นหญิงมีครรภ์มีสิทธิลาเพื่อคลอดบุตรครรภ์หนึ่งไม่เกิน 98 วัน โดยหมายความรวมถึงวันลาเพื่อตรวจครรภ์ก่อนคลอดบุตรด้วย โดยยังได้รับค่าจ้างเท่ากับวันทำงาน แต่ไม่เกิน 45 วัน

6. ให้นายจ้างจ่ายค่าจ้าง ค่าล่วงเวลา ค่าทำงานในวันหยุด ค่าล่วงเวลาในวันหยุด และเงินที่นายจ้างมีหน้าที่ต้องจ่ายตามพระราชบัญญัตินี้ให้ลูกจ้างต้องตามกำหนดเวลา โดยต้องกำหนดค่าจ้าง ค่าล่วงเวลา ค่าทำงานในวันหยุด และค่าล่วงเวลาในวันหยุด ให้แก่ลูกจ้างในอัตราที่เท่ากันทั้งชายและหญิงในงานที่มีค่าเท่าเทียมกัน ดังนี้

- กรณีที่มีการคำนวณค่าจ้างเป็นรายเดือน รายวัน รายชั่วโมง หรือเป็นระยะเวลาอย่างอื่น ที่ไม่เกินหนึ่งเดือน หรือตามผลงานโดยคำนวณเป็นหน่วย ให้จ่ายไม่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน เว้นแต่จะมีการตกลงกันเป็นอย่างอื่นที่เป็นประโยชน์แก่ลูกจ้าง

- ในกรณีที่มีการคำนวณค่าจ้างนอกเหนือจากนี้ ให้จ่ายตามกำหนดเวลาที่นายจ้างและลูกจ้างตกลงกัน

- ค่าล่วงเวลา ค่าทำงานในวันหยุด ค่าล่วงเวลาในวันหยุด และเงินที่นายจ้างมีหน้าที่ต้องจ่าย ให้จ่ายไม่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน

ส่วนในกรณีที่นายจ้างเลิกจ้างลูกจ้าง ให้นายจ้างจ่ายค่าจ้าง ค่าล่วงเวลา ค่าทำงานในวันหยุด ค่าล่วงเวลาในวันหยุด และเงินที่นายจ้างมีหน้าที่ต้องจ่ายตามที่ลูกจ้างมีสิทธิได้รับให้แก่ลูกจ้าง ภายใน 3 วันนับแต่วันที่เลิกจ้าง

7. เพิ่มและแก้ไขอัตราค่าชดเชยการเลิกจ้าง เป็น 6 มาตรา และให้นายจ้างจ่ายค่าชดเชยพิเศษไม่ต่ำกว่าค่าจ้างอัตราสุดท้าย ดังนี้

อัตราที่ 1 ทำงานครบ 120 วัน แต่ไม่ครบ 1 ปี ได้ค่าชดเชย 30 วัน

อัตราที่ 2 ทำงานครบ 1 ปี แต่ไม่ครบ 3 ปี ได้ค่าชดเชย 90 วัน

อัตราที่ 3 ทำงานครบ 3 ปี แต่ไม่ครบ 6 ปี ค่าชดเชย 180 วัน

อัตราที่ 4 ทำงานครบ 6 ปี แต่ไม่ครบ 10 ปี ค่าชดเชย 240 วัน

อัตราที่ 5 ทำงานครบ 10 ปี แต่ไม่ครบ 20 ปี ค่าชดเชย 300 วัน และ

อัตราที่ 6 ทำงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป ได้รับค่าชดเชย 400 วัน โดยต้องจ่ายไม่ต่ำกว่าค่าจ้างอัตราสุดท้าย

8. นายจ้างย้ายสถานประกอบกิจการไปแห่งใหม่ ให้ประกาศแจ้งลูกจ้างทราบล่วงหน้า ในที่เปิดเผยที่ลูกจ้างสามารถเห็นได้อย่างชัดเจน ไม่น้อยกว่า 30 วันก่อนวันย้าย ต้องมีข้อความชัดเจนว่าลูกจ้างคนใดจะต้องถูกย้ายไปสถานที่ใดและเมื่อใด หากไม่ทำให้นายจ้างจ่ายค่าชดเชยพิเศษแทนการบอกกล่าวล่วงหน้าแก่ลูกจ้างที่ไม่ประสงค์จะไปทำงานที่ใหม่เท่ากับค่าจ้างอัตราสุดท้าย 30 วัน หากลูกจ้างคนใดเห็นว่าการย้ายสถานประกอบกิจการมีผลกระทบต่อการดำรงชีวิต และไม่ประสงค์จะไปทำงานแห่งใหม่ ต้องแจ้งให้นายจ้างทราบเป็นหนังสือภายใน 30 วันนับแต่วันที่ปิดประกาศ หรือนับแต่วันที่ย้ายสถานประกอบกิจการ และให้ถือว่าสัญญาจ้างสิ้นสุดลงในวันที่นายจ้างย้ายสถานประกอบกิจการ โดยลูกจ้างมีสิทธิได้รับค่าชดเชยพิเศษไม่น้อยกว่าอัตราค่าชดเชยที่ลูกจ้างพึงมีสิทธิได้รับ

9.ให้นายจ้างกำหนดค่าจ้าง ค่าล่วงเวลา ค่าทำงานในวันหยุด และค่าล่วงเวลาในวันหยุดในอัตราเท่ากัน ทั้งลูกจ้างชายและหญิงในงานที่มีค่าเท่าเทียมกันเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล

10.ให้นายจ้างประกาศ และกำหนดเวลาเริ่มต้น และเวลาสิ้นสุดของการทำงานในแต่ละวัน โดยวันหนึ่งต้องไม่เกิน 8 ชั่วโมง หากเวลาทำงานวันใดน้อยกว่า 8 ชั่วโมงสามารถนำเวลาทำงานส่วนที่เหลือไปรวมกับเวลาทำงานในวันทำงานปกติอื่นได้ แต่ต้องไม่เกินวันละ 9 ชั่วโมงและ 1 สัปดาห์ต้องไม่เกิน 48 ชั่วโมง หรือกรณีที่นายจ้างไม่อาจ

กำหนดเวลาเริ่มต้น และเวลาสิ้นสุดในแต่ละวันได้ เนื่องจากลักษณะและสภาพของงาน ให้นายจ้างและลูกจ้างตกลงกัน แต่ต้องไม่เกินวันละ 8 ชั่วโมง และเมื่อรวมเวลาทำงานทั้งสิ้นแล้วสัปดาห์หนึ่งต้องไม่เกิน 48 ชั่วโมง ซึ่งหากนายจ้างไม่ปฏิบัติตามจะต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 5,000 บาท

ทั้งนี้ พระราชบัญญัติยังระบุเหตุผลในการใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ เนื่องจากพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ใช้บังคับมาเป็นเวลานาน ทำให้บทบัญญัติบางประการไม่เหมาะสมกับสภาพการณ์ปัจจุบัน และไม่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินการ เพื่อให้ความคุ้มครองลูกจ้างจึงสมควรแก้ไขเพิ่มเติมเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยกำหนดให้การเปลี่ยนแปลงตัวนายจ้างต้องได้รับความยินยอมจากลูกจ้าง กำหนดให้ลูกจ้างมีสิทธิลาเพื่อกิจธุระอันจำเป็นปีหนึ่งไม่น้อยกว่าสามวันทำงาน กำหนดให้ลูกจ้างซึ่งเป็นหญิงมีครรภ์สามารถลาเพื่อตรวจครรภ์ก่อนคลอดบุตรได้โดยให้ถือเป็นวันลาเพื่อคลอดบุตร เพิ่มอัตราค่าชดเชยให้แก่ลูกจ้างซึ่งทำงานติดต่อกันครบ 20 ปีขึ้นไป กำหนดให้การย้ายสถานประกอบกิจการ ให้รวมทั้งการย้ายสถานประกอบกิจการไปตั้ง ณ สถานที่ใหม่ หรือสถานที่อื่นของนายจ้าง และแก้ไขให้นายจ้างกำหนดค่าจ้าง ค่าล่วงเวลา ค่าทำงานในวันหยุด และค่าล่วงเวลาในวันหยุดในอัตราเท่ากัน ทั้งลูกจ้างชายและหญิงในงานที่มีค่าเท่าเทียมกันเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

2.2 ค่าชดเชย คืออะไร?

บทบัญญัติบางประการในพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 บังคับใช้มาเป็นเวลานาน ทำให้เกิดความไม่เหมาะสมกับสภาพการณ์ปัจจุบัน อีกทั้งการเกิดวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจและรูปแบบการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน นายจ้างเริ่มมีการนำเครื่องจักรกลหรือสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ เข้ามาใช้ทดแทนแรงงานคนมากขึ้น การเลิกจ้างพนักงานหรือการปิดกิจการจึงเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ประกอบกับปัญหาด้านแรงงานที่ยังคงเป็นปัญหามานานในประเทศไทย จึงได้มีการแก้ไข

เพิ่มเติมกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงานเพื่อการควบคุมและให้ความเป็นธรรมต่อลูกจ้างในกรณีที่ลูกจ้างอาจถูกเลิกจ้าง อันมีความเกี่ยวข้องกับคำว่า “ค่าชดเชย” และ “ค่าชดเชยพิเศษ” ตามมาตรา 5 ในพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน ดังนี้

ค่าชดเชย หมายความว่า เงินที่นายจ้างจ่ายให้แก่ลูกจ้างเมื่อเลิกจ้าง นอกเหนือจากเงินประเภทอื่นซึ่งนายจ้างตกลงจ่ายให้แก่ลูกจ้าง

ค่าชดเชยพิเศษ หมายความว่า เงินที่นายจ้างจ่ายให้แก่ลูกจ้างเมื่อสัญญาจ้างสิ้นสุดลง เพราะมีเหตุการณ์พิเศษที่กำหนดในพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานนี้

ดังนั้น หากนายจ้างเลิกจ้างลูกจ้างโดยลูกจ้างไม่มีความผิด หรือการกระทำของลูกจ้างไม่เข้าข่ายยกเว้นตามกฎหมาย นายจ้างมีหน้าที่จ่ายค่าชดเชยตามอัตราที่กฎหมายกำหนดให้แก่ลูกจ้าง ดังนี้

- ทำงานติดต่อกันครบ 120 วัน แต่ไม่ครบ 1 ปี ได้รับค่าชดเชยเท่ากับค่าจ้างอัตราสุดท้าย 30 วัน
- ทำงานติดต่อกันครบ 1 ปี แต่ไม่ครบ 3 ปี ได้รับค่าชดเชยเท่ากับค่าจ้างอัตราสุดท้าย 90 วัน
- ทำงานติดต่อกันครบ 3 ปี แต่ไม่ครบ 6 ปี ได้รับค่าชดเชยเท่ากับค่าจ้างอัตราสุดท้าย 180 วัน
- ทำงานติดต่อกันครบ 6 ปี แต่ไม่ครบ 10 ปี ได้รับค่าชดเชยเท่ากับค่าจ้างอัตราสุดท้าย 240 วัน
- ทำงานติดต่อกันครบ 10 ปี แต่ไม่ครบ 20 ปี ได้รับค่าชดเชยเท่ากับค่าจ้างอัตราสุดท้าย 300 วัน
- ทำงานติดต่อกันครบ 20 ปีขึ้นไป ได้รับค่าชดเชยเท่ากับค่าจ้างอัตราสุดท้าย 400 วัน

โดยการนับอายุงานของลูกจ้าง ให้นับตั้งแต่วันแรกที่ลูกจ้างเริ่มปฏิบัติงานจนถึงวันสุดท้ายของการทำงาน หากครบ 120 วันติดต่อกัน นายจ้างต้องจ่ายค่าชดเชย แต่ถ้าหากลูกจ้างทำงานไม่ครบ 120 วัน หรือทำครบ 120 วันแต่ไม่ต่อเนื่องกัน นายจ้างเลิกจ้างได้โดยไม่ต้องจ่ายค่าชดเชย ซึ่งการเลิกจ้างมีความหมายรวมถึงการที่นายจ้างไม่ให้ลูกจ้างทำงานและไม่จ่ายค่าจ้าง ทำให้ลูกจ้างไม่ได้ทำงานและไม่ได้รับค่าจ้างจากนายจ้าง เช่น

สัญญาจ้างครบกำหนด ครบกำหนดเกษียณอายุ นายจ้างปิดกิจการ เป็นต้น ถือว่านายจ้างเลิกจ้างลูกจ้างแล้ว อีกอย่างหนึ่งที่เป็นข้อควรทราบคือ ลูกจ้างทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นลูกจ้างชาย ลูกจ้างหญิง ลูกจ้างที่มีสัญญาจ้างแน่นอน ลูกจ้างที่ไม่มีการกำหนดเวลาจ้างแน่นอน ลูกจ้างประจำ ลูกจ้างชั่วคราว ลูกจ้างตามฤดูกาล ลูกจ้างในงานโครงการ ลูกจ้างทำงานเต็มเวลา ลูกจ้างทำงานไม่เต็มเวลา เป็นลูกจ้างที่ได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานนี้ หากทำงานติดต่อกันครบ 120 วัน และนายจ้างเลิกจ้างลูกจ้าง นายจ้างมีหน้าที่จ่ายค่าชดเชยให้แก่ลูกจ้าง หากนายจ้างฝ่าฝืนหน้าที่ที่ต้องจ่ายค่าชดเชยให้แก่ลูกจ้าง ในทางแพ่ง นายจ้างต้องรับผิดชอบดอกเบี้ยในระหว่างผิดนัดในอัตราร้อยละ 15 ต่อปี หากนายจ้างจงใจผิดนัดโดยปราศจากเหตุผลอันสมควร ต้องรับผิดชอบเงินเพิ่มในอัตราร้อยละ 15 ทุกกระยะ 7 วัน ส่วนความรับผิดในทางอาญานั้น นายจ้างอาจมีความผิดตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน ตามมาตรา 144 มีระวางโทษจำคุกไม่เกิน 6 เดือน หรือปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ค่าจ้างสำหรับใช้เป็นฐานในการคำนวณค่าชดเชยคือ ค่าจ้างตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน มาตรา 5 ได้แก่ เงินที่นายจ้างและลูกจ้างตกลงกันจ่ายเพื่อเป็นการตอบแทนการทำงานของลูกจ้างในวันและเวลาทำงานปกติ เช่น เงินเดือน ค่าแรงรายวัน ค่าครองชีพ ค่าตำแหน่ง เป็นต้น และถือเอาค่าจ้างอัตราสุดท้ายในขณะเลิกจ้างเป็นเกณฑ์

โดยสรุปสาระสำคัญของ การจ่ายค่าชดเชยมี 2 ประการ คือ ประการที่หนึ่ง ลูกจ้างต้องทำงานให้แก่ นายจ้างติดต่อกันครบ 120 วัน และประการที่สอง นายจ้างแสดงเจตนาเลิกจ้างลูกจ้าง ซึ่งนายจ้างอาจเลิกจ้างลูกจ้างโดยไม่จ่ายค่าชดเชยได้ในกรณีดังต่อไปนี้

- ลูกจ้างสมัครใจลาออกเอง
- ลูกจ้างทุจริตต่อหน้าที่หรือกระทำความผิดอาญาโดยเจตนาต่อ นายจ้าง

- ลูกจ้างจงใจทำให้นายจ้างได้รับความเสียหาย
- ลูกจ้างประมาทเลินเล่อเป็นเหตุให้นายจ้างได้รับความเสียหายอย่างร้ายแรง
- ลูกจ้างละทิ้งหน้าที่เป็นเวลา 3 วันทำงานติดต่อกันโดยไม่มีเหตุอันควร
- ลูกจ้างฝ่าฝืนข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานระเบียบ หรือคำสั่งของนายจ้างอันชอบด้วยกฎหมายซึ่งนายจ้างได้ตักเตือนเป็นหนังสือแล้วและลูกจ้างกระทำความผิดซ้ำคำเตือน
- ลูกจ้างได้รับโทษจำคุกตามคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก
- การจ้างที่มีกำหนดระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดของงานที่แน่นอน หรืองานที่มีลักษณะเป็นครั้งคราวที่มีกำหนดการสิ้นสุดหรือความสำเร็จของงาน หรืองานที่เป็นไปตามฤดูกาลและได้ว่าจ้างในช่วงฤดูกาลนั้นโดยนายจ้างและลูกจ้างได้ทำสัญญาจ้างเป็นหนังสือตั้งแต่เริ่มจ้างและเลิกจ้างเมื่อครบกำหนด และงานนั้นต้องแล้วเสร็จภายในเวลาไม่เกิน 2 ปี

กรณีที่ไม่เข้าข้อยกเว้นที่กล่าวมาข้างต้น ได้แก่ นายจ้างเลิกจ้างลูกจ้างเพราะความจำเป็นทางเศรษฐกิจต้องเป็นการเลิกจ้างที่เป็นธรรม โดยมีข้อพิจารณาที่สำคัญ 2 ประการคือ ประการที่หนึ่ง ความเป็นธรรมทางเนื้อหา คือ นายจ้างจำเป็นต้องเลิกจ้างลูกจ้างด้วยความจำเป็นหรือปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ เช่น นายจ้างประสบภาวะขาดทุนต่อเนื่องสะสมจำนวนมากเป็นเวลานาน จำเป็นต้องปิดกิจการ เป็นต้น ประการที่สองคือ ความเป็นธรรมทางกระบวนการก่อนการเลิกจ้างคือ นายจ้างได้ใช้ความสามารถอย่างเต็มที่ในการดำเนินการมาตรการอื่น ๆ แล้วก่อนเลิกจ้างลูกจ้าง เช่น การลดต้นทุนด้านการบริหารจัดการ การปรับสภาพการทำงานให้เหมาะสมกับสภาพการณ์หรือตามมาตรการด้านแรงงานของลูกจ้าง เป็นต้น

2.3 ลูกจ้างได้สิทธิประโยชน์เพิ่มขึ้นจริงหรือ?

พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2562 ประกาศใช้เป็นกฎหมายแล้ว มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 5 พฤษภาคม 2562 พร้อมเพิ่มสิทธิประโยชน์ต่างๆที่กว่าเดิมให้แก่ลูกจ้าง โดยมีประเด็นสำคัญดังนี้

- กรณีเลิกจ้าง เพิ่มอัตราค่าชดเชยให้กับลูกจ้างที่ทำงานครบ 20 ปีขึ้นไป จากเดิม 300 วัน เป็น 400 วัน โดยได้รับค่าชดเชยไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ของค่าจ้างในวันทำงาน และ นายจ้างต้องจ่ายค่าจ้าง ค่าล่วงเวลา ค่าทำงานในวันหยุด ค่าล่วงเวลาในวันหยุด และเงินที่นายจ้างมีหน้าที่ต้องจ่ายตามกฎหมาย ให้แก่ลูกจ้างภายใน 3 วันนับตั้งแต่วันที่เลิกจ้าง

- กรณีนายจ้างผิดนัดไม่จ่ายค่าตอบแทน ไม่จ่ายเงินกรณีเลิกจ้างโดยไม่แจ้งล่วงหน้า ไม่จ่ายค่าทำงานในวันหยุด ค่าล่วงเวลาในวันหยุด หรือเงินชดเชยกรณีหยุดกิจการ รวมทั้งกรณีนายจ้างไม่คืนหลักประกันที่เป็นเงิน นายจ้างต้องเสียดอกเบี้ยให้ลูกจ้างจำนวนร้อยละ 15 ต่อปีตามระยะเวลาที่ผิดนัด

- กรณีเปลี่ยนแปลงตัวนายจ้าง นิติบุคคล การจดทะเบียนโอนหรือควบรวมกิจการ ต้องได้รับความยินยอมจากลูกจ้าง และนายจ้างใหม่ต้องรับป้ทั้งสิทธิและหน้าที่ทุกประการที่ลูกจ้างมีสิทธิได้รับจากนายจ้างเดิม

- กรณีย้ายสถานประกอบการ นายจ้างต้องติดประกาศให้ลูกจ้างทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วันก่อนย้ายสถานประกอบการ หากไม่ประกาศนายจ้างต้องจ่ายค่าชดเชยพิเศษให้ลูกจ้างจำนวน 30 วัน และหากลูกจ้างไม่ต้องการย้ายไปทำงานในสถานประกอบการใหม่ ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรหรือเป็นหนังสือแจ้งให้นายจ้างทราบภายใน 30 วันหลังจากวันที่ประกาศ โดยลูกจ้างมีสิทธิได้รับเงินค่าชดเชยกรณีเลิกจ้างตามอัตราที่กฎหมายกำหนด

- กรณีลาภิก ลูกจ้างได้รับการเพิ่มสิทธิ สามารถลาเพื่อกิจธุระจำเป็น ได้ไม่น้อยกว่า 3 วันทำงานต่อปี โดยได้รับค่าจ้าง

- กรณีลาคลอด ลูกจ้างหญิงที่ตั้งครรภ์ได้รับการเพิ่มสิทธิ สามารถลาเพื่อคลอดบุตรได้ไม่เกิน 98 วัน จากเดิม 90 วัน โดยวันลาเพื่อคลอดบุตรให้นับรวมวันลาเพื่อตรวจครรภ์ด้วย โดยได้รับค่าจ้างในวันลาเพื่อคลอดบุตรจากประกันสังคม 45 วัน และจากนายจ้างไม่เกิน 45 วัน

- กรณีลูกจ้างหญิงและลูกจ้างชาย มีสิทธิเท่าเทียมกัน โดยนายจ้างต้องกำหนดให้ค่าจ้าง ค่าล่วงเวลา ค่าทำงานในวันหยุด ค่าล่วงเวลาในวันหยุด และเงินที่นายจ้างมีหน้าที่ต้องจ่ายตามกฎหมายให้กับลูกจ้างหญิงและลูกจ้างชายในอัตราที่เท่าเทียมกัน โดยพิจารณาทั้งคุณภาพและปริมาณงานที่เท่ากัน

ทั้งหมดที่กล่าวข้างต้นนี้เป็นสิทธิประโยชน์ที่ลูกจ้างได้รับสิทธิและความคุ้มครองที่เพิ่มขึ้นตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2562

2. บทสรุป

ความน่าสนใจของพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน ฉบับที่ 7 พ.ศ. 2562 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 5 พ.ศ. 2562 คือ การให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ และความคุ้มครองลูกจ้างเพิ่มมากขึ้น จากเดิมที่ไม่เหมาะสมกับสภาพการณ์ปัจจุบันและไม่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินการ ถึงแม้ว่าจะเป็นการเพิ่มภาระให้แก่นายจ้าง แต่เพื่อเป็นการช่วยยกระดับการคุ้มครองลูกจ้างให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลและมีประสิทธิภาพมากขึ้น อันจะทำให้ลูกจ้างซึ่งเป็นประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศมีความมั่นคงในการทำงานและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และจะเป็นประโยชน์แก่ความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากจะมีลูกจ้างได้รับสิทธิประโยชน์ต่างๆ กว่า 9.5 ล้านคน ในปี 2562 อีกทั้งพระราชบัญญัตินี้สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติว่า การตรากฎหมายที่มีผลเป็นการจำกัดสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลต้องเป็นไปตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ ในกรณีที่รัฐธรรมนูญมิได้บัญญัติเงื่อนไขไว้ กฎหมายดังกล่าวต้องไม่ขัดต่อหลัก

นิติธรรม ไม่เพิ่มภาระหรือจำกัดสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลเกินสมควรแก่เหตุ และจะกระทบต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของบุคคลมิได้รวมทั้งต้องระบุเหตุผลความจำเป็นในการจำกัดสิทธิและเสรีภาพไว้ด้วย (ไทยรัฐ, 2562, เว็บไซต์) โดยสรุปสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่ลูกจ้างพึงได้รับความคุ้มครองที่เหมาะสมมากขึ้น และบทบาทหน้าที่ของนายจ้าง (ผู้จัดการออนไลน์, 2562) ตามสาระสำคัญของพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน ฉบับที่ 7 พ.ศ. 2562 ได้ดังนี้

1. กรณีเลิกจ้าง

- เพิ่มอัตราค่าชดเชยกรณีเลิกจ้างให้กับลูกจ้างที่ทำงานครบ 20 ปีขึ้นไป จากเดิม 300 วัน เป็น 400 วัน โดยได้รับค่าชดเชยไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ของค่าจ้างในวันทำงาน

- สำหรับการจ่ายเงินชดเชยกรณีเลิกจ้าง นายจ้างจะจ่ายให้ในกรณีที่นายจ้างแสดงเจตนาเลิกจ้างลูกจ้างโดยที่ลูกจ้างไม่ได้มีความผิด หรือไม่เป็นการจ้างที่มีกำหนดระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดของงานที่แน่นอน หรือไม่ได้ลาออกเองโดยสมัครใจ

- นายจ้างต้องจ่ายค่าจ้าง ค่าล่วงเวลา ค่าทำงานในวันหยุด ค่าล่วงเวลาในวันหยุด และเงินที่นายจ้างมีหน้าที่ต้องจ่ายตามกฎหมาย ให้แก่ลูกจ้างภายใน 3 วันนับตั้งแต่วันที่เลิกจ้าง

2. กรณีผิดนัดนายจ้างไม่จ่ายค่าตอบแทน

- กำหนดให้นายจ้างต้องเสียดอกเบี้ยให้ลูกจ้างจำนวน 15% ต่อปี ตามระยะเวลาที่ผิดนัด ทั้งกรณีนายจ้างไม่คืนหลักประกันที่เป็นเงิน ไม่จ่ายเงินกรณีเลิกสัญญาจ้างโดยไม่แจ้งล่วงหน้า ไม่จ่ายค่าล่วงเวลา ค่าทำงานในวันหยุด ค่าล่วงเวลาในวันหยุด หรือเงินชดเชยกรณีหยุดกิจการ

3. กรณีเปลี่ยนนายจ้าง

- ต้องได้รับความยินยอมจากลูกจ้าง และหากมีการเปลี่ยนแปลงตัวนายจ้าง นิติบุคคล ทำการจดทะเบียนโอนหรือควบกับนิติบุคคลอื่น จนมีผลให้ลูกจ้างกลายเป็นลูกจ้างของนายจ้างใหม่ นายจ้างใหม่

จะต้องให้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ตามเดิมกับที่ลูกจ้างเคยได้รับจากนายจ้างเดิม

4. กรณีย้ายสถานประกอบการ

- นายจ้างต้องติดประกาศให้ลูกจ้างทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วันก่อนย้ายสถานประกอบการ หากไม่ติดประกาศ นายจ้างต้องจ่ายค่าชดเชยพิเศษให้ลูกจ้าง จำนวน 30 วัน

- หากลูกจ้างไม่ต้องการย้ายไปทำงานที่ใหม่สามารถแจ้งให้นายจ้างทราบเป็นหนังสือภายใน 30 วัน หลังจากวันติดประกาศ โดยมีสิทธิ์ได้รับเงินชดเชยพิเศษสูงสุด 400 วัน ตามหลักเกณฑ์การจ่ายค่าชดเชยเลิกจ้าง

5. กรณีลาภิก

- เพิ่มสิทธิ์ให้ลูกจ้างสามารถลาภิกจรรยาอันจำเป็นโดยได้รับค่าจ้าง ปีละไม่น้อยกว่า 3 วันทำงาน

6. กรณีลาคลอด

- เพิ่มสิทธิ์ให้ลูกจ้างหญิงที่ตั้งครรภ์ สามารถลาเพื่อคลอดบุตรจากเดิมลาได้ไม่เกิน 90 วัน เป็นได้ไม่เกิน 98 วัน ซึ่งการลาคลอดนี้รวมถึงวันลาเพื่อตรวจครรภ์ก่อนคลอดบุตรและให้นับรวมวันหยุดที่มีระหว่างวันลาด้วย และลูกจ้างมีสิทธิ์ได้รับค่าจ้างระหว่างลาคลอดบุตร จากประกันสังคม 45 วัน และจากนายจ้างอีกไม่เกิน 45 วัน

7. ลูกจ้างหญิงและชายมีสิทธิ์เท่าเทียมกัน

- นายจ้างต้องกำหนดค่าจ้าง ค่าล่วงเวลา ค่าทำงานในวันหยุดให้กับลูกจ้างชายหรือหญิงในอัตราที่เท่าเทียมกัน หากมีคุณภาพและปริมาณงานที่เท่ากัน

ทั้งนี้ กฎหมายด้านการคุ้มครองแรงงานของประเทศไทย มีความก้าวหน้ามากกว่าหลายประเทศในกลุ่มอาเซียน เนื่องจาก บางประเทศในกลุ่มอาเซียน นั้นยังไม่มีค่าชดเชยต่าง ๆ ที่นายจ้างต้องจ่ายให้แก่ลูกจ้างเมื่อเลิกจ้างหรือเมื่อสัญญาจ้างสิ้นสุดลง รวมถึงเงินประเภทอื่นซึ่งนายจ้างตกลงจ่ายให้แก่ลูกจ้าง เพราะไม่ได้เป็นข้อบังคับตามอนุสัญญาองค์การแรงงานระหว่างประเทศ (อนุสัญญาแรงงานระหว่างประเทศ (ILO) ฉบับที่ 100)

องค์การแรงงานระหว่างประเทศ หรือ ILO (International Labour Organization) เกิดขึ้นพร้อมกับการก่อตั้งสันนิบาตชาติ (The League of Nations) เมื่อ พ.ศ. 2462 (ค.ศ. 1919) ภายใต้สนธิสัญญาแวร์ซายส์ (Treaty of Versailles) โดยมีประเทศไทยร่วมเป็นประเทศสมาชิกก่อตั้ง วัตถุประสงค์ในการก่อตั้ง ILO เพื่อส่งเสริมความยุติธรรมทางสังคม เพื่อส่งเสริมให้สิทธิมนุษยชนและสิทธิแรงงานได้รับการยอมรับอย่างเป็นสากล จนกระทั่งสันนิบาตชาติได้ถูกยกเลิกไป และการจัดตั้งสหประชาชาติ (United Nations) ขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2489 (ค.ศ. 1946) ILO จึงเป็นองค์การชำนาญพิเศษ (Specialized agency) ของสหประชาชาติ เป็นองค์กรหลักของสหประชาชาติที่รับผิดชอบดูแลประเด็นด้านแรงงานของประเทศสมาชิก

พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน เป็นกฎหมายที่บัญญัติถึงสิทธิและหน้าที่ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง โดยกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำในการใช้แรงงานและการจ่ายค่าตอบแทนในการทำงาน ทั้งนี้ เพื่อให้ลูกจ้างทำงานได้อย่างความปลอดภัย มีสุขภาพอนามัยที่ดี ได้รับค่าตอบแทนและสวัสดิการตามสมควร มีคุณภาพชีวิตที่ดี และให้นายจ้างให้การดูแลลูกจ้างอย่างถูกต้องและเหมาะสม อันจะนำไปสู่สังคมการทำงานที่อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข นำพาความเจริญเติบโต ก้าวหน้า ทั้งต่อระดับบุคคล องค์กร และประเทศชาติต่อไป

4. เอกสารอ้างอิง

คลัง กม. แรงงานฉบับใหม่ มนุษย์เงินเดือนยิ้มกริ่ม เพิ่ม 7 สิทธิประโยชน์ นายจ้างน้ำตาตก อุดก้าไร้วาง. (2562, เมษายน 13). ผู้จัดการออนไลน์. จาก <https://mgronline.com/daily/detail/9620000036079>

พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงานฉบับใหม่ 2562 เพิ่มสิทธิประโยชน์-สวัสดิการให้แก่ลูกจ้างตามมาตรฐานสากล.

- (2562). BLT Bangkok. ค้นเมื่อ 9 เมษายน 2562, จาก <https://www.bltbangkok.com>
- พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541. (2562). **Chaninat**. ค้นเมื่อ 6 สิงหาคม 2562, จาก <http://www.thailandroad.com/legal/thaiprotection.htm>
- สาระสำคัญของ พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2562. (2562). Legal. ค้นเมื่อ 3 พฤษภาคม 2562, จาก <https://youtu.be/lC6ShtEVOzs>
- “หม่อมเต่า” ยันเลิกจ้างงานไม่น่าห่วง การจ้างงานใหม่ พุ่ง 8 หมื่นอัตรา-โรงงานเปิดเพิ่ม 2 เท่า. (2562, พฤศจิกายน 14). **ประชาชาติธุรกิจ**. จาก <https://www.prachachat.net/csr-hr/news-391450>
- ผลกระทบของมาตรา 13 พรบ.คุ้มครองแรงงานแก้ไขใหม่. (2562, พฤษภาคม 3). **โพสต์ทูเดย์**. จาก <https://www.posttoday.com/economy/news/586897>
- ลูกจ้างต้องรู้ พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงานฉบับใหม่ เพิ่มสิทธิเพียบ มีผลอีก30 วัน. (2562, เมษายน 6). **ไทยรัฐออนไลน์**. จาก <https://www.thairath.co.th/news/local/1538868>
- ธรรมนิติ. (2562, พฤษภาคม 3). พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานฉบับใหม่ ฉบับที่ 7 บังคับใช้ 5 พฤษภาคม 2562. จาก <https://www.dharmniti.co.th/>
- สถานการณ์แรงงานไทยประจำสัปดาห์ 10-16 พฤศจิกายน 2562. (2562, พฤศจิกายน 16). **ประชาไท**. จาก <https://prachatai.com/journal/2019/11/85166>
- เปิดสิทธิประโยชน์ กฎหมายคุ้มครองแรงงานฉบับใหม่ เพิ่มสิทธิลูกจ้างอะไรบ้าง?. (2562, เมษายน 9). **ผู้จัดการออนไลน์**. จาก <https://money.kapook.com/view208584.html>
- วรเศรษฐ์ เผือกสกนธ์. (2562, พฤษภาคม). เรื่องสั้น คน HR : เจาะลึกกฎหมายคุ้มครองแรงงานใหม่ (ภาคจบ). จาก https://www.dst.co.th/index.php?option=com_content&view=article&id=3517:delete-into-law-labor-part2&catid=29&Itemid=180&lang=en
- สภาองค์การนายจ้างผู้ประกอบการค้าและอุตสาหกรรมไทย. (2562, เมษายน 11). พรบ. คุ้มครองแรงงาน ฉบับที่ 7 พ.ศ.2562. จาก <http://www.econthai.com/2019/04/11/elementor-840/>

จริยธรรมทางการตลาดของผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์

Marketing Ethics of the Online Influencers

นัฐพงษ์ สุขประเสริฐ¹ และปรีชา คำมาดี²

บทคัดย่อ

สื่อสังคมออนไลน์มีความสำคัญมากขึ้นในแวดวงโฆษณา เนื่องจาก ผู้บริโภคมักจะใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่บนโลก ออนไลน์ จึงทำให้นักการตลาด และแบรนด์ต่าง ๆ หันมาทำการตลาดโดยใช้ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดมาเป็นกลยุทธ์ การตลาด โดยผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ เป็นบุคคลที่มีผู้ติดตามบนโลกโซเชียลจากการแชร์ความคิดเห็นและเรื่องราว ต่าง ๆ ซึ่งสร้างแรงบันดาลใจ ให้ความรู้ ให้ความบันเทิง จนเป็นผู้นำทางความคิด ซึ่งมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจและ ความเชื่อถือของผู้ติดตาม ตลอดจนความสามารถสร้างการรับรู้ในแบรนด์เมื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์ใด ๆ อย่างไรก็ดีการ เลือกใช้ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ควรคำนึงถึงภาพลักษณ์ของตราสินค้า และเทคนิคที่ใช้ในการสื่อสารกับผู้บริโภคด้วย เพราะสิ่งที่ผู้บริโภคในยุคนี้ต้องการมากที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือ และความเข้าใจซึ่งหาไม่ได้ง่ายนักจากงานโฆษณาในรูปแบบเดิม นักการตลาดควรคิดไตร่ตรองและคำนึงถึงผลของ สารที่ส่งออกไปด้วยว่าจะก่อให้เกิดผลกระทบแง่ลบต่อสังคม เยาวชน หรือเกิดความเสื่อมเสียต่อวัฒนธรรมของชาติหรือไม่ ดังนั้น สิ่งสำคัญที่ควรมาร่วมกัน คือ จริยธรรมทางการ ตลาดซึ่งนักการตลาด และผู้มีอิทธิพลควรตระหนักถึงเป็นอย่างมาก ความซื่อสัตย์ จริงใจ คิดถึงสังคมส่วนรวม ควรเป็น สิ่งที่ได้ผู้ทรงอิทธิพลต้องมี เพราะสินค้าบางชนิดส่งผลกระทบต่อสุขภาพและชีวิตของผู้อื่น ในขณะที่เดียวกันผู้ติดตาม หรือ ผู้บริโภคควรใช้วิจารณญาณในการรับสื่อออนไลน์ให้มากขึ้น

คำสำคัญ : จริยธรรม การตลาด ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์

Abstract

Social media is more important in a field of advertisement as consumers spend most of their time online making marketers and brands turn to use influencers as marketing strategies which online influencers have many followers on social media from sharing comments and stories that inspire and provide knowledge and entertainment to

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจดุขภูิบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ E-mail : yamape_2534@hotmail.com

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจดุขภูิบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ E-mail : preecha.aj@gmail.com

have influence on trust and credibility of followers as well as ability to know brands that they support. However, for choosing influencers, it is needed to consider an image of the brand and the communication techniques with consumers as what they need the most is credibility and trust which cannot be gained easily in the old style advertisement. Marketers should be aware of the sent content whether it affects society, youths or cultures negatively. Therefore, it is important that the marketers and the influencers should be aware of the marketing ethics. The marketers and the influencers are required to be honest, sincere, and thoughtful as some products can affect the health and life of others. At the same time, the followers or consumers should use more judgment while accessing online media.

Keywords: ethics, Marketing, Online influencers

วันที่รับบทความ : 9 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 27 เมษายน 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 29 พฤษภาคม 2563

1. บทนำ

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียมีความสำคัญมากขึ้นในแวดวงโฆษณา เนื่องจาก ผู้บริโภค มักจะใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่บนโลกออนไลน์ ดังจะเห็นได้จากพฤติกรรมการใช้ Mobile first ที่มักจะใช้เป็นช่องทางแรกในการเลือกเสิร์ชหาข้อมูลต่าง ๆ ที่ตนเองสนใจ นั่นจึงทำให้นักการตลาด และแบรนด์ต่าง ๆ หันมาทำ Content Marketing ให้ใกล้ชิดและสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) มาเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญของกลยุทธ์การตลาด (ไทยรัฐ, 2562, เว็บไซต์)

ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) คือ บุคคลที่มีผู้ติดตามบนโลกโซเชียล จากการแชร์ความคิดเห็นและเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งสร้างแรงบันดาลใจ ให้ความรู้ ให้ความบันเทิง โดยมีชื่อเสียงในหมู่

ผู้ที่มีความสนใจเฉพาะ เช่น การท่องเที่ยว อาหาร แฟชั่น ความงาม อาจกล่าวได้ว่าอินฟลูเอนเซอร์เป็นผู้นำทางความคิด (Key Opinion Leader : KOL) ซึ่งมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจและความเชื่อใจของผู้ติดตาม (Follower) ตลอดจนความสามารถสร้างการรับรู้ในแบรนด์เมื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์ใด ๆ จากผลการสำรวจจากเว็บไซต์ influence.co ซึ่งเป็นเว็บไซต์ชื่อดังได้รวบรวมรายชื่อผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ในอินสตาแกรม (Instagram) จากสหรัฐอเมริกากว่า 500 คน พบว่า รายได้ต่อโพสต์ที่ผู้ทรงอิทธิพลในอินสตาแกรมโพสต์นั้น จะได้เงินเฉลี่ยอยู่ที่ 271 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 9,500 บาท ซึ่งผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ที่ได้ค่าโฆษณาเฉลี่ยต่อโพสต์มากที่สุด คือ ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ หมวดดารา นายแบบ และนางแบบ ซึ่งเป็นจำนวนเงินสูงถึง 434 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ หรือ

ประมาณ 15,000 บาท ส่วนในประเทศไทยบริษัท วีโร่ ได้ทำการศึกษาเรื่อง การตลาดโดยอาศัยผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ ในประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2561 พบว่า ชาวไทย “กลุ่มมิลเลนเนียล” ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2523-2537 และ “กลุ่มเจนแซด” ที่เกิดหลังปี พ.ศ.2538 เป็นต้นไป เชื่อมั่นในตัวผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์มาก เกือบเท่ากับเพื่อนและครอบครัว รวมทั้ง มองว่าเป็น การแนะนำอย่างจริงใจ จากแหล่งที่เชื่อถือได้ และร้อยละ 59 ตัดสินใจซื้อเพราะคำแนะนำของผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ ทั้งนี้ คอนเทนต์ที่เป็นรูปภาพและวิดีโอเป็นที่ชื่นชอบมากที่สุด ในขณะที่เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และยูทูป คือ ช่องทางในการติดตามผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด (ไทยรัฐ, 2562, เว็บไซต์)

ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์จึงกลายเป็น เครื่องมือการตลาดที่ตราสินค้าต้องแสวงหา เพื่อใช้เป็น สื่อกกลางในการติดต่อกับผู้บริโภค อย่างไรก็ตามการเลือกใช้ ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ควรคำนึงถึงภาพลักษณ์ของ ตราสินค้า และเทคนิคที่ใช้ในการสื่อสารกับผู้บริโภคด้วย เพราะสิ่งที่ผู้บริโภคในยุคนี้ ต้องการมากที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือ และความเชื่อใจซึ่งหาไม่ได้ง่ายนักจาก งานโฆษณาในรูปแบบเดิม ผู้ทรงอิทธิพลควรเป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ และมีอำนาจในการชักจูงให้ผู้บริโภค ล้อยตามด้านทัศนคติและพฤติกรรม อย่างไรก็ตาม นักการตลาดควรให้ความสำคัญอย่างมากกับการสร้างสรรค์ เรื่องราวของเนื้อหา หรือวิธีการที่จะใช้ผู้ทรงอิทธิพล ส่งสารไปยังผู้บริโภค เนื่องจากผู้ทรงอิทธิพลเป็นบุคคลที่ เข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว ดังนั้นนักการตลาดควรคิด ไตร่ตรองและคำนึงถึงผลของสารที่ส่งออกไปด้วยว่าจะ ก่อให้เกิดผลกระทบแง่ลบต่อสังคมเยาวชน หรือเกิด ความเสื่อมเสียต่อวัฒนธรรมของชาติหรือไม่ (ณัฐฐา อยู่มานะชัย, 2556, หน้า 47) ดังนั้นการเขียนคอนเทนต์ ให้โดนใจผู้รับสารนั้นต้องอาศัยทักษะในการสร้างสรรค์ และสิ่งสำคัญที่ควรมาร่วมกัน คือ จริยธรรมทางการ ตลาดด้วย (ณัฐฐิธยาน์ สุทธิเจริญ, 2558, เว็บไซต์)

จริยธรรมทางการตลาด หมายถึง การนำหลัก จริยธรรมทั่วไปมาใช้ในการทำการตลาดของธุรกิจ ซึ่ง ไม่ได้แตกต่างไปจากจริยธรรมทั่วไป การกระทำอะไรก็ตามที่สังคมถือว่าไม่ถูกต้อง เช่น การทุจริต การบิดเบือน ข้อมูล เป็นต้น ธุรกิจต้องถือว่าไม่ถูกต้องเช่นกัน (จินตนา บุญบงการ, 2552, หน้า 113) จริยธรรมทางการตลาด เกี่ยวข้องกับลูกค้าเป็นสำคัญ โดยเฉพาะเมื่อเป็นเรื่อง การโฆษณาสินค้า การส่งเสริมการขาย การทำวิจัยตลาด กิจกรรมเหล่านี้ มีส่วนเกี่ยวข้องกับจริยธรรม ได้แก่ ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ความเป็นธรรมในการโฆษณา สินค้า มีการระบุข้อมูลเกินความจริงหรือไม่ มีการให้ ข้อมูลผิด ๆ หรือทำให้เกิดความเข้าใจผิดหรือไม่ การใช้ กลยุทธ์การขายด้วยวิธีการต่าง ๆ อาจเกี่ยวข้องกับ จริยธรรมได้เช่นกัน หากธุรกิจใดปราศจากจริยธรรมทาง การตลาด ธุรกิจจะเต็มไปด้วยปัญหาและความขัดแย้ง ทำให้การดำเนินธุรกิจไม่ราบรื่น (จินตนา บุญบงการ, 2552, หน้า76)

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้เขียนมุ่งเน้นให้ผู้อ่าน ได้รับความรู้เกี่ยวกับผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ที่ควร มีจริยธรรมทางการตลาด ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากผู้ติดตามหรือผู้รับฟังจะเชื่อคอนเทนต์ หรือ เนื้อหานั้นอย่างรวดเร็วก่อนที่จะได้รับการพิสูจน์ ดังนั้น ผู้ทรงอิทธิพลควรพิจารณาจากตนเองก่อนว่าสารที่กำลัง ส่งไปยังผู้บริโภคนั้นถูกต้อง และเหมาะสมเพียงใด ไม่ใช่ คิดถึงแต่เรื่องรายได้และผลประโยชน์เป็นหลัก ผู้เขียนขอ ยกตัวอย่างกรณีศึกษา จากข่าวในมติชนออนไลน์ (2561, เว็บไซต์) เมื่อวันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2561 เรื่องเปิดราคา จ้าง ดารา เน็ตไอดอล รีวิวเมจิกสกินผ่านไอจี รับ 10,000-50,000 บาท ซึ่งพบว่า มีดารา นักแสดง นักร้อง และเน็ต ไอดอลมากมาย ซึ่งบุคคลเหล่านี้ถือเป็นผู้ทรงอิทธิพลใน โลกออนไลน์ แต่ก็รับรีวิวสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ซึ่งไม่ได้ มาตรฐาน และอันตรายต่อผู้บริโภค ซึ่งพวกเขาจะรู้เห็น ด้วยหรือไม่ก็ตาม แต่พวกเขาก็มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอย่าง มาก ดังนั้นผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ ควรมีจริยธรรม อยู่ในระดับสูง คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค

มากกว่าค่าจ้างด้วย ในขณะที่เดียวกันผู้บริโภคควรรู้เท่าทัน การตลาดยุคใหม่ด้วยเช่นกัน

2. ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์

ในปัจจุบันที่พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปจากเดิมที่เคยได้รับข้อมูลในการตัดสินใจซื้อสินค้าจากทางตราสินค้าผ่านทางโฆษณาชวนเชื่อในรูปแบบต่าง ๆ แต่ในยุคนี้ผู้บริโภคสามารถเลือกเปิดรับสื่อได้กว้างมากขึ้น ทุกวันนี้กลุ่มผู้บริโภคมีความเชื่อถือในโฆษณาน้อยลง เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่เป็นเครื่องมือในการค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ และสื่อที่ผู้บริโภคเปิดรับเพื่อช่วยในการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้านั้นมักจะเป็นบทความ ความคิดเห็นต่าง ๆ จากผู้เคยใช้จริง และจากกลุ่มผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์มากกว่าสื่อโฆษณาจากทางตราสินค้าซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในตัวผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ จึงทำให้ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ได้เข้ามาบทบาทต่อผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เพราะกลุ่มผู้บริโภคมักต้องการทราบข้อมูลสินค้าหรือบริการต่าง ๆ จากบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือนั่นเอง (รัฐญา มหาสมุทร, 2558, หน้า 23) ผู้เขียนจึงได้ศึกษาแนวคิดของผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ไว้ ดังนี้

ความหมายของผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2553, หน้า 54) ให้ความหมายไว้ว่า กลุ่มผู้มีอิทธิพลนี้ว่า ผู้ซึ่งนำทางความคิด (Opinion Leaders) ซึ่งสามารถทำให้สินค้าเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางและเป็นที่ยอมรับโดยใช้เวลาที่สั้นลง นักการตลาดจะพยายามหาผู้นำทางความคิดในกลุ่มผลิตภัณฑ์นั้น ๆ และหาวิธีทำให้คนกลุ่มนี้ยอมรับ และแนะนำผลิตภัณฑ์บริษัทต่อคนกลุ่มอื่น

วิกันดา บริสุทธิใจ (2557, หน้า 13) สรุปไว้ว่า ผู้มีอิทธิพลในโลกออนไลน์ เป็นเครื่องมือทางการตลาดหนึ่งที่มีประสิทธิภาพสามารถส่งผลกระทบต่อและมีอิทธิพล

ต่อการรับรู้ และทัศนคติของผู้บริโภค วิธีการทำให้เครื่องมือทางการตลาดที่เรียกว่า ผู้มีอิทธิพลในโลกออนไลน์ จำเป็นจะต้องมีการรักษาประสิทธิภาพและมาตรฐานของผู้ทรงอิทธิพล โดยเจ้าของตราสินค้า (Brand) นักการตลาด นักสื่อสารการตลาด เอเจนซี (Agency) ต่าง ๆ ต้องเลือกสินค้าที่มีคุณภาพจริง ๆ ให้กับผู้ทรงอิทธิพล และในมุมมองของผู้ทรงอิทธิพลนั้นเองก็จะต้องมีความจริงใจต่อผู้รับสารด้วย

ศศิมา อุดมศิลป์ (2557) ให้ความหมายไว้ว่า ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencer) หรือ ผู้นำทางความคิดในวงการ คือ บุคคลที่มีชื่อเสียง หรือผู้อยู่ในแวดวงสังคมชั้นสูง ที่ปัจจุบันนักการตลาดผนวกโซเชียลมีเดียเข้ากับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านผู้ทรงอิทธิพล เพื่อปรับการรับรู้และสร้างความน่าเชื่อถือในการใช้สินค้าและบริการจริง มากกว่าโฆษณาที่ใช้เพียงแค่นางแบบ นักร้อง หรือดาราราย่างในมิติเดิม

ไทยรัฐ (2562, เว็บไซต์) ให้ความหมายไว้ว่า ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ หมายถึง บุคคลที่มีผู้ติดตามบนโลกโซเชียลจากการแชร์ความคิดเห็นและเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งสร้างแรงบันดาลใจ ให้ความรู้ ให้ความบันเทิง โดยมีชื่อเสียงในหมู่ผู้ที่มีความสนใจเฉพาะ เช่น การท่องเที่ยว อาหาร แฟชั่น ความงาม อาจกล่าวได้ว่า ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ เป็นผู้นำทางความคิด (Key Opinion Leader : KOL) ซึ่งมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจและความเชื่อถือของผู้ติดตาม (Follower) ตลอดจนความสามารถสร้างการรับรู้ในแบรนด์เมื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์ใด ๆ

ชิฟฟ์แมน และคานุก (Schiffman & Kanuk, 2004) ได้ให้ความหมายของ ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในโลกสื่อออนไลน์ คือ การใช้ผู้มีอิทธิพลด้านความคิดเห็นเผยแพร่ข้อมูลของสินค้าและบริการต่าง ๆ ผ่านสื่อออนไลน์เพื่อขยายการรับรู้ในวงกว้าง

จึงสรุปได้ว่า ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ หมายถึง บุคคลที่มีความสามารถในการสร้างคอนเทนต์ (Content) ในโลกออนไลน์ (Social Network) เพื่อแชร์

ความคิดเห็น และเรื่องราว ต่าง ๆ ซึ่งสร้างแรงบันดาลใจ ให้ความรู้ ให้ความบันเทิง จนมีผู้ติดตาม และมีอิทธิพลทางความคิดต่อผู้ติดตามนั้น ทำให้เป็นที่ยอมรับ และ ความเชื่อถือ จนสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ใด ผลิตภัณฑ์หนึ่งให้แก่ผู้ติดตามได้

ประเภทของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด

หากมองแบบผิวเผินผู้คนส่วนใหญ่มักนึกถึง ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในรูปแบบของดารารหรือผู้มีชื่อเสียงในวงการเท่านั้น แต่ในปัจจุบันไม่เชื่อว่าดารารหรือผู้มีชื่อเสียงจะเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดเสมอไป เพราะสิ่งสำคัญ คือ บุคคลนั้น ๆ ต้องสามารถพูดและทำให้ผู้ติดตามเชื่อถือและคล้อยตาม หรือส่งผลกระทบต่อจิตใจอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยอาจเป็นบุคคลหรือกลุ่มธรรมดาที่ไม่มีชื่อเสียงก็ได้ โดยสามารถจำแนกประเภทของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ดังนี้ (กิตติยา สุริวรธม, 2559, หน้า 84)

1. บุคคลธรรมดาที่สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (Amateur Reviewer) นำมาเขียนรีวิวให้กับผู้อื่นอ่าน โดย อาจไม่มีความรู้หรือความเชี่ยวชาญเฉพาะ แต่เขียนได้น่าสนใจก็อาจมีอิทธิพลต่อผู้อื่นได้

2. กลุ่มของลูกค้ำที่มีความสนใจประเภทเดียวกัน (User Group) และใช้เว็บบอร์ดในการสนทนา แนะนำหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งการแสดงออกถึงความคิดของคนหมู่มากจะมีผลต่อผู้อ่านรายอื่นไปด้วย

3. กลุ่มลูกค้ำที่ผิดหวังจากการใช้บริการหรือซื้อสินค้า (Customer Complain) โดยการแสดงความ คิดเห็นผ่านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ให้ผู้อื่นรับรู้ ซึ่งมีอิทธิพลต่อสังคมมาก

นอกจากนี้ กิตติยา สุริวรธม (2559, หน้า 84) ยังกล่าวถึง การจำแนกประเภทของ กองบรรณาธิการ นิตยสารแบรนด์เอจ (BrandAge) ที่ระบุว่า กลุ่มของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่ นิยมในการสื่อสารการตลาดทั้งในบริบทออฟไลน์และออนไลน์ ดังนี้

1. กลุ่มดารานักแสดง (Actor, Actress) เป็นกลุ่มที่ทุกคนนึกถึง ได้แก่ นักแสดงชาย หญิง ซึ่งโดย ส่วนมากจะมีภาพลักษณ์จากในละครหรือภาพยนตร์ที่ตน แสดงติดตาม โดยภาพลักษณ์จากบทบาทในละครนี้ เป็นตัวแปรเบื้องต้นในการคัดเลือกสำหรับนำเสนอสินค้า

2. กลุ่มนักร้อง (Singer) ในกลุ่มนี้มีที่มาจากที่ ต่างกันเช่น มาจากเวทีการประกวด มาจากการที่วงดนตรี เปิดตัวด้วยแนวเพลงสายร็อก ภาพลักษณ์ของกลุ่มนี้ มักจะเป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวเพลงที่ร้องรวมไปถึง ค่ายเพลงที่สังกัด

3. กลุ่มดารานักร้อง นักแสดง (Singer-Actor, Actress) คือ บุคคล ที่ประสบความสำเร็จมากกว่าหนึ่ง อย่าง ซึ่งเห็นได้จากปัจจุบันก็คือการเป็นนักร้องและ นักแสดงควบคู่กัน

4. กลุ่มนักกีฬา (Sport Figure) คือ บุคคลที่ เป็นที่รู้จักจากการประสบความสำเร็จทางด้านกีฬา โดยทั่วไปภาพลักษณ์หลักของบุคคลในกลุ่มนี้มักเป็นเรื่อง ร่างกายที่แข็งแรง หรือรูปลักษณ์ภายนอกที่ดูสุขภาพดี

5. กลุ่มพิธีกร (News Anchor & MC) คือ บุคคลในกลุ่มนี้มีชื่อเสียงจากการปรากฏตัวบนหน้าจอ จนเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เช่น พิธีกรรายการต่าง ๆ ผู้ประกาศข่าว เป็นต้น

6. นางงาม (Beauty) บุคคลมีชื่อเสียงกลุ่มนี้ เป็นที่รู้จักผ่านเวทีการประกวดต่าง ๆ

7. กลุ่มบุคคลในสังคมชั้นสูง (High-So) เป็นกลุ่มบุคคลที่ถูกระบุว่าเป็นบุคคลมีชื่อเสียงเมื่อไม่นาน มานี้ บุคคลในกลุ่มนี้ได้รับความสนใจด้วยปัจจัยหลาย อย่าง เช่น หน้าตา ฐานะ รวมไปถึงสถานะทางสังคม

สรุปได้ว่า ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดมีทั้ง ประเภทที่เป็นผู้ที่มีชื่อเสียง และไม่มีชื่อเสียง แต่มีความสามารถในการจูงใจคนหมู่มาก

ลักษณะสำคัญของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด จะต้องประกอบไปด้วย (กิตติยา สุริวรธม, 2559, หน้า 86)

1. เป็นที่ชื่นชอบและมีผู้ติดตามจำนวนมาก ต้องได้รับการยอมรับจากผู้ติดตาม โดยลักษณะที่ทำให้บุคคลเป็นที่ชื่นชอบ เกิดการติดตาม และนำไปเป็นแบบอย่าง อาจเกิดจาก ความชื่นชอบในความสามารถพิเศษ ความชื่นชอบในรูปร่างหน้าตา และความชื่นชอบในฐานะความเป็นอยู่

2. มีความเชี่ยวชาญ หรือประสบการณ์เฉพาะด้าน หมายถึง การประสบความสำเร็จในด้านใดด้านหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นด้านการแสดง การเล่นกีฬา หรือด้านความสวยงาม หากทำให้ผู้บริโภคเชื่อในสิ่งเหล่านั้นได้ ก็จะสามารถนำไปสู่ความชื่นชอบและมีกลุ่มคนติดตามเพิ่มขึ้นได้

3. สร้างสรรค์เนื้อหา หรือมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ หมายถึง ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ต้องมีความสดใหม่ ไม่เพียงแต่ส่งต่อข้อมูลที่นำเสนอเท่านั้น แต่ต้องสร้างเนื้อหา และรูปแบบใหม่ ๆ ที่น่าสนใจควบคู่ไปกับการนำเสนอข้อมูลด้วย

สรุปได้ว่า ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมต่าง ๆ โดยเน้นสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าหรือบริการ จนเกิดเป็นกระแสบอกต่อหรือคล้อยตาม ซึ่งการตลาดรูปแบบนี้สามารถนำความคิดผู้บริโภคได้มากกว่ามิติของโฆษณาในแบบเดิม

ข้อดี-ข้อเสีย ทำการตลาดผ่านผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด มีดังนี้ (ไทยรัฐออนไลน์, 2562, เว็บไซต์)

ข้อดี

1. ผู้สัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยสำเนียงเพื่อนบอกเพื่อน ต่างจากแบรนด์คุยกับผู้บริโภค ทำให้คนรู้สึกว่าคุณกำลังขายของในขณะที่ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในมุมมองเพื่อนแนะนำเพื่อนไปลองใช้ดู ทำให้มีความเป็นมิตรมากกว่า

2. ราคาโฆษณาสูงขึ้น แต่เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ทำให้ควบคู่ไปกับ Mass Media หรือ Digital Media อื่น ๆ

ข้อเสีย

เราอยู่ในโลกที่ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดมีบทบาทเยอะมาก ทำให้หลายครั้งเจอโฆษณาที่แฝงมากับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดเยอะขึ้น ซึ่งคิดว่ามีผลกระทบต่อคน

ที่รู้ไม่เท่าทันสื่อ และคนไทยมี Media Literacy น้อยมาก หลายครั้งที่ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดบอกกลายๆ ว่าเป็นคือ โฆษณา แต่คนที่เสพสื่อไม่รู้ เหมือนกับที่คนแชร์ข่าวปลอมกันเยอะ

ดังนั้นสิ่งที่น่าห่วง คือ คนรับสาร ซึ่งก็คือผู้บริโภคซึ่งต้องรู้เท่าทันในสิ่งที่ผู้ทรงอิทธิพลสื่อ ควรมีการพิจารณาในการรับสาร

3. จริยธรรมทางการตลาด

ความหมายของจริยธรรมการตลาด

สิทธิ อิศรธรณ์ (2551, หน้า 14) กล่าวว่า จริยธรรมทางการตลาด (Marketing Ethics) เป็นการนำหลักจริยธรรมทั่วไปมาใช้ในการทำการตลาดของธุรกิจ ซึ่งไม่ได้แตกต่างไปจากจริยธรรมทั่วไป การกระทำอะไรก็ตามที่สังคมถือว่าไม่ถูกต้อง เช่น การทุจริต การบิดเบือนข้อมูล เป็นต้น

จินตนา บุญงการ (2552, หน้า 113) ได้ให้ความหมายไว้ว่า จริยธรรมทางการตลาด หมายถึง การนำหลักจริยธรรมทั่วไปมาใช้ในการทำการตลาดของธุรกิจ ซึ่งไม่ได้แตกต่างไปจากจริยธรรมทั่วไป การกระทำอะไรก็ตามที่สังคมถือว่าไม่ถูกต้อง เช่น การทุจริต การบิดเบือนข้อมูล เป็นต้น

โพส คณะ (Post, et al., 2002, p.110) ได้ให้ความหมายไว้ว่า จริยธรรมทางการตลาด หมายถึง ความประพฤติที่เป็นมืออาชีพ โดยที่มีจริยธรรมและยึดติดกับกฎหมายที่นำมาใช้ ตลอดจนมีความซื่อสัตย์และความยุติธรรมในกิจกรรมทางการตลาด

สรุปได้ว่า จริยธรรมทางการตลาดเป็นการนำเอาหลักจริยธรรมทั่วไปมาใช้ในการทำการตลาดของธุรกิจ ซึ่งหมายถึง การประพฤติปฏิบัติที่ถูกต้อง มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่คดโกง ไม่หลอกลวง การบิดเบือนข้อมูล เป็นต้น

ความสำคัญของจริยธรรมทางการตลาด

ในทางธุรกิจการดำเนินงานด้านการตลาดมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ถือได้ว่าเป็นหัวใจของธุรกิจ ปัญหาด้านจริยธรรมทางการตลาดจึงเกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจ และการดำเนินงานของบริษัทในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ การกำหนดราคา การโฆษณา และการส่งเสริมการขาย การจัดการด้านการตลาด ตลอดจนการตลาดในการค้าระหว่างประเทศ จึงได้รับความสนใจที่จะศึกษา และตรวจสอบว่ามีความสอดคล้องกับจริยธรรมมากน้อยเพียงใด ในระยะหลังได้มีการถกเถียงถึงปัญหาทางจริยธรรมที่เกี่ยวกับประเด็นที่ว่า การตลาดควรจะมีการเปิดเผยข้อมูลต่างๆ มากน้อยเพียงใด การโฆษณาเป็นอีกวิธีการหนึ่งในการชี้แจงข้อมูลของผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ให้ลูกค้าและประชาชนได้รับรู้ (สมพงษ์ สงวนศักดิ์, 2557, หน้า 27) นอกจากนี้ปัญหาจริยธรรมทางการตลาดยังเป็นเรื่องเกี่ยวกับการไม่เปิดเผยข้อมูลที่สำคัญหรือให้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง รวมทั้งการโฆษณาที่เกินจริงหรือการแสดง ความเข้มแข็งของบริษัทที่เกินความเป็นจริง (Bluffing) เช่น การให้ข้อมูลแก่ลูกค้าไปในทางตื่นเต้นเร้าใจ เพื่อดึงดูดให้มาซื้อสินค้า และบริการของตน บางบริษัทที่ไม่เปิดเผยข้อมูลในการดำเนินงานของตน อาจจะมีผลกระทบต่อสุขภาพ และสวัสดิภาพของพนักงานการให้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องครบถ้วน การโฆษณาที่มีการแต่งเติมข้อมูล อาจกระทบต่อเสรีภาพในการเลือกซื้อสินค้า (Freedom of Choice) ของผู้บริโภคผู้ถือหุ้นและพนักงาน (จินตนา บุญบงการ, 2552, หน้า 113)

องค์ประกอบของจริยธรรมทางการตลาด

หากธุรกิจใดปราศจากซึ่งจริยธรรมทางการตลาด ผู้ประกอบธุรกิจ พบว่า ธุรกิจจะเต็มไปด้วยปัญหาและความขัดแย้ง ทำให้การดำเนินธุรกิจไม่ราบรื่น ซึ่งจริยธรรมทางการตลาดประกอบด้วย (Carroll & Buchholtz, 2008, p.58)

1. การคำนึงถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อตนเอง (Proactive) หมายถึง ความสามารถของ

องค์กรในการดำเนินงานทางการตลาดภายใต้จริยธรรมและความรับผิดชอบ ทำให้องค์กรไม่เกิดปัญหา และดำเนินธุรกิจอย่างราบรื่น จนอาจเกิดเป็นกระแสขึ้นในสังคมและกดดันให้คู่แข่งขั้นต้องทำตาม

2. การแสดงความรับผิดชอบต่อเมื่อคาดว่าจะเกิดปัญหา (Accommodation) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการวิเคราะห์กระแสสังคมที่น่าจะมีผลต่อการดำเนินงานทางการตลาด เมื่อเริ่มจับได้ว่ากระแสดังกล่าว น่าจะมีผลในด้านประเด็นจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อองค์กรมีต่อสังคม องค์กรควรเริ่มหาแนวทางแก้ไขและดำเนินการก่อนตั้งแต่ระยะต้น เพื่อจะเป็นองค์กรแรก ๆ ในอุตสาหกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมทางการตลาด

3. การป้องกันสิ่งที่ คาดว่าจะเป็นปัญหา (Defense) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการวิเคราะห์สิ่งที่คาดว่าจะเกิดปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานทางการตลาดและสามารถค้นหาวิธีการหรือกระบวนการในการป้องกันอย่างรวดเร็ว เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขึ้น

4. การแก้ไขเมื่อเกิดปัญหา (Reaction) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งที่เกิดขึ้น และหาแนวทางแก้ไขปัญหาหรือความผิดพลาดที่เกิดขึ้นอย่างทันท่วงที ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความเอาใจใส่และจริงจังในการแก้ไขปัญหานั้นเป็นที่พึงพอใจของลูกค้า

สรุปได้ว่า จริยธรรมทางการตลาด ประกอบด้วย การคำนึงถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อตนเอง การแสดงความรับผิดชอบต่อเมื่อคาดว่าจะเกิดปัญหา การป้องกันสิ่งที่คาดว่าจะเกิดปัญหา และการแก้ไขเมื่อเกิดปัญหา

จริยธรรมของผู้มีอิทธิพลในสังคมออนไลน์

ปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์ โซเชียลมีเดียมีความสำคัญมากขึ้นในแวดวงโฆษณา ขณะที่ตัวศิลปินดาราก็อาศัยโซเชียลมีเดียในการติดต่อสร้างสัมพันธ์กับแฟนคลับได้ใกล้ชิดขึ้น นอกจากดาราล้วนแล้ว คนทั่วไปที่

มีสไตล์เป็นของตัวเอง ก็สามารถเป็น “ผู้มีอิทธิพล” หรือ “Influencer” ในโซเชียลมีเดียได้เช่นกัน แต่การจะเป็นผู้มีอิทธิพลในโซเชียลมีเดีย นั้น นอกจากจะต้องมีจำนวนผู้ติดตามจำนวนมากแล้ว ที่สำคัญกว่านั้นคือ การตอบสนองของผู้ติดตามเหล่านั้นว่ามีการกดไลค์ แชร์ หรือเมนต์ มากน้อยเพียงใด และแน่นอนว่าการจะมีคนกดไลค์หรือแสดงความคิดเห็น ตัวผู้มีอิทธิพลจำเป็นต้องแสดงวิถีชีวิตเรื่องราวส่วนตัวอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นการโฆษณาที่เข้ามามีบทบาทจึงมีความซับซ้อนกว่าสื่อแบบดั้งเดิม ยกตัวอย่าง เช่น อินสตาแกรม (Instagram) ซึ่งเป็นช่องทางส่วนตัวที่ดาราราคะติดต่อกับแฟนคลับ แต่แบรนด์มาว่าจ้างให้ดารารับเป็นพรีเซนเตอร์ โซเชียลมีเดีย จึงกลายเป็นเวทีที่ผสมผสานระหว่าง “เรื่องส่วนตัว” และ “เรื่องงาน” ไปโดยปริยาย การผสมผสานเช่นนี้จึงเป็นเรื่องยากที่ผู้บริโภคจะแยกแยะว่าแต่ละโพสต์นั้นเป็นเรื่องส่วนตัวหรือเรื่องงาน ตัวอย่างเช่น ดาราสาวคนหนึ่ง โพสต์รูปตัวเองกำลังออกกำลังกายอยู่ในยิม โดยเห็น แบรินดรองเท้ากีฬา ผู้บริโภคไม่มีทางรู้เลยว่าดาราคคนนี้ได้รับค่าตอบแทนจากผู้ขายรองเท้าหรือไม่ ยิ่งกรณีของแฟนคลับยิ่งไปกันใหญ่ เพราะมีความชื่นชอบในตัวผู้มีอิทธิพลอย่างมากจนอาจกระทบความสามารถในการแยกแยะ การโฆษณาจึงถูกซ่อนอยู่ในเรื่องส่วนตัวอย่างแยบยลและไม่ทันรู้ตัว

กรณีของการรีวิวนั้นแตกต่างจากการเป็นพรีเซนเตอร์เนื่องจากการรีวิวนั้นต้องมีการประเมินคุณภาพประกอบด้วย ดังนั้นการรีวิวส่วนใหญ่จึงมักใช้กับสินค้าหรือบริการที่สามารถประเมินผลได้ภายในระยะเวลาอันสั้น เช่น อาหาร โรงแรม ภาพยนตร์ หนังสือ เป็นต้น การรับประทานอาหารใช้เวลาไม่ถึง 1 ชั่วโมง ก็สามารถประเมินได้ว่า รสชาติและคุณภาพอาหารเป็นอย่างไร การให้บริการเป็นอย่างไร อย่างไรก็ตาม การรีวิวก็สามารถใช้กับสินค้าที่มีความซับซ้อนได้ เช่น สินค้าไอซีที รถยนต์ เป็นต้น การรีวิวสินค้าที่มีความซับซ้อนนี้ ผู้รีวิวอาจทำได้แค่แกะกล่องและลองใช้ให้ผู้บริโภคดูเป็นระยะเวลาสั้นๆ แต่ไม่สามารถประเมินลักษณะบางประการเช่น ความ

ทนทานของสินค้า (เพราะต้องใช้สินค้านั้นต่อเนื่องเป็นระยะเวลานานเพียงพอ) เป็นต้น การรีวิวโดยไม่เคยใช้สินค้าหรือบริการมาก่อน ย่อมถือว่าเป็นการหลอกลวง เพราะคงไม่มีใครสามารถประเมินได้ว่าภาพยนตร์เรื่องนี้สนุก ทั้งที่ไม่เคยดูมาก่อน หรืออาหารร้านนี้อร่อย แต่ตัวเองไม่เคยรับประทาน เป็นต้น

สินค้าที่มีข่าวแง่ลบอยู่เสมอ คือ การรีวิวอาหารเสริมประเภทต่างๆ ซึ่งมีความยากลำบากกว่าการรีวิวภาพยนตร์ เพราะผลลัพธ์ของอาหารเสริมนั้น ไม่สามารถถูกประเมินด้วยการรับประทานเพียงระยะเวลาสั้น ๆ อีกทั้งยังมีเรื่องของผลข้างเคียงด้วย การใช้คำว่า “รีวิว” จึงส่งผลให้เกิดความเข้าใจผิดได้ง่าย ยิ่งถ้าเป็นการรีวิวโดยบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือผู้มีอิทธิพลในสังคมออนไลน์ด้วยแล้ว ยิ่งทำให้แฟนเพจหลงเชื่อได้ง่ายขึ้น การรีวิวหรือการประเมินคุณภาพสินค้าหรือบริการนั้น ควรกระทำโดยผู้ที่ไม่มีส่วนได้ส่วนเสีย เพราะการรีวิวโดยผู้มีส่วนได้เสียก็คล้ายกับการถูกว่าจ้างมาเป็นพรีเซนเตอร์ การรีวิวโดยที่ผู้รีวิวได้รับค่าตอบแทนจากแบรนด์นั้น เข้าข่ายความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interests) หรือซึ่งส่งผลให้การรีวิวนั้นเชื่อถือไม่ได้ (ยิ่งยศ เจริญวุฒิ, 2561, เว็บไซต์)

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ ผู้มีอิทธิพลมีผลค่อนข้างมากกับผู้ติดตาม ดังนั้น จริยธรรมจึงเป็นเรื่องที่ผู้มีอิทธิพลควรตระหนักถึงเป็นอย่างมาก ความซื่อสัตย์จริงใจ ความเหมาะสม คิดถึงสังคมส่วนรวม ควรเป็นสิ่งที่ได้ผู้ทรงอิทธิพลต้องมี เพราะสินค้าบางชนิดส่งผลกระทบต่อสุขภาพและชีวิตของผู้อื่น ในขณะที่เดียวกันผู้ติดตามหรือผู้บริโภคควรใช้วิจารณญาณในการรับสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น

4. บทสรุป

สื่อสังคมออนไลน์มีความสำคัญมากขึ้นในแวดวงโฆษณา เนื่องจาก ผู้บริโภคมักจะใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่บนโลกออนไลน์ จึงทำให้นักการตลาด และแบรนด์ต่างๆ

หันมาทำการตลาดโดยใช้ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดมาเป็นกลยุทธ์การตลาด โดยผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ ไม่ได้หมายความว่า ดารา นักร้องหรือผู้มีชื่อเสียงเท่านั้น แต่ยังรวมถึงบุคคลที่มีผู้ติดตามบนโลกโซเชียลจากการแชร์ความคิดเห็นและเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งสร้างแรงบันดาลใจ ให้ความรู้ ให้ความบันเทิง โดยมีชื่อเสียงในหมู่ผู้ที่มีความสนใจเฉพาะ เช่น การท่องเที่ยว อาหาร แฟชั่น ความงาม อาจกล่าวได้ว่าอินฟลูเอนเซอร์เป็นผู้นำทางความคิด (Key Opinion Leader : KOL) ซึ่งมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจและความเชื่อถือของผู้ติดตาม (Follower) ตลอดจนความสามารถสร้างการรับรู้ในแบรนด์เมื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์ใด ๆ ทำให้ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์จึงกลายเป็นเครื่องมือการตลาดที่ตราสินค้าต้องแสวงหา เพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการติดต่อกับผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม การเลือกใช้ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ควรคำนึงถึงภาพลักษณ์ของตราสินค้า และเทคนิคที่ใช้ในการสื่อสารกับผู้บริโภคด้วย เพราะสิ่งนี้ผู้บริโภคในยุคนี้ต้องการมากที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือและความเชื่อใจซึ่งหาไม่ได้ง่ายนักจากงานโฆษณาในรูปแบบเดิม นักการตลาดควรคิดไตร่ตรองและคำนึงถึงผลของสารที่ส่งออกไปด้วยว่าจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคม เยาวชน หรือเกิดความเสื่อมเสียต่อวัฒนธรรมของชาติหรือไม่ ดังนั้นการเขียนคอนเทนต์ให้โดนใจผู้รับสารนั้นต้องอาศัยทักษะในการสร้างสรรค์และสิ่งสำคัญที่ควรมาพร้อมกัน คือ จริยธรรมทางการตลาดด้วย โดยจริยธรรมทางการตลาด เป็นการนำหลักจริยธรรมทั่วไปมาใช้ในการทำการตลาดของธุรกิจ ซึ่งไม่ได้แตกต่างไปจากจริยธรรมทั่วไป การกระทำอะไรก็ตามที่สังคมถือว่าไม่ถูกต้อง เช่น การทุจริต การบิดเบือนข้อมูล เป็นต้น ธุรกิจต้องถือว่าไม่ถูกต้องเช่นกัน หากธุรกิจใดปราศจากจริยธรรมทางการตลาด ธุรกิจจะเต็มไปด้วยปัญหาและความขัดแย้ง ทำให้การค้าเงินธุรกิจไม่ราบรื่น จริยธรรมจึงเป็นเรื่องที่นักการตลาด และผู้มีอิทธิพลควรตระหนักถึงเป็นอย่างมาก ความซื่อสัตย์ จริงใจ ความเหมาะสม คิดถึงสังคมส่วนรวม ควรเป็นสิ่งที่ได้ผู้ทรงอิทธิพลต้องมี

เพราะสินค้าบางชนิดส่งผลกระทบต่อสุขภาพและชีวิตของผู้อื่น ในขณะเดียวกันผู้ติดตาม หรือผู้บริโภคควรใช้วิจารณญาณในการรับสื่อออนไลน์ให้มากขึ้น เช่น การรีวิวสินค้าประเภทอาหารเสริม ผู้ที่เป็นผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ควรพิจารณาให้รอบคอบ ควรมีจริยธรรมอยู่ในระดับสูง คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคมากกว่าค่าจ้างด้วย ในขณะเดียวกันผู้บริโภคควรรู้เท่าทันการตลาดยุคใหม่ด้วยเช่นกัน

5. เอกสารอ้างอิง

- กิตติยา สุริวรรณ. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ผู้บริโภค และตราสินค้า. **วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิต้า**, 2 (3), 79 - 96.
- จินตนา บุญบงการ. (2552). **จริยธรรมทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ : ด้านสุทธาการพิมพ์.
- ณัฐธยาน์ สุทธิเจริญ. (2558). **จิตสำนึก-จริยธรรมสิ่งสำคัญในโลกออนไลน์**. ค้นเมื่อ 21 กันยายน 2562, จาก <https://www.posttoday.com/economy/news/394796>.
- ณัฐญา อู่มานะชัย. (2556). ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์กับพลังการบอกต่อ. **วารสารนักบริหาร**, 33 (3), 47 - 51.
- ทีมข่าวเฉพาะกิจ. (2562). **ครองใจโซเชียล โฆษณาวิงวาท “อินฟลูเอนเซอร์” ผู้ทรงอิทธิพลที่สุดในยุคออนไลน์**. **ไทยรัฐออนไลน์**. ค้นเมื่อ 19 กันยายน 2562, จาก <https://www.thairath.co.th/scoop/1503120>.
- เปิดราคาจ้าง ดารา เน็ตไอดอล รีวิวเมจิกสกินผ่านไอจีรับ 10,000 -50,000 บาท. (2561). **มติชนออนไลน์**. ค้นเมื่อ 19 กันยายน 2562, จาก https://www.matichon.co.th/local/crime/news_926855.

- ยิ่งยศ เจียรวุฒติ. (2561). **จริยธรรมของผู้มีอิทธิพลในสังคมออนไลน์**. ค้นเมื่อ 19 กันยายน 2562, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/644694>.
- รัฐญา มหาสมุทร. (2558). **กลยุทธ์การสื่อสารของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในโลกออนไลน์ ที่มีผลต่อทัศนคติของกลุ่มผู้ติดตาม**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิกันดา บริสุทธิ์ใจ. (2557). **เทคนิคการนำเสนอแบรนด์ผู้สนับสนุนผ่านสื่อทีวีออนไลน์ กรณีศึกษา รายการโมเมพาเพลิน**. งานนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการตลาด, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล. (2553). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศศิมา อุดมศิลป์. (2557). **กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดโดยใช้ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ในธุรกิจร้านอาหาร**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมพงษ์ สงวนศักดิ์. (2557). **ผลกระทบของจริยธรรมทางการตลาดที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการตลาด, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สิทธิ์ี อธิสรณ์. (2551). **การตลาด: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Carroll, A.K. & Buchholtz, A.B. (2008). **Business & Society**. South Western : Cengage Learning.
- Post, J. and et al. (2002). **Business & Society : Corporate Strategy Public Policy Ethics**. New York : McGraw-Hill.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). **Consumer behavior** (8 ed.). New Jersey : Pearson Prentice Hall.

การจัดการความเครียดและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการคุณภาพชีวิตในการทำงาน Stress Management and Related Factors of Work Life Quality Management

วันทนา เนาว์วัน,¹ และอารมณ เอี่ยมประเสริฐ²

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอวิธีการจัดการความเครียดเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีและมี ความสุขกับการทำงาน โดยให้ความสำคัญของคุณภาพชีวิตในการทำงาน องค์ประกอบที่สำคัญและ ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง กับการจัดการคุณภาพชีวิตในการทำงาน คุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีควรเป็นตาม ทฤษฎีสองปัจจัยเฮริชเบิร์กคือ ทฤษฎี จูงใจและปัจจัยค้ำจุน ความเครียดส่งผลต่อร่างกาย จิตใจและ พฤติกรรมด้านวิตกกังวล วิธีปฏิบัติเพื่อลดความเครียดเช่น การฝึกเกร็งและคลายกล้ามเนื้อ การหายใจ การทำสมาธิ การใช้เทคนิคความเงียบ การควบคุมความเครียดในการทำงาน ประกอบด้วย การออกกำลังกาย การพักผ่อนให้เพียงพอ การพูดคุยปรึกษาปัญหากับคนใกล้ชิด การรู้จักปรับเปลี่ยนความคิด คิดในสิ่งดี ๆ และการฝึกเทคนิคคลายเครียด เป็นต้น

คำสำคัญ: การจัดการความเครียด คุณภาพชีวิตในการทำงาน

Abstract

This article aims to present the ways to manage stress for a better quality of life and happiness at work emphasizing the importance of the quality of work life and the concepts of the important components for quality of life. The important components and relevant factors of having a good quality of working life should be based on two-factor theories; theory of motivation and the one of sustainability. The stress affects the body anxiety and the psychological behavior. The practices for reducing stress consist of contracting and relaxing exercises, breathing, meditation, and using silence techniques. The control of work stress consists of exercises, enough rest, discussions with people close to you, knowing how to change thoughts, thinking of good things and practicing stress relief techniques.

Keywords: Stress Management, Quality of Work Life

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. E-mail. Wantha_nt@hotmail.com

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. E-mail. Arrom18062504@gmail.com

วันที่รับบทความ : 7 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 21 พฤษภาคม 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 29 พฤษภาคม 2563

1. บทนำ

การทำงานทุกประเภทพบว่ามีผลสำคัญต่อชีวิตมนุษย์เป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการทำงานเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่ปฏิบัติมากกว่ากิจกรรมใด ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมอุตสาหกรรม คาดกันว่ามนุษย์ได้ใช้เวลาถึงหนึ่งในสามของชีวิตเป็นอย่างน้อยอยู่ในหน่วยงานหรือที่ทำงาน และยังเชื่อว่าในอนาคตอันใกล้นี้ มนุษย์จำเป็นต้องใช้เวลาของชีวิตเกี่ยวข้องกับการทำงานเพิ่มขึ้นไปอีก ซึ่งคนวัยแรงงานเป็นกลุ่มคนกลุ่มใหญ่ที่สุดของโครงสร้างประชากรไทย เป็นกลุ่มคนที่เป็นกำลังในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ จึงเป็นกลุ่มประชากรที่ภาครัฐและเอกชนให้ความสำคัญไม่เพียงในการพัฒนาศักยภาพแต่รวมถึงคุณภาพชีวิตที่ดีด้วย กรมสุขภาพจิต เผยวัยทำงาน เป็นกลุ่มเกิดความเครียดได้สูง เผยในรอบ 3 ปี พบวัยทำงานอายุ 22-59 ปี โทรปรึกษาสายด่วนสุขภาพจิต 1323 สูงอันดับ 1 รวม 100,000 กว่าสายเรื่องที่ปรึกษามากสุด 3 อันดับแรกคือ เรื่องการกินยารักษาอาการป่วยทางจิตใจ ความเครียดวิตกกังวล และสารเสพติด บุญเรือง ไตรเรืองวรรณ (2561) กล่าวว่า กรมสุขภาพจิตมีความเป็นห่วงสุขภาพจิตของวัยทำงาน ซึ่งมีจำนวนมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับวัยอื่น ขณะนี้มี 38 ล้านกว่าคนทั่วประเทศ ประมาณร้อยละ 70 อยู่ในภาคอุตสาหกรรมที่เหลือน้อยอยู่ในภาคเกษตรกรรม วัยทำงานนี้เป็นกลุ่มเสี่ยงเกิดความเครียด ทั้งจากการทำงาน ครอบครัว เศรษฐกิจ ซึ่งเป็นต้นตอสำคัญทำให้เกิดการเจ็บป่วยโรคทางกาย เช่นโรคหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง และปัญหาติดสุรา ใช้สารเสพติด

การใช้ความรุนแรงในครอบครัว เป็นต้น จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560- 2564) มุ่งเน้นผลลัพธ์ให้คนทำงานในประเทศมีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความสุข ในขณะเดียวกันคุณภาพชีวิตในการทำงาน (Quality of Work Life) เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการทำงาน เนื่องจากในองค์กรต่างให้ความสำคัญว่าคนเป็นทรัพยากรด้านการบริหารตัวหนึ่งที่สำคัญที่สุด นับเป็นต้นทุนทางสังคมที่ทรงคุณค่าเมื่อเรียนจบการศึกษาต้องทำงานเพื่อให้ชีวิตสามารถอยู่ได้ในสังคม และตอบสนองความต้องการปัจจัยขั้นพื้นฐาน ทำให้เกิดความสุข มีความรู้สึกมั่นคงทั้งร่างกายและจิตใจ (กองสวัสดิการแรงงาน, 2547, หน้า 18)

ความเครียดเป็นภาวะปกติที่บุคคลต้องเผชิญ และเป็นกระบวนการหนึ่งของชีวิตที่เกิดขึ้นเพื่อช่วยให้บุคคลสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมได้ และเมื่อบุคคลเผชิญกับสภาวะเครียดก็จะผ่านเข้าสู่กระบวนการเปลี่ยนแปลงทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ ความคิดและพฤติกรรม อันจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพของบุคคลโดยตรง เช่น ปวดศีรษะ ความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ โรคผลในกระเพาะอาหาร โรคลำไส้อักเสบ โรคมุมแพ และโรคมะเร็ง เป็นต้น ทั้งยังก่อให้เกิดการสูญเสียทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งความเสียหายนี้เกิดจากการหย่อนประสิทธิภาพ กล่าวคือความเครียดในการทำงานก่อให้เกิดการขาดงาน การมาทำงานสายบ่อยๆ การขอยกย้ายเปลี่ยนงาน ปฏิบัติงานผิดพลาด เกิดความเบื่อหน่ายในการทำงาน เข้ากับเพื่อนร่วมงานไม่ค่อยได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็น

อุปสรรคต่อการทำงาน และก่อให้เกิดผลเสียต่อองค์กร

2. เนื้อหา

นิยาม “ความเครียด” คืออะไร

ความเครียดเป็นภาวะของอารมณ์หรือความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ และทำให้รู้สึกถูกกดดัน ไม่สบายใจ มีความกลัว อารมณ์วิตกกังวล ทำให้เกิดการถูกบีบคั้น ประสบปัญหากระทบต่อด้านจิตใจจนเกิดอันตรายแก่ร่างกายตามมา ความเครียดทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องใดบ้าง ผลต่อความเครียด ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวบุคคลแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านร่างกาย ภาวะที่เครียดเกิดขึ้นจะกระตุ้นระบบประสาทอัตโนมัติ ทำให้เกิดอาการหน้ามืดเป็นลม เจ็บหน้าอก ความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ หลอดเลือดอุดตัน โรคอ้วน แผลในกระเพาะอาหาร เมื่อบุคคลตกอยู่ในความเครียดเป็นเวลานาน จะทำให้สุขภาพร่างกายแย่ลง เนื่องจากความไม่สมดุลของระบบฮอร์โมน ซึ่งเป็นชีวเคมีที่สำคัญต่อมนุษย์ เพราะทำหน้าที่ช่วยควบคุมการทำงานของระบบต่างๆ ภายใน ขณะเกิดความเครียดจะทำให้ต่อมหมวกไตหลั่งฮอร์โมนคอร์ติซอล (cortisol) เพิ่มขึ้น จนทำให้เกิดอาการทางกายแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล เช่น ปวดศีรษะ ปวดหลัง อ่อนเพลีย หากบุคคลนั้นต้องเผชิญกับความเครียดที่รุนแรงมากๆ อาจส่งผลให้บุคคลเสียชีวิตได้ เนื่องจากระบบการทำงานที่ล้มเหลวของร่างกาย และมีอัตราเสี่ยงต่อการเกิดโรคมะเร็งได้ง่ายขึ้นเมื่อเทียบกับคนปกติ

2. ด้านจิตใจและอารมณ์ จิตใจของบุคคลที่เครียดจะเต็มไปด้วยการหมกมุ่นครุ่นคิด ไม่สนใจสิ่งรอบตัว ใจลอยขาดสมาธิ ความระมัดระวังในการทำงานเสียไปเป็นเหตุให้เกิดอุบัติเหตุได้ง่าย จิตใจขุ่นมัว โหมโกรธง่าย สูญเสียความเชื่อมั่นในความสามารถที่

จะจัดการกับชีวิตของตนเอง เศร้าซึม คับข้องใจ วิตกกังวล ขาดความภูมิใจในตนเอง ในบางรายที่ตกอยู่ในภาวะเครียดอย่างยาวนานมาก อาจก่อให้เกิดอาการทางจิต จนกลายเป็นโรคจิตโรคประสาทได้ เนื่องจากการเผชิญต่อภาวะเครียดเป็นเวลานานฮอร์โมนคอร์ติซอลที่มีปริมาณเพิ่มขึ้น จะทำให้เซลล์ประสาทฝ่อและลดจำนวนลง โดยเฉพาะในสมองส่วนที่เกี่ยวข้องกับความจำและสติปัญญา ความเครียดทำให้ความจำและสติปัญญาลดลง และยังมีผลต่อการทำงานของระบบสารสื่อประสาท ที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับอารมณ์และพฤติกรรม โดยเฉพาะสารสื่อประสาท จึงทำให้เกิดอาการซึมเศร้าและวิตกกังวลกว่าเวลาปกติ

3. ด้านพฤติกรรม การเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายข้างต้น ไม่เพียงแต่จะทำให้ระบบการทำงานของร่างกายเพี้ยนไป แต่ยังส่งผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลเปลี่ยนแปลงด้วย เช่น บุคคลที่เครียดมากๆ บางคนเบื่ออาหาร หรืออาจจะรู้สึกกลัวตัวเองหิวอยู่ตลอดเวลา ทำให้มีการบริโภคอาหารมากกว่าปกติ มีอาการนอนไม่หลับ ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง ปลีกตัวจากสังคม และเผชิญกับความเครียดบ่อยครั้งบุคคลจะมีพฤติกรรมการปรับตัวต่อความเครียดในทางที่ผิด เช่น สูบบุหรี่ ดื่มเหล้า ดื่มยา เล่นการพนัน การเปลี่ยนแปลงของสารเคมีบางอย่างในสมองทำให้บุคคลมีพฤติกรรมก้าวร้าวมากขึ้น ความอดทนเริ่มต่ำลง พร้อมทั้งจะเป็นศัตรูกับผู้อื่นได้ง่าย ทำร้ายร่างกายตนเอง หรือหากบางรายที่เครียดมาก อาจเกิดอาการหลงผิดและตัดสินใจฆ่าตัวตายในที่สุด

วิธีปฏิบัติเพื่อลดอาการเครียด

เทคนิคการผ่อนคลายความเครียด วิธีที่ผู้เขียนจะนำเสนอในที่นี้ จะเป็นวิธีง่ายๆ สามารถทำได้ด้วยตัวเอง อาทิ

1. การฝึกเกร็งและคลายกล้ามเนื้อ กล้ามเนื้อที่ควรฝึกมี 10 กลุ่มด้วยกัน คือ แขนขวา-

ซ้าย หน้าผาก ตา แก้มและจมูก ขากรรไกร ริมฝีปาก และลิ้น คอ ออก หลัง และไหล่ หน้าท้อง และก้น ขา ขวา-ซ้าย วิธีการฝึกมีดังนี้ นั่งในท่าสบาย เกร็งกล้ามเนื้อไปที่ละกลุ่ม ค้างไว้สัก 10 วินาที แล้วคลายออก จากนั้นก็เกร็งใหม่สลับกันไปประมาณ 10 ครั้ง ค่อยๆ ทำไปจนครบทั้ง 10 กลุ่ม เริ่มจากการกำมือ และเกร็งแขนทั้งซ้ายขวาแล้วปล่อย บริเวณหน้าผาก ใช้วิธีเลิกคิ้วให้สูง หรือขมวดคิ้วจนขิดแล้วคลายตา แก้ม และจมูก ใช้วิธีหลับตาปี๋ ย่นจมูกแล้วคลาย ขากรรไกร ริมฝีปากและลิ้น ใช้วิธีกัดฟัน เข้มปากแน่นและใช้ลิ้นดันเพดานโดยหุบปากไว้แล้วคลาย คอ โดยการก้มหน้าให้คางจรดคอ เงยหน้าให้มากที่สุดแล้วกลับสู่ท่าปกติ ออก หลัง และไหล่ โดยหายใจเข้าลึกๆ แล้วเกร็งไว้ ยกไหล่ให้สูงที่สุดแล้วคลาย หน้าท้องและก้น ใช้วิธีแขม่วท้อง ขมิบก้นแล้วคลาย งอนิ้วเท้าเข้าหากัน กระจกปลายเท้าขึ้นสูง เกร็งขาซ้ายและขวาแล้วปล่อย การฝึกเช่นนี้ จะทำให้รับรู้ถึงความเครียดจากการเกร็งกล้ามเนื้อ และรู้สึกสบายร่างกายเมื่อคลายกล้ามเนื้อ ออกแล้วไปสักพัก

2. การฝึกการหายใจ โดยใช้กล้ามเนื้อกระบังลมบริเวณหน้าท้องแทนการหายใจโดยใช้กล้ามเนื้อหน้าอก เมื่อหายใจเข้า หน้าท้องจะพองออก และเมื่อหายใจออก หน้าท้องจะยุบลง กลั้นไว้ชั่วคราวแล้วจึงหายใจออก ลองฝึกเป็นประจำทุกวัน จนสามารถทำได้ โดยอัตโนมัติ ช่วยให้ร่างกายได้รับออกซิเจนมากขึ้น ทำให้สมองแจ่มใส ร่างกายสดชื่นและกระตือรือร้น พร้อมเสมอสำหรับภารกิจต่างๆ ในแต่ละวัน

3. การทำสมาธิ เลือกสถานที่ที่เงียบสงบ ไม่มีใครรบกวน เช่น ห้องพระ ห้องนอน ห้องทำงานที่ไม่มีคนพลุกพล่าน หรือมุมสงบในบ้าน นั่งขัดสมาธิ เท้าขวาทับเท้าซ้าย มือชนกันหรือมือขวาทับมือซ้ายตั้งตัวตรง หรือจะนั่งพับเพียบก็ได้ตามแต่จะถนัด กำหนดลมหายใจเข้าออก โดยสังเกตลมที่มากกระทบปลายจมูกหรือริมฝีปากบน ให้รู้ว่าขณะนั้นหายใจเข้าหรือออก

หายใจเข้าท้องพอง หายใจออกท้องยุบ หายใจเข้านับ 1 หายใจออกนับ 1 นับไปเรื่อยๆ จนถึง 5 เริ่มนับใหม่จาก 1-6 แล้วพอ กลับมานับใหม่จาก 1-7 แล้วพอ กลับมานับใหม่จาก 1-8 แล้วพอ กลับมานับใหม่จาก 1-9 แล้วพอ กลับมานับใหม่จาก 1-10 แล้วพอ ย้อนกลับมาเริ่ม 1-5 ใหม่ วนไปเรื่อยๆ ขอเพียงจิตใจจดจ่ออยู่กับลมหายใจเข้าออกเท่านั้น อย่าคิดฟุ้งซ่านเรื่องอื่น มีสติ และไม่ประมาท เป็นคนที่มีเหตุมีผล

4. การใช้เทคนิคความเงียบ การจะลดความวุ่นวายของจิตใจที่ได้ผล ต้องอาศัยเวลาและความเงียบช่วย โดยมีวิธีการดังนี้ เลือกสถานที่ที่สงบเงียบ มีความเป็นส่วนตัว และควรบอกผู้ใกล้ชิดว่าอย่าเพิ่งรบกวนสัก 15 นาที เลือกเวลาที่เหมาะสม เช่น หลังตื่นนอน เวลาพักกลางวัน ก่อนเข้านอน ฯลฯ นั่งหรือนอนในท่าที่สบาย ถ้านั่งควรเลือกเก้าอี้ที่มีพนักพิงศีรษะอย่าไขว่ห้างหรือกอดอก หลับตา เพื่อตัดสิ่งรบกวนจากภายนอก หายใจเข้าออกช้าๆ ลึกๆ ทำใจให้เป็นสมาธิ โดยท่องคาถาบทสั้นๆ ซ้ำไปซ้ำมา เช่น พุทโธ หรือสวดมนต์ เช่น สวดพระคาถาชินบัญชร 3-5 จบ เป็นต้น ฝึกครั้งละ 10-15 นาที ทุกวัน วันละ 2 ครั้ง

การปรับตัวเพื่อส่งเสริมสุขภาพจิต

ควรรหาผู้ที่สามารถให้คำปรึกษาได้ อาจเป็นเพื่อน ครอบครัว คนใกล้ชิด ผู้ให้คำปรึกษา หรือจิตแพทย์ หลีกเลี่ยงการเผชิญหน้ากับปัญหาสักระยะหนึ่ง พยายามไม่คาดหวังในสิ่งต่าง ๆ มากจนเกินไป หลีกเลี่ยงการเกิดอารมณ์รุนแรง ออกกำลังกายทุกวัน สนใจศึกษาคำสอนของศาสนา เข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ ปรับปรุงเรื่องมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

การควบคุมความเครียด

คิดในแง่ดี มีปัญหาเล่าสู่กันฟัง สร้างความรักความอบอุ่นในครอบครัว รักษาสุขภาพกายและจิตใจให้แข็งแรง ฝึกเทคนิคคลายเครียดด้วยวิธีการต่าง ๆ วางแผนการบริหารจัดการเวลา จัดการสิ่งที่จัดการได้ก่อน เลือกสิ่งที่เป็นไปได้จริง และตัดสินใจอย่างฉลาด

ซึ่งสาเหตุของความเครียดเกิดขึ้นได้หลายวิธี เช่น ความเครียดจากการทำงาน เป็นความรู้สึกด้านจิตใจ ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกทั่วไปในปัญหาของสภาพการทำงาน เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา เป็นสถานะที่ไม่สมดุลที่มีผลมาจากการทำงานในชีวิตแต่ละวัน สัปดาห์เป็นเดือน และปี ซึ่งส่งผลต่อด้านร่างกายและสภาพจิตใจ ทำให้แสดงพฤติกรรมออกมาไม่เหมาะสมต่อสิ่งเหล่านั้น และก่อให้เกิดผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานในด้านลบ เมื่อเกิดความเครียด จึงควรหาวิธีการผ่อนคลายความเครียดไม่เช่นนั้นโรคร้ายจะตามมา เช่น โรคอ้วน สาเหตุจากความเครียดจะหาทางจัดการความเครียด โดยการรับประทานอาหารมากขึ้น เพื่อแก้ปัญหาและขจัดความเครียด แต่ผลที่ได้ตามมาคือ โรคอื่น ๆ อาทิ โรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง โรคหัวใจและโรคเมเร็งย่อมเป็นไปไม่ได้ไม่แน่นอน (Eiamphoklarp, 2000).

ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำในทุกวันนี้ ทุกอาชีพล้วนมีความเครียดไม่ต่างกัน นอกจากปัญหาด้านเศรษฐกิจ ค่าครองชีพที่สูงขึ้น ทำให้รายได้ไม่พอต่อรายจ่าย กระทบต่อปัญหาสังคม และครอบครัว บางครั้งต้องเจอกับการทำงาน จนส่งผลให้ยิ่งเครียดขึ้นอีก และความเครียดมากขึ้น จะทำให้โอกาสที่โรคจะรบกวนเข้าสู่ร่างกายและจิตใจตามไปด้วย

ความหมายของคุณภาพชีวิตในการทำงาน (Quality of Work Life) ได้มีนักวิชาการให้ความหมายดังนี้คือ

Davis (1977) ได้กล่าวว่า คุณภาพชีวิตในการทำงาน คือ คุณภาพของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับสิ่งแวดล้อมโดยส่วนรวมในการทำงานของเขา และเน้นมิติเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์

วิทยา อินทร์สอนและสุรพงษ์ บางพาน, 2559) กล่าวว่าคุณภาพชีวิตในการทำงาน (Quality of Work Life) หมายถึง ค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม

สภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน โอกาสในการพัฒนาสมรรถภาพของบุคคล การบูรณาการทางสังคม หรือการทำงานร่วมกัน ประชาธิปไตยในองค์กร ความสมดุลระหว่างงาน และชีวิตส่วนตัว และลักษณะงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

ความสำคัญของคุณภาพชีวิตในการทำงาน

คุณภาพชีวิตในการทำงาน (Quality of Work Life) ถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งเพราะคนเป็นทรัพยากรที่มีค่าและมีความสำคัญต่อองค์กร ดังนั้น สภาพแวดล้อมและบรรยากาศในสถานที่ทำงานต้องมีความเหมาะสมและเอื้อต่อการทำงาน คือ ทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้สึกที่ดีต่องาน มีความมั่นคง ทำให้เกิดความสุข โดยจะส่งผลดีทั้งตัวบุคคลและองค์กร เช่น

1. ช่วยเพิ่มผลผลิตขององค์กรเนื่องจากการจัดการคุณภาพชีวิตในองค์กร ทำให้องค์กรมีนโยบายและการวางแผนด้านคุณภาพชีวิต มีการจัดกลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านลักษณะงาน บุคลากร และสภาพแวดล้อมที่ดีซึ่งส่งผลโดยตรงและอ้อมต่อการดำเนินงาน ส่งผลให้ผลผลิตภาพขององค์กรเพิ่มขึ้น

2. ช่วยเพิ่มขวัญและกำลังใจของผู้ปฏิบัติงาน เนื่องจากการมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีจะทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกและมีความรู้สึกที่พึงพอใจกับการทำงาน ทำให้เกิดเป็นแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ทั้งยังส่งผลต่อความผูกพันและจงรักภักดีต่อองค์กร

3. ช่วยปรับปรุงศักยภาพของผู้ปฏิบัติงาน การพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงาน เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีการเพิ่มพูนทักษะความสามารถของตนเอง ด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น โดยการศึกษาต่อ การฝึกอบรมหรือการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เป็นการเพิ่มศักยภาพของผู้ปฏิบัติงานให้สูงขึ้น เป็นต้น

ใช้องค์ประกอบทฤษฎี 2 ปัจจัยเป็นปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้องกับการจัดการคุณภาพชีวิตในการทำงาน

ตามแนวคิดของ Richard E. Walton ซึ่งปรากฏในหนังสือ Criteria for Quality of Work Life ได้แบ่งองค์ประกอบสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตไว้ 8 ประการ ดังนี้

1. ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ (adequate and fair compensation) ผู้ที่ทำงานทุกคนล้วนอยากได้รับค่าจ้างและเงินเดือน ค่าตอบแทนสวัสดิการและผลประโยชน์อื่นๆ ให้ได้รับอย่างเป็นธรรมและเพียงพอ เพื่อการดำรงชีวิตอยู่ได้กับครอบครัว ทั้งนี้หากเปรียบเทียบกับงานหรือองค์การอื่นๆ ในประเภทเดียวกันด้วย ควรที่สมควรจะได้รับค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม

2. สิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย (safe and healthy environment) ผู้ทำงานไม่ควรที่จะอยู่ในสภาพแวดล้อมของการทำงานที่ไม่เหมาะสม อันกระทบต่อสุขภาพร่างกาย และสภาพการทำงาน ต้องไม่เสี่ยงภัยมากเกินไปหรือมีน้อยที่สุด บางหน่วยงานจะมีสโลแกนว่า ความปลอดภัยมาอันดับแรก เพื่อช่วยให้ผู้ทำงานเกิดความรู้สึกที่ดี มีสิ่งอำนวยความสะดวก และไม่เป็นอันตรายนั่นเอง

3. เปิดโอกาสให้ผู้ทำงานได้พัฒนาความรู้ความสามารถ (development of human capacities) งานที่ปฏิบัตินั้น ทุกแผนกควรมีการเปิดโอกาสให้ผู้ทำงานได้ใช้ความรู้ความสามารถ และพัฒนาทักษะอย่างเต็มที่ ยอมรับถึงความสำคัญ และพัฒนาขีดความสามารถของบุคคลในการทำงาน ประกอบอาชีพเช่น การศึกษาต่อ การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ในด้านงานและอาชีพของแต่ละบุคคล ซึ่งจะทำให้บุคคลนั้น ๆ สามารถทำหน้าที่ตามความรับผิดชอบที่ได้รับ โดยนำศักยภาพที่มีอยู่มาใช้ได้อย่างเต็มที่ เพิ่มความเชื่อมั่นในตนเอง

4. ลักษณะงานที่ส่งเสริมความเจริญเติบโตและความมั่นคงให้แก่ผู้ทำงาน (growth and security) เราจะเห็นว่างานที่ทำในสังคมปัจจุบัน เป็นการนำความรู้ความสามารถของตนเอง หลังจบการศึกษามาใช้รวมทั้งประสบการณ์ที่ผ่านมา หากทำงานนานมาขึ้นสามารถช่วยให้ผู้ทำงานมีโอกาสเจริญก้าวหน้าในแผนกที่ตนทำ และเพิ่มความมั่นคงในอาชีพ มีโอกาสที่จะได้รับการเลื่อนตำแหน่งหน้าที่สูงขึ้นตามลำดับ ตนเองเป็นที่ยอมรับทั้งของเพื่อนร่วมงาน สมาชิกในครอบครัวของตน และสังคม

5. ลักษณะงานมีส่วนส่งเสริมด้านบูรณาการทางสังคมของผู้ทำงาน (social integration) การทำงานร่วมกันกับคนอื่น ๆ เป็นการสร้างตนเองให้มีคุณค่า สามารถปฏิบัติงานให้สำเร็จได้เป็นอย่างดีตามหน้าที่ จนมีการยอมรับและร่วมมือช่วยเหลือกันในการทำงานให้ผ่านไปด้วยดี งานช่วยให้ผู้ทำงาน มีโอกาสได้สร้างมนุษยสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ ไม่ว่าจะแผนกตนเองหรือแผนกอื่น ๆ ในองค์กร เครือข่ายหน่วยงานอื่นๆ เป็นการสร้างสังคมของตนเองกับการทำงาน

6. ลักษณะงานที่ตั้งอยู่บนฐานของกฎหมายหรือกระบวนการยุติธรรม (constitutionalism) หมายถึง การบริหารจัดการของหน่วยงาน ที่ให้พนักงานได้รับสิทธิในการปฏิบัติงานตามขอบเขตที่ได้รับมอบหมาย บนฐานของกฎหมายหรือกระบวนการยุติธรรม ซึ่งวัฒนธรรมในองค์การหรือหน่วยงาน จะการกำหนดแนวทางในการทำงานร่วมกัน เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเคารพสิทธิส่วนบุคคล มีการเปิดโอกาสให้แต่ละคนสามารถที่จะได้แสดงความคิดเห็นอย่างเปิดเผย อย่างมีเสรีภาพในการพูด การกระทำได้รับความเสมอภาค

7. ความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานโดยส่วนรวม (the total life space) ผู้ทำงานต้องเปิดโอกาสให้ตนเองได้รับสิทธิในการใช้ชีวิตในการทำงาน และชีวิตส่วนตัวให้เกิดความสมดุล นั่นคือหน่วยงาน

ต้องไม่ปล่อยให้ผู้ทำงานได้รับความกดดันจากการปฏิบัติงานมากไป ชีวิตเกิดอาการบ้าน จนต้องนำงานกลับไปทำที่บ้าน เวลาของครอบครัวลดลง ตนเองต้องกำหนดชั่วโมงและการทำงานที่เหมาะสม เพื่อหลีกเลี่ยงการที่ต้องคร่ำเคร่งอยู่กับงาน จนไม่มีเวลาพักผ่อน หรือได้ใช้ชีวิตส่วนตัวกับครอบครัวอย่างเพียงพอ

8. ลักษณะงานมีส่วนเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับสังคมโดยตรง (social relevance) กิจกรรมการทำงานที่ต้องรับผิดชอบต่อสังคม เป็นเรื่องที่สำคัญประการหนึ่งที่ผู้ทำงานต้องรู้สึกและยอมรับว่าองค์กรที่ตนปฏิบัติงานอยู่นั้น ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่างๆ อาทิ ด้านการจำกัดของเสียของการผลิต การที่ต้องรักษาสภาพแวดล้อมภายนอกหน่วยงาน การคอยดูแลเกี่ยวกับการจ้างงาน และผู้มีส่วนได้เสียที่จะได้รับผลกระทบ

การสร้างควมพึงพอใจในการทำงานนี้ ผู้เขียนขอเสนอหลักการของทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ชเชเบิร์ก (Two-Factor Theory, 1959) เป็นปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้องกับการจัดการคุณภาพชีวิตในการทำงานได้ดังนี้

1. ปัจจัยจูงใจ (motivator factors) เป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานโดยตรง เกิดความชื่นชม ยินดีในผลงานและความสามารถของ ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่

1.1 ความสำเร็จของงาน (achievement) หมายถึง การที่บุคคลสามารถทำงานตามที่ได้รับมอบหมายให้เสร็จสิ้น ตามกำหนดของเวลา ถูกต้องและประสบผลสำเร็จได้เป็นอย่างดี

1.2 การได้รับการยอมรับนับถือ (recognition) หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคลในหน่วยงาน อาทิผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน กลุ่มเพื่อน และบุคคลอื่นทั่วไป ซึ่งการยอมรับนับถือนี้ บางครั้งหน่วยงาน สามารถแสดงออกในรูป

ของการให้บุคคลนั้นได้รับประกาศนียบัตร การชมเชย การให้เกียรติกันและกัน

1.3 ลักษณะงาน (work itself) หมายถึง ความรู้สึกที่ดีและไม่ดีต่อลักษณะงาน อาทิ ว่างานนั้นเป็นงานที่น่าเบื่อ งานนั้นจำเจ ซ้ำซ้อน หรืองานนั้นมีความท้าทายความสามารถ ก่อให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ หรือเป็นงานที่ใหม่ เกิดนวัตกรรม

1.4 ความรับผิดชอบ (responsibility) หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานใหม่ ๆ และมีอำนาจหน้าที่ในการรับผิดชอบงานตามตำแหน่งที่อย่างเต็มที่

1.5 ความก้าวหน้าในตำแหน่งการงาน (advancement) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในสถานะของตนเอง หรือตำแหน่งของบุคคลในองค์กรให้สูงขึ้น

2. ปัจจัยค้ำจุน (hygiene factors) เป็นองค์ประกอบที่ไม่ใช่เกี่ยวกับตัวงานโดยตรง แต่สามารถทำให้บุคคลากรพึงพอใจที่จะปฏิบัติงานได้ ซึ่งมีอยู่ 10 ประการคือ

2.1 การบังคับบัญชา (supervision) หมายถึง ความรู้ความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการดำเนินงานควบคุมพนักงาน สร้างความยุติธรรมในการบริหารงาน ตลอดจนการให้คำแนะนำ หรือมอบหมายงานรับผิดชอบต่าง ๆ ให้แก่ลูกน้อง

2.2 นโยบายและบริหาร (policy and administration) หมายถึง การจัดการและการบริหารงานขององค์กร การให้อำนาจแก่บุคคลในการดำเนินงานให้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี

2.3 สภาพการทำงาน (working condition) หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่จะอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน เช่น แสงที่สว่างพอดี เสียงที่ไม่ดังจนทำงานไม่ได้ เครื่องปรับอากาศที่เย็นสบาย เครื่องมืออุปกรณ์ และอื่น ๆ รวมทั้งปริมาณงานที่รับผิดชอบอย่างพอดีตามสภาพ

2.4 ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา (relations with superiors) หมายถึง การสนทนา ความเป็นมิตร รวมถึงการเรียนรู้จากผู้บังคับบัญชา การได้รับความช่วยเหลือเกื้อกูลจากผู้บังคับบัญชา ความเชื่อมั่น ความซื่อสัตย์ ความเต็มใจรับฟัง ข้อเสนอแนะ ความเชื่อถือไว้วางใจลูกน้องของผู้บังคับบัญชา

2.5 ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา (relation with subordinates) หมายถึง การมีมนุษยสัมพันธ์ที่สามารถสนทนาอย่างเปิดเผยจริงใจ และ ความมีปฏิสัมพันธ์ในการทำงาน

2.6 ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (relation with peers) หมายถึง การพบปะ สนทนา ความมีกัลยาณมิตร การเรียนรู้ในกลุ่ม และความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในทีมงานหรือกลุ่ม

2.7 ตำแหน่งในหน่วยงาน (status) หมายถึง องค์ประกอบของสถานะอาชีพที่ทำให้บุคคลรู้สึกดีต่อ งาน เช่น การมีรถประจำตำแหน่งส่วนตัว คนขับรถรับส่ง บ้านพัก สวัสดิการที่สูงเพียงพอกับค่าครองชีพ เบี้ยประกันสังคม การได้รับเกียรติในตำแหน่งที่ได้รับจากเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น

2.8 ความมั่นคงในงาน (job security) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในงานที่ทำอยู่ รวมทั้งความมั่นคงขององค์กรอย่างยั่งยืน ไม่เกิดกรณีเลิกจ้าง ยุบกิจการ

2.9 เงินเดือน (salary) หมายถึง ความพึงพอใจ ในเงินเดือน ค่าจ้างที่ได้รับจากการทำงานอย่างถาวร

2.10 ชีวิตส่วนตัว (personal life) หมายถึง สถานการณ์หรือลักษณะบางประการของงานที่ส่งผลต่อ ชีวิตความเป็นอยู่ส่วนตัวที่ดี ทำให้มีความรู้สึกดีต่องานที่ได้รับจนอายุครบของการทำงานหรือเกษียณอายุงาน

ผู้เขียนพิจารณาจากแนวคิดและทฤษฎีหลักการ สร้างคุณภาพชีวิตการทำงาน เห็นว่าเป็นสิ่งที่จำเป็น และมีความสำคัญอย่างยิ่ง คุณภาพชีวิตในการทำงาน

ในลักษณะของความพึงพอใจในการทำงานนั้น จะส่งผล ต่อการปฏิบัติงาน และยังเป็นสิ่งจูงใจให้เกิดความ ต้องการการทำงาน ซึ่งนำไปสู่ประสิทธิภาพและเกิดการ เพิ่มผลผลิตขององค์กรในที่สุด ซึ่ง บรรลุเป้าหมายทั้ง บุคคลในฐานะสมาชิกขององค์กรและตัวองค์กรเอง นอกจากนี้ยังส่งผลต่อเศรษฐกิจโดยรวมด้วย

คุณภาพชีวิตในการทำงานสามารถนำมา ปรับใช้กับชีวิตของเราอย่างไร

ผู้คนส่วนใหญ่ใช้เวลาเกือบทั้งหมดไปกับการทำงาน ฉะนั้นการทำงานถือเป็นสิ่งที่สำคัญในชีวิต การทำงานอย่างมีความสุขถือเป็นปัจจัยที่ช่วยให้งาน ประสบความสำเร็จ การทำงานนอกจากจะนำรายได้ แล้ว ในอนาคตข้างหน้าต้องทำงานร่วมกับผู้อื่นซึ่งมี บทบาทแตกต่างกันไป การที่จะทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น องค์กรแต่ละองค์กรควร คำนึงถึงความสมดุลในการทำงานของพนักงานและ แรงงานด้วย เพราะ นอกจากจะทำให้งานมี ประสิทธิภาพแล้ว ก็จะทำให้เกิดความรักความสามัคคีใน องค์กร ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของความสำเร็จขององค์กร

3. บทสรุป

ความเครียดคือภาวะของอารมณ์หรือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้น เมื่อต้องเกิดสภาพปัญหาและทำให้ รู้สึกกดดัน ไม่สบายใจ วิตกกังวล การจัดการ ความเครียด ควรปฏิบัติเพื่อลดความเครียดเช่น การ ฝึกเกร็งและคลายกล้ามเนื้อ การหายใจ สมาธิ การใช้ เทคนิคความเงียบ การควบคุมความเครียดในการ ทำงานประกอบด้วย การออกกำลังกาย การพักผ่อนให้ เพียงพอ การพูดคุยปรึกษาปัญหากับคนใกล้ชิด การ รู้จักปรับเปลี่ยนความคิด คิดในสิ่งดี ๆ และการฝึก เทคนิคคลายเครียด เป็นต้น ความสำคัญของคุณภาพ ชีวิตในการทำงาน ได้แก่ ช่วยเพิ่มผลผลิตขององค์กร ขวัญและกำลังใจของผู้ปฏิบัติงาน และปรับปรุง ศักยภาพของผู้ปฏิบัติงาน องค์ประกอบสำคัญเกี่ยวกับ

คุณภาพชีวิต มี 8 ประการคือ ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม และเพียงพอ สิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย เปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้พัฒนาความรู้ ความสามารถได้เป็นอย่างดี ลักษณะงานที่ส่งเสริม ความเจริญเติบโตและความมั่นคงให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน ลักษณะงานมีส่วนส่งเสริมด้านบูรณาการทางสังคม ลักษณะงานที่ตั้งอยู่บนฐานของกฎหมายหรือ กระบวนการยุติธรรมความสมดุลระหว่างชีวิตกับการ ทำงานโดยส่วนรวม และลักษณะงานมีส่วนเกี่ยวข้อง และสัมพันธ์กับสังคมโดยตรง ผลที่เกี่ยวกับการจัดการ คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดี อาทิความสุขจากการ ทำงาน และความสำเร็จของงาน ใช้เป็นปัจจัยสำคัญกับการจัดการคุณภาพชีวิตในการทำงานตามทฤษฎีสอง ปัจจัยของเฮิร์ชเบิร์ก ซึ่งเป็นทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจ – คำจูง เสริมสร้างศักยภาพการทำงานให้ดีขึ้นอย่างมี ประสิทธิภาพต่อไป

4. เอกสารอ้างอิง

กรมสุขภาพจิต.(2557). **วิธีลดความเครียดใน**

การทำงาน. ค้นเมื่อ 3 กันยายน

2562, จาก

<https://www.thaihealth.or.th/Content/24326>

กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. **วิธีที่**

จะนำเสนอในการลดความเครียด.

ค้นเมื่อ 1 กันยายน 2562, จาก

<http://www.dmh.go.th/news/view.asp?id=1012>

กองสวัสดิการแรงงาน. (2547). **คุณภาพ**

ชีวิตการทำงาน. ค้นเมื่อ 1

กันยายน 2562, จาก

www.society.go.th/article_attach.

พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ. (2552). **ความพึง**

พอใจในงานและความผูกพันต่อ

องค์กร: ความหมายทฤษฎี วิธี

วิจัย การวัดและงานวิจัย. (พิมพ์

ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : เสมาธรรม.

ศรีจันทร์ พรจิราศิลป์. (2554). **ความเครียด**

และวิธีแก้ความเครียด. นครปฐม : ภาควิชา

เภสัชวิทยา คณะเภสัชศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล.

พูนฤดี สุวรรณพันธ์. (2558, มกราคม-เมษายน).

ยุทธวิธีจัดการกับความเครียดของ

บุคลากรในมหาวิทยาลัยเอกชน. **วารสาร**

วิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ที่, 1

(1), 52-59.

บุญเรือง ไตรเรืองวรรณ. (2561). **กรม**

สุขภาพจิตแนะ 10 วิธีสร้างสุขใน

การทำงาน. ค้นเมื่อ 5 กันยายน

2562, จาก www.PRdmh.com.

ธนมพร ทองลง. (2561, มกราคม-

มิถุนายน). แหล่งความเครียด

และพฤติกรรมการจัดการ

ความเครียดของชาวบ้านวัย

กลางคนในชุมชนชนบท จังหวัด

อุบลราชธานี. **วารสารมหาวิทยาลัย**

ทักษิณ, 21(1), 89-95.

วิทยา อินทร์สอนและสุรพงศ์ บางพาน.

(2559). แนวทางการพัฒนา

คุณภาพชีวิตในการ ทำงานของ

พนักงานโรงงานอุตสาหกรรม.

อินตัสเตรียลเทคโนโลยีรีวิว, 22

(282), 103-111.

Work – Life – Balance **แก่นิสัยบ้านงาน**

ปรับชีวิตสู่สมดุล. (2560). กรุงเทพฯ. :

โรงพยาบาลเปาโล.

Department of Mental Health, Ministry

of Public Health. (1998). A

Guide to Mental Health.

Bangkok. Retrieved

October, 12, 2016, from

<http://www.dmh.go.th/english/>

[abstract_detail.asp?](http://www.dmh.go.th/english/abstract_detail.asp?)

Eiamphoklarp, U. (2000). **Factors**

Affecting Job Stress of Paging

Service Officer of Advanced

Paging Company Limited.

Kasetsart University.

Herzberh, F., Mausner, B. and Synderman, B.

(1959). **The Motivation to work.**

New York : John Wiley.

Walton, R. E. (1973). Quality of

working life: What is it. **Slone**

Management Review, 15, 12-18.

Murphy B, Herrman H, Hawthorne G,

Pinzone T, and Evert H. (2000).

Australian WHOQoL instruments:

User's manual and interpretation

guide. Melbourne. Australia : n.p.

แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการส่งออกสินค้าทางอากาศ

Guidelines to Increase the Efficiency of Exporting Air Freight

อมรา ดอกไม้¹ และศุภลักษณ์ ศรีวิไลย²

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนวทางในการเพิ่มปริมาณการส่งออกสินค้าทางอากาศของประเทศไทย การศึกษาครั้งนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลจากหลักฐานต่าง ๆ ได้แก่ ดัชนีวัดประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ (LPI) ปี 2561 และรายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทยประจำปี 2558 - 2560 โดยผู้เขียนมีแนวทางในการเพิ่มปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศของประเทศไทยให้อยู่ในระดับสูงขึ้น โดยใช้ดัชนีชี้วัดขีดความสามารถโลจิสติกส์ (Logistics Performance Index: LPI) ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาทั้งหมด 6 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ประสิทธิภาพของกระบวนการศุลกากร (The efficiency of customs and border management clearance) 2) คุณภาพโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกการขนส่งและการค้า (The quality of trade and transport infrastructure) 3) การเตรียมการขนส่งระหว่างประเทศ (International Shipment) 4) การเพิ่มสมรรถนะผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งภาครัฐและธุรกิจ (Logistics Quality and Competence) 5) ความตรงต่อเวลาของการบริการ (Timeliness) 6) ระบบการติดตามและตรวจสอบ (Tracking and Tracing) ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากบทความนี้จะเป็แนวทางสำคัญในการเพิ่มปริมาณการส่งออกสินค้าทางอากาศของประเทศไทยและเพิ่มประสิทธิภาพดัชนีชี้วัดขีดความสามารถโลจิสติกส์ไทยให้ได้ในระดับที่สูงขึ้น

คำสำคัญ : การเพิ่มประสิทธิภาพ การส่งออก การขนส่งทางอากาศ

Abstract

The aim of this study was to examine an approach to increase the amount of export by air freight in Thailand. In this research, data was collected from various sources including International Logistics Performance Index (LPI) 2018 and the logistics reports of Thailand of the years 2005-2017. The researcher's approach to increase the amount of export by air freight was using Logistics Performance Index (LPI) which had 6-component criteria as follows: 1) customs should be improved to reduce the steps in processing import-export; 2) infrastructure must provide facilities to link networks and to support multimodal transport; 3) international shipments must be available; 4) logistics quality and competence of both governmental and private sectors; 5) timeliness of executives, and 6) tracking and tracing system. The results from this study will be the important guidelines to increase the volume

¹ สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail : ammara.d@aru.ac.th

² สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail : suphalak@aru.ac.th

of air exports in Thailand and increase the efficiency of the Thai Logistics Competency Index to a higher level.

Keywords: Efficiency, Export, Air Freight

วันที่รับบทความ : 7 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 11 มิถุนายน 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 15 พฤษภาคม 2563

1. บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) เป็นกรอบแนวทางในการบริหารประเทศระยะยาว โดยมีเป้าหมายให้ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยมีแนวทางในการขับเคลื่อนการพัฒนาโลจิสติกส์ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เป็นเป้าหมายที่สำคัญต่อการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มุ่งสู่นาคตของประเทศปี 2579 ให้สัมฤทธิ์ผล โดยมีการยกระดับศักยภาพโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรมสนับสนุนฐานอุตสาหกรรมเดิมและอุตสาหกรรมอนาคตให้เป็นฐานสร้างรายได้ใหม่ของประเทศ พัฒนาระบบบริหารจัดการโลจิสติกส์ภาคการเกษตรให้มีประสิทธิภาพ เพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจบริการโลจิสติกส์ให้สามารถกระจายฐานการบริการและการลงทุนที่เชื่อมโยงในอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิต การค้า การบริการ และการลงทุนในอนุภูมิภาคและภูมิภาคอาเซียน และมุ่งสู่การเป็นประเทศที่มีรายได้สูงและเป็นประเทศที่พัฒนาภายในปี 2579 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) นอกจากนี้ประเทศไทยยังเป็นศูนย์กลางด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาคอาเซียน จากผลการจัดอันดับความสามารถด้านโลจิสติกส์ของธนาคารโลก พบว่า ประเทศไทยมีความสามารถด้านโลจิสติกส์ดีขึ้นจากปี 2560 โดยอยู่ในอันดับที่ 32 จากทั้งหมด 160 ประเทศทั่วโลก และเป็นอันดับสองของอาเซียนรองจากประเทศสิงคโปร์ (ธนาคารโลก, 2561) เนื่องจากได้รับ

ผลกระทบเชิงบวกจากการขับเคลื่อนแผนงานทางด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง การปฏิรูประบบโลจิสติกส์ของประเทศ รวมถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพด้านศุลกากรค่าใช้จ่ายสำหรับการขนส่งและเมื่อพิจารณานโยบายของรัฐบาลพบว่า มีการให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการบิน และแนวคิดการเป็น Hub ในการขนส่งทางอากาศโดยมีท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็น Gate Way นอกจากนี้รัฐบาลยังได้มีการดำเนินโครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ซึ่งส่งผลให้เกิดการพัฒนาการบินในพื้นที่ของสนามบินอู่ตะเภา โดยมีการวางแผนสร้างสนามบินที่สามารถรองรับผู้โดยสารจำนวน 60 ล้านคน และมีการวางองค์ประกอบของสนามบินเพื่อเป็นศูนย์กลางการพัฒนาเมืองการบิน (สถาบันการวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2560) นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีความได้เปรียบในเชิงภูมิศาสตร์ในการเป็นศูนย์กลางการขนส่งทางอากาศที่สำคัญของภูมิภาคอาเซียน

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า การดำเนินนโยบายของรัฐบาล ทั้งในส่วนของโครงการระเบียงเศรษฐกิจ (EEC) การให้ความสำคัญในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านคมนาคมขนส่ง รวมทั้งการให้ความสำคัญกับแนวคิดตลาดการบินเดี่ยวของอาเซียน สนับสนุนต่อการพัฒนาการขนส่งสินค้าทางอากาศของประเทศเป็นอย่างมาก ในบทความนี้ผู้เขียนจึงได้เสนอแนวทางในการเพิ่มปริมาณการส่งออกสินค้า

ทางอากาศของประเทศ ในมิติของดัชนีชี้วัดขีดความสามารถโลจิสติกส์ เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา ซึ่งประกอบไปด้วย 6 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ประสิทธิภาพของกระบวนการศุลกากร (The efficiency of customs and border management clearance) 2) คุณภาพโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกการขนส่งและการค้า (The quality of trade and transport infrastructure) 3) การเตรียมการขนส่งระหว่างประเทศ (International Shipment) 4) การเพิ่มสมรรถนะผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งภาครัฐและธุรกิจ (Logistics Quality and Competence) 5) ความตรงต่อเวลาของการบริการ (Timeliness) 6) ระบบการติดตามและตรวจสอบ (Tracking and Tracing)

2. เนื้อหา

2.1 ความสำคัญของการขนส่งสินค้าทางอากาศ

การขนส่งทางอากาศมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของโลก เพราะเป็นบริการขนส่งที่มีความสะดวกรวดเร็ว และปลอดภัยกว่าการขนส่งรูปแบบอื่น เหมาะกับการขนส่งสินค้าประเภทที่สูญเสียน้ำหนักหรือสินค้าต้องการความรวดเร็วในการใช้งาน โดยเฉพาะในภาวะปัจจุบันที่ประเทศต่างๆ มีการคมนาคมติดต่อกันมากขึ้นส่งผลให้การขนส่งทางอากาศของโลกขยายตัวเพิ่มขึ้นตลอดเวลา ซึ่งภูมิภาคที่การขนส่งทางอากาศขยายตัวมากที่สุดคือภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (ณัฐวุฒิ ศิลลาโชติ, 2555) ดังนั้นการขนส่งทางอากาศจึงเป็นธุรกิจสาธารณูปโภคประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญ และการขนส่งประเภทนี้ทำให้ธุรกิจสามารถขยายตัวได้รวดเร็วทั้งในและต่างประเทศ ในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศสำหรับสินค้าบางประเภทแล้ว เรื่องเวลาเป็นสิ่งสำคัญในการขนส่งสินค้าทั้งทางน้ำและทางถนน ดังนั้นแล้วเวลาที่ใช้ในการขนส่งจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องใช้ให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด การขนส่งสินค้าทางอากาศมีบทบาทสำคัญในการขนส่งสินค้าที่ต้องการแข่งกับเวลา และลด

ความเสียหายที่มีสาเหตุจากการขนส่งให้น้อยที่สุดด้วยลักษณะเฉพาะตัวที่มีความเร็วสูงเมื่อเทียบกับรูปแบบการขนส่งทุกประเภท สามารถขนส่งได้ระยะทางที่ไกลกว่าการขนส่งทางถนน ความจุของยานพาหนะในการขนส่งสินค้ามากกว่าการขนส่งสินค้าทางบกแต่น้อยกว่าการขนส่งทางทะเลและทางรถไฟ สามารถขนส่งสินค้าได้หลากหลายประเภท ทั้งนี้ขึ้นกับลักษณะของภาชนะที่ใช้บรรจุเป็นหลัก แต่การขนส่งทางอากาศมีค่าใช้จ่ายต่อหน่วยสูงมาก และมีความต้องการโครงสร้างพื้นฐานจำนวนมากเพื่อรองรับรูปแบบการขนส่งสินค้าทางอากาศทั้งระบบ นอกจากนี้ยังคงต้องอาศัยระบบขนส่งสินค้าทางถนนช่วยเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งนี้การขนส่งทางอากาศสามารถเชื่อมต่อการขนส่งรูปแบบอื่น ๆ ได้ที่ท่าอากาศยานเท่านั้น (ณัฐพล วัฒนชัย, 2562) ได้อธิบาย การขนส่งสินค้าทางอากาศมีปัจจัยสำคัญคือ 1) ความรวดเร็ว การขนส่งทางอากาศเป็นรูปแบบที่มีการขนส่งที่รวดเร็วที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบการขนส่งทางถนน ทางรถไฟ ทางเรือ และทางท่อ 2) ความแน่นอน เนื่องจากการขนส่งสินค้าทางอากาศต้องมีตารางการบินที่แน่นอน และมีความตรงต่อเวลาในการขนส่งให้ถึงจุดหมายปลายทาง

2.2 การขนส่งกับการพัฒนาประเทศไทย

ค่านาย อภิปรัชญาสกุล (2550) ได้อธิบายการขนส่งกับการพัฒนาประเทศไทย มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดการตลาดมากขึ้น (Market Expansion) เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า เกิดการกระจายสินค้า และการกระจายรายได้ ทำให้เกิดเสถียรภาพด้านราคา (Price Stabilization and Equalization) เพราะการขนส่งจะนำสินค้าและบริการให้กระจายออกไปยังตลาดทั่วทุกภาค และทันต่อเวลาที่ต้องการ นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดความเจริญทัดเทียมกัน และทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ นอกจากนี้ปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้การขนส่งทางอากาศเติบโตขึ้น ได้แก่ แนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจและการค้าโลก และทิศทางการแข่งขันทางการ

ค้าในโลกยุคใหม่ที่มีมุ่งเน้นความรวดเร็วและความยืดหยุ่นในการส่งมอบสินค้าและบริการที่กำลังกลายเป็นข้อได้เปรียบหลักของการแข่งขันในอนาคต

2.3 ความหมาย ความสำคัญ การแบ่งกลุ่มรายได้ของประเทศในภูมิภาคอาเซียน

ธนาคารโลก (2561) ได้ให้ข้อมูลปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศ โดยมีการพิจารณาข้อมูลในส่วนของประเทศในภูมิภาคอาเซียน รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การแบ่งกลุ่มรายได้ของประเทศในภูมิภาคอาเซียน โดยพิจารณาจากปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศ

Country Name	Income Group
Singapore	High income
Brunei Darussalam	High income
Thailand	Upper middle income
Malaysia	Upper middle income
Indonesia	Lower middle income
Cambodia	Lower middle income
Lao PDR	Lower middle income
Myanmar	Lower middle income
Philippines	Lower middle income
Vietnam	Lower middle income

ที่มา: ธนาคารโลก (2561)

จากตารางสามารถแบ่งกลุ่มรายได้ของประเทศในภูมิภาคอาเซียน ใช้เกณฑ์ในการวัดจากการขนส่งทางอากาศที่มีปริมาณของการขนส่งสินค้าด่วนและสูงทางการทูตที่ดำเนินการในแต่ละขั้นตอนการบิน (การดำเนินงานของเครื่องบินจากการบินขึ้นสู่การลงจอดครั้งต่อไป) วัดเป็นเมตริกตันต่อครั้งที่เดินทาง หน่วยเป็นกิโลเมตร และมีการพิจารณาจากปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้ 1. กลุ่มรายได้สูง (High income) 2. กลุ่มรายได้ปานกลางระดับบน (Upper middle income) 3. รายได้ปานกลางระดับล่าง (Lower

middle income) และ 4. กลุ่มรายได้ต่ำ (Low income) ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่าประเทศไทยอยู่ในกลุ่มที่ 2 คือกลุ่มที่มีปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีรายได้ปานกลางระดับบน (Upper middle income) และผู้เขียนได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมจากรายได้ของประเทศไทย โดยพิจารณาจากปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศ รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 รายได้ของประเทศไทยโดยพิจารณาจากปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศ

Country Name	Income Group	Volume (million ton)		
		2015	2016	2017
Thailand	Upper middle income	3.69	3.60	3.84

ที่มา: ธนาคารโลก (2561)

เมื่อพิจารณาข้อมูลจากตารางที่ 2 พบว่า ประเทศไทยมีปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีรายได้ปานกลางระดับบน ผู้เขียนมีความสนใจในการเพิ่มปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศของประเทศไทยให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น โดยที่ประเทศไทยจะมีปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศที่เพิ่มขึ้นและสามารถอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีรายได้สูง (High income) ในทัศนะของผู้เขียนได้มองถึงการพัฒนาศักยภาพด้านโลจิสติกส์ของไทย โดยใช้หลักดัชนีชี้วัดขีดความสามารถโลจิสติกส์ (Logistics Performance Index: LPI) ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านโลจิสติกส์และเป็นแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าทางอากาศของประเทศไทย

2.4 ความหมาย ความสำคัญ ดัชนีชี้วัดขีดความสามารถโลจิสติกส์

ธนาคารโลก (2561) ได้อธิบาย Logistics Performance Index (LPI) คือการเพื่อประเมินศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์ของประเทศต่างๆในโลก 155 ประเทศ

โดยเป็นการประเมินจากผู้ประกอบการที่มีความเห็นกับประเด็นทางด้านโลจิสติกส์ด้วยแบบสอบถามและประมวลผลมาเป็นคะแนนเพื่อเปรียบวัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ของแต่ละประเทศ โดยดัชนี LPI ของธนาคารโลกมี 6 องค์ประกอบได้แก่ 1) ประสิทธิภาพของกระบวนการศุลกากร (The efficiency of customs and border management clearance) 2) คุณภาพโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกการขนส่งและการค้า (The quality of trade and transport infrastructure) 3) การเตรียมการขนส่งระหว่างประเทศ (International Shipment) 4) การเพิ่มสมรรถนะผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งภาครัฐและธุรกิจ (Logistics Quality and Competence) 5) ความตรงต่อเวลาของการบริการ (Timeliness) 6) ระบบการติดตามและตรวจสอบ (Tracking and Tracing) โดยทุกองค์ประกอบมีเกณฑ์การให้คะแนนตั้งแต่ 1 - 5 โดยหากผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าต่ำมาก (very low) จะให้ระดับคะแนนเป็น 1 และหากตอบว่าสูงมาก (very high) จะให้ระดับคะแนนเป็น 5 จากนั้นนำคะแนนที่ได้ดังกล่าวมาจัดทำเป็นดัชนี LPI ด้วยเทคนิค principal component analysis (PCA) โดยหากดัชนี LPI เข้าใกล้ 1 แสดงว่าระบบโลจิสติกส์ของประเทศนั้นๆ ไม่มีประสิทธิภาพ และหากดัชนี LPI เข้าใกล้ 5 แสดงว่าระบบโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพสูง ผลจากการศึกษา พบว่า ในปี 2561 ประเทศไทยมีประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์เป็นอันดับ 2 ของอาเซียน และอยู่ในอันดับที่ 32 ของโลกจากทั้งหมด 160 ประเทศ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงระดับคะแนน LPI ของกลุ่มประเทศในภูมิภาคอาเซียนในปี 2561 พบว่า ประเทศสิงคโปร์มีคะแนนรวมดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพโลจิสติกส์มากที่สุดเท่ากับ 4.00 เป็นอันดับที่ 1 ในภูมิภาคอาเซียนและเป็นอันดับ 7 ของโลก รองลงมาคือประเทศไทย มีคะแนนรวมเท่ากับ 3.41 และอยู่ในลำดับที่ 32 ของโลก เมื่อพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบที่ 1 ด้านประสิทธิภาพของกระบวนการศุลกากร (The efficiency of customs and border management clearance)

และองค์ประกอบที่ 2 ด้านคุณภาพโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกการขนส่งและการค้า (The quality of trade and transport infrastructure) ซึ่งปัจจัยทั้งสองด้านนี้ เป็นปัจจัยที่ได้คะแนนน้อยที่สุด คือมีคะแนนเท่ากับ 3.14 ทั้งสองปัจจัยหากประเทศไทยสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในทั้งสององค์ประกอบนี้ด้วยแก้ไขปรับปรุงขีดความสามารถโลจิสติกส์ด้วยนโยบายของรัฐจะทำให้ประเทศไทยสามารถพัฒนาศักยภาพด้านโลจิสติกส์ให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น

3. บทสรุป

แนวทางในการเพิ่มปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศของประเทศไทยให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ประสิทธิภาพของกระบวนการศุลกากร (The efficiency of customs and border management clearance) โดยการพัฒนาระบบ Nation Single Window: NSW เป็นระบบการบริการเชื่อมโยงข้อมูลหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจทั้งแบบ G2G G2B และ B2B สำหรับการนำเข้า – ส่งออกและโลจิสติกส์ ซึ่งการนำระบบ NSW มาใช้ในการดำเนินกิจกรรมจะช่วยเพิ่มความรวดเร็วในการนำเข้าและส่งออกสินค้า ลดระยะเวลาในการติดต่อ หน่วยงานและจำนวนเอกสาร นอกจากนี้ยังเป็นการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างประเทศกลุ่มสมาชิกอาเซียน และประเทศในภูมิภาคอื่น ๆ ด้วย ซึ่งเป็นระบบการบริการแบบอัตโนมัติและกึ่งอัตโนมัติที่สามารถลดรูปเอกสารสามารถทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างปลอดภัยและไร้เอกสารได้ สามารถลดระยะเวลา ลดต้นทุน และยกระดับมาตรฐานการอำนวยความสะดวกทางการค้าและการขนส่ง รวมไปถึงการใช้ข้อมูลร่วมกันกับองค์กรที่เกี่ยวข้องได้ นอกจากนี้ยังมีการชำระเงินแบบ e-Payment

ผ่านระบบ NSW และมีการขยายการเชื่อมโยงระบบไปสู่ Port Community System (กรมศุลกากร, 2561)

องค์ประกอบที่ 2 คุณภาพโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก การขนส่งและการค้า (The quality of trade and transport infrastructure) ในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยให้สูงยิ่งขึ้นนั้น ทางภาครัฐและเอกชนต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ทั้งระบบไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Logistics Infrastructure) โดยการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการให้ได้มาตรฐานสากลเพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การพัฒนาระบบเครือข่ายเชื่อมโยงข้อมูลและเส้นทางในการขนส่ง คือ การส่งเสริมให้มีการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ การพัฒนาคมนาคม จุดเชื่อมต่อเส้นทางการขนส่งตามเส้นทางต่าง ๆ ทั่วประเทศ (สารัตน์, 2550) นอกจากนี้ควรมีการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ โดยพัฒนาเครือข่ายโลจิสติกส์ให้เชื่อมโยงกันทั้งในกลุ่ม CLMV และสาธารณรัฐประชาชนจีน มีการสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางราง โครงข่ายถนน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้มีความเชื่อมโยงโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวกกับการขนส่งรูปแบบอื่นๆ ในลักษณะที่สามารถสนับสนุนการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบและสอดคล้องกับการพัฒนาโครงข่ายทางรางและถนนของกลุ่มประเทศ CLMV และสาธารณรัฐประชาชนจีน ควรมีการเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่งสินค้าในเขตเมืองแบบถึงมือผู้รับ (Last mile Delivery) เช่น การจัดการผังเมือง การแก้ไขการจราจรติดขัด การตั้งศูนย์กระจายสินค้าใกล้เขตเมืองและการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการจัดการการจัดส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพตามความต้องการของผู้ใช้บริการ เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 3 การเตรียมการขนส่งระหว่างประเทศ (International Shipment) มีการจัดทำฐานข้อมูลบูรณาการด้านโลจิสติกส์ เพื่อให้มีการเชื่อมโยง

ข้อมูลและใช้ประโยชน์ร่วมกันได้ในแต่ละหน่วยงาน เพื่อเป็นข้อมูลการดำเนินการ การประเมินผล และวางแผน การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ โดยกิจกรรมโลจิสติกส์ต้องการความรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำในระดับสูง การแลกเปลี่ยนสารสนเทศจึงมีความจำเป็นที่ต้องเชื่อมต่อทุกกิจกรรมเข้าด้วยกัน (ค่านาย, 2550)

องค์ประกอบที่ 4 การเพิ่มสมรรถนะผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งภาครัฐและธุรกิจ (Logistics Quality and Competence) คือ การพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ให้มีมาตรฐานเทียบเคียงกับผู้ให้บริการระหว่างประเทศ โดยการสร้างมาตรฐานการขนส่งสินค้า การพัฒนาระบบบริหารจัดการขนส่งสินค้า ระบบคลังสินค้า และระบบตรวจสอบติดตามสินค้า รวมถึงการวางแผนการลดความเสี่ยงของสินค้าคงคลัง โดยมองถึงมูลค่าสินค้าและต้นทุนสินค้าเสื่อม เพื่อให้ผู้บริการโลจิสติกส์มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค ความผันผวนของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าหลักและการปรับเปลี่ยนของราคาสินค้าตามกลไกตลาดโลก (ชัยยุทธ, 2548)

องค์ประกอบที่ 5 ความตรงต่อเวลาของการบริการ (Timeliness) ได้มีการพัฒนากระบวนการศุลกากรในการช่วยลดขั้นตอนกระบวนการนำเข้า – ส่งออก ส่งผลให้ระบบศุลกากรมีการบริการที่ดีขึ้น โดยการลดระยะเวลากระบวนการตรวจปล่อยสินค้า การลดเวลาในการออกไปขนส่งสินค้า Green Line (บุญกุล, 2550)

องค์ประกอบที่ 6 ระบบการติดตามและตรวจสอบ (Tracking and Tracing) โดยมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้กับการให้บริการขนส่งและโลจิสติกส์ เช่น การติดตามยานพาหนะ (GPS Tracking) และระบบติดตามสินค้าด้วย RFID ทำให้มีการติดตามและตรวจสอบการให้บริการมากขึ้น โดยการนำเอา RFID มาประยุกต์ใช้งานโลจิสติกส์จะช่วยลดเวลาและขั้นตอนการทำงาน (ภฤติกา, 2554)

นอกเหนือจากการปรับปรุงพัฒนาทั้ง 6 ปัจจัยดังกล่าวข้างต้นแล้ว ภาครัฐยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นเกี่ยวกับประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์

ของประเทศไทยให้แก่ผู้ประกอบการ โดยมีแนวทางในการพัฒนา ดังนี้

1. ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้ผู้ประกอบการในระดับนานาชาติโดยการนำเสนอผลการพัฒนาที่สำคัญของประเทศ และควรเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์นโยบายการพัฒนาด้านโลจิสติกส์ เช่น การประกาศนโยบายและแผนการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ที่ชัดเจน การประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) รวมไปถึงการพัฒนา ระบบข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ทันสมัยและง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูล

2. การแก้ไขอุปสรรคการค้าระหว่างประเทศ โดยภาครัฐควรเน้นการเจรจาความร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศโดยเฉพาะกับประเทศคู่ค้าหลัก เพื่อลดปัญหาทางการค้าและการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ซึ่งจะช่วยให้ปริมาณการส่งออกสินค้าและสร้างรายได้ให้กับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศ

3. การบริหารจัดการความเสี่ยง โดยมีการวางแผนรองรับสถานการณ์ที่ไม่ปกติที่ส่งผลถึงระบบโลจิสติกส์ เช่น ภัยทางธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงนโยบายของประเทศเพื่อนบ้าน หรือการเมือง เป็นต้น

ข้อสรุปจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นการพิจารณาถึงดัชนีชี้วัดชี้วัดขีดความสามารถโลจิสติกส์ (Logistics Performance Index: LPI) ทั้ง 6 องค์ประกอบ หากรัฐบาลและผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์ ทำการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาในทั้ง 6 องค์ประกอบ จะเป็นแนวทางในการเพิ่มปริมาณการส่งออกสินค้าทางอากาศของประเทศไทย ถ้าขาดองค์ประกอบใดไปจะส่งผลกระทบต่อการเพิ่มปริมาณการส่งออกสินค้าทางอากาศของประเทศไทยได้ ที่ผ่านมามีประเทศไทยยังไม่มียุทธศาสตร์หรือแผนการพัฒนาด้านการขนส่งทางอากาศที่ใช้เป็นแผนแม่บทฯ กำหนดกรอบทิศทางการพัฒนาด้านการขนส่งทางอากาศ ทำให้ทิศทางการพัฒนาการดำเนินงานของประเทศไทยในการพัฒนาด้านการขนส่ง

ทางอากาศยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควรส่งผลให้เกิดปัญหาตามมา นอกจากนี้ ยังขาดการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ในการพัฒนาการขนส่งทางอากาศร่วมกัน เช่น การพัฒนาท่าอากาศยาน ธุรกิจสายการบิน การบริหารการจราจรทางอากาศ การกำกับดูแลกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการพัฒนาบุคลากรทางด้านการบิน เพื่อให้มีความพร้อมรองรับกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

6. เอกสารอ้างอิง

- กรมศุลกากร. (2561). ระบบ National Single Window (NSW). ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2562, จาก horturl.at/horturl.at/jloxG [].
- กฤตติกา มูลภักดี. (2554). การประยุกต์ใช้ระบบอาร์เอฟไอดีกับการจัดการคลังสินค้า กรณีศึกษา บริษัทบุญถาวร เซรามิค จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2550). โลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชน : กลยุทธ์เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มกำไร Logistics and Supply Chain Management : Strategy for Cost Reduction and Profit Increasing. กรุงเทพฯ : โปกส์มีเดีย แอนด์ พับลิชชิง.
- ชัยยุทธ เหล่าธนาสิน. (2548). การใช้ลานพักตู้คอนเทนเนอร์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าเพื่อการส่งออก : กรณีศึกษาผู้ให้บริการโลจิสติกส์. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ณัฐวุฒิ ศิลาโชติ. (2555). การขนส่งทางอากาศ. ค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://www.gotoknow.org/>

posts/386014

- ณัฐพล วัฒนชัย. (2562). เอกสารประกอบการสอน
รายวิชาการขนส่งทางอากาศ Air Freight.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
ธนาคารโลก. (2561). Air Transport Annual Report.
ค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2561, จาก
shorturl.at/jJRV4
ธนาคารโลก. (2561). คะแนน LPI กลุ่มประเทศ ASEAN เมื่อ
เปรียบเทียบคะแนนจากทั่วโลก ปี 2007 – 2018. ค้น
เมื่อ 13 พฤศจิกายน 2561, จาก
<https://bit.ly/2OWhevL>
นุกูล อุบลบาน. (2550, ตุลาคม – ธันวาคม). เทคโนโลยี
สารสนเทศสำหรับระบบโลจิสติกส์ (E -
Logistics). วารสารรวมคำแหง. 24(4), 253-
267.
สารัตน์ เกื้อนสุวรรณ. (2550). การศึกษาความ
พร้อมต่อการเปิดเสรีบริการโลจิสติกส์
กรณีศึกษาผู้ให้บริการโลจิสติกส์ กลุ่มการ
ขนส่งของไทยในมุมมองหน่วยงานที่กำกับดูแล.
วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์,
มหาวิทยาลัยบูรพา.
สุดารัตน์ มานะศิลป์ปะพันธ์ และอารีรัตน์ เส้นสด. (2560,
มกราคม - มีนาคม). การบริหารจัดการพื้นที่
สำหรับเพิ่มมูลค่าสินค้าในเขตปลอดอากร ณ ท่า
อากาศยานสุวรรณภูมิ. **พัฒนาเทคนิคศึกษา**.
29(101), 100 - 107.

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ. (2560). ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี
(พ.ศ. 2560 – 2579). ค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2561,
จาก shorturl.at/akORW
สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2560). เช็ก
เครื่องยนต์ EEC พร้อมขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0?
ค้นเมื่อ 13 พฤศจิกายน 2561, จาก
<http://tdri.or.th>

ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรในศตวรรษที่ 21

Innovative Leadership for the Competitive Advantage of the Organization in the 21st Century

แพรวลภา พจนารณ¹ และกฤษดา เขียววัฒนสุข²

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร พบว่า ในศตวรรษที่ 21 นั้น ศักยภาพของผู้นำที่สร้างกลไกหลักในการดำเนินกลยุทธ์ในการพัฒนาองค์กร สร้างอิทธิพล และส่งผลต่อศักยภาพในการแข่งขันในสภาวะที่การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอก โดยผู้นำองค์กรต้องเปลี่ยนผ่านตนเองจากผู้นำองค์กรในแบบดั้งเดิมและการยึดติดกับกลยุทธ์เดิมสู่ความเป็นภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม การได้เปรียบทางการแข่งขันในศตวรรษที่ 21 หมายถึงความยั่งยืนในบริบทของความก้าวหน้าในการดำเนินธุรกิจและได้ผลลัพธ์ทางธุรกิจเชิงเศรษฐกิจ รายได้ขององค์กรที่ก้าวหน้า และบริบทของความสามารถทางการควบคุมผลประโยชน์และบุคคลกรขององค์กรให้สัมฤทธิ์ผลในทุกด้าน ผู้ประกอบการในฐานะผู้นำองค์กรยุคใหม่จะต้องเป็นผู้นำในด้านนวัตกรรมเทคโนโลยี และมีภาวะความเป็นภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมเพื่อเป็นผู้นำองค์กรเชิงปฏิบัติเพื่อสร้างแนวคิดด้านนวัตกรรมด้วยองค์ประกอบตามภาวะผู้นำเชิงทฤษฎี และความเป็นภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ที่จะสร้างนวัตกรรมทางความคิด ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม และการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม ที่สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในยุคแห่งเทคโนโลยี เพื่อจะสามารถก้าวข้ามผ่านการแข่งขันสู่ความสำเร็จในธุรกิจอย่างยั่งยืนและสามารถต่อยอดทางการค้าในด้านผลิตภัณฑ์และความมั่นคงขององค์กรได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม กลยุทธ์องค์กร ศักยภาพขององค์กร ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร ศตวรรษที่ 21

Abstract

This article focuses on the study of innovative leadership in order to create a competitive advantage of the organization in the 21st century. The potential of leaders creates the main mechanism for the strategy of organizational development influence and affects the ability to compete in the situation that changes both internally and externally. Organizational leaders must change themselves from traditional organizational leaders to the innovative leadership strategy to achieve business's competitive advantage in the 21st century which means sustainability in the context of business

¹นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต e-mail: panda.dba.rsu@gmail.com

²อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี e-mail: krisada_c@rmutt.ac.th

progress and economic results. Income of a progressive organization and the context of the ability to control the interests and personnel of the organization can achieve results in all aspects. Entrepreneurs, as leaders of modern organizations, must be leaders in technological innovation and have innovative leadership to become a leader of a revolutionary organization in order to create innovative ideas with elements based on theoretical leadership and strategic leadership. Innovative leadership creates innovative ideas and the ability to manage innovation and create an innovation culture within the organization lining up with the rapid change in the age of technology in order to be able to transcend through competition to achieve sustainable business success and to be able to further expansion the trade in products and the organization's sustainability.

Keywords: innovative leadership, strategy of organization, organization potential, competitive advantage of the organization, the 21st century

วันที่รับบทความ : 9 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 1 มิถุนายน 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 4 มิถุนายน 2563

1. บทนำ

ในระดับภาวะสงครามทางการค้าของเศรษฐกิจโลกโดยสองประเทศมหาอำนาจ ระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศจีนเพื่อปกป้องดุลการค้าของประเทศ(Walker,2018) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย สถานะการค้า การแข่งขันทางเศรษฐกิจดังเช่น บริษัทหัวเว่ยยักษ์ใหญ่อันดับหนึ่งของจีนได้กลายเป็นหนึ่งในหกตัวสำคัญในสงครามทางการค้าด้านเทคโนโลยี (Brant,2019)ซึ่งประเทศไทยได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าว ตั้งแต่ครั้งหลังของปี ค.ศ. 2018 จนถึงในช่วงปัจจุบันต่อเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัวและสงครามการค้าโดยสัดส่วนของตลาดส่งออกที่มีมูลค่าการส่งออกหดตัวอยู่ที่ ร้อยละ 83.4 (กำแพง อดิเรกสมบัติ,2562) หากพิจารณาถึงมูลค่าของตลาดที่ได้รับผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบจากการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันจะพบว่า ธุรกิจในกลุ่มของ e-commerce มีการเติบโตในมูลค่าสูงในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา จากสถิติ

ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ปี พ.ศ. 2560 ที่คาดการณ์มูลค่าธุรกิจในกลุ่มe-Commerce ในปีพ.ศ. 2561 คิดเป็น 3,058,987.04 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อนร้อยละ 8.76 จากมูลค่าทั้งสิ้น 2,812,592.03 ล้านบาท (รัชพล เตชะพงศกิต, 2560)

ความรู้ที่มนุษย์สะสมมาตั้งแต่สร้างโลกจนถึงกลางศตวรรษที่ 21 นั้นมี การพัฒนาของเทคโนโลยีทำให้เกิดเครื่องมือในการเข้าถึงองค์ความรู้ต่างๆ รวมทั้ง ข้อมูล สารสนเทศ หรือเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัล ทั้งในเชิง วิชาการ และ/หรือในเศรษฐศาสตร์หากกล่าวถึงศตวรรษที่ 21 การเปลี่ยนแปลงไม่เพียงแต่เกิดขึ้นทางการค้า และ การแข่งขันทางธุรกิจ แต่ยังคงส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในด้านทักษะของมนุษย์ที่จะต้องสามารถสัมพันธ์กัน ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับโลก (Global Awareness) ,ความรู้เกี่ยวกับการเงิน เศรษฐศาสตร์ ธุรกิจ และการเป็นผู้ประกอบการ

(Financial, Economics, Business and Entrepreneurial Literacy), ความรู้ด้านการเป็นพลเมืองที่ดี (Civic Literacy), ความรู้ด้านสุขภาพ (Health Literacy) และ ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Literacy) ทั้งนี้ ทักษะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ทักษะด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม คือ ความริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรม, การคิดอย่างมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหา และการสื่อสารและการร่วมมือ (เจริญ พานิช, 2555)

ทักษะของคนในศตวรรษที่ 21 ที่ทุกคนจะต้องเรียนรู้คือ คือ การเรียนรู้ 3R และ 7C โดย 3R คือ (R) Reading (อ่านออก), (W) Writing (เขียนได้), และ (A)Arithmetic's (คิดเลขเป็น) 7C ได้แก่

1. Critical Thinking and Problem Solving (ทักษะด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณ และทักษะในการแก้ปัญหา)

2. Creativity and Innovation (ทักษะด้านการสร้างสรรค์ และนวัตกรรม)

3. Cross-cultural Understanding (ทักษะด้านความเข้าใจความต่างวัฒนธรรม ต่างกระบวนทัศน์)

4. Collaboration, Teamwork and Leadership (ทักษะด้านความร่วมมือ การทำงานเป็นทีม และภาวะผู้นำ)

5. Communications, Information, and Media Literacy (ทักษะด้านการสื่อสารสารสนเทศ และรู้เท่าทันสื่อ)

6. Computing and ICT Literacy (ทักษะด้านคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร)

7. Career and Learning Skills (ทักษะอาชีพ และทักษะการเรียนรู้) (สุวิทย์ บั้งเงิน, 2560)

การเปลี่ยนแปลงโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วม(Digital Transformation) ส่งผลให้เกิดการปรับตัวครั้งยิ่งใหญ่ได้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และจนในปัจจุบันเป็นยุคของศตวรรษแห่งอินเทอร์เน็ต (Internet Century) ที่เทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดวิสัยทัศน์ทาง

ธุรกิจ จนโลกจะถึงจุดที่เรียกระบบเศรษฐกิจว่า ระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (A Trillion-Sensor Economy) ซึ่งจะมีข้อมูลจำนวนมหาศาลเคลื่อนย้ายอยู่บนโครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อกับอุปกรณ์ต่าง ๆ ทั่วโลกจนทำให้เกิดการวิเคราะห์ผลจากข้อมูลมหาศาล (Big Data Analytics) (เศรษฐกิจ มะลิสุวรรณ, 2562) ที่เพิ่มพูนขึ้นอย่างก้าวกระโดดในบริบทของ Innovation ที่หมายถึง เป็นการทำให้หรือพัฒนาสิ่งเดิมให้ดีขึ้น และ Transformation ที่หมายถึง การปฏิรูปเร่งด่วนในบริบทของเทคโนโลยีด้าน Digital หรือเรียกว่า Digital Transformation ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนวิธีคิดอย่างมีกลยุทธ์ ถึงแก่นจากรากฐานทางธุรกิจ เป้าหมาย และการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเปลี่ยนแปลงของยุคธุรกิจถูกทำให้หยุดชะงักเพราะเทคโนโลยีดิจิทัลพัฒนาอย่างรวดเร็ว หรือ ยุค Disruption ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบอย่างมากในสี่ด้าน ได้แก่ เทคโนโลยี ธุรกิจ อุตสาหกรรม และสังคมผ่านแผนธุรกิจ ความรู้ ทักษะ และการสนับสนุนจากผู้น้องการที่จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบ เส้นทาง หรืออนาคตที่ธุรกิจจะดำเนินและการส่งมอบมูลค่าให้ลูกค้า ซึ่งต้องได้รับความร่วมมืออย่างกว้างขวางจากทุกหน่วย (Oxford College of Marketing, 2018) จนทำให้หลายประเทศในทวีปเอเชียกำหนดยุทธศาสตร์ชาติที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลกทางดิจิทัล เช่น รัฐบาลมาเลเซีย ประกาศยุทธศาสตร์ระดับชาติคือ แผนกลยุทธ์ทางอินเทอร์เน็ตแห่งชาติ (National Internet of Things Strategic Roadmap) เพื่อสร้างแพลตฟอร์มแห่งชาติ และยังเป็นโครงสร้างหลักในระดับภูมิภาค และ รัฐบาลโดยมูลนิธิวิจัยแห่งชาติ (The National Research Foundation) ของสิงคโปร์ได้ประกาศแผนระดับชาติคือโครงการระดับชาติด้านปัญญาประดิษฐ์ (A National Programme in Artificial Intelligence) เพื่อใช้ในการขับเคลื่อนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี AI และมีเป้าหมายการลงทุนด้าน AI ภายใน 5 ปีนี้ถึง 150 ล้าน

เหรียญสหรัฐฯ (Minos Berhard, 2015) โดยประเทศไทยก็ได้มีการวางแผนเพื่อการปรับตัวตามแผนยุทธศาสตร์ชาติปี พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2580 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันโดยสร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการพัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ ให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลก (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) ด้วยเหตุสภาวะการเปลี่ยนแปลงและแข่งขันดังกล่าว ผู้นำผู้บริหารองค์กรจะต้องเข้าใจศักยภาพของเทคโนโลยีที่จะเปลี่ยนแปลงและขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นสิ่งที่ขับเคลื่อนความสำเร็จต่อองค์การได้ในระยะสั้น หรือนวัตกรรมกลายเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อความสำเร็จที่รวดเร็วมากขึ้น

ในโลกแห่งการแข่งขันทางการค้าที่รุนแรงในทุกประเภทธุรกิจ การปรับตัวของธุรกิจไม่ใช่เพียงแต่ในด้านของผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการขาย การปรับการดำเนินงาน วิสัยทัศน์ เพื่อเพิ่มคุณค่าด้วยนวัตกรรม เป็นสิ่งที่ผู้นำจะต้องให้ความสำคัญ หากกล่าวถึง ธุรกิจนวัตกรรม หรือหมายถึง ธุรกิจไฮเทค (high-technology firms) ที่ใช้พื้นฐานด้านเทคโนโลยี (NTBFs - new technology-based firms) จากความชำนาญเฉพาะด้านสูงของผู้ก่อตั้งธุรกิจที่สร้างและบริหารธุรกิจด้วยตนเอง และมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีทันสมัยในด้านใดด้านหนึ่ง เพื่อแสวงหาโอกาสทางการตลาดด้วยความรู้ด้านวิทยาศาสตร์หรือเทคโนโลยี (เรวัต ดันตยานนท์, 2560) หากพิจารณามูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization หรือ Market Cap) ของบริษัทขนาดใหญ่ที่สุดในโลก 5 บริษัทแรก จะพบว่าในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ ในปี ค.ศ.

2006 บริษัทที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดมากที่สุดเรียงตามลำดับ 1-5 คือ Exxon GE Total Microsoft และ Citi Bank ตามลำดับ ซึ่งบริษัทที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัลหรือ Tech Company มีเพียง Microsoft เท่านั้น แต่ในปี ค.ศ. 2016 บริษัทที่มีมูลค่าบริษัท (Market Capitalization) สูงที่สุด 5 อันดับแรกกลายเป็นบริษัทด้านเทคโนโลยีทั้งหมด ได้แก่ Apple Google Microsoft Amazon และ Facebook โดยที่ Apple มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดสูงถึง 528 พันล้านเหรียญสหรัฐ นอกจากนี้บริษัทขนาดใหญ่จากเดิมที่ต้องใช้เวลาโดยเฉลี่ยถึง 20 ปีจึงจะมีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดสูงเกินกว่า 1 พันล้านเหรียญสหรัฐแต่บริษัทเทคโนโลยีรุ่นใหม่ เช่น Google ใช้เวลาเพียง 8 ปี Uber ใช้เวลา 4.4 ปี และ Airbnb ใช้เวลาเพียง 2.8 ปี เท่านั้น ซึ่งแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า โลกกำลังก้าวเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Economy) ในการสร้างความมั่งคั่งและภายในเวลาอันรวดเร็ว จะเห็นได้ว่าผู้นำองค์กรในยุคหลังสามารถพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จในระยะสั้นกว่ายุคแรก การคิดเชิงธุรกิจกับการคิดเชิงนวัตกรรมการคิดเชิงนวัตกรรมไม่ได้พึ่งพาประสบการณ์ในอดีตหรือข้อเท็จจริงเพียงอย่างเดียวจะต้องมีวิสัยทัศน์และเปิดกว้างสำหรับความเป็นไปได้ ตลอดจนการหาวิธีที่ดีกว่าและสำรวจความเป็นไปได้ที่หลากหลาย การคิดเชิงนวัตกรรมเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง ความคิดทางธุรกิจแบบดั้งเดิม มันช่วยให้ผู้นำสามารถนำความคิดและพลังการเปลี่ยนแปลงใหม่มาสู่บทบาทของตนเองในฐานะผู้นำและแก้ปัญหาความท้าทายที่ความเปลี่ยนแปลงของโลกศตวรรษ 21

อ้างอิงถึงการศึกษาในเรื่องของวิวัฒนาการของผู้นำตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน จักรกฤษณ์ (2560) อ้างใน ทฤษฎีของ James MacGregor Burns (1978) ลักษณะของผู้นำการเปลี่ยนแปลง หรือภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ไว้ 3 ประเภทคือ การเปลี่ยนความเป็นผู้นำในการวิจัยเชิงพรรณนาเกี่ยวกับผู้นำทาง

การเมือง และได้ถูกนำมาใช้ในองค์กรโดยการเปลี่ยน
ความเป็นผู้นำเป็นกระบวนการที่ผู้นำและผู้ติดตาม
ช่วยเหลือซึ่งกันและกันเพื่อก้าวไปสู่ระดับที่สูงขึ้น โดย
การแยกความแตกต่างระหว่างการจัดการและความ
เป็นผู้นำ ตลอดจนความแตกต่างที่อยู่ในลักษณะและ
พฤติกรรมของผู้นำโดยสร้างแนวคิดที่สอง คือ

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ซึ่งมุ่งให้เกิดวัฒนธรรมการตระหนักรู้ใน
ภารกิจและวิสัยทัศน์ของทีมและขององค์กร

2. ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional Leadership) จะไม่มุ่งเน้นเพื่อการเปลี่ยนแปลงทาง
วัฒนธรรมในองค์กร ต่อมา Agin & Gibson (2010) ผู้นำ
จะต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านวัฒนธรรม
นวัตกรรมและทิศทางกลยุทธ์องค์กรสอดคล้องกับ
(Rahman, 2012) ที่พบว่า ความเป็นผู้นำที่มีนวัตกรรม
เป็นกระบวนการของการส่งเสริมนวัตกรรมผ่านการ
พัฒนาทางวัฒนธรรมองค์กร ที่สอดคล้องกับนวัตกรรม
โดยกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ที่เป็นแนวทางและสร้าง
ความเชื่อมั่นในหมู่พนักงานในการสร้างนวัตกรรม ทั้งนี้
ความเป็นผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญที่เพิ่มประสิทธิภาพการ
ทำงานของ บริษัท อย่างมีนัยสำคัญในการศึกษาของ
Alsolami, Cheng & Twalh (2016) ระบุว่าความเป็น
ผู้นำด้านนวัตกรรมส่งเสริมและสนับสนุนเชิงสำรวจโดย
ปลูกฝังบริบทของการเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวใน
หมู่สมาชิกองค์กร ผู้นำด้านนวัตกรรมมีความสนใจและ
รับความคิดใหม่ๆ ที่เสนอโดยเพื่อนร่วมงานและผู้
ใต้บังคับบัญชาซึ่งสิ่งนี้อาจนำไปสู่ผลิตภัณฑ์บริการ
และกระบวนการใหม่ ๆ และท้ายที่สุดสามารถพัฒนา
ศักยภาพและบทบาทของความเป็นผู้นำด้านนวัตกรรม
เหมาะสมเชิงกลยุทธ์ขององค์กรกับสภาพแวดล้อมของ
มันและเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจที่
หลากหลายและผลการดำเนินงานผลิตภัณฑ์ (Carmeli,
Gelbard, & Gefen, 2010)

วัตถุประสงค์ของบทความนี้ มุ่งเน้นศึกษาถึง
ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมและองค์ประกอบในการสร้าง

ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร ทั้งในด้านกล
ยุทธ์องค์กร ศักยภาพขององค์กร เพื่อเป็นประโยชน์แก่
ผู้นำองค์กรในยุคปัจจุบันที่กำลังเผชิญการ
เปลี่ยนแปลงในยุคของการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลได้
อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership) ซึ่งเป็นคุณ
คุณสำคัญในการขับเคลื่อน
องค์กร ทำให้ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม หมายถึง
นวัตกรรมในการเป็นผู้นำแบบปรัชญาที่ทันสมัยของ
การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในการปฏิบัติงานของ
องค์กร ความเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมเกี่ยวข้องก
กับการสังเคราะห์รูปแบบการเป็นผู้นำที่แตกต่างกัน
ในองค์กรเพื่อนำมาช่วยให้พนักงานผลิตความคิด
สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์บริการและทางออกสู่ความสำเร็จ
(Poonam Anand & Arvind Saraswati, 2014) จาก
การศึกษา การเสริมสร้างภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของ
ผู้ประกอบการในธุรกิจแปรรูปอาหารของ จุฬารัตน
จินพลา (2559) พบว่า องค์ประกอบของภาวะผู้นำ
เชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการในธุรกิจแปรรูปอาหาร
ที่มีค่าไอเกน (Eigen Value) มากกว่า 1.00
พบองค์ประกอบทั้ง 6 ได้แก่

1. การกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ที่มุ่งสู่
นวัตกรรม
2. การสร้างบรรยากาศและวัฒนธรรมที่เอื้อ
ต่อการเรียนรู้
3. การสร้างเครือข่ายและการจัดการความรู้
4. การกำหนดโครงสร้างการทำงานแบบทีม
5. การสนับสนุนและสร้างแรงจูงใจใน
เป้าหมายด้านนวัตกรรม
6. การพัฒนาทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม
ทั้งนี้จากการศึกษาของ ชีรวีชร (2558) อ้างใน

Diederick B. Swart (2013) พบว่า องค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม มี 7 องค์ประกอบได้แก่

1. การชี้แนะและเพิ่มขีดความสามารถของพนักงาน
2. การรับรู้และให้คุณค่าในความทุ่มเทของพนักงาน
3. การมีอิทธิพลต่อผู้มีส่วนได้เสีย
4. การมีความเชี่ยวชาญในด้านเทคนิค
5. การพัฒนาด้านกลยุทธ์
6. การตั้งเป้าหมายในการดำเนินงาน
7. การปรับตัวและยอมรับแนวคิดใหม่
8. การประเมินโอกาสทางการค้า

ทำให้สามารถเห็นได้ว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมในทั้งสองการศึกษานี้มีความคล้ายคลึงกันในด้านกำหนัดและพัฒนากลยุทธ์เพื่อให้เกิดศักยภาพของการพัฒนานวัตกรรมขององค์กร และยังมิตินขององค์ประกอบอื่นๆที่แตกต่างกัน ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับรูปแบบของธุรกิจ การรับมือกับ Disruption ทำให้ผู้นำองค์กรหรือผู้บริหารจะต้องกลับมาพิจารณาถึงบริบทและองค์ประกอบต่างๆของการปฏิรูประงัดตน ซึ่งหมายถึงการปรับกลยุทธ์องค์กรให้สอดคล้องกับสมัยและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีไปอย่างพร้อมกัน โดยจะต้องไม่มุ่งเน้นไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง หรือยึดติดกับการดำเนินการและกลยุทธ์ที่เคยประสบความสำเร็จมาในอดีต ผู้ที่จะทำหน้าที่บริหาร

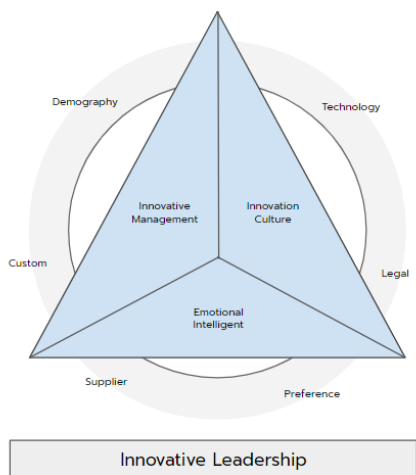
ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมได้มีองค์ประกอบทางพฤติกรรมใน 3 มิติ ประกอบด้วย

1. ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence) คือความสามารถในการรับรู้ของตนเอง ในการระบุประเมินและการควบคุมอารมณ์ของตนเอง, ของผู้อื่น หรือของกลุ่ม ความสามารถด้านการควบคุมอารมณ์ที่ช่วยให้ดำเนินชีวิตให้เป็นไปในทางสร้างสรรค์อย่างมีความสุข ซึ่งเดิมเชื่อกันว่า ความฉลาดทางสติปัญญา คือปัจจัยหลัก ที่ทำให้ผู้คนประสบ

ความสำเร็จซึ่งเป็นคุณสมบัติหลักของผู้นำเชิงนวัตกรรม สอดคล้องกับ อภิวิฑู (2562) กล่าวว่า ความฉลาดทางอารมณ์อธิบายความสามารถความสามารถทักษะหรือความสามารถในการรับรู้ตนเองเพื่อระบุประเมินและจัดการอารมณ์ความรู้สึกของตนเองผู้อื่นและกลุ่มคนที่ มีระดับความฉลาดทางอารมณ์สูงรู้จักตนเองดีและสามารถ สัมผัสถึงอารมณ์ความรู้สึกของผู้อื่น

2. นวัตกรรมการจัดการ (Management Innovation) คือ ระบบการทำงานใหม่ วิธีการทำงานใหม่ การผสมผสานการทำงานใหม่ การสร้างสิ่งใหม่ๆ ในการบริหารจัดการ และเกิดสิ่งที่เป็นประโยชน์และได้รับการยอมรับ การดำเนินการตามแนวทางการจัดการกระบวนการและโครงสร้างใหม่ของการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญจากบรรทัดฐานปัจจุบันส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานและกิจกรรมมากมาย ในองค์กร

3. วัฒนธรรมนวัตกรรม (Innovation Culture) คือ วัฒนธรรมที่สนับสนุนให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่หรือนวัตกรรม ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือรูปแบบธุรกิจ ใหม่ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ ซึ่งสิ่งใหม่นี้อาจยังไม่มีมาก่อน หรือเป็นสิ่งที่มีการทำแล้ว แต่องค์กร ยังไม่เคยทำการส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรมจึงเป็นการสร้างบรรยากาศให้บุคลากรภายในองค์กร ทุกระดับ กล้าที่จะคิดนอกกรอบ กล้าทดลองทำสิ่งใหม่ๆ และมีความสนใจใฝ่เรียนรู้ อยู่ตลอดเวลา เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร สอดคล้องกับ Muriel Davies & Stéphanie Buisine (2018) วัฒนธรรมองค์กร คือ ชุดของพฤติกรรมมาตรฐานและการเป็นตัวแทนร่วมกันโดยสมาชิก วัฒนธรรมนี้ทำหน้าที่เป็นรากฐานเพื่อการอยู่ร่วมกันของคนในองค์กร



ภาพที่ 1 มุมมองขององค์ประกอบแบบอินเทอร์แอคทีฟ 4 ประการของกระบวนการผู้นำที่เชิงนวัตกรรมที่มาจาก : (Rahman, 2012)

มูลค่าองค์การในตลาดการค้าซึ่งความผันผวนเกิดขึ้นจากความเปลี่ยนแปลงทางการค้าของโลก ประกอบกับการก้าวไปข้างหน้าในศตวรรษที่ 21 ต้องวางแผนกลยุทธ์อย่างแยบยลและปฏิบัติการด้วยความรอบคอบ ทุกๆอุตสาหกรรมได้พยายามปรับเปลี่ยนและปฏิวัติการตลาดจากภาคทฤษฎีเป็นรูปธรรมเพื่อรักษาโอกาสแห่งความสำเร็จ แต่ในความเป็นจริงกลยุทธ์ที่ดีที่สุดกลับเป็นสิ่งที่ซับซ้อนหากไม่มีและยากจะสำเร็จได้ในเชิงปฏิบัติในการจัดการการตลาด และการบริหารการแข่งขันขององค์กร ในตลาดที่เปลี่ยนแปลงตลอดจนการบูรณาการกรอบทางความคิดของผู้นำที่จะต้องเปลี่ยนแปลงให้ทัน และผลักดันองค์การเข้าสู่การได้เปรียบทางการแข่งขันในศตวรรษที่ 21

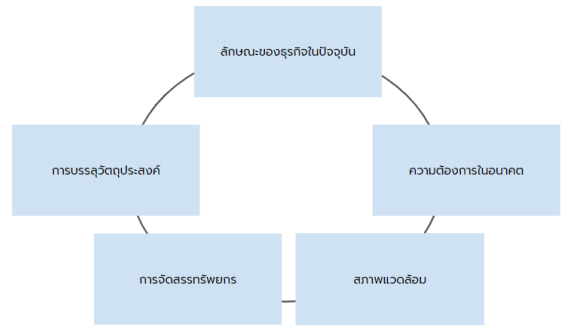
2.1 กลยุทธ์องค์การ

กลยุทธ์ คือ การกำหนดเป้าหมายและวิธีการเดินทางสู่เป้าหมาย ที่ผ่านการวิเคราะห์ภาพรวมทั้งภายในและภายนอก องค์กรประกอบและปัจจัยตัวแปรที่เกี่ยวข้องทั้งหมด การใช้ทฤษฎีต่างๆจะช่วยให้เห็นวางกลยุทธ์ เข้าใจภาพรวมของสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อให้เราสามารถกำหนดทิศทางที่จะเดินต่อไป ซึ่งก็คือการ

กำหนดกลยุทธ์นั่นเอง ซึ่งพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานปี พ. ศ. 2554 ให้คำจำกัดความว่า กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง การรบที่มีเล่ห์เหลี่ยมหรือวิธีการต่อสู้ที่ต้องใช้อุบายต่าง ๆ, เล่ห์เหลี่ยม การต่อสู้ ซึ่งเป็นความหมายที่เกี่ยวข้องกับการสงครามหรือการต่อสู้ที่ต้องใช้ความคิดและชั้นเชิง เนื่องจากศัพท์คำนี้เริ่มต้นและถูกนำไปใช้ในทางทหารโดยคำว่า Strategy มาจากรากศัพท์ภาษากรีกว่า Strategic ซึ่งมีความหมายว่าศาสตร์และศิลป์ในการบังคับบัญชากองทัพหรือความเป็นแม่ทัพ (Generalship) ทั้งนี้ ไมเคิล อี. พอร์เตอร์ (1985) กล่าวว่า กลยุทธ์องค์การคือ กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน เพราะกลยุทธ์ที่ชัดเจน และแม่นยำจะสร้างความแตกต่างในกลุ่มเป้าหมายที่กว้าง และกลยุทธ์มุ่งเน้นทุนต่ำแต่เน้นตลาดที่แคบ และกลยุทธ์เน้นความแตกต่างสำหรับกลุ่มลูกค้าเฉพาะ หนทางสำคัญในการสร้างสรรค์ และขอโตเปรีบยนั้น คือ กลยุทธ์การแข่งขัน กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน และกลยุทธ์การมุ่งเฉพาะด้าน (ชิตวันพัทธ์ วีระสัย, 2555) และการวิเคราะห์กลยุทธ์แบบใดที่จะสามารถสร้างผลการดำเนินการได้อย่างยั่งยืนในภาวะความเปลี่ยนแปลงของตลาดและความต้องการของผู้บริโภค (เอกก์ ภัทรธนกุล, 2019) ผู้นำแต่ละระดับจะรับผิดชอบหรือมีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเชิงกลยุทธ์แตกต่างกันอย่างไรก็ตาม กลยุทธ์ในแต่ละระดับจะต้องมีความสอดคล้องกันตามลำดับชั้นของกลยุทธ์ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์การบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ผู้บริหารระดับสูงจะกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์การที่เป็นภาพรวมขององค์การในอนาคต ซึ่งผู้บริหารระดับกลางจะนำเป้าหมายที่ผู้บริหารระดับสูงกำหนดไว้ไปจัดทำกลยุทธ์ระดับธุรกิจและผู้บริหารระดับต้นซึ่งเป็นหน่วยปฏิบัติระดับต้น จะกำหนดกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการของหน่วยงานตน เพื่อให้คล้องกับกลยุทธ์ในระดับที่เหนือขึ้นไป โดยกลยุทธ์จะเกี่ยวข้องตั้งแต่การปฏิบัติงานปกติรายวัน ไปจนถึงการวางแผนระยะยาวทางธุรกิจ กล

ยุทธ์ที่นำมาใช้ทั่วไปในองค์กรจะมีอยู่ 3 ระดับซึ่งจะต้องจัดการกับมันอย่างระมัดระวัง ให้แต่ละระดับทำงานส่งเสริมซึ่งกันและกันจนเกิดเป็นพลังร่วมขององค์กร ธุรกิจ จึงจะพบความสำเร็จอย่างที่ตั้งหวัง หากพิจารณาถึงกลยุทธ์ในเชิงธุรกิจ พบว่า กลยุทธ์องค์กรเป็นตัวกำหนดแบบแผนการดำเนินกิจการในระดับกว้างที่สุดจาก 3 ระดับตามหลักการจัดการเชิงกลยุทธ์ การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) หมายถึงการจัดการที่เน้นถึงความสำคัญของสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการจัดการภายในซึ่งต้องเตรียมแผนการดำเนินการให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปหรือตอบโต้ภาวะการแข่งขันได้อย่างรวดเร็วโดยมีการจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสม โดยที่การจัดการเชิงกลยุทธ์จะคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ลักษณะธุรกิจที่ดำเนินอยู่ (What business are you in?) ปัจจุบันธุรกิจกำลังทำอะไรอยู่ในอุตสาหกรรมใดและมีสถานะ โดยรวมอย่างไร
2. ลักษณะธุรกิจในอนาคต (Where do you want to go?) ความต้องการในอนาคตของธุรกิจโดยพิจารณาทั้งเป้าหมายระยะยาวและระยะกลาง ประกอบกับความเป็นไปได้ในการบรรลุเป้าหมายนั้น
3. สภาพแวดล้อม (Environment) สถานะและคุณสมบัติของสภาพแวดล้อมซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานการแข่งขันและการคงอยู่ของธุรกิจ
4. การจัดสรรทรัพยากร (Resources Allocation) ปกติทุกองค์กรต่างมีทรัพยากรในปริมาณที่จำกัดและแตกต่างกัน จึงต้องมี การกำหนดลำดับความจำเป็นและความสำคัญในการใช้งานเพื่อให้การใช้ทรัพยากรเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร
5. การปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ (Objective Achievement) การจัดการเชิงกลยุทธ์จะให้ความสำคัญกับเป้าหมายระดับต่างๆขององค์กร โดยเฉพาะการบรรลุวัตถุประสงค์สูงสุดขององค์กร ดังภาพที่ 3

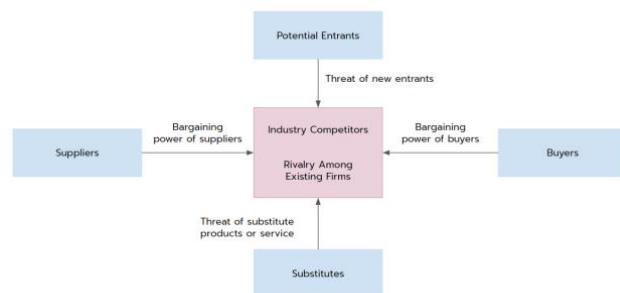


ภาพที่ 2 ปัจจัยที่นักกลยุทธ์ต้องคำนึงถึงการจัดการเชิงกลยุทธ์

ที่มา : การตลาดออนไลน์, 2560.

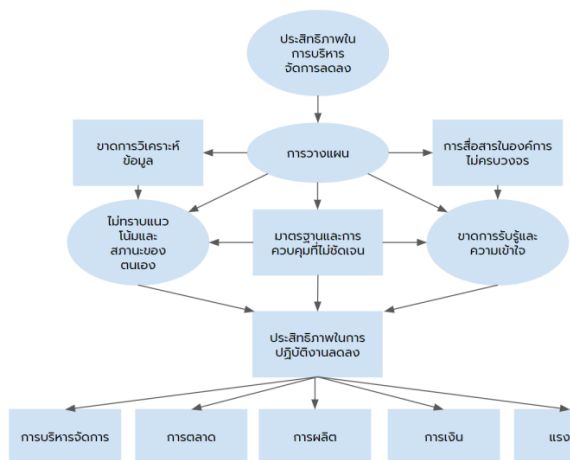
จากการศึกษาด้านกลยุทธ์ของ ไมเคิล อี. พอร์เตอร์ 1980 พบพลังกดดัน 5 ประการ (5 Forces) ในการ ที่ธุรกิจจะได้รับจากสิ่งแวดล้อม ได้แก่

1. สภาพการแข่งขันภายในตัวธุรกิจนั่นเอง (Competition in the industry)
2. สภาพการแข่งขันจากภายนอกธุรกิจ (Potential of new entrants into the industry)
3. สภาพแรงกดดันจากคู่แข่งทางอ้อมหรือสินค้าทดแทน (Power of suppliers)
4. อำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบให้กับธุรกิจ (Power of customers)
5. อำนาจต่อรองจากผู้ซื้อ (Threat of substitute products)



ภาพที่ 3 Forces Driving Industry Competition

ปัจจุบันการจัดการเชิงกลยุทธ์ได้ทวีความสำคัญต่อการดำรงอยู่และการเจริญเติบโตของธุรกิจ ซึ่งธุรกิจที่จะสามารถดำรงอยู่ได้ผู้บริหารต้องมีความสามารถในการทำความเข้าใจทำการปรับตัว และฉกฉวยโอกาสที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม ด้วยสภาวะการแข่งขันแห่งศตวรรษใหม่นี้ได้ส่งผลให้ผู้นำองค์กรต้องคิดใหม่ทำใหม่ (Rethinking) ด้วยการทบทวนกลยุทธ์ เพื่อนำพาให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้อย่างยั่งยืน การสร้างศักยภาพให้กับองค์กรยุคใหม่ การควบคุมเชิงกลยุทธ์จึงได้มีบทบาทสนับสนุนการสร้างความสำเร็จในการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียด ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 4 ปัญหาการบริหารระดับองค์กร
ที่มา: Thailand industry, 2020

ทฤษฎีของนักพัฒนากลยุทธ์ที่มีชื่อเสียงในการพัฒนากลยุทธ์ระดับองค์กร สมชาย ทัศนาศน์ วิวัฒน์ (2540) ในหนังสือเรื่อง กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจ ว่าการบริหารเชิงกลยุทธ์กลายเป็นหัวใจสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจสมัยใหม่ โดยเฉพาะธุรกิจไทยที่กำลังเผชิญการทำลายจากการแข่งขันที่ไร้พรมแดน ดังนั้นผู้บริหารที่จะประสบความสำเร็จในการแข่งขัน

สำหรับอนาคตไม่เพียงแต่จะต้องเป็นผู้จัดการที่ดี แต่จะต้องเป็นผู้นำเชิงกลยุทธ์ (Strategic Leader) ที่จะนำพาทิศทางการของตนไปสู่เป้าหมายอย่างราบรื่นและคงรักษาความสามารถในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้องค์ประกอบทุกส่วนขององค์การดำเนินงานอย่างส่งเสริมและสอดคล้องกัน ดังตัวอย่างองค์การที่เป็นผู้นำในธุรกิจระดับประเทศของไทย ได้แก่ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) หนึ่งในหัวใจหลักที่ช่วยให้ธุรกิจก้าวไปข้างหน้าได้ในโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา คือ การพัฒนาตนเองอยู่เสมอขององค์กร บริษัทเล็งเห็นความสำคัญดังกล่าว จึงสนับสนุนให้เกิดการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ครอบคลุมทุกด้านของการทำงานให้เกิดขึ้นตลอดเวลา (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และนวัตกรรม, 2561) ดังภาพที่ 5



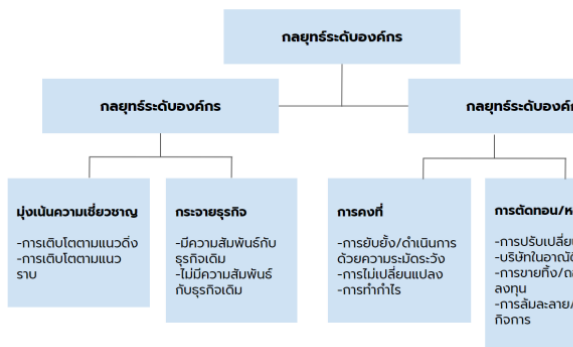
ภาพที่ 5 การจัดการความรู้และองค์ประกอบกรเรียนรู้ ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
ที่มา: สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม, 2561.

วิสัยทัศน์ขององค์การเป็นจุดมุ่งหมายร่วมกันจะสามารถจำแนกระดับกลยุทธ์ในองค์การได้ 3 ระดับคือ

1. กลยุทธ์ระดับองค์การ (Corporate strategy)
2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business strategy)

3. กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Functional strategy)

โดยกลยุทธ์ระดับกลุ่มองค์กร (Corporate-Level Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ครอบคลุมและบ่งบอกถึงกลยุทธ์โดยรวมและทิศทางในการแข่งขันของกลุ่มบริษัทที่องค์กรลงทุนและเข้าไปบริหารงาน กลุ่มบริษัทจะมีการพัฒนาไปสู่ทิศทางใด จะดำเนินงานอย่างไร และจะจัดสรรทรัพยากรไปยังแต่ละหน่วยขององค์กรอย่างไร เช่น การดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร การขยายตัวไปในธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกันเลย เป็นต้น ในการบริหารจัดการผู้บริหารจะต้องเลือกแนวทางใดแนวทางหนึ่งในการดำเนินงาน สุดใจ ดิลกพรศพนนท์ (2558) ให้นิยามกับกลยุทธ์ระดับองค์กรว่า หมายถึง แผนขององค์กรที่จัดทำขึ้นแล้วสามารถครอบคลุมขอบเขตการดำเนินงานทั้งหมดขององค์กร ซึ่งกลยุทธ์ระดับองค์กรจะบ่งบอกถึงทิศทางขององค์กรโดยครอบคลุมคำถามทั้ง 2 เรื่องสำคัญ ได้แก่ องค์กรจะมุ่งหน้าไปทางใด และ องค์กรจะจัดสรรทรัพยากรลงไปในหน่วยธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่อย่างไร จึงเกิดเป็นองค์ประกอบต่างๆ ในกลยุทธ์ระดับองค์กร ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 ส่วนประกอบของกลยุทธ์ระดับองค์กร

ที่มา : สุดใจ ดิลกพรศพนนท์, 2558.

ดังนั้นจากแนวความคิดที่ได้กล่าวมา ผู้ศึกษาสรุปได้ว่า หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารกลยุทธ์ระดับองค์กร หรือผู้บริหารระดับสูง เพื่อจะ

ควบคุมผลประโยชน์และการดำเนินงานขององค์กร ผู้บริหารระดับสูงจะมีหน้าที่และความรับผิดชอบที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ในระดับนี้คือ

1. กำหนดตลาดหรือธุรกิจที่องค์กรควรจะทำ
2. กำหนดแนวทางว่า ธุรกิจลักษณะใดที่องค์กรควรจะไปดำเนินการหรือต้องการที่จะดำเนินการ
3. ตัดสินใจในด้านการจัดสรรทรัพยากรให้กับธุรกิจต่างๆ
4. การสร้างและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร เพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขัน
5. การพัฒนาองค์กรเพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขัน

กลยุทธ์ที่ผ่านการคิด วิเคราะห์ประกอบกับทฤษฎีทางกลยุทธ์ที่เป็นรูปธรรมไม่เพียงแต่จะสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้กับองค์กร แต่จะกำหนดทิศทางของการค้าในสภาพความเปลี่ยนแปลงของการตลาดในระยะยาวได้ดีกว่า เหตุด้วยความมั่นคงของการดำเนินงานให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจและความเปลี่ยนแปลงจากภายนอก และที่สำคัญคือ การวางแผนระยะยาวที่จะสร้างความมั่นคง ต่อยอดจากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงให้สามารถจัดทำกลยุทธ์องค์กรเพื่อศักยภาพที่ยั่งยืนได้

2.2 ศักยภาพขององค์กร

การวัดผลของ ศักยภาพองค์กร สามารถวัดผลได้หลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการวัดผลจากความมั่นคงทางการเงิน มูลค่าขององค์กร การดำเนินงานในภาพรวมของตลาดที่แข่งขัน รางวัลจากคุณภาพสินค้า หรือแม้จากความนิยมของผู้บริโภค แต่ศักยภาพที่ทุกองค์กรจะต้องให้ความสำคัญเพื่อความสำเร็จในระยะยาวคือ การดำเนินงานที่ถูกต้อง สามารถบรรลุ

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ที่ได้ถูกวางไว้ ทั้งนี้การวัดผลในทุกช่วงระยะการดำเนินงาน ทำให้องค์กรสามารถประเมินศักยภาพของตนเองได้ การประเมินหรือการประเมินผล มีความหมายตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Evaluation หมายถึง กระบวนการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจดำเนินการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีความหมายเกี่ยวเนื่องกับคำอื่นๆ อีกหลายคำ เช่น การวิจัย (Research) การวัดผล (Measurement) การตรวจสอบรายงานผล (Appraisal) การควบคุมดูแล (Monitoring) การประมาณการ (Assessment) และการพิจารณาตัดสิน (Judgment) เป็นต้น คำดังกล่าวอาจสรุปเป็นความหมายหรือคำจำกัดความร่วมกันได้ว่าการประมาณค่าหรือการประมาณผลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน โดยอาศัยข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมด้วยวิธีการสอบถามทดสอบสังเกตและวิธีการอื่นแล้วทำการวิเคราะห์เพื่อตัดสินว่าการดำเนินงานนั้นมีคุณค่าหรือบรรลุวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานนั้นมากน้อยเพียงใด คำถามที่น่าคิดก็คือองค์กรที่ว่ากันว่ามีศักยภาพ มีอะไรเป็นตัวชี้วัดอย่าเป็นรูปธรรม นอกจากตัวชี้วัดทางทฤษฎีหรือรางวัลรับรองศักยภาพ โดยที่อาจยังไม่แน่ชัดว่าเป็นองค์กรที่มีศักยภาพ หรือองค์กรที่มีความสำเร็จในระยะสั้น ปัจจุบันมีนักคิดหลายท่านเสนอแนวคิดเกี่ยวกับระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรขึ้นมาอย่างมากและเป็นที่ยอมรับหลาย เช่น ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบสมดุลหรือ Balanced Scorecard (BSC) ระบบการประเมินผลแบบมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ หรือ Economic Value Added (EVA) ต่อมาได้มีการนำเสนอแนวคิดการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรในรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า Performance Prism โดยให้มีมุมมองที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ด้าน คือ

1. ด้านความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรเพื่อให้ทราบว่าใครเป็นผู้มี

ส่วนได้เสียขององค์กรและมีความต้องการอะไรจากองค์กร

2. ด้านกลยุทธ์เพื่อให้ทราบว่าองค์กรมีการใช้กลยุทธ์ใดที่จะตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร

3. ด้านกระบวนการเพื่อให้ทราบว่ากระบวนการใดที่มีความสำคัญที่องค์กรจำเป็นต้องดำเนินการ

4. ด้านความสามารถเพื่อให้ทราบว่าองค์กรมีความสามารถใดที่จะนำไปสู่ความเป็นเลิศในการดำเนินการและ

5. ด้านการให้ประโยชน์เพื่อให้ทราบว่าองค์กรต้องการประโยชน์อะไรจากผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรในการที่จะทำให้องค์กรรักษาและพัฒนาความสามารถขององค์กรได้ต่อไป (วชิรวีชร งามละม่อม, 2558) จากการศึกษาพบว่า การประเมินผลเพื่อให้ทราบถึง ศักยภาพขององค์กร มุ่งองค์ประกอบของการรวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ประกอบกับสถานะของการแข่งขัน ตลอดจนการประเมินดำเนินงานของผลงาน

2.3 ความได้เปรียบในการแข่งขัน

การพัฒนาองค์กรให้มีความก้าวหน้าให้เจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน จำเป็นต้องอาศัยทรัพยากรตามหลัก 4M อันได้แก่ เงิน (Money) วัสดุอุปกรณ์ (Material) วิธีการ และ บุคลากร (Man) แต่สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ การที่มีบุคลากรที่มีทักษะ ความสามารถ และ ศักยภาพ เนื่องจากเป็นผู้ใช้ทรัพยากรทั้งหลายที่มีในองค์กร สร้างสรรค์สินค้าและบริการให้เป็นเอกลักษณ์ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แปรเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลาให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ (วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล, 2560)

ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive advantage) คือ ความสามารถพิเศษขององค์กรที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ หรือคู่แข่งต้องใช้เวลาในการปรับตัวเองมาก่อนที่ลอกเลียนแบบได้ เช่น นวัตกรรม ระบบการจัดการ

ภายในองค์กร ระบบการบริหารองค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นต้น การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วย TQM (TQM as a competitive advantage) องค์กรต่างๆในปัจจุบัน นิยมใช้แนวความคิดการบริหารจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (total quality management : TQM) มาใช้ในการบริหารงาน อันเป็นความพยายามอย่างหนึ่งขององค์กรที่จะยกระดับตนเองให้แตกต่างหรือเหนือกว่าคู่แข่ง TQM เป็นการบริหารที่มุ่งเน้นด้านคุณภาพ และการปรับปรุงให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ตามที่ William Edwards Deming นักวิชาการผู้ผู้นำ TQM มาใช้อย่างเป็นรูปธรรมในทุกระดับ และได้รับการยอมรับในหลายประเทศ ถึงแม้ว่าเขาจะไม่เคยเรียกรวิธีการของเขาว่า TQM อย่างนักวิชาการท่านอื่น ๆ (Drummond, 1992) โดย Deming เสนอหลักการสำคัญหรือพันธะ (Obligations) ในการจัดการคุณภาพรวม 14 ข้อ ดังนี้

1. สร้างปณิธานที่มุ่งมั่นในการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือบริการ (Constancy of Purpose) โดยกำหนดแผนการดำเนินงานทั้งระยะสั้นระยะกลาง และระยะยาว ซึ่งจะพิสูจน์ความตั้งใจอดทน และไม่ย่อท้อต่อความล้มเหลว

2. ยอมรับปรัชญาการบริหารคุณภาพใหม่ ๆ (Adopt the New Philosophy) โดยผู้บริหารต้องสร้างวัฒนธรรมคุณภาพและการเรียนรู้อย่างไม่หยุดยั้งให้เกิดขึ้นกับสมาชิกทุกคนและในทุกระดับขององค์กร

3. ยุติการควบคุมคุณภาพโดยอาศัยการตรวจสอบ (Cease Dependence on Mass Inspection) ซึ่งไม่ได้เป็นการดำเนินงานในเชิงรุกที่ป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาด

4. ยุติการดำเนินธุรกิจโดยการตัดสินกันที่ราคาขายเพียงอย่างเดียว (End the Practice of Awarding) การทำสงครามราคา จะล้มเหลวในการดำเนินงานและไม่สามารถอยู่รอดได้ในระยะยาว

5. ปรับปรุงระบบการผลิตและระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continual Improvement) โดยใช้วงล้อ วงจรการบริหารงานคุณภาพ (PDCA) ได้แก่ คือ Plan (วางแผน), Do (ปฏิบัติ), Check (ตรวจสอบ) และ Act (การดำเนินการให้เหมาะสม)

6. ทำการฝึกอบรมทักษะ (Training for a Skill) ในการทำงานและการจัดการคุณภาพอย่างต่อเนื่อง 7. สร้างภาวะผู้นำให้เกิดขึ้น (Leadership) กับทุกคนในองค์กร

8. กำจัดความกลัว (Drive Out Fear) ส่งเสริมความกล้าถาม กล้าคิด กล้าตัดสินใจ กล้าปฏิบัติ และกล้ายอมรับในความผิดพลาด ในทุกระดับของธุรกิจ 9. ทำลายสิ่งกีดขวางความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ (Break Down Barriers) ส่งเสริมการประสานงาน และช่วยเหลือกันข้ามสายงาน เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหา และบรรลุเป้าหมายในการส่งมอบแก่ลูกค้า 10. ยกเลิกคำขวัญ คติพจน์ และเป้าหมายที่ ตั้ง ตามอำเภอใจ (Eliminate Slogans, Exhortations, Arbitrary Targets)

11. ยกเลิกการกำหนดจำนวนโควตาที่เป็นตัวเลข (Eliminate Numerical Quotas) ในการประเมินผลงานด้านปริมาณเพียงด้านเดียว จะต้องวัดคุณภาพอย่างชัดเจน โปร่งใส และตรวจสอบได้

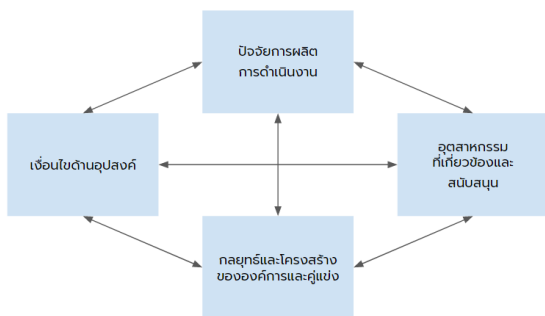
12. ยกเลิกสิ่งกีดขวางความภาคภูมิใจของพนักงาน (Remove Barriers to Pride of Workmanship) ซึ่งมีส่วนผลักดันให้เขาและองค์กรประสบความสำเร็จร่วมกัน

13. การศึกษาและการเจริญเติบโต (Education and Growth) เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเทคโนโลยีในการผลิต เทคโนโลยีสารสนเทศ และเทคนิคการบริหารงานสมัยใหม่ ตลอดจนให้ความสำคัญกับทุนมนุษย์ (Human Capital) ที่เป็นสินทรัพย์สำคัญที่สุดของทุกธุรกิจ

14. ลงมือปฏิบัติเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จในการเปลี่ยนแปลง (Take Action to Accomplish the Transformation) โดยผู้บริหารต้องเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ และผลักดันการดำเนินงานด้านคุณภาพ โดยเป็นผู้นำ ต้นแบบ และผู้สนับสนุนการดำเนินงานคุณภาพอย่างสมบูรณ์

ปรัชญาของ TQM (TQM philosophy) ชี้ให้เห็นว่า เมื่อคุณภาพของสินค้าและบริการ ได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้น ย่อมหมายถึงว่า ต้นทุนจะลดน้อยลง ความผิดพลาดตดน้อยลง เมื่อคุณภาพของสินค้าและบริการดีขึ้น จะช่วยให้สามารถปรับราคาสูงขึ้นได้นำไปสู่ความสามารถในการทำกำไร ระบบ TQM เป็นระบบที่มองภาพรวมทั้งองค์กร ระบบนี้ลูกค้าจะเป็นผู้กำหนดมาตรฐานหรือความต้องการ เป็นระบบที่ปรับปรุงการวางแผน การจัดการ และการทำความเข้าใจในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับแต่ละบุคคลในแต่ละระดับเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ ให้มีความยืดหยุ่นเพื่อที่จะสามารถแข่งขัน

การผลิตให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป็นกลยุทธ์หนึ่งในสร้างการได้เปรียบในการแข่งขันให้กับธุรกิจ พงศ์พนิช,2558 อ้างใน Michael E. Porterทฤษฎีระบบเพชร (Diamond Model) สามารถทำให้วิเคราะห์ได้ถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดการได้เปรียบในการแข่งขัน โดยจากแบบจำลอง มี 4 องค์ประกอบที่สำคัญ ดังเช่นกลไกในภาพที่ 7



ภาพที่ 7 Diamond Model

ที่มา : พงศ์พนิช,2558.

1. ปัจจัยการผลิต/การดำเนินงาน (Factor Condition) ปัจจัยการผลิตสามารถแบ่งลำดับขั้นได้เป็นปัจจัยการผลิตทั่วไปและปัจจัยการผลิตเฉพาะทาง โดยปัจจัยเฉพาะทางมักเป็นบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบในการแข่งขันขั้นสูงและก่อให้เกิดนวัตกรรมได้มากกว่าปัจจัยทั่วไป

2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) ผู้ผลิตที่เข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นปัจจัยในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน และส่งผลให้อุตสาหกรรมสามารถผลิตสินค้าที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่า หรือมีคุณภาพสูงกว่า

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) ความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมต่อเนื่องมีโอกาสที่จะมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น เนื่องจากสินค้าและวัตถุดิบในการผลิตจะทำให้เกิดการประดิษฐ์ใหม่ๆ รวมทั้งประโยชน์ต่อการสนองความต้องการของตลาด ดังนั้นต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องให้มีความเข้มแข็งและมีการร่วมมือกันอย่างใกล้ชิด

4. กลยุทธ์และโครงสร้างขององค์กรและคู่แข่ง (Strategy, Structure, and rivalry) กลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการแต่ละรายอันมีความสำคัญและส่งผลในเชิงบวกและเชิงลบต่อความสามารถในการแข่งขัน โดยกลยุทธ์และแนวทางของผู้ประกอบการขึ้นกับปัจจัยต่างๆในองค์การ เช่น ความต่อเนื่องของธุรกิจ และจุดมุ่งหมายขององค์กร สภาพการแข่งขันมีส่วนช่วยให้เกิดการพัฒนารูปแบบและคุณภาพสินค้า ลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

3. บทสรุป

ผู้นำเชิงนวัตกรรมจะต้องมีลักษณะของผู้นำที่สร้างกลไกทางกลยุทธ์ สร้างการได้เปรียบทางการแข่งขันจากภายในเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงจากสภาวะภายนอก ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันด้วยทางนวัตกรรมที่รุนแรงและยากที่จะแข่งขันกันด้วยรูปแบบของกลยุทธ์เดิม ประการที่สอง คือ ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมในเชิงทฤษฎี เป็นหลักในการพัฒนาความคิดด้านกลยุทธ์และศักยภาพขององค์กรซึ่งจะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้องค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม ตามหลักการของแนวความคิดการบริหารจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ทำให้เห็นว่าการจัดการคุณภาพโดยการเปลี่ยนแปลงแนวคิด ยอมรับปรัชญาการบริหารในด้านบุคคลากร การจัดการสินค้า การต่อสู้ด้านราคา และการเปลี่ยนแปลงแนวคิดทางจิตใจของคนในองค์กร โดยผู้นำที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงนั้น ส่งผลให้สามารถควบคุมผลประโยชน์และบุคลากรให้สัมฤทธิ์ผลสูงสุดในทุกด้านเพื่อขับเคลื่อนองค์กรในภาวะที่ประเทศกำลังก้าวเข้าสู่การเปลี่ยนผ่านเชิงเศรษฐกิจ ผู้นำเชิงนวัตกรรม คือ ผู้นำเชิงกลยุทธ์ (Strategic Leader) ที่เปลี่ยนผ่านตนเองจากผู้นำองค์การในแบบดั้งเดิมและการยึดติดกับกลยุทธ์เดิม สู่ความเป็นภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่มีความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence), ความสามารถทางด้านนวัตกรรมจัดการ (Management Innovation) และวัฒนธรรมนวัตกรรม (Innovation Culture) การศึกษานี้ นำมาถึงความเข้าใจถึงองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และบทบาทของพัฒนาการของผู้นำตามความสำคัญของนวัตกรรมที่สอดคล้องกับสภาวะการณ์ทั้งภายนอกและภายในของการบริหารจัดการ เพื่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมจะนำไปกำหนดแนวทางในการปรับปรุงผู้นำในองค์การของตน ตลอดจนสามารถแยกมุมมองในการคิดสร้างสรรค์ได้อย่างกลมกลืนและสร้างจุดแข็งในการแข่งขัน ดังนั้นการสร้างความรู้และ

การจัดการความรู้จะต่อนำมุมมองในด้านผู้ประกอบการ (The Entrepreneur Paradigm) ประกอบกับมุมมองด้านเศรษฐศาสตร์และเทคโนโลยี (The Technology และ มุมมองด้านกลยุทธ์ (The Strategic Paradigm) เพื่อก้าวสู่ความเป็นผู้นำเชิงนวัตกรรมที่นำพ่องค์การสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน

4. เอกสารอ้างอิง

- กำพล อติเรกสมบัติ. (2561). ส่งออกเดือนสิงหาคม
 ค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2562, จาก
<https://www.scbeic.com/th/detail/product/6293>
- เจริญ พานิช. (2555). ทักษะแห่งศตวรรษที่ 2.
 ค้นเมื่อ 30 เมษายน 2563, จาก
<http://prasong.esdc.go.th/home/thaksa-ni-stwrrs-thi-21>
- จรีวรรณ จันทลา. (2559). การเสริมสร้างภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการในธุรกิจแปรรูปอาหาร. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 9(1), 53 – 59.
- จักรกฤษณ์ สิริริน. (2560). ภาวะผู้นำพิสัยสมบูรณ์.
 ค้นเมื่อ 31 พฤษภาคม 2563, จาก
<http://thailug.wordpress.com>
- ชิตวันพัทธ์ วีระสัย. (2555). การหลีกเลี่ยงการไขกลยุทธการแข่งขันแบบครึ่งๆกลางๆ : ขอสันนิษฐานและขอโต้แย้ง. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 9(1), 111 – 126
- ชีรวีชร งามละม่อม. (2558). การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลบรรยาการองค์การ ความผูกพันต่อองค์การ และความพึงพอใจในงาน ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการบริษัทเอกชนในเขต

- กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พงศ์พนิช ศักดิ์รัตน์อัมพร. (2558). การศึกษา
ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออก
เครื่องคอมพิวเตอร์อุปกรณ์และ
ส่วนประกอบของประเทศไทยไปประเทศ
สหรัฐอเมริกา. การค้นคว้าอิสระ
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์.
- รัชพล เตชะพงศกิต. (2560). สถานการณ์ SME ธุรกิจ
การค้าปลีกออนไลน์เทรนด์ดาวรุ่งพุ่งแรงแห่ง
ปี 2562. ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือน
ภัยทางเศรษฐกิจ สำนักงานพัฒนาธุรกรรม
ทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). ค้นเมื่อ
7 ธันวาคม 2562, จาก
[https://www.sme.go.th/upload/mod_](https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download/20190312092426.pdf)
[download/download-](https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download/20190312092426.pdf)
[20190312092426.pdf](https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download/20190312092426.pdf)
- เรวัต ตันตยานนท์. (2558). ผู้ประกอบการธุรกิจ
นวัตกรรม. ค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2562, จาก
[https://www.bangkokbiznews.com/bl](https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/631298)
[og/detail/631298](https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/631298)
- วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล. (2560). การพัฒนาทุนมนุษย์
และความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อ
ความสำเร็จของธุรกิจเอกชน.
- เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2560).
Digital Transformation. กรุงเทพฯ :
กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม
แห่งชาติ. สมบัติ นามบุรี .(2562). นวัตกรรม
และการบริหารจัดการ. **วารสารวิจัยวิชาการ**
, 2(2), 121 – 133.
- สมชาย ภาคาสน์วิวัฒน์. (2540). **กลยุทธ์การแข่งขัน
ของธุรกิจ.** กรุงเทพฯ : มติชน.
- สุวิทย์ บั้งเงิน. (2560). นิเทศออนไลน์ทักษะในศตวรรษ
ที่ 21. ค้นเมื่อ 4 เมษายน 2563, จาก
<http://sv-sw.esdc.go.th/>
- สุดใจ ดิลกพรตนนท์. (2558). การจัดการเชิงกลยุทธ์.
(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : สามลดา.
สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี.
ค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2562, จาก
www.nesdb.go.th
- หัวเว่ย: การขึ้นบัญชีดำของสหรัฐฯ จะส่งผลกระทบต่อ
ผู้บริโภคหลายพันล้านคน การขึ้นบัญชีดำของ
สหรัฐฯ จะส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคหลาย
พันล้านคน. (2562). ค้นเมื่อ 1 ธันวาคม
2562, จาก
[https://www.bbc.com/thai/internation](https://www.bbc.com/thai/international-48443434)
[al-48443434](https://www.bbc.com/thai/international-48443434)
อะไรคือสิ่งจำเป็นของผู้นำเชิงนวัตกรรม.
(2562, มีนาคม
20-24). **ฐานเศรษฐกิจ**, หน้า 22.
- เอกก์ ภัทรธนกุล. (2562). รู้จัก “4 กีบดัก” การตลาด
ในปี 2019 และหนทางสร้างความสำเร็จด้วย
กลยุทธ์ “4.0”. ค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2562,
จาก
[https://www.brandbuffet.in.th/2018/1](https://www.brandbuffet.in.th/2018/12/brand-talk-4-marketing-traps-2019/)
[2/brand-talk-4-marketing-traps-2019/](https://www.brandbuffet.in.th/2018/12/brand-talk-4-marketing-traps-2019/)
- สงครามการค้า: จีนไวยสหรัฐฯ รังแกทางการค้า
หลังบังคับใช้กำแพงภาษีใหม่ต่อสินค้าจีน
6.5 ล้านล้านบาท. (2562, กันยายน).
ค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2562, จาก
[https://www.bbc.com/thai/internation](https://www.bbc.com/thai/international-45560578)
[al-45560578](https://www.bbc.com/thai/international-45560578)

- Agin, E., and Gibson, T. (2010). Developing innovative culture. Retrieved November, 28 2019, from www.bnet.com: http://findarticles.com/p/articles/mi-m4461/is_2010071a/n541162031
- Alsolami, H. A., Guan Cheng, K. T. and Ibn Twalh, A. A. M. (2016). **Revisiting Innovation Leadership**. *Scientific Research*, 5(2), 31- 38
- Anand, P. and Saraswati, A. K. (2014). Innovative Leadership: A Paradigm in Modern HR Practices. **Global Journal of Finance and Management**, 6(6), 497 – 502.
- Birkinshaw and Michael, J. M. (2006). How management innovation happens. **MIT Sloan Management Review**, 47(7), 81 -88.
- Burns, J. M. (1978). **Leadership**. New York : Harper & Row
- Carmeli, A., Gelbard, R., and Gefen, D. (2010). The importance of innovation leadership in cultivating strategic fit and enhancing firm performance. **The Leadership Quarterly**, 21(3), 339-349.
- Davies, M. and Buisine, S. (2018). Innovation Culture in Organizations. *Science*. **Technology and Innovation Culture**, 6 – 11.
- David, H. (2014). **Innovation Leadership How to use innovation to lead effectively**, work collaboratively, and drive results. Retrieved from <https://encc.eu/sites/default/files/2016-11/InnovationLeadership%20.pdf> Julia nDeming WE. (1986). *Out of the crisis*. Cambridge, MA: MIT Center for Advanced Engineering Study.
- Diederick, B. Swart. (2013). **The Development of an Innovation leadership Questionnaire Stellenbosch Universit**. Master of Commerce in the Faculty of Economic and Management Sciences, Stellenbosch University
- Drucker, P. (2014). **Innovation and entrepreneurship**. New York : Routledge.
- Goleman Daniel. (1995). **Emotional Intelligence**. New York: Random House USA. Minos Berhard. (2015). **National Internet of Things (IoT) Strategic Roadmap: A Summary**. **Ministry of Science, Technology and Innovation**. Malaysia : Minos Berhard.
- Oxford College of Marketing. (2016). *Digital Disruption: What Is It and How Does It Impact Businesses*. Retrieved December, 2 2019, from <https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2016/02/22/what-is-digital-disruption/>
- Pelser, T.G. (2014). Sustaining Industry Leadership Through Innovation Strategy Archetypes. **International Business & Economics Research Journal**, 13(4), 697.

Rahman Mohammad Anisur. (2012). Innovative Leadership (People). **The Jahangirnagar Journal of Business Studies**, 2(1), 37-51.

ภาคผนวก

บทความที่จะลงตีพิมพ์ในวารสาร

1. บทความที่เสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ใดมาก่อนและต้องไม่อยู่ระหว่างการเสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารฉบับอื่น
2. บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ จะต้องผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อย 2 ท่าน ก่อนการตีพิมพ์ โดยผลการพิจารณาจากกองบรรณาธิการถือเป็นการสิ้นสุด
3. ผู้เขียนต้องยินยอมปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์กำหนด และผู้เขียนต้องยินยอมให้กองบรรณาธิการแก้ไขความสมบูรณ์ของบทความได้ในขั้นสุดท้ายก่อนการตีพิมพ์เผยแพร่

การจัดเตรียมต้นฉบับ

1. บทความวิชาการ/บทความวิจัย มีความยาว 8-12 หน้ากระดาษ A4 (รวมตาราง รูปภาพ และเอกสารอ้างอิง) พิมพ์ด้วย Microsoft Word for Windows การตั้งหน้ากระดาษ เว้นระยะห่างจากขอบกระดาษด้านละ 1 นิ้ว
2. ใช้ตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK
 - 1.1 ชื่อบทความวิชาการ/บทความวิจัยภาษาไทย ใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวหนา ภาษาอังกฤษ ตัวอักษร 14 หนา
 - 1.2 ชื่อผู้เขียนและหัวข้อหลัก ใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวหนา
 - 1.3 สาขาวิชา คณะ มหาวิทยาลัย ใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวปกติ
 - 1.4 หัวข้อย่อย บทความย่อใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวหนา
 - 1.5 เนื้อเรื่อง ใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวปกติ

การเรียงลำดับเนื้อหา

1. ชื่อเรื่อง ควรกะทัดรัด มีทั้งชื่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ต้นฉบับภาษาไทยให้พิมพ์ชื่อเรื่องภาษาไทยก่อนแล้วตามด้วยภาษาอังกฤษ
2. ชื่อผู้เขียนและที่อยู่ ให้ระบุชื่อเต็ม-นามสกุลเต็ม ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ระบุตำแหน่งทางวิชาการ หน่วยงานหรือสถาบันที่สังกัด
3. บทความย่อ (Abstract) ให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ความยาวไม่เกิน 200 คำ
4. คำสำคัญ (Keyword) กำหนดคำสำคัญทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อย่างละไม่เกิน 5 คำ
5. เนื้อหา
 - 5.1 บทความวิชาการ ประกอบด้วย บทนำ เนื้อหา และบทสรุป
 - 5.2 บทความวิจัย ประกอบด้วย บทนำ วัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัย กรอบแนวคิดในการวิจัย(ถ้ามี) สมมติฐานการวิจัย(ถ้ามี) วิธีดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ และเอกสารอ้างอิง แบบ APA

ตัวอย่างการพิมพ์อ้างอิง และบรรณานุกรม

▶ หนังสือ

การพิมพ์อ้างอิง

(ชื่อผู้แต่ง./ปีพิมพ์.///หน้า.)

(รัตนไชย วาสุกี, 2557, หน้า 9-10.)

การพิมพ์บรรณานุกรม

ชื่อผู้แต่ง./ปีพิมพ์./ชื่อเรื่อง./ครั้งที่พิมพ์./เมืองที่พิมพ์./สำนักพิมพ์.

รัตนไชย วาสุกี. (2557). พระนครศรีอยุธยาในความทรงจำของข้าพเจ้า. พระนครศรีอยุธยา:

สถาบันอยุธยาศึกษา.

▶ สิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะเป็นการรวมบทความ

ผู้เขียนบทความ./ปีพิมพ์./ชื่อบทความ./ใน/ผู้แต่ง./ชื่อหนังสือ./หน้า./เมืองที่พิมพ์./สำนักพิมพ์.

ดวงจันทร์ อาภาวิชชุต์ม. (2547). อาการกบตัม (สูก). ใน มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และชัยชนะ ปิ่นเงิน (บก.).

นพิตีเสียงใหม่. (หน้า 90 – 91). เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

▶ รายงานการวิจัย / วิทยานิพนธ์

การพิมพ์บรรณานุกรมวิจัย

ชื่อผู้วิจัย./ปีพิมพ์./ชื่อวิจัย./รายงานผลการวิจัย./เมืองที่พิมพ์./สถาบัน.

ฉันทนา บรรณ และศิริโชติ หวันแก้ว. (2535). การศึกษาสถานภาพและนโยบายเกี่ยวกับเด็กและ

เยาวชนผู้ด้อยโอกาส : เด็กทำงาน (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยสังคม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การพิมพ์บรรณานุกรมวิทยานิพนธ์

ผู้แต่ง./ปีพิมพ์./ชื่อวิทยานิพนธ์./วิทยานิพนธ์ตามด้วยชื่อปริญญา/สาขาวิชา./สถาบัน.

จิราภรณ์ ปุญญวิจิตร. (2547). การศึกษาความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการในโรงเรียนที่จัดการเรียน

การสอนระบบนานาชาติระดับชั้นอนุบาลในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาตามความต้องการของ

ผู้ปกครอง. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏ

พระนครศรีอยุธยา.

▶ วารสาร

ผู้แต่ง./ปีพิมพ์./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./ปีที่(ฉบับที่)/หน้าที่อ้างอิง.

ประมูล สัจจพิเศษ. (2541). ปัญหาและแนวทางแก้ไขเศรษฐกิจไทย. สังคมศาสตร์ปริทัศน์, 19(2),

34 – 39.

▶ หนังสือพิมพ์

ผู้เขียน.// (ปีพิมพ์, //วัน/เดือน)// ชื่อข่าว, //ชื่อหนังสือพิมพ์, //หน้า.

อริชัย ตันกันยา. (2549, 25 เมษายน). ข้ามพรมแดนไทย – พม่า – จีน สำรวจเส้นทางสีเขียวเศรษฐกิจ
หาสู่ทางการค้าท่องเที่ยว, **มติชน**, หน้า 34.

▶ การสัมภาษณ์

การพิมพ์อ้างอิง

(ผู้ให้สัมภาษณ์, //ปี, //วัน/เดือน.)

(บุรพาทิศ พลอยสุวรรณ, 2552, 8 มิถุนายน.)

การพิมพ์บรรณานุกรม

ผู้ให้สัมภาษณ์.// (ปี, //วัน/เดือน)// ตำแหน่งผู้ให้สัมภาษณ์.//หน่วยงานของผู้ให้สัมภาษณ์.//สัมภาษณ์.

บุรพาทิศ พลอยสุวรรณ. (2552, 8 มิถุนายน). อธิการบดี. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
สัมภาษณ์.

▶ รายงานการประชุม

ผู้แต่ง.// (ปีที่ประชุม).//หัวข้อเรื่อง.//ใน/ชื่อเอกสารการประชุม.//ชื่อการประชุม.//สถานที่.//เมืองที่ประชุม.

วิจิตร ศรีสะอ้าน. (2541). ภาพรวมระบบการศึกษาไร้พรมแดน “แผน มทส”. ใน **เอกสารประมวลสาระ
หน่วยประสบการณ์ที่ 1**. การประชุมเชิงปฏิบัติการผลิตชุดสื่อประสมการศึกษาไร้พรมแดน.
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, นครราชสีมา.

▶ แหล่งข้อมูลออนไลน์

การพิมพ์อ้างอิง

(ชื่อผู้แต่ง, //ปีที่ผลิตหรือปีที่สืบค้น, //เว็บไซต์.)

(รัตนาไชย วาสุกี, 2550, เว็บไซต์.)

การพิมพ์บรรณานุกรม

¹ชื่อผู้แต่ง.// (ปีที่ผลิตหรือปีที่สืบค้น).//ชื่อเรื่อง.//ค้นเมื่อ/วัน/เดือน/ปี, //จาก/URL

²รัตนาไชย วาสุกี. (2550). **ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นย่านหัวแหลม**. ค้นเมื่อ 1 มกราคม 2557,
จาก www.ayutthayastudies.aru.ac.th/history.html

▶ ภาพนิ่ง ภาพถ่ายทางอากาศ แผนที่ และวีดิทัศน์

การพิมพ์อ้างอิง

(ชื่อเรื่อง, //ปีที่ผลิต, // [ชนิดของวัสดุ].)

(ตลาดหัวรอ, 2550, [แผนที่].)

(เทศกาลสงกรานต์กรุงเทพฯ พ.ศ.2555, 2555, [ภาพนิ่ง].)

การพิมพ์บรรณานุกรม

ชื่อเรื่อง.//[ปีที่ผลิต].//[ชนิดของวัสดุ].//สถานที่ผลิต:ผู้ผลิต

ตลาดหัวรอ. (2550). [แผนที่]. พระนครศรีอยุธยา: สถาบันอยุธยาศึกษา

เทศกาลสงกรานต์กรุงเก่า พ.ศ.2555. (2555). [ภาพนิ่ง]. พระนครศรีอยุธยา: รัตนไชย วาสุกกรี.

หมายเหตุ / หมายถึง ระยะเวลาบรรณ 1 ครั้ง

// หมายถึง ระยะเวลาบรรณ 2 ครั้ง