



วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์

Journal of Management Science Review

ปีที่ 23 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน 2564

ISSN 1513-1149

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

Faculty of Management Science Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

บทความวิจัย

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป แขวงเมืองวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง สุพามาศ อิมวัฒนา ศุภลักษณ์ ศรีวิไล พิษขลุ เนตรสว่าง อมรา ดอกไม้ และพรศิกา ธวัชพรงค์

การพัฒนาการจัดการสิ่งแวดล้อมของอุทยานกองเรือสงครามส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ สมปอง สุวรรณสุภา ศิริพร พังเพียร และณัชฌา สุภใส

การปฏิบัติการดับบปทาน้ำที่ทางปกครองในการจัดท้บริการสาธารณะของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่อำเภอเมืองหนองหาน จังหวัดปทุมธานี วสันต์ ปานสิงห์

การพัฒนากระบวนการสหทางการบัญชีเพื่อการบริหารจัดการและสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์ จังหวัดอุบลราชธานี ฤติมา มุ่งหมาย และวรรณุช กุฑูทา

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของหุ้นรวมตราสารทุนที่ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มยุห์ กัดเจริญ และสุกัญญา ยอดยิ่ง

อิทธิพลเชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อการรกรักษาพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลศูนย์ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข ภูเก็ต ปุณอุป

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ นวัตกรรมการส่งออก ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย ชลภกา ไรชิตคณิน และวรรณเทพ ศรีวิจิตร

กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้าของธุรกิจโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ในภาคกลางและภาคตะวันออกของประเทศไทย บุศบา อู่อรุณ ภัทรวล ฐิณี และปวีชา คำมาที

Choices of Non-Equity Mode Versus Equity Mode for Multinational Companies in Thailand. Percha Wararatchai, Wisawa Aunyawong, Tommanee Sooksai, Pornkiat Phakdeewongthep and Sittiporn Rodpangwan

แนวทางการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาคณะบัญชีในมุมมองของสำนักงานบัญชี กรณีศึกษา นักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา สุพรรณิศา สันป่าแก้ว และนันทิมา ปุณอุป

การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ อังอรวรรณ สุชาติ และอจกานา ไชยสมบัติ

กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชน ตำบลกระแจะ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กนกภรณ์ ไร่มรรคา อีรพงษ์ น้อยอนุช และพัชรภากรณ์ จันทร์พญา

อิทธิพลของความรู้คู่ธรรมในองค์กรและความไว้วางใจในองค์กรที่มีต่อความผูกพันในองค์กรขององค์การภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร พิมพ์รัตน์ วงศ์สุภาประกร และเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นัน

การศึกษาปัจจัยการให้บริการเพื่อพัฒนาคุณภาพสู่ความเป็นเลิศ กรณีศึกษา สำนักงนแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ ประภากร สิงห์ทอง และพัชกร ศรีสุข

การพัฒนาการปฏิบัติการจัดการป่าชุมชนตามพระราชบัญญัติป่าชุมชน : กรณีบ้านพรหมหลวง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย อธิษฐ ฐิสาระ

เศรษฐศาสตร์ด้วยพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทิเบศ ดันศิริ และพรนภา ศรีแก้ว

บทความวิชาการ

การปรับโครงสร้างวิสาหกิจชุมชนในสภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พิณมาลย์ อ่อนสำเภา

โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 (COVID-19) กับโอกาสในการปรับตัวทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทย กวีณาภ สายเพชร

การตลาดอัตโนมัติ : เครื่องมือสู่ความสำเร็จในธุรกิจสำหรับนักการตลาดยุคดิจิทัล ชนเดติ พิมพดกั และนันนที เอ็บอัม

ทฤษฎีการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในวัดเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจแบบก้าวหน้า และเจริญ บุญพัก สุวารี ศรีปญะ และหม่อมหม่อม เชิดโคดา

แนวคิดตัวชี้วัดแบบสมดุลกับปัจจัยสามารจัดการการแข่งขันของผู้ประกอบการในประเทศไทย บุญจมาล เปาะทอง



วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์

สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์

Journal of Management Science Review

Humanities and Social Sciences

ปีที่ 23 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2564

ISSN:1513-1149

เจ้าของ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

วัตถุประสงค์

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

นโยบายการจัดพิมพ์

วารสารเปิดรับบทความวิจัยเต็มรูปแบบ (Full paper) และบทความวิชาการ (Academic Article) จากภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย โดยบทความดังกล่าวจะต้องไม่เคยเผยแพร่ในวารสารอื่นใดมาก่อน และเป็นข้อคิดเห็นของผู้ส่งบทความเท่านั้น โดยบทความจะต้องผ่านการตรวจการลอกเลียนวรรณกรรมทางวิชาการไม่เกิน 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 บัญชี การเงิน การท่องเที่ยว ทรัพยากรมนุษย์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ และศาสตร์อื่นๆ ที่สัมพันธ์กับบริหารธุรกิจ

การนำส่งบทความ

บทความที่จะตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ จะต้องส่งบทความผ่านระบบออนไลน์ได้ที่เว็บไซต์ <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msaru> เพื่อลงตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ กรณีที่บทความได้รับการพิจารณาให้ตีพิมพ์บรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้นำเสนอตรวจสอบสถานะของบทความในการพิจารณาให้เผยแพร่ โดยมีรายละเอียดขั้นตอนดังนี้

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

กำหนดการส่งบทความออนไลน์	
1 ม.ค. – 28 ก.พ. 2564	ส่งบทความออนไลน์
1 - 15 มี.ค. 2564	บรรณาธิการกลับกรองบทความเบื้องต้น
1 - 15 มี.ค. 2564	รับบทความ (Received Date)
16 มี.ค. – 30 เม.ย. 2564	ส่งผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ
1 – 15 พ.ค. 2564	ส่งผู้ทรงคุณวุฒิตรวจรูปแบบบทความ/รูปแบบวารสาร
1 - 30 พ.ค. 2564	แก้ไขบทความตามผู้ทรงคุณวุฒิ (Revised Date)
1 - 15 มิ.ย. 2564	ตอบรับบทความ (Accepted Date)
15 - 30 มิ.ย. 2564	ตรวจคุณภาพความสมบูรณ์ของเล่มวารสารก่อนตีพิมพ์
15 – 30 มิ.ย. 2564	ตีพิมพ์เผยแพร่วารสาร

รูปแบบการพิมพ์บทความ

จัดบทความตามรูปแบบที่วารสารกำหนด ดาวน์โหลดได้ที่ <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msaru>

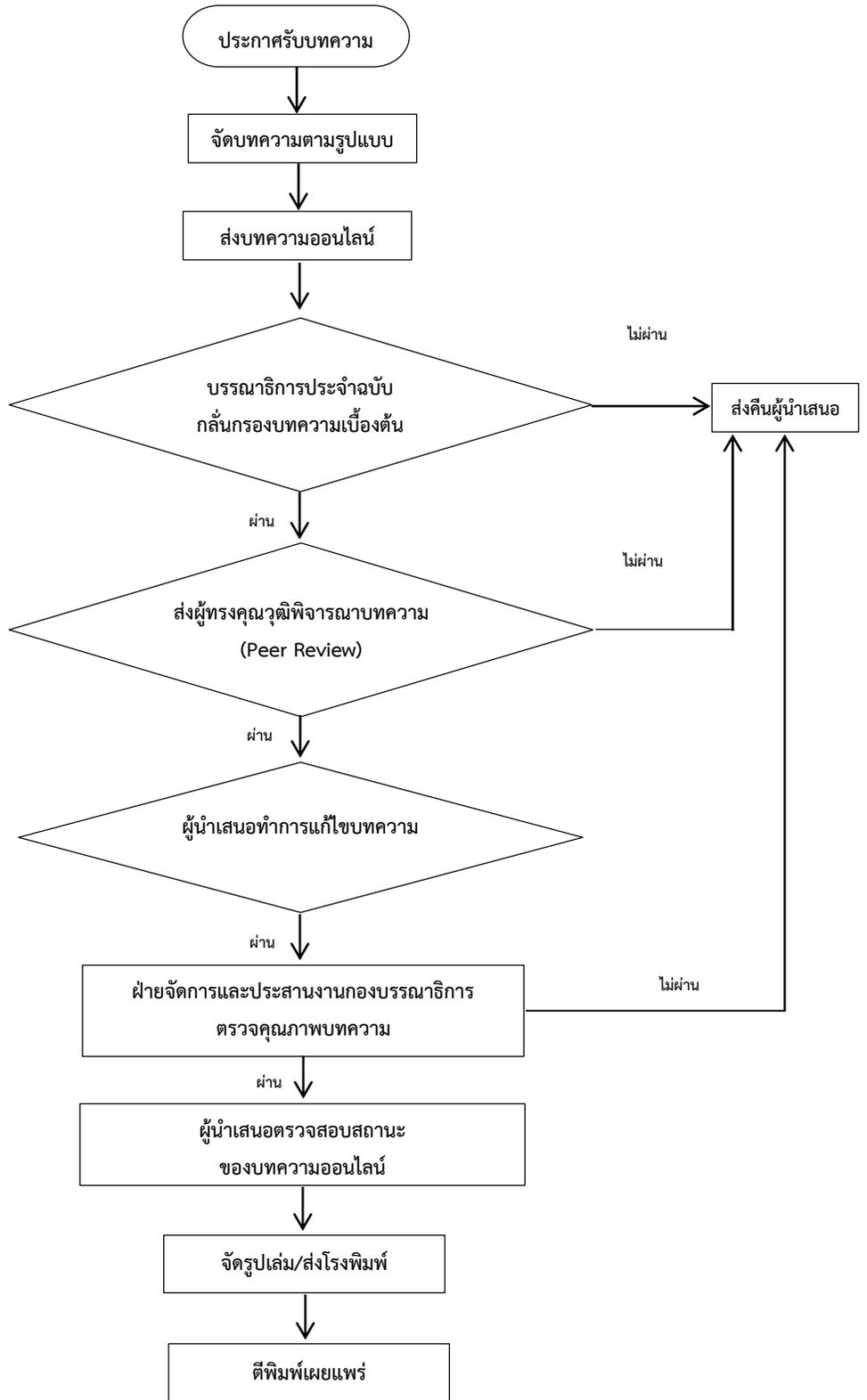
ที่อยู่วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์

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

พิมพ์ที่

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

ขั้นตอนการดำเนินงานวารสาร แสดงดังรูปข้างล่าง



ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย คณะวิทยาการจัดการ
รองคณบดีฝ่ายวางแผนและประกันคุณภาพ คณะวิทยาการจัดการ
รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ

กองบรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิ

ศาสตราจารย์ ดร.จำนงค์ อติวัฒน์สิทธิ์	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์	สถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนา
ศาสตราจารย์วัฒน์ จูฑะวิภาต	มหาวิทยาลัยรังสิต
ศาสตราจารย์เสนาะ ตีเยาว์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลวดี โรจน์ไพศาลกิจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล มีอำพล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันทร์ตะนี่	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.สุนันทา เลาहनันทน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
รองศาสตราจารย์ชนินทร์ ชุณหพันธ์รักษ์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทนา วัฒนกาญจนะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

บรรณาธิการประจำฉบับ

ดร. เมธรัตน์ จันทร์ตะนี่ (Journal Manager)

กองบรรณาธิการ

ดร.เมธรัตน์ จันทร์ตะนี่	บรรณาธิการกลุ่มกรองบทความ (Journal Editor)
อาจารย์สวิตา อยู่สุขชี	ดูแลระบบออนไลน์วารสาร (Section Editor)
นางสาววรรณิตา ทองส่งโสม	ผู้ประสานงานระบบวารสารออนไลน์ (Copy Editor)
นางสาวทิพย์พรรณ คล้ายสังข์	ออกแบบปกและประชาสัมพันธ์
อาจารย์วรภรณ์ สืบวงศ์สุวรรณ	ตรวจบทความย่อภาษาอังกฤษ
อาจารย์ศิริวิมล นกทรัพย์	ตรวจบทความย่อภาษาอังกฤษ
อาจารย์ทัศน์ สุทธิวงศ์	ตรวจรูปแบบการอ้างอิง

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ คณะวิทยาการจัดการ
ปีที่ 23 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน 2564

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (ภายใน)

- | | |
|---|----------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์จิตติมา อัครธิตินพงศ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.วันทนา เนาว์วัน | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อติศร ภู่อาระ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิชูกร นาคธน | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ พานสุวรรณ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรนันท์ สุระชาติ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธ์พสุตม์ สาธนูวัฒน์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุมนา พูลผล | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นาคยา เกตุสมบุญ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรกช เก็จพิรุฬห์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นันท์นที เอ็บอ้ม | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงรัตน์ โพธิ์เงิน | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทราพร จันตะนี | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 15. ดร.กิติมา ทามาลี | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 16. ดร.อารมณี เอี่ยมประเสริฐ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 17. ดร.แสงจิตต์ ไต้แสง | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (ภายนอก)

- | | |
|--|--------------------------------------|
| 1. ศาสตราจารย์ ดร.จ่านงค์ อติวัฒน์สิทธิ์ | มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| 2. ศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ | สถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนา |
| 3. ศาสตราจารย์วิวัฒน์ จุฑะวิภาต | มหาวิทยาลัยรังสิต |
| 4. ศาสตราจารย์เสนาะ ตีเยาว์ | มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.กุลวดี โรจน์ไพศาลกิจ | มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล มีอำพล | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันตะนี | มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| 8. รองศาสตราจารย์ ดร.สุนันทา เลาหนันท์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา |
| 9. รองศาสตราจารย์ ดร.พนิตสุภา ธรรมประมวล | มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี |
| 10. รองศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ตระกูลขุ่น | มหาวิทยาลัยรังสิต |
| 11. รองศาสตราจารย์ ดร.ดารณี พิมพ์ช่างทอง | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| 12. รองศาสตราจารย์ ดร.ปราณีต ม่วงนวล | มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา |

- | | |
|--|--|
| 13. รองศาสตราจารย์ ดร.วันทนี้อยู่ แส่นภักดี | ข้าราชการบำนาญ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 14. รองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา หล่อตระกูล | ข้าราชการบำนาญ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 15. รองศาสตราจารย์ธีรวัฒน์ ประกอบผล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| 16. รองศาสตราจารย์ชนินทร์ ชุณหพันธ์ุรักษ์ | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 17. รองศาสตราจารย์สุจิตรา จันทนา | มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 18. รองศาสตราจารย์สุพจน์ ขววิวรรธน์ | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 19. รองศาสตราจารย์รวงพร อิ่มผล | ข้าราชการบำนาญ
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา |
| 20. รองศาสตราจารย์ปราณี ต้นประยูร | ข้าราชการบำนาญ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทนา วัฒนกาญจนะ | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เทอดศักดิ์ ศรีสุพล | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิญญาพัชญ์ นาคภิบาล | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธาสนี ศิริโกคาภิรมย์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลวรา สุวรรณพิมล | มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต |
| 23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชิต พระพินิจ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย |
| 24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษกร วัฒนบุตร | มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ |
| 25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกียรติมา เดชอุดม | มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม |
| 26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกศกมล สุขเกษม | มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม |
| 27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ครรชิต มาระโกชน์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ |
| 28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (พิเศษ) ดร.ชนาธิป ชินะนาวิน | ผู้พิพากษาประจำศาลฎีกา |
| 29. ดร.วิจิต บุญสนอง | มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ |
| 30. ดร.ธงชัย สุรินทร์วรังกูร | มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา |
| 31. ดร.ปรียา ผาติชล | รองผู้อำนวยการสำนักงานบริหารและ
พัฒนาองค์ความรู้ |
| 32. ดร.ปรีชา วรารัตน์ไชย | วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา |
| 33. ดร.วรวิรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ |
| 34. ดร.ประเสริฐ ฉิมท้วม | มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม |
| 35. ดร.ปฐมพงศ์ ศุภเลิศ | อาจารย์พิเศษ |

36. ดร.ลวัฒน์กร มุกดาสนิท

37. ดร.สิริศิษฐ์ ชูรอด

38. ดร.วรรณวิวัฒน์ รัตนลัมภ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

กองกฎหมาย สำนักงานปลัดกระทรวง

กระทรวงศึกษาธิการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์นี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พัฒนาและเผยแพร่มาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลา 23 ปีแล้ว โดยวารสารได้รับการประเมินเป็นวารสารวิชาการระดับชาติที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 2 คณะจัดทำวารสารขึ้นปีละ 2 ฉบับ เพื่อใช้เป็นแหล่งเผยแพร่บทความวิจัย และบทความวิชาการที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์สาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ฉบับนี้เป็นปีที่ 23 ฉบับที่ 1 (เดือนมกราคม – มิถุนายน 2564) บทความที่นำเสนอในวารสารฉบับนี้ เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนหรือผู้วิจัย กองบรรณาธิการมีหน้าที่จัดพิมพ์และเผยแพร่เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการ วารสารฉบับนี้มีการนำเสนอบทความวิจัยและบทความวิชาการ ซึ่งประกอบด้วยบทความวิจัย จำนวน 15 เรื่อง บทความวิชาการจำนวน 6 เรื่อง ทั้งภายนอกและภายใน

กองบรรณาธิการขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความและทีมงานกองบรรณาธิการทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาให้คำแนะนำ ชี้แนะในการปรับปรุงแก้ไขบทความทางวิชาการให้ออกมาอย่างถูกต้องเป็นประโยชน์ต่อวงการวิชาการ และท้ายสุดขอขอบคุณเจ้าของผลงานทางวิชาการทุกท่านที่ทำให้วารสารฉบับนี้มีคุณค่าสามารถนำไปใช้อ้างอิงและใช้ประโยชน์ในวงการวิชาการได้

บรรณาธิการประจำฉบับ
วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์

สารบัญ

บทความวิจัย	หน้า
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป แขวงเมืองวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง <i>สุทามาศ ยี่มวัฒนา ศุภลักษณ์ ศรีวิไล พิเชษฐ เนตรสว่าง อมรา ดอกไม้ และทรรคิกา ธาณีนพวงศ์</i>	1
การพัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ <i>สมปอง สุวรรณภุมมา ศิริพร พึ่งเพชร และลักขณา สุกใส</i>	13
การปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะของบุคลากรในองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี <i>วสันต์ ปานสังข์</i>	29
พัฒนาระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการบริหารจัดการและสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี <i>ฤติมา มุ่งหมาย และวรนุช กุอุทา</i>	43
ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุนที่ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย <i>มรุต กลัดเจริญ และสุกัญญา ยอดยิ่ง</i>	57
อิทธิพลเชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อการธำรงรักษาพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลศูนย์ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข <i>ธัญนันท์ บุญอยู่</i>	67
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ นวัตกรรมการส่งออก ที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานส่งออกของ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย <i>ชลกนก โฆษิตตคณิน และวรวเทพ ตริวิจิตร</i>	81
กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้าของธุรกิจโรงแรมระดับ 4- 5 ดาว ในภาคกลางและ ภาคตะวันออกของประเทศไทย <i>บุษบา อู่อรุณ ภัทรพล ชุ่มมี และปรีชา คำมาดี</i>	91
Choices of Non-Equity Mode Versus Equity Mode for Multinational Companies in Thailand. <i>Preecha Wararatchai, Wissawa Aunyawong, Tommanee Sooksai, Pornkiat Phakdeewongthep and Sittiporn Rodpangwan</i>	101
แนวทางการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาคณะบัญชีในมุมมองของสำนักงานบัญชี กรณีศึกษา นักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี <i>สุพรรณิกา สันป่าแก้ว และนิกร์นิภา บุญช่วย</i>	113

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย	หน้า
การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ <i>อัจฉราวรรณ สุขเกิด และอาภา ไสยสมบัติ</i>	125
กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชน ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา <i>กานต์มณี ไวยครุฑ ธีรพงษ์ น้อยบุญญะ และพัชราภรณ์ จันทรมาภ</i>	137
อิทธิพลของความยุติธรรมในองค์กร และความไว้วางใจในองค์กร ที่มีต่อความผูกพันในองค์กร ขององค์การภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร <i>พิมพ์รัตน์ วงศ์ภูษาประกร และเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน</i>	147
การศึกษาปัจจัยการให้บริการเพื่อพัฒนาคุณภาพสู่ความเป็นเลิศ กรณีศึกษา สำนักงานแรงงาน จังหวัดนครสวรรค์ <i>ประภาพร สิ่งทอง และทัศภร ศรีสุข</i>	159
การพัฒนารูปแบบการจัดการป่าชุมชนตามพระราชบัญญัติป่าชุมชน :กรณีบ้านร่มฟ้าหลวง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย <i>อดิศร ภู่อาระ</i>	173
เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา <i>พิเนต ต้นศิริ และพรนภา ศรีแก้ว</i>	185

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิชาการ

การปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนในสภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 <i>พัฒนภรณ์ อ่อนสำลี</i>	195
โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 (COVID-19) กับโอกาสในการปรับตัวทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรม โรงแรมของประเทศไทย <i>กวิณภาพ สายเพชร</i>	207
การตลาดอัตโนมัติ : เครื่องมือสู่ความสำเร็จในธุรกิจสำหรับนักการตลาดยุคดิจิทัล <i>ชเนตตี พุ่มพฤษ และนันท์นธิ์ เอิบอิม</i>	221
พุทธวิธีการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในวัดเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจแบบองค์รวม <i>พระเจริญ บุญทศ สุวารีย์ ศรีบุญนะ และผมมทอม เขิดโกดา</i>	231
แนวคิดตัวชี้วัดแบบสมดุลกับปัจจัยความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการในประเทศไทย <i>เบญจมาล เปาะทอง</i>	243

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป แขวงเมืองวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง
The Development of Packaging and Branding Design for Processed Banana Products
from Mueang Wiset ChaiChan, AngThong Province

สุทามาต ยิ้มวัฒนา (Sutamard Yimwattana)¹

ศุภลักษณ์ ศรีวิลัย (Suphalak Sriwilai)²

พิเชษฐ เนตรสว่าง (Phichet Netsawang)³

อมรา ดอกไม้ (Ammara Dokmai)⁴

พรรศิกา ธาเนนพวงศ์ (Thatsika Thaneenoppawong)⁵

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า กล้วยแปรรูปจากเอกลักษณ์ท้องถิ่น แขวงเมืองวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่ผู้บริโภคมีต่อบรรจุภัณฑ์กล้วยแปรรูป แขวงเมืองวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง โดยคณะผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลภาคสนามที่เกี่ยวข้อง ทั้งประวัติความเป็นมา และการก่อตั้งกลุ่มอนุรักษ์สมุนไพรไทยและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรแขวงเมืองวิเศษชัยชาญ และทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทางกลุ่มผลิตขึ้นรวมถึงตราสินค้าที่สื่อถึงท้องถิ่น จนได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีที่สุด และประเมินความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่ออกแบบ ใช้กลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคสินค้ากล้วยแปรรูปของทางกลุ่มจำนวน 400 คน โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69 อายุระหว่าง 20-30ปี คิดเป็นร้อยละ 67 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 88 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ค่าขาย คิดเป็นร้อยละ 43 มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44 ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคสินค้าที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่พัฒนาขึ้นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{X} = 4.58) รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (\bar{X} = 4.50) ด้านผลิตภัณฑ์และการบรรจุ (\bar{X} = 4.47) และด้านราคา ตามลำดับ

คำสำคัญ : พัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า กล้วยแปรรูป ความพึงพอใจ

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

² สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail : Suphalak@aru.ac.th

³ สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail : npichet@aru.ac.th

⁴ สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail : ammara.d@aru.ac.th

⁵ สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail : thatsika@aru.ac.th

Abstract

This research aimed to 1) develop processed banana package and logo from local identity of Wiset Chai Chan District, Ang Thong Province and 2) investigate customers' satisfaction toward the processed banana package in Wiset Chai Chan District, Ang Thong Province. The researchers got a field trip to retrieve information about the history, background, and the foundation of Thai herb conservation and processed agricultural products group in Wiset Chai Chan District, Ang Thong Province. The package and logo were designed according the results from the field trip to reflect local identity. Customers' satisfaction was investigated by using questionnaire. The subjects were 400 customers who visited the processed banana group and were selected by using convenience sampling method. Data were analyzed by using statistical analyses consisting of percentage, mean, and standard deviation.

The results showed that most of the informants were female (69%), aging 20 – 30 years old (67%), having bachelor degree (88%), working as business owner/seller (43%), and having income for 20,001-30,000 baht per month (44%). Overall customers' satisfaction toward the processed banana package and logo was in the highest satisfaction level ($\bar{X} = 4.49$). Considering each aspect, the most satisfied aspects were channel of distribution ($\bar{X} = 4.58$), marketing promotion ($\bar{X} = 4.50$), and product and package ($\bar{X} = 4.47$), respectively.

Keyword: development of Packaging and Branding Design, processed banana, satisfaction

วันที่รับบทความ : 10 มิถุนายน 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 13 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา มีการดำเนินการกิจหลักที่สำคัญตามยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นตามพระราชโบายระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560 - 2579) ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาท้องถิ่น ยุทธศาสตร์ที่ 2 การผลิตและพัฒนาครู ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับคุณภาพ การศึกษา การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม และยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนา

ระบบบริหารจัดการ โดยน้อมนำหลักการทรงงานแนวคิด ทฤษฎีใหม่ และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงใน พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช พระรา โขบายสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร เป็นหลักในการปฏิบัติงาน

ในการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยามีพื้นที่ รับผิดชอบ 2 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัด พระนครศรีอยุธยา และจังหวัดอ่างทอง แต่ละชุมชนมี

ผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า OTOP ที่ต้องการจะพัฒนาและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน

จากการลงพื้นที่ ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น พบว่า ณ ปัจจุบันมีกลุ่มอนุรักษ์สมุนไพรไทยและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรแขวงเมืองวิเศษชัยชาญ ซึ่งมีผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปจากภูมิปัญญาท้องถิ่น มีเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ หากคนทำได้ยาก เริ่มหายไปจากสังคมไทย มีแต่คนเฒ่า คนแก่ ที่มีองค์ความรู้ และไม่มีการสืบทอดให้ลูกหลาน ซึ่งอนาคตภูมิปัญญานี้จะหายไปตามกาลเวลา เพื่อเป็นการสืบทอดองค์ความรู้ การทำผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงรัชกาลที่ 9 และเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน เพิ่มพัฒนาขีดความสามารถให้กับผู้ประกอบการในท้องถิ่น และพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าชุมชนในพื้นที่เป้าหมายให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

คณะผู้วิจัยจึงตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อให้ประชาชนในชุมชนท้องถิ่น มีอาชีพ และรายได้ อย่างยั่งยืน จึงทำการศึกษาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป แขวงเมืองวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคและสามารถจัดจำหน่ายนำรายได้กลับสู่ท้องถิ่น เป็นความภาคภูมิใจในสินค้าจากท้องถิ่นจังหวัดอ่างทอง

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้ากล้วยแปรรูปจากเอกลักษณ์ท้องถิ่น แขวงเมืองวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง

1.2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่ผู้บริโภคมีต่อบรรจุภัณฑ์กล้วยแปรรูป แขวงเมืองวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง

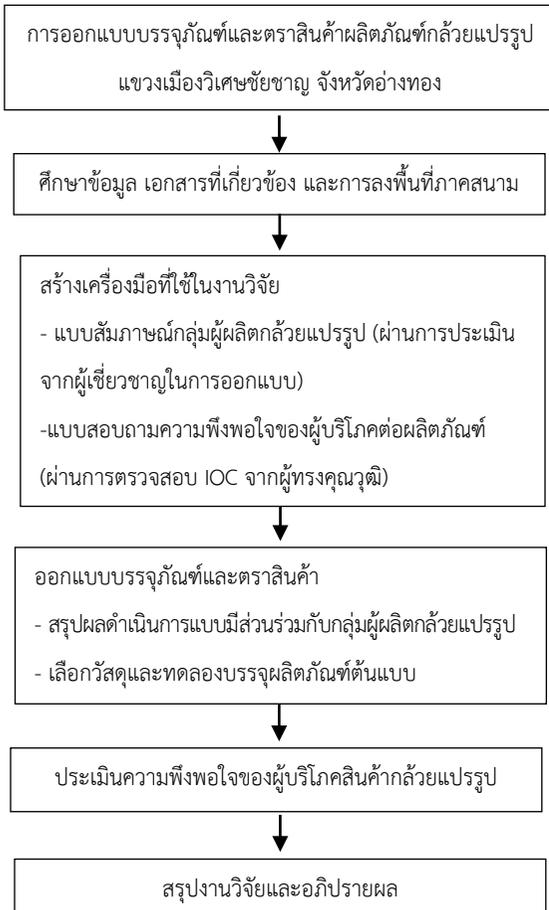
1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ กลุ่มอนุรักษ์สมุนไพรไทยและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรแขวงเมืองวิเศษชัยชาญ บ้านตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ ซึ่งมีผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปจากภูมิปัญญาท้องถิ่น มีเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่จังหวัดอ่างทอง

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลในขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้ากลุ่มอนุรักษ์สมุนไพรไทยและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรแขวงเมืองวิเศษชัยชาญ การเก็บรวบรวมข้อมูล มีการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งภาคเอกสารและภาคสนาม โดยการเก็บข้อมูลในขั้นตอนนี้จะใช้เครื่องมือในการวิจัยได้แก่แบบสัมภาษณ์ ซึ่งจะได้ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มอนุรักษ์สมุนไพรไทยและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรแขวงเมืองวิเศษชัยชาญ และแบบสอบถามเพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่พัฒนาขึ้น

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 – 30 กันยายน 2563

1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนการดำเนินการวิจัยทั้งกระบวนการ

2. แนวคิดทฤษฎี

ผลิตภัณฑ์เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ จำเป็นต้องมีการพัฒนาปรับปรุงตามความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของยุคสมัยอยู่เสมอ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้ากล้วยแปรรูปเป็นอีกหนึ่งเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความได้เปรียบกับคู่แข่งในท้องตลาด

2.1 องค์ประกอบของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าชุมชนจากเอกลักษณ์ท้องถิ่นนั้นประกอบด้วย

1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ที่เกิดจากการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานของสินค้าชุมชน (มผช) ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่ใช้ในการวัดคุณภาพของสินค้าให้อยู่ในระดับเดียวกันที่ได้มาตรฐาน สามารถออกจำหน่ายสู่ท้องตลาด (มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน, 2564, เว็บไซต์)

2. ลักษณะทางกายภาพของสินค้า ลักษณะภายนอกที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้จากประสาทสัมผัสและเกิดความพึงพอใจเลือกซื้อ

3. ราคา ความเหมาะสมต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มอบให้แก่ผู้ขาย ยอมรับได้เมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้รับ

4. ตราสินค้า สิ่งที่สร้างความน่าเชื่อถือและจดจำได้ โดยเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม แสดงถึงเอกลักษณ์ที่มีความสำคัญของกลุ่มผู้ผลิต

5. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ กระบวนการในการออกแบบภาชนะหรือสิ่งที่ใช้ในการห่อหุ้มสินค้า

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าองค์ประกอบของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สมบูรณ์นั้น จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาตั้งแต่ภายในผลิตภัณฑ์ถึงภายนอกผลิตภัณฑ์

2.2 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งธุรกิจผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค คอตเลอร์และอามสตรองค์ (Kotler and Armstrong, 2014) ส่วนประสมการตลาด ประกอบไปด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอขายให้แก่ผู้บริโภคในรูปแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยผลิตภัณฑ์นั้นสามารถเป็นได้ทั้งรูปแบบที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ ดังนั้นผลิตภัณฑ์จึงครอบคลุมทั้งการขายผลิตภัณฑ์ บริการ โดยที่ตัวผลิตภัณฑ์นั้น จะต้องมีความสามารถในการรับรู้ของผู้บริโภคจึงจะสามารถขายได้ 2) ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา หรือ

เป็นมูลค่าที่ยอมรับในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งในกระบวนการตัดสินใจซื้อนั้น ผู้บริโภคจะมีการเปรียบเทียบราคากับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในใจของผู้บริโภค และผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์ก็ต่อเมื่อคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ดังกล่าวสูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง สถานที่ และกระบวนการในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญกับกระบวนการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจต่อตราผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือความคิดหรือต่อบุคคล โดยใช้การจูงใจให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภค

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าส่วนประสมทางการตลาดเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าเพื่อสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์สามารถพัฒนาให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยจะใช้เครื่องมือ 2 ชนิดได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ศึกษาจากข้อมูลเอกสาร (documentary research) เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ บทความทางวิชาการ รายงานการศึกษาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งคณะผู้วิจัยได้ศึกษาแหล่งข้อมูลจากวรรณกรรมและวารสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.2 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participant observation) โดยคณะผู้วิจัยเข้าไปเป็นหนึ่งในจำนวนผู้ให้การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้าโดยการเข้าไปมีส่วนร่วมนี้ จึงเป็นลักษณะการเข้าไปมีส่วนร่วมโดยสมบูรณ์

(complete participant) โดยการสังเกต วิเคราะห์ปัญหาสรุปปัญหา หาแนวทาง เทคนิค วิธีการในการแก้ไขปัญหา วิเคราะห์ผล สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ และแนวทางการพัฒนาให้เกิดบรรจุภัณฑ์ที่

มีคุณภาพและเหมาะสม โดยวิธีการ

- เก็บข้อมูลจัดเวทีสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตกล้วยแปรรูป
- สรุปผลการสัมภาษณ์ถอดองค์ความรู้เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าความเป็นท้องถิ่นของกลุ่มผู้ผลิตกล้วยแปรรูปโดยประเด็นที่นำมาสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นแบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง ประกอบด้วยหัวข้อดังนี้

1. ตราสินค้าบรรจุภัณฑ์
2. ลักษณะตัวหนังสือ
3. ขนาดของบรรจุภัณฑ์
4. รูปทรงบรรจุภัณฑ์
5. วัสดุบรรจุภัณฑ์
6. สีที่ใช้
7. รูปภาพประกอบ
8. รายละเอียดของสินค้า
9. ความสะอาดและการเก็บรักษา

- สรุปและแก้ไขแบบสัมภาษณ์บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่เหมาะสม กับผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป

3.3 การนำแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่ได้มาประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง ที่ทดลองบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าต้นแบบจำนวน 1000 ชิ้น

3.4 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของประชากร คณะผู้วิจัยจึงคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้สูตรของ คอชแรน (W.G. Cochran, 1977)

โดยมีสูตรดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

โดย n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

P= สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่มเท่ากับ 50%

Z= ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ที่ระดับ

ความมั่นใจ 95% (0.05) ค่า Z มีค่าเท่ากับ 1.96
 $d =$ สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น
 ได้ (0.05)

กลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ คือ 385 คน ที่ระดับ
 ความคลาดเคลื่อน 0.05 และสัดส่วนของประชากรที่
 ผู้วิจัยกำหนดสุ่มคือร้อยละ 50 แต่ผู้วิจัยทำการเก็บ
 ตัวอย่างจำนวน 400 ชุด

4. สรุปผลการวิจัย

4.1 จากการศึกษางานเอกสาร งานวิจัยที่ เกี่ยวข้อง และการจัดเวทีสัมมนา

กลุ่มผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป แขวงเมืองวิเศษชัยชาญ
 จังหวัดอ่างทอง ซึ่งมีสมาชิกกลุ่มทั้งหมด 18 คน พบว่า
 ภายในชุมชนตลาดใหม่ปลูกกล้วยน้ำว่าพันธุ์มะลิอ่อนอยู่
 เป็นจำนวนมาก และกลุ่มได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของ
 การแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วย นำมาตาก 3 แดดในโดม
 พาราโบลาขององค์การบริหารส่วนตำบลตลาดใหม่
 อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง ซึ่งมีความสะอาด
 และถูกสุขลักษณะ จนกล้วยมีความเหลืองสวยงามรสชาติ
 หวานเหมือนเคลือบด้วยน้ำผึ้ง ซึ่งเป็นลักษณะพิเศษของ
 กล้วยน้ำว่าสายพันธุ์มะลิอ่อน จากการสัมภาษณ์สมาชิก
 ในกลุ่ม คณะผู้วิจัยจึงนำเรื่องราวของกระบวนการผลิต
 กล้วยแปรรูปของทางกลุ่มมาถ่ายทอดลงบรรจุภัณฑ์เพื่อ
 สื่อสารความเป็นท้องถิ่น ถึงกระบวนการผลิตและ
 เอกลักษณ์ของชุมชนตลาดใหม่ จากเดิมทางกลุ่มผู้ผลิต
 กล้วยตากไม่มีบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าเป็นของตนเอง



ภาพที่ 2 บรรจุภัณฑ์กล้วยแปรรูปก่อนการพัฒนา

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่ม

ผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป คณะผู้วิจัยสามารถสรุป
 แนวทางออกแบบได้ดังนี้

4.2.1 ตราสินค้าบรรจุภัณฑ์

การออกแบบตราสินค้าใช้แนวคิดในเรื่องความเป็น
 เอกลักษณ์ท้องถิ่น ได้คัดเลือกชื่อสินค้ากล้วยแปรรูป
 ว่า “บานาน่า ตลาดใหม่”



ภาพที่ 3 การออกแบบตราสินค้า

การแสดงผลของกลุ่มอนุรักษ์สมุนไพรไทยและแปรรูป
 ผลิตทางการเกษตรแขวงเมืองวิเศษชัยชาญ
 บ้านตลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ ต้องการสื่อถึงรอยยิ้ม
 และความจริงใจ จึงมีการออกแบบตัดทอนรูปทรงกล้วย
 เป็นลักษณะเหมือนรอยยิ้มประกอบกับ การผลิตกล้วย
 แปรรูปด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ จึงเป็นที่มาของการ
 พัฒนาตราสินค้าเป็นการจัดเรียงรูปกล้วยเป็นวงกลมตาม
 รูปดวงอาทิตย์ และนำไปรวมกับชื่อที่ได้คัดเลือกจากทาง
 กลุ่มได้เป็นตราสินค้ากล้วยแปรรูปที่สมบูรณ์



ภาพที่ 4 ตราสินค้าผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป

4.2.2 ลักษณะตัวหนังสือ

ลักษณะตัวหนังสือที่ใช้เป็นตัวอักษรสีน้ำตาลเพื่อ
 ช่วยสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นและเข้ากันได้กับทุกสี
 เชื่อมโยงกับธรรมชาติ สื่อถึงความพิถีพิถัน

4.2.3 ขนาดของบรรจุภัณฑ์

ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีลักษณะสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาดกว้าง 12 เซนติเมตร ยาว 17.5 เซนติเมตร สูง 4 เซนติเมตร เพื่อให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ภายในเมื่อถูกบรรจุ

4.2.4 รูปทรงบรรจุภัณฑ์

รูปทรงบรรจุภัณฑ์ลักษณะสี่เหลี่ยมผืนผ้าทรงเตี้ย เพื่อให้ง่ายต่อการจัดวางและซ้อนทับ สะดวกต่อการบรรจุลงบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง และจัดเรียงเพื่อการจำหน่าย

4.2.5 วัสดุบรรจุภัณฑ์

วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยตากจะมี 2 ลักษณะคือ กล่องพลาสติกแบบ PPE และกล่องกระดาษมันแบบสวม มีน้ำหนักเบาและสะดวกต่อการประกอบขึ้นรูปด้วยสมาชิกของกลุ่มอนุรักษ์สมุนไพรรไทยและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรแขวงเมืองวิเศษชัยชาญ บ้านตลาดใหม่ อำเภวิเศษชัยชาญ

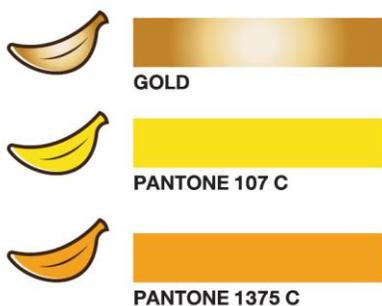
4.2.6 สีที่ใช้

การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์หลัก ทั้งหมด 3 สี ดังนี้

- สีทอง บ่งบอกถึงคุณค่า รสนิยม และความเจริญรุ่งเรือง

- สีเหลือง พลังของสีเหลือง เป็นสีที่ช่วยในเรื่องของการกระตุ้นการสมอง และความจำ ทั้งนี้ยังเป็นสีของผลิตภัณฑ์หลัก

- สีส้ม เป็นสีที่ช่วยกระตุ้นพลังงานและความสดชื่น ช่วยในการเจริญอาหาร



ภาพที่ 5 การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์

4.2.7 รูปภาพประกอบ

จากข้อมูลการสัมภาษณ์กลุ่ม คณะผู้วิจัยเลือกใช้รูปแบบประกอบด้านหน้าบรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงกระบวนการผลิตและแปรรูปกล้วยภายในโดมพาราโบล่า

1) นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มและกระบวนการทำกล้วยแปรรูป ถ่ายทอดออกปรากฏด้านหน้าบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 6 ภาพประกอบด้านหน้าบรรจุภัณฑ์

2) เรื่องราวความเป็นมาของการผลิตกล้วยแปรรูปสอดแทรกด้านหลังบรรจุภัณฑ์ พร้อมน้ำหนักบรรจุเพื่อสร้างความเข้าใจและคุณค่าแก่ผู้บริโภค



ภาพที่ 7 ภาพแสดงรายละเอียดเรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปของท้องถิ่น และน้ำหนักสุทธิ

3) ด้านข้างฝั่งแรกของบรรจุภัณฑ์แสดงรายละเอียดของส่วนประกอบและแหล่งผลิต พร้อมด้วยช่องทางในการติดต่อเพื่อการเข้าถึงของผู้บริโภคได้โดยสะดวก

4.3 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การประเมินความพึงพอใจ ที่ผู้บริโภคมิต่อบรรจุภัณฑ์กล้วยแปรรูป แขวงเมืองวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 69 อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 88 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 43 มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 177 คน ร้อยละ 44 ในส่วนของระดับความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และการบรรจุ

รายละเอียดด้านผลิตภัณฑ์และการบรรจุ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
บรรจุภัณฑ์และตราสินค้า	4.53	.60	มากที่สุด
สอดคล้องกับสินค้า			
บรรจุภัณฑ์และตราสินค้ามีความสวยงามเหมาะสมกับสินค้า	4.33	.56	มาก
บรรจุภัณฑ์สามารถนำสินค้าออกมาได้ง่าย	4.45	.72	มาก
บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องและเก็บรักษาสินค้า	4.57	.60	มากที่สุด
มีข้อมูล ตรายี่ห้อที่สื่อความหมายชัดเจนของสินค้า	4.52	.60	มากที่สุด
รวม	4.47	.47	มาก

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่า ระดับความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์และการบรรจุ โดยรวม อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะพบว่าบรรจุภัณฑ์

สามารถปกป้อง และเก็บรักษาสินค้า (\bar{X} = 4.57) อยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมา คือบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า สอดคล้องกับสินค้า (\bar{X} = 4.53) และมีข้อมูลตราสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายชัดเจนของสินค้า (\bar{X} = 4.52) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจด้านราคา

รายละเอียดด้านราคา	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ราคาเหมาะสมกับขนาดบรรจุภัณฑ์	4.44	.61	มาก
มีฉลากราคาบ่งบอกชัดเจนบนบรรจุภัณฑ์	4.36	.64	มาก
บรรจุภัณฑ์สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า	4.48	.57	มาก
ราคาใกล้เคียงกับคู่แข่ง	4.42	.55	มาก
รวม	4.42	.49	มาก

จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่า ระดับความพึงพอใจในด้านราคา โดยรวม อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.42) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะพบว่า มีข้อมูล บรรจุภัณฑ์สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า (\bar{X} = 4.48) อยู่ในระดับ มาก รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับขนาดบรรจุภัณฑ์ (\bar{X} = 4.44) และราคาใกล้เคียงกับคู่แข่ง (\bar{X} = 4.42) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่

รายละเอียดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่	\bar{X}	S.D.	แปลผล
บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนทับได้	4.53	.52	มากที่สุด

บรรจุภัณฑ์สามารถตั้งโชว์ ยังสถานที่จัดจำหน่าย ทั่วไป	4.66	.50	มากที่สุด
บรรจุภัณฑ์มีรูปทรงที่ สะดวกต่อการเคลื่อนย้าย หรือขนส่ง	4.60	.57	มากที่สุด
บรรจุภัณฑ์และตราสินค้า สามารถเป็นของฝาก สำหรับนักท่องเที่ยว	4.63	.50	มากที่สุด
บรรจุภัณฑ์และตราสินค้า มีรายละเอียดเพื่อติดต่อ สั่งซื้อ	4.49	.55	มาก
รวม	4.58	.43	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่า ระดับความพึงพอใจใน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่ โดยรวม อยู่ใน
ระดับ มากที่สุด (\bar{X} = 4.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะ
พบว่า บรรจุภัณฑ์สามารถตั้งโชว์ยังสถานที่จัดจำหน่าย
ทั่วไป (\bar{X} = 4.66) อยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมา คือ
บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าสามารถเป็นของฝากสำหรับ
นักท่องเที่ยว (\bar{X} = 4.63) และบรรจุภัณฑ์มีรูปทรงที่
สะดวกต่อการเคลื่อนย้ายหรือขนส่ง (\bar{X} = 4.60)
ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ
ระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด

รายละเอียดด้านการส่งเสริม ทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	แปลผล
สีสันสะดุดตาการกระตุ้นให้ เกิดการซื้อหรือบริโภคซ้ำ	4.51	.53	มากที่สุด
มีการแสดงความเป็น เอกลักษณ์ของท้องถิ่น	4.51	.58	มากที่สุด
บรรจุภัณฑ์และตราสินค้า สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับ สินค้า	4.47	.55	มาก

บรรจุภัณฑ์และตราสินค้า สามารถจดจำได้ง่าย	4.48	.68	มาก
บรรจุภัณฑ์และตราสินค้ามี กราฟฟิกที่สวยงามสื่อถึง ผลิตภัณฑ์	4.53	.51	มากที่สุด
รวม	4.50	.47	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่า ระดับความพึงพอใจใน
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยรวม อยู่ในระดับ มาก
ที่สุด (\bar{X} = 4.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะพบว่าบรรจุ
ภัณฑ์และตราสินค้ามีกราฟฟิกที่สวยงามสื่อถึงผลิตภัณฑ์
(\bar{X} = 4.53) อยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมา มีการแสดง
ความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และสีสันสะดุดตา
การกระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือบริโภคซ้ำ (\bar{X} = 4.51)
และบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าสามารถจดจำได้ง่าย
(\bar{X} = 4.48) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ
ระดับความพึงพอใจในภาพรวม

รายละเอียดในภาพรวม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์และการบรรจุ	4.47	.47	มาก
ด้านราคา	4.42	.49	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และสถานที่	4.58	.43	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมทาง การตลาด	4.50	.47	มาก
รวม	4.49	.37	มาก

จากตารางที่ 5 สรุปได้ว่า ระดับความพึงพอใจใน
ภาพรวมของบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า โดยรวม อยู่ใน
ระดับ มาก (\bar{X} = 4.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะ
พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่
(\bar{X} = 4.58) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการส่งเสริมทาง
การตลาด (\bar{X} = 4.50) และด้านผลิตภัณฑ์และการบรรจุ
(\bar{X} = 4.47) ตามลำดับ

5. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า กล้วยแปรรูปจากเอกลักษณ์ท้องถิ่นแขวงเมืองวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง พบว่าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้ากล้วยแปรรูปจากเอกลักษณ์ท้องถิ่น แขวงเมืองวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 เมื่อพิจารณาทั้ง 4 ด้าน พบว่า 1) ด้านผลิตภัณฑ์และการบรรจุมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องและเก็บรักษาสินค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.57$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณิดา ชินบุตร และคณะ (2559) เรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยตาก กรณีศึกษา : กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นบ้านหาดผาชน ในด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันการกระแทก จะมีประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์ภายใน เพราะจะช่วยป้องกันให้ผลิตภัณฑ์ไม่เกิดความเสียหาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรรุช พุทธิรินโน (2553) เรื่องการศึกษาและการออกแบบบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องโลหะตุนลาย ในด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์จะช่วยลดการกระแทกของผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า บรรจุภัณฑ์สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้ามีค่าสูงสุด ($\bar{X} = 4.48$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนงลักษณ์ จีวีจ และคณะ (2559) เรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าของกลุ่มโอท็อป (OTOP) และบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อม เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จะช่วยเพิ่มมูลค่าในกับตัวผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้ในราคาสูงขึ้น 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะพบว่า บรรจุภัณฑ์สามารถตั้งโชว์ยังสถานที่จัดจำหน่ายทั่วไป มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.66$) รองลงมาคือ บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าสามารถเป็นของฝากสำหรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.63$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

สุดานอม ตันเจริญ (2561) เรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพสินค้า OTOP ของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าบรรจุภัณฑ์ที่ดีสามารถวางขายได้ในสถานที่ต่างๆและเหมาะสำหรับเป็นของฝากของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในท้องถิ่น 4) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าบรรจุภัณฑ์และตราสินค้ามีกราฟฟิกที่สวยงามสื่อถึงผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.53$) รองลงมาคือ มีการแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและสีสันสะดุดตาการกระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือบริโภคซ้ำ ($\bar{X} = 4.51$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรณิดา ชินบุตร และคณะ (2559) เรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภค ต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยตาก กรณีศึกษา : กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นบ้านหาดผาชน พบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีด้วยกราฟฟิกที่สวยงาม แสดงถึงเอกลักษณ์สื่อสารง่ายต่อการรับรู้ของผู้บริโภค สามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อซ้ำ คณะผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะกระตุ้นให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่ายจดจำ และตัดสินใจซื้อทันทีเพื่อได้พบเห็นอีกครั้ง

6. ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปเพียงรูปแบบเดียว เพื่อเป็นการต่อยอดควรทำวิจัยในหลากหลายรูปแบบและหลายขนาด เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และขยายช่องทางไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มากขึ้น ควรมีการศึกษาเรื่องต้นทุนในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า

7. เอกสารอ้างอิง

นงลักษณ์ จีวีจและคณะ. (2559). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าของกลุ่มโอท็อป (OTOP) และบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ขนาดย่อม. ใน บทความสืบเนื่องจากการ
ประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 3 ประจำปี
พ.ศ. 2560 (หน้า 1-12). มหาวิทยาลัยราชภัฏ
กำแพงเพชร, กำแพงเพชร.

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. (2563).

ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนา
ท้องถิ่นตามพระราชโอบาย ระยะ 20 ปี พ.ศ.
2560 – 2579. พระนครศรีอยุธยา:

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน. (2564). ค้นเมื่อ 27 มกราคม
2564, จาก

[http://www.agriman.doae.go.th/home/Re
search/Herb57/5.pdf](http://www.agriman.doae.go.th/home/Research/Herb57/5.pdf)

วรรณิดา ชินบุตร และคณะ. (2559). การศึกษาความพึง
พอใจของผู้บริโภค ต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์
กล้วยตาก กรณีศึกษา : กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์
ท้องถิ่นบ้านหาดผาขน. ใน การประชุมวิชาการ
วิจัยและนวัตกรรมสร้างสรรค์ ครั้งที่ 4 ประจำปี
พ.ศ. 2560 (หน้า 303-310). มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลล้านนา, เชียงใหม่.

วัชรรุธ พุทธิรินโน. (2553). การศึกษาและการออกแบบ
บรรจุภัณฑ์หัตถกรรม เครื่องโลหะดุนลาย บ้าน
วัวลาย. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราช
มงคลล้านนา ภาคพายัพ.

สุดถนอม ตันเจริญ. (2561). แนวทางการพัฒนาคุณภาพ
สินค้า OTOP ของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง
จังหวัดสมุทรสงคราม.วารสารมหาวิทยาลัยราช
ภัฏลำปาง, 7(2), 155-166.

Cochran, W.G. (1977). *Sampling techniques*.
New York: John Wiley and Sons.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2014). *Principle of
marketing* (15th ed). England: Pearson.

การพัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ Development of Social Welfare for the Elderly of Local Administrative Organizations, Chaiyaphum Province

สมปอง สุวรรณภุมมา (Sompong Suwannaphuma)¹

ศิริพร พึ่งเพชร (Siriporn Phungphet)²

ลักขณา สุกใส (Luckhana Suksai)³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุและการพัฒนาสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการสวัสดิการที่มีต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดชัยภูมิ และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางในการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน กล่าวคือ การวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือคือแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโรยามาเน และการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม กลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์ จำนวน 115 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณโดยใช้วิธีการคัดเลือกตัวแปรแบบเป็นลำดับขั้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยการสร้างข้อสรุปเชิงอุปนัย

ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุและการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ โดยรวมทุกด้าน พบว่า อยู่ในระดับ ปานกลาง ด้านสุขภาพอนามัย ด้านนันทนาการ ด้านความมั่นคงทางสังคม (Social Security) ด้านการทำงานและการมีรายได้ (Employment and Income Maintenance) ด้านบริการสังคม (Social Services) และด้านที่อยู่อาศัย (Housing) ตามลำดับ

ระดับปัจจัยการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ โดยรวมทุกด้าน พบว่า อยู่ในระดับ ปานกลาง โดยเรียงลำดับด้านมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม ด้านสภาพแวดล้อม ตามลำดับ

ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรปัจจัยแต่ละด้านที่ส่งผลของปัจจัยแต่ละด้านที่ส่งผลต่อปัจจัยการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ โดยรวมทุกด้าน พบว่า ด้านสภาพแวดล้อม X_4 มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในคะแนนดิบ (b) เท่ากับ .286 ตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (β) .362 ตามลำดับ

¹ สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ E-mail : sompongs9198@gmail.com

² สาขาวิชาหลักสูตรและการสอนมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ E-mail : dr.siripon@hotmail.com

³ สาขาวิชาหลักสูตรและการสอนมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ E-mail : Luckhana.su@cpru.ac.th

ควรให้หมอตระจสุภาพร่างกายทุกสัปดาห์ออกกำลังกายร่วมกันอย่างสม่ำเสมอจัดบริการรถฉุกเฉินให้กับทุกหมู่บ้านจัดเครื่องมืออุปกรณ์สำหรับบริการ เพิ่มเบี้ยยังชีพและรถรับส่งไปหาหมोजัดหาอุปกรณ์ออกกำลังกายให้จัดหาเครื่องมือที่เหมาะสมเพื่อคลายเส้น จัดกิจกรรมออกกำลังกายทุกวันอาทิตย์ โดยมีเจ้าหน้าที่ร่วมสังเกตการณ์และฝึกปฏิบัติ มอบสวัสดิการค่าครองชีพให้ผู้สูงอายุ ฝึกอบรมให้กับผู้สูงอายุด้านจิตใจให้มีส่วนในการสนทนาร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิด เพิ่มการพัฒนาคุณภาพจิตใจผู้สูงอายุจัดสัมมนานันทนาการร่วมพบปะสังสรรค์ตรวจเยี่ยมพักผ่อนให้วิทยากรมาอบรมจัดทำบัญชีเงินผู้สูงอายุเพื่อการดูแลสุขภาพจิตใจอย่างต่อเนื่อง จัดกิจกรรมในการเที่ยวชมเชิงธรรมชาติร่วมกัน รวมกลุ่มที่สร้างรายได้ที่เป็นประโยชน์ในชุมชนร่วมกันจัดอบรมผู้สูงอายุ นัดพบปะพูดคุยสังสรรค์กันตามเวลาหากิจกรรมร่วมกันทำโดยรัฐเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณในการจัดหาที่อยู่อาศัยจัดกิจกรรมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และจัดหางานที่เป็นประโยชน์ในหมู่คณะชุมชนเพิ่มงานเพิ่มรายได้ กำจัดขยะสุขภาพให้ได้มาตรฐานจัดอาชีพจกสานในการรวมกลุ่มกันทำช่วยรักษาดูแลสิ่งแวดล้อมในครัวเรือนจัดตั้งคณะกรรมการร่วมกันพัฒนาสิ่งแวดล้อมในชุมชน

คำสำคัญ : สวัสดิการสังคม ผู้สูงอายุ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การพัฒนา

Abstract

The objectives of this research are as follows: 1) to study the quality of life of the elderly and the development of social welfare for the elderly of Chaiyaphum Province Local Administrative Organization, 2) to study the influence of welfare management on the quality of life of the elderly in Chaiyaphum Province, and 3) to study guidelines for social welfare management for the elderly of the local government organization in Chaiyaphum Province. Mixed method research, qualitative and quantitative method, were used to answer the objectives. In quantitative method, the sample consisted of 400 people, while qualitative method, 115 people were interviewed. The statistics used to analyze the data were mean, standard deviation, and multiple regression analysis using hierarchical variable selection methods. Data were analyzed by inductive conclusions. For qualitative method, group interview is used in this research and analyzed by Induction and content analysis.

The result revealed that

Overall, the level of quality of life of the elderly and social welfare for the elderly in Chaiyaphum Province were found to be at a moderate level in terms of Health, Recreation, Social Security, Employment and Income Maintenance, Social Services, and Housing, respectively.

In general, the level of social welfare factors for the elderly of the local administrative organizations in Chaiyaphum Province was discovered to be at a moderate level in descending order as follows: physical, mental, social relationships, and environment, respectively.

The significance weight of each factor variable affecting the factors of social welfare for the elderly of the local administrative organizations in Chaiyaphum Province in all aspects found that the

environment aspect (X_4) had a predictive coefficient in the raw score (b) was .286, respectively, and the coefficients of predictive variables were in the standard (β) score of .362, respectively.

The recommendation of this research are as follows: having weekly physical check-up, regular exercise together, providing emergency services to all villages, equipment for additional allowances and transportation to the hospital. As well as providing suitable exercise equipment to loosen the lines for elderly, organizing exercise activities every Sunday with the staff to observe and practice, providing living allowance for the elderly, training the elderly mentally to exchange ideas to increase the mental health, organizing recreational seminars to meet and build relationship, training the elderly's money accounts for continuous mental care, and organizing activities in nature excursions. In addition, groups should be organized to generate income that are beneficial to the community together, organize environmental activities and provide useful jobs among the community groups, increase jobs and increase income, get rid of standardized sanitary waste, collect Basketry profession together to help maintain the environment in the household, and set up a committee to develop the community environment.

Keyword: Social Welfare, Elderly, Local Administrative Organizations, Development

วันที่รับบทความ : 15 มีนาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 11 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติระบุว่า อีก 20 ปี ต่อจากนี้ไปประเทศไทยจะมีประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอีกเท่าตัวหรือเพิ่มเป็นอีกเกือบร้อยละ 20 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ ซึ่งเท่ากับว่า 1 ใน 5 ของจำนวนประชากรไทยจะเป็นผู้สูงอายุ ด้วยเหตุนี้ ประเด็นของการเป็นสังคมผู้สูงอายุจึงได้รับความสนใจมากขึ้น ทั้งในระดับชาติและระดับโลกทั้งมีผลกระทบอย่างกว้างขวางในแง่ของการวางแผนในการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ สังคม หรือด้านอื่น ๆ จะส่งผลกระทบต่อโครงสร้างทางเศรษฐกิจ รายได้ของประชากร การออม การลงทุน รวมไปถึงเรื่องของงบประมาณของรัฐบาล (กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2552, หน้า 4) สังคมไทยก้าว

ไปสู่สังคมผู้สูงอายุตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ในทศวรรษที่จะมาถึงนี้ การใช้ชีวิตของผู้คนในสังคม โครงสร้างของสถาบันครอบครัว การศึกษา การทำงาน การพักผ่อน ตลอดจนการดูแลสุขภาพและทั้งหลายทั้งปวงจะค่อย ๆ เปลี่ยนแปลงไป ยิ่งกว่านั้นการเป็นสังคมผู้สูงอายุจะมีผลกระทบทั้งนโยบายของภาครัฐกิจเอกชนและภาคส่วนอื่น ๆ ของสังคม (ศุภชัย ยาวะประภาช อ่างถึงโน ปิยากร หวังมหาพร, 2554, หน้า 8) ผู้สูงอายุเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณูปการอย่างยิ่งต่อประเทศชาติ ไม่เฉพาะในแง่ของการทำงานเพื่อสังคมหรือเพื่อประเทศชาติมาอย่างยาวนาน และได้มีส่วนร่วมพัฒนาความก้าวหน้าให้แก่ประเทศ โดยใช้ความรู้ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ รวมทั้งภูมิปัญญาเท่านั้น แต่ว่าบทบาทในฐานะของคนที่สามารถถ่ายทอด

ภูมิปัญญาที่ได้สั่งสมมา รวมไปถึงศักยภาพ แม้จะอยู่ในวัยที่สูงอายุ แล้ว เป็น สิ่ง ที่ มี ความ สำคัญ มาก ต่อ กระบวนการพัฒนาของประเทศ จึงเป็นความจำเป็นที่รัฐบาลและประชาชนจะต้องช่วยกันดูแลเอาใจใส่ในเรื่องของผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น (กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2552, หน้า 5)

จังหวัดชัยภูมิเป็นจังหวัดหนึ่งที่ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ จากการสำรวจของสำนักงานสถิติจังหวัดชัยภูมิ ได้ทำการสำรวจในปี พ.ศ. 2559 พบว่ามีจำนวนประชากรทั้งสิ้นจำนวน 1,138,199 คน เป็นผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 181,589 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ของประชากรทั้งหมด ตามสัดส่วนจำนวนประชากรมากกว่าร้อยละ 10 แสดงว่า จังหวัดชัยภูมิก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จำแนกเป็นผู้สูงอายุที่ได้รับสวัสดิการเบี้ยยังชีพจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 162,372 คน (ร้อยละ 89.4) เป็นผู้ที่ได้รับเบี้ยพิการ 24,094 คน (ร้อยละ 13.3) เป็นผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือในการดำเนินกิจกรรมประจำวัน ร้อยละ 6.7 ช่วยเหลือตนเองไม่ได้ไม่มีคนดูแล ไม่มีรายได้ และสมควรได้รับความช่วยเหลือ ร้อยละ 1.2 ป่วยเรื้อรังติดเตียง/ติดบ้านร้อยละ 1.2 (สำนักงานสถิติจังหวัดชัยภูมิ ข้อมูล พ.ศ. 2559) ปรากฏการณ์เช่นนี้ ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่ว่า อะไรจะส่งผลต่อระบบบริหารจัดการของรัฐบาล/หน่วยงานภาครัฐในฐานะ ผู้ดูแลความเป็นอยู่และสวัสดิการหลักของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นข้างต้น อีกทั้ง จะมียุทธศาสตร์ต่อการจัดสวัสดิการผู้สูงอายุ โดยเฉพาะในจังหวัดชัยภูมิที่มีสัดส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรสูง

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุและการพัฒนาสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดชัยภูมิ

1.2.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการสวัสดิการที่มีต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดชัยภูมิ

1.2.3 เพื่อศึกษาแนวทางในการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดชัยภูมิ

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

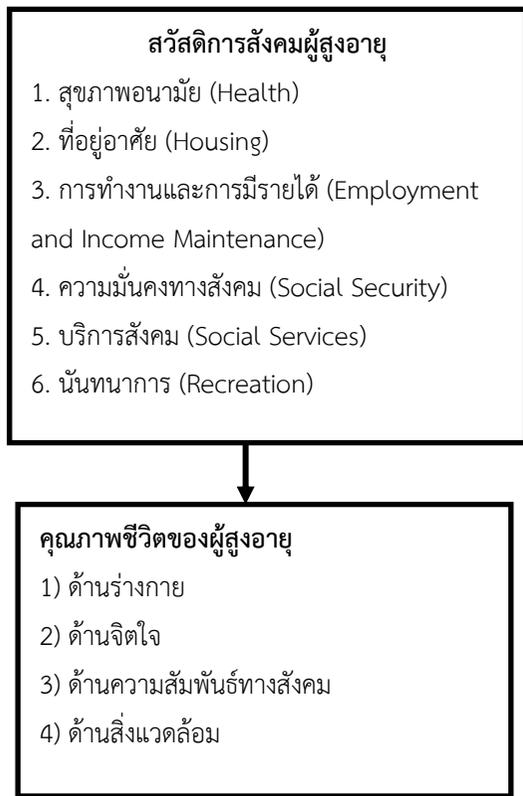
การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มุ่งศึกษา การจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดชัยภูมิ

1.3.1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.3.2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้สูงอายุในจังหวัดชัยภูมิ จำนวน 203,237 คน (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2562, เว็บไซต์)

1.3.3. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ผู้สูงอายุในจังหวัดชัยภูมิ จำนวน 400 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane อ้างถึงในวัลลภ รัตธีรานนท์, 2557, หน้า 82) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) โดยจับสลากเลือก จำนวน 10 อำเภอ (จากทั้งหมด 16 อำเภอ) จับสลากอำเภอละ 4 ตำบล และตำบลละ 1 หมู่บ้าน หมู่บ้านละ 10 คน

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



2. แนวคิดทฤษฎี

2.2 การจัดสวัสดิการสังคม

2.2.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดสวัสดิการสังคม

ความหมายของการจัดสวัสดิการสังคม “สวัสดิการสังคม” หลายท่านได้ให้คำนิยามไว้ต่าง ๆ ดังนี้

กูราลนิก (Guralnik, 1967, p. 2 อ้างถึงใน ยุวณี เกษมสินธุ์, 2553, หน้า 34) กล่าวว่า การจัดสวัสดิการสังคมสมัยใหม่มีควรพิจารณาจัดให้กับผู้มาใหม่ คนแปลกหน้ามากกว่าและไม่ควรให้เป็นรายบุคคล ทั้งนี้เนื่องมาจากความเดือดร้อนและวิธีที่ช่วยเหลือทำสังคม หลักการจัดสวัสดิการมีผลแตกต่างจากการสงเคราะห์ไป พระราชบัญญัติส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคมพ.ศ. 2546 ได้ให้ความหมายการจัดสวัสดิการสังคมว่าเป็นระบบการจัดบริการทำสังคมซึ่งเกี่ยวกับการป้องกันการแก้ไขปัญหา

การพัฒนาการส่งเสริมความมั่นคงทำสังคมเพื่อตอบสนองความจำเป็นพื้นฐานของประชาชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและพึ่งตนเองได้อย่างทั่วถึงเหมาะสมเป็นธรรมและให้เป็นไปตามมาตรฐานทำการด้านศึกษาสุขภาพอนามัยที่อยู่อาศัยการทำงานและการมีรายได้ นันทนาการ กระบวนการยุติธรรมและบริการทำสังคมทั่วไปโดยคำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์สิทธิประชาชนจะต้องได้รับและการมีส่วนร่วมในการจัดสวัสดิการสังคมทุกระดับ

2.2.2 ความหมายสวัสดิการสังคม

สวัสดิการสังคม (Social Welfare) หมายถึงระบบการจัดบริการทำสังคมซึ่งเกี่ยวกับการป้องกันการแก้ไขปัญหาการพัฒนาและส่งเสริมความมั่นคงทำสังคมเพื่อตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐานของประชาชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและพึ่งตนเองได้อย่างทั่วถึงเหมาะสมเป็นธรรมและให้เป็นไปตามมาตรฐานทั้งทำด้านการศึกษาสุขภาพอนามัยที่อยู่อาศัยการทำงานและการมีรายได้ นันทนาการ กระบวนการยุติธรรมและบริการทำสังคมทั่วไปโดยคำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์สิทธิที่ประชาชนจะต้องได้รับและการมีส่วนร่วมในการจัดสวัสดิการสังคมทุกระดับ (พ.ร.บ.ส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคม พ.ศ. 2546 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550)

สวัสดิการสังคม (Social Welfare) หมายถึงการปฏิบัติจัดทำทั้งหลายไม่ว่าโดยส่วนราชการหรือเอกชนเป็นการปฏิบัติจัดทำเพื่อช่วยเหลือบุคคลครอบครัวกลุ่มชนและชุมชนให้มีมาตรฐานการครองชีพอันดีมีสุขภาพและฐานะทำสังคมที่น่าพึงพอใจโดยมุ่งให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้และช่วยเหลือผู้อื่นในสังคมเดียวกันได้ต่อไป (กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2552, หน้า 5)

จากความหมายที่กล่าวมาสรุปได้ว่าสวัสดิการสังคมเป็นกิจกรรมที่จัดไว้อย่างเป็นระเบียบของรัฐและเอกชนในด้านการด้านศึกษาสุขภาพอนามัยที่อยู่อาศัยการทำงานและการมีรายได้ นันทนาการ กระบวนการยุติธรรมและบริการทำสังคมทั่วไปในอันที่จะช่วยเจือจุน

บุคคลและสภาวะแวดล้อมของเขาโดยเทคนิคและวิธีการต่างๆเข้าช่วยให้บุคคลกลุ่มและชุมชนบรรลุความต้องการสามารถแก้ไขปัญหาปรับตัวให้อยู่ในสังคมได้อย่างปกติสุขด้วยความเป็นธรรมและเท่าเทียมโดยคำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์สิทธิที่ประชาชนจะต้องได้รับและการมีส่วนร่วมในการจัดสวัสดิการสังคมทุกระดับ

2.2.3 ความสำคัญของสวัสดิการสังคม

งานสวัสดิการสังคมหรือการให้สวัสดิการต่อประชาชนเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบโดยตรงของรัฐบาล เกี่ยวข้องกับบุคคลทุกคน ทุกระดับในสังคม และทุกช่วงวัยตั้งแต่เกิดจนตายหรือที่เรียกว่า “จากครรภ์มารดาถึงเชิงตะกอน” มีลักษณะเป็นวงรอบหรือวัฏจักรของชีวิต โดยที่แต่ละบุคคลนั้นมีความจำเป็นพื้นฐานที่ต้องได้รับการเพื่อดำรงชีพ เช่น บริการด้านที่อยู่อาศัย บริการด้านสุขภาพอนามัย บริการด้านการศึกษา เป็นต้น ความสำคัญของสวัสดิการสังคม มีดังนี้

1. การดูแลประชาชนที่เดือดร้อนเป็นหน้าที่ของรัฐ โดยทั่วไปแล้ว การจัดสวัสดิการสังคมให้กับประชาชนนั้น มีสิ่งที่ต้องพิจารณาคือ ควรจะจัดสวัสดิการดังกล่าวให้กับประชาชนอย่างไร กล่าวคือจะกระทำให้มีบริการอย่างทั่วถึงทุกคน ทุกระดับชั้น หรือจะกระจายทรัพยากรให้กับบุคคลที่มีปัญหาแตกต่างกัน อันจะนำมาซึ่งการได้รับบริการอย่างเป็นธรรม ประเด็นเหล่านี้มีข้อพิจารณาและวิวาทะเป็นอย่างมากทั้งในด้านปรัชญาและแนวคิดในการพัฒนาสังคม ตลอดจนการประยุกต์ใช้ในลักษณะของนโยบายแผนงานและกิจกรรมในอดีตการดูแลคุ้มครองสมาชิกของสังคมเป็นบทบาทหน้าที่ของสถาบันครอบครัวครอบครัวจึงเป็นสถาบันแรกที่สำคัญต่อการสร้างระบบความมั่นคงของมนุษย์และสังคมนับการดูแลสมาชิกในครอบครัวจึงขึ้นอยู่กับระบบเศรษฐกิจฐานะของครอบครัวนั้น ๆ ว่าเป็นอย่างไรแต่ถ้าครอบครัวใดไม่สามารถทำหน้าที่เบื้องต้นได้ระบบสนับสนุนทำสังคมนองลงมาคือระบบเครือญาติระบบเพื่อนบ้านระบบชุมชนก็จะทำหน้าที่ให้การดูแลสงเคราะห์แบบชั่วคราวในขณะที่องค์กรภาครัฐจะเข้ามามีบทบาทรับผิดชอบกับ

ต่อเมื่อระบบสนับสนุนทำสังคมนั้นที่ใกล้ชิดของบุคคลนั้นไม่สามารถทำหน้าที่ดังกล่าวได้หน้าที่สำคัญของรัฐอีกประการหนึ่งคือการดูแลรับผิดชอบให้ประชาชนที่เดือดร้อนให้ได้รับบริการสังคมขั้นพื้นฐานหรือบริการสวัสดิการสังคมจากสิทธิของประชาชนในฐานะที่พวกเขามีสิทธิได้รับตามสิทธิของความเป็นพลเมือง (Civil Right) ก็ต้องได้รับหรือควรได้รับบริการขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตจากรัฐ ในฐานะที่รัฐเป็นองค์กรที่มีอำนาจโดยชอบธรรมในการกระจาย/จัดสรรทรัพยากรในสังคม ดังเช่นทฤษฎีทางรัฐศาสตร์ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับประชาชนภายใต้พันธสัญญาของทั้งสองฝ่ายที่เรียกว่า “สัญญาประชาคม” (Social Contract) ซึ่งอำนาจของรัฐหรือผู้ปกครอง ถือได้ว่าเป็นอำนาจอันชอบธรรม และได้กลายเป็นภารกิจหลักของรัฐที่จะ “บำบัดทุกข์บำรุงสุข” ให้กับประชาชน ในลักษณะที่จะทำให้พวกเขาเหล่านั้น สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีเกียรติและศักดิ์ศรี ด้วยเหตุดังกล่าว ประชาชนส่วนใหญ่จึงเชื่อมั่นว่า รัฐจะคอยอำนวยความสะดวกให้แก่ชีวิตของพวกเขาได้ เป็นผู้มีความเหมาะสมที่จะจัดทำบริการสาธารณะในรูปแบบต่าง ๆ ดังเช่น บริการที่เป็นสวัสดิการสังคมได้เป็นอย่างดี อันสะท้อนให้เห็นได้จากนโยบายของรัฐทั้งรูปแบบของกฎหมายและพระราชบัญญัติสวัสดิการสังคมของแต่ละประเทศ (ระพีพรรณ คำหอม, 2557, หน้า 1-2)

2. การจัดระบบสวัสดิการสังคมเพื่อสร้างระบบรัฐสวัสดิการงานสวัสดิการสังคมจึงขึ้นอยู่กับระบบการเมืองการปกครองระบบเศรษฐกิจและระบบสังคมนวัตกรรมของแต่ละประเทศอย่างไรก็ตามการจัดบริการสวัสดิการสังคมซึ่งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อที่แตกต่างกัน เช่นกลุ่มประเทศเสรีนิยมประชาธิปไตยเชื่อว่าควรปล่อยให้กลไกตลาดทำหน้าที่จัดระบบบริการสวัสดิการสังคมรัฐจะปล่อยให้ประชาชนรับผิดชอบดูแลสวัสดิการของตนเองรัฐจะเข้ามาทำหน้าที่ดูแลจัดสวัสดิการเฉพาะกลุ่มประชาชนที่ไม่สามารถดูแลตนเองได้โดยรัฐได้สร้างเครื่องมือทดสอบความจำเป็นขึ้นมารัฐจะจัดสรร

งบประมาณส่วนหนึ่งมาให้กับหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อให้เกิดการกระจายบริการสวัสดิการสังคมให้กับกลุ่ม ผู้ด้อยโอกาสทำสังคมขณะที่กลุ่มประเทศสังคมนิยมส่วน หนึ่งเชื่อว่ารัฐควรมีหน้าที่จัดสรรทรัพยากรบริการ สวัสดิการสังคมให้กับประชาชนทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน และเป็นธรรมชาติในฐานะผู้ปกครองจะไม่ปล่อยให้บริการ สวัสดิการสังคมเป็นเรื่องของปัจเจกบุคคลบริการของรัฐ ในลักษณะนี้ค่านึงถึงความเสมอภาคของคนทุกคนใน สังคมที่พึงได้รับบริการจากรัฐเป็นต้นจากความเชื่อ ดังกล่าวจึงส่งผลให้งานสวัสดิการสังคมของแต่ละประเทศ แตกต่างกัน (ระพีพรรณ คำหอม, 2557, หน้า 3)

การล่มสลายของประเทศสังคมนิยมในช่วงต้น ทศวรรษ 1990 และการก้าวสู่ยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านอุดมการณ์ทาง เศรษฐกิจการเมือง ที่นับได้ว่าแนวคิดแบบเสรีนิยม ประชาธิปไตย ได้กลายเป็นหมุดหมายหลักของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวที่มีต่องาน สวัสดิการสังคม ในลักษณะของระบบรัฐสวัสดิการ (Welfare State) ได้รับผลกระทบเนื่องจากรัฐ ไม่สามารถ แบกรับภาระด้านงบประมาณที่เกิดขึ้นอย่างมหาศาลและ คาดการณ์ได้ยากได้ นอกจากนี้ การบริการสังคมที่อยู่ใน ลักษณะของการสังคมสงเคราะห์ (Public Assistance) ไม่สามารถตอบสนองความต้องการให้กับกลุ่มผู้ด้อยโอกาส ได้อย่างแท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นการทำให้กลุ่ม ที่ได้รับการสงเคราะห์/พึ่งพา สามารถพัฒนาตนเองได้ใน ระยะยาว ในประเด็นเกี่ยวกับผู้ด้อยโอกาสดังงานสวัสดิการ มีถกเถียงของบรรดาผู้บริหารประเทศในประเด็นที่ว่า กลุ่ม ผู้ด้อยโอกาสทางสังคม เป็นผู้เกียจคร้านการทำงาน รอแต่จะ รับสวัสดิการต่าง ๆ จากภาครัฐ ซึ่งเป็นผลให้เกิดความไม่ เป็นธรรมกับกลุ่มคนที่ทำงานมีรายได้และเสียภาษี ที่ต้อง “เจียดรายได้” เหล่านั้นมาให้กับกลุ่มผู้ด้อยโอกาส ซึ่งนับวันจะมีแต่เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังมีลักษณะของการรับ บริการจากรัฐในระยะยาว กระทั่งทำให้การภาระที่ไม่ จำเป็นแก่รัฐ ยกตัวอย่างเช่น ประเทศสหรัฐฯ ในทศวรรษ 1990 อิทธิพลจากแนวคิดเสรีนิยมใหม่ ทำให้รัฐบาลตัด

สวัสดิการที่เป็นโปรแกรมความช่วยเหลือครอบครัวที่มี ปัญหาเกี่ยวกับการดูแลเด็ก (The Aid to Families with Dependent Children) หรือที่เรียกว่า AFDC การยกเลิก โปรแกรมดังกล่าวนี้ ถูกแทนที่ด้วยโครงการที่ทำให้ ผู้ด้อยโอกาสในสังคมได้มีงานทำมากขึ้น เพื่อให้พวกเขา สามารถพึ่งพาตนเองได้ แทนที่จะเพียงแค่อรอความช่วยเหลือจากรัฐบาลเท่านั้น ในประเด็นเกี่ยวกับ ผู้ด้อยโอกาสดังงานสวัสดิการ มีถกเถียงของบรรดา ผู้บริหารประเทศในประเด็นที่ว่า กลุ่มผู้ด้อยโอกาสทาง สังคม เป็นผู้เกียจคร้านการทำงาน รอแต่จะรับสวัสดิการ ต่าง ๆ จากภาครัฐ ซึ่งเป็นผลให้เกิดความไม่เป็นธรรมกับ กลุ่ม คน ที่ ทำงาน มีรายได้ และเสียภาษี ที่ ต้อง “เจียดรายได้” เหล่านั้นมาให้กับกลุ่มผู้ด้อยโอกาส ซึ่ง นับวันจะมีแต่เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังมีลักษณะของการรับ บริการจากรัฐในระยะยาว กระทั่งทำให้การภาระที่ไม่ จำเป็นแก่รัฐ ยกตัวอย่างเช่น ประเทศสหรัฐฯ ในทศวรรษ 1990 อิทธิพลจากแนวคิดเสรีนิยมใหม่ ทำให้รัฐบาลตัด สวัสดิการที่เป็นโปรแกรมความช่วยเหลือครอบครัวที่มี ปัญหาเกี่ยวกับการดูแลเด็ก (The Aid to Families with Dependent Children) หรือที่เรียกว่า AFDC การยกเลิก โปรแกรมดังกล่าวนี้ ถูกแทนที่ด้วยโครงการที่ทำให้ ผู้ด้อยโอกาสในสังคมได้มีงานทำมากขึ้น เพื่อให้พวกเขา สามารถพึ่งพาตนเองได้ แทนที่จะเพียงแค่อรอความช่วยเหลือจากรัฐบาลเท่านั้น (ระพีพรรณ คำหอม, 2557, หน้า 4)

3. การปรับตัวของระบบสวัสดิการภาครัฐในยุค ปัจจุบันที่มีความซับซ้อนมากขึ้นการจัดบริการสวัสดิการ สังคมในอนาคตจึงได้รับการวิพากษ์ให้มีการทบทวน บทบาทของรัฐประเภทและลักษณะบริการสวัสดิการ สังคมที่เป็นอยู่อาจไม่เหมาะสมและสอดคล้องกับปัญหา และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงสังคมไทยก็ ประสบปัญหาในลักษณะดังกล่าวเช่นกันซึ่งเป็นผลจาก ภาวะวิกฤตด้านเศรษฐกิจในกลางปี พ.ศ. 2540 เป็นต้น มารัฐไม่สามารถที่จะจัดบริการในลักษณะของรัฐ สวัสดิการ (Welfare State) อีกต่อไปการจัดสวัสดิการ

สังคมในปัจจุบันและอนาคตได้พยายามปรับตัวใหม่ในลักษณะของสวัสดิการ (Workfare) แทนขณะเดียวกันรัฐก็จำเป็นต้องใช้นโยบายการจัดวางระบบเครือข่ายความปลอดภัยทำสังคม (Social Safety Net) ที่ครอบคลุมคนทุกคนในสังคมเพื่อเป็นมาตรการรองรับปัญหาการว่างงานสูงในอนาคตเช่นกัน การเปลี่ยนแปลงในการจัดสวัสดิการสังคมในกลุ่มผู้ด้อยโอกาส ที่จัดทำในลักษณะแบบสังคมสงเคราะห์แบบเฉพาะหน้า ถูกลดขนาดลง ในขณะที่รัฐพยายามผลักดันระบบสวัสดิการสังคมในลักษณะโครงการประกันชีวิตพร้อมกับการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคประชาสังคม เข้ามามีบทบาทร่วมในการจัดสวัสดิการสังคมมากขึ้น ดังนั้น บทบาทของภาครัฐ (ส่วนกลาง) จึงมีน้อยลง ขณะที่กลุ่มภาคประชาสังคม และประชาชนได้เคลื่อนไหวให้มีระบบการจัดสวัสดิการสังคมที่มีรูปแบบหลากหลายมากขึ้น โดยอาศัยความร่วมมือของกลุ่มขนาดเล็ก ที่รับรู้และตระหนักถึงความสำคัญในการสร้างความมั่นคงให้กับกลุ่มของตน ลักษณะของการจัดตั้งกองทุนสวัสดิการชุมชน โดยอาศัยการระดมทุนจากคนในชุมชน มีรูปแบบการบริหารงานที่ยืดหยุ่น คำนึงถึงปัญหาและความต้องการของคนในชุมชนเป็นหลัก ด้วยเหตุนี้ กระแสการเปลี่ยนแปลงระบบการจัดสวัสดิการของประเทศไทย จึงต้องอาศัยความร่วมมือจากประชาคมและชุมชนต่าง ๆ มากกว่าการให้รัฐเข้าไปทำหน้าที่เป็นตัวขับเคลื่อนแต่เพียงอย่างเดียว(ระพีพรรณ คำหอม, 2557, หน้า 5)

กล่าวโดยสรุปได้ว่าความสำคัญของงานสวัสดิการสังคมถือว่าเกี่ยวข้องกับทุกคนตั้งแต่แรกเกิดจนกระทั่งตายเพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอันได้แก่การส่งเสริมด้านสุขภาพอนามัยด้านการศึกษาด้านที่อยู่อาศัยและอื่นๆ โดยการจัดของรัฐและภาคประชาชน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed method) ประกอบไปด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การวิจัยผู้วิจัยแบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุและการพัฒนาสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ และเพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการสวัสดิการที่มีต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดชัยภูมิ ตัวแปรขั้นตอนนี้ได้มาจากการสังเคราะห์แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การเก็บรวบรวมภาคสนามเห็นการวิจัยตัดขวางคือการเก็บข้อมูลระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียวโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือวิเคราะห์ระดับการพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุและปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุ

ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อหาแนวเพื่อศึกษาแนวทางในการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสนทนากลุ่ม (Focus group) และการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์และมีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุ โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive samplings) และตัวแทนชมรมผู้สูงอายุที่มีแนวปฏิบัติที่ดีการวิเคราะห์เนื้อหา โดยเน้นเนื้อหาอิงจากกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์การวิจัยได้อย่างถูกต้อง และการวิเคราะห์แบบสร้างข้อสรุปวิเคราะห์แบบอุปนัย ใช้การตีความหมายเพื่อสร้างข้อสรุปจากเหตุการณ์ที่ได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์เอกสาร เพื่อเป็นข้อมูลในการหาแนวทางการพัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับข้อมูล ข้อมูลเชิงปริมาณ(Quantitative Research)

ประชากร คือ ผู้สูงอายุในจังหวัดชัยภูมิ จำนวน 203,400 คน (กองกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2552: ออนไลน์)

กลุ่มตัวอย่าง ผู้สูงอายุในจังหวัดชัยภูมิ จำนวน 400 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane) (อ้างถึงในวิลลภ รัฐฉัตรานนท์, 2557: 82) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) โดยจับสลากเลือก จำนวน 10 อำเภอ (จากทั้งหมด 16 อำเภอ) จับสลาก อำเภอละ 4 ตำบล และตำบลละ 1 หมู่บ้าน หมู่บ้านละ 10 คน

3.2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับข้อมูล เชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มบุคคลโดยใช้วิธีการเลือก ตัวอย่างแบบเจาะจง ประกอบด้วยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 115 คน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. กลุ่มผู้รู้จากภาครัฐ ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอละ 1 คน รวม 16 คน เจ้าหน้าที่พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดชัยภูมิ 3 คน และเจ้าหน้าที่จากโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล/โรงพยาบาลชุมชนอำเภอละ 1 คน รวม 16 คน รวมกลุ่มผู้รู้จากภาครัฐ จำนวน 35 คน

2. กลุ่มผู้รู้จากภาคเอกชน ประกอบด้วย มูลนิธิองค์กร เอกชนต่าง ๆ อำเภอละ 1 คน รวมกลุ่มผู้รู้จากภาคเอกชน 16 คน

3. ตัวแทนจากชุมชน ประกอบด้วย ผู้นำชุมชนที่มีความรู้เกี่ยวกับสภาพการพัฒนาผู้สูงอายุอำเภอละ 3 คน รวมกลุ่มผู้รู้จากตัวแทนชุมชน 48 คน

4. ตัวแทนจากกลุ่มผู้สูงอายุอำเภอละ 1 คน รวมกลุ่มผู้สูงอายุ 16 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาการจัดสวัสดิการสังคม ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed method) ซึ่งประกอบไปด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research)และ การวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการพัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ อิทธิพลของการจัดการสวัสดิการที่มีต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดชัยภูมิตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ลักษณะของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้สูงอายุ มีลักษณะเป็นแบบเลือกรายการ (Check List) ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ สถานภาพการทำงาน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม และด้านสภาพแวดล้อม

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของผู้สูงอายุ ซึ่งมีเนื้อหาประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ ด้านสุขภาพอนามัย ด้านที่อยู่อาศัย ด้านการทำงานและการมีรายได้ ด้านความมั่นคงทางสังคม ด้านบริการสังคม และด้านนันทนาการ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวการพัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured in-

depth Interview form) เป็นการสัมภาษณ์ด้วยตัวเองแบบตัวต่อตัว (Face to Face Interview) เพื่อสอบถามถึงแนวทางการพัฒนาศักยภาพของผู้สูงอายุ

3.3.3 การหาคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้กำหนด โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อเสนอขอคำแนะนำและปรับปรุงแก้ไข

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีความรู้และประสบการณ์ เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพของผู้สูงอายุ มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอก หรือมีประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและผ่านการตรวจสอบเชิงเนื้อหาแล้วไปทดลองใช้ (Try –Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างคือผู้สูงอายุในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 30 คน

4. นำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกรายข้อโดยใช้เทคนิค (Item-Total Correlation) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายข้อกับคะแนนรวมของแบบสอบถามรายข้อ

5. นำข้อที่ได้ตามเกณฑ์มาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยหาวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach Alpha Coefficient) ที่มีระดับความเชื่อมั่นตั้งแต่ .90ขึ้นไป (สุวิมล ติรภานันท์, 2550) พร้อมด้วยการวิเคราะห์จำแนกรายข้อ (r) โดยใช้สถิติ ด้วยสถิติพหุคูณ ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Linear regression analysis)

6. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปพบผู้เชี่ยวชาญเพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ หากได้รับความเห็นชอบก็จะนำไปจัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แล้วนำเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอนหนังสือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ถึงผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้วิจัยนำส่งและขอรับคืนด้วยตนเอง

2. ขอนหนังสือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ถึงผู้สูงอายุในพื้นที่ของผู้นำชุมชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการทดลองใช้แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยนำส่งและขอรับคืนด้วยตนเอง

3. ขอนหนังสือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ถึงผู้สูงอายุในพื้นที่ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

4. ขอนหนังสือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ เพื่ออนุญาตสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนที่กำหนดไว้

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณ

วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่(Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อหาระดับการพัฒนา ศักยภาพของผู้สูงอายุ และการใช้การถดถอยพหุคูณ เชิงเส้นตรง(Multiple Regression Stepwise Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของผู้สูงอายุ

ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยเน้นเนื้อหาอ้างอิงจากกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างถูกต้อง และการวิเคราะห์แบบสร้างข้อสรุปการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Induction Analysis) ใช้การตีความหมายเพื่อสร้างข้อสรุปจากเหตุการณ์ที่ได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์ตามเอกสาร

4. สรุปผลการวิจัย

ผลการเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการพัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดชัยภูมิ พบว่า

ระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุและการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ โดยรวมทุกด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} =3.47, S.D.=69) โดยเรียงลำดับด้านมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านสุขภาพอนามัย (Health) (\bar{X} =3.51, S>D.87) ด้านนันทนาการ (Recreation) (\bar{X} =3.50, S.D.=.86) ด้านความมั่นคงทางสังคม (Social Security) (\bar{X} =3.45, S>D.=.92) ด้านการทำงานและการมีรายได้ (Employment and Income Maintenance) (\bar{X} =3.45, S.D.=77) ด้านบริการสังคม (Social Services) (\bar{X} =3.45, S.D.=.69) และด้านที่อยู่อาศัย (Housing) (\bar{X} =3.44, S.D.=71) ตามลำดับ

ระดับปัจจัยการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ โดยรวมทุกด้าน พบว่า อยู่ในระดับ ปานกลาง (\bar{X} =3.90, S.D.=.44) โดยเรียงลำดับด้านมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านร่างกาย (\bar{X} =3.90, S.D.=.35) ด้านจิตใจ (\bar{X} =3.86, S.D.=.43) ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม (\bar{X} =3.86, S.D.=.43) ด้านสภาพแวดล้อม (\bar{X} =3.86, S.D.=.43) ตามลำดับ

ผลการเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการพัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดชัยภูมิ

พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรปัจจัยแต่ละด้านที่ส่งผลของปัจจัยแต่ละด้านที่ส่งผลต่อปัจจัยการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ โดยรวมทุกด้าน พบว่า ด้านสภาพแวดล้อม X_4 มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในคะแนนดิบ (b) เท่ากับ .286 ตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (β) .362 ตามลำดับ

ผลการศึกษาสภาพทั่วไปและองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดชัยภูมิ (ด้วยวิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม) พบว่า

1. ควรให้หมอตรวจสุขภาพร่างกายทุกสัปดาห์
2. ออกกำลังกายร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ
3. บริการรถฉุกเฉินให้กับทุกหมู่บ้าน
4. จัดเครื่องมืออุปกรณ์สำหรับบริการ
5. เพิ่มเบี้ยยังชีพ
6. รถรับส่งไปหาหมอ
7. จัดหาอุปกรณ์ออกกำลังกายให้
8. จัดหาเครื่องมือที่เหมาะสมเพื่อคลายเส้น
9. จัดกิจกรรมออกกำลังกายทุกวันอาทิตย์ โดยมีเจ้าหน้าที่ร่วมสังเกตการณ์และฝึกปฏิบัติ
10. มอบสวัสดิการค่าครองชีพให้ผู้สูงอายุ
11. ฝึกอบรมให้กับผู้สูงอายุด้านจิตใจให้มีส่วนในการสนทนาร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
12. เพิ่มการพัฒนาคุณภาพจิตใจผู้สูงอายุจัดสัมมนานันทนาการร่วมพบปะสังสรรค์ตรวจเยี่ยมพักผ่อน
13. ให้วิทยากรมาอบรมจัดทำบัญชีเงินผู้สูงอายุเพื่อการดูแลทางสภาพจิตใจอย่างต่อเนื่อง
14. จัดกิจกรรมในการเที่ยวชมเชิงธรรมชาติร่วมกัน
15. รวมกลุ่มที่สร้างรายได้ที่เป็นประโยชน์ในชุมชนร่วมกันจัดอบรมผู้สูงอายุ นัดพบปะพูดคุยสังสรรค์กันตามเวลาหากิจกรรมร่วมกันทำโดยรัฐเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณในการจัดหาที่อยู่อาศัยจัดกิจกรรมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
16. จัดหางานที่เป็นประโยชน์ในหมู่คณะชุมชนเพิ่มงานเพิ่มรายได้
17. กำจัดขยะสุขภาพให้ได้มาตรฐาน
18. จัดอาชีพจากสานในการรวมกลุ่มกันทำช่วยรักษาดูแลสิ่งแวดล้อมในครัวเรือนจัดตั้งคณะกรรมการร่วมกันพัฒนาสิ่งแวดล้อมในชุมชน

5. อภิปรายผล

ระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุและการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ โดยรวมทุกด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เรวดี สุวรรณพเก้า และ รศรินทร์ เกรย์ (2553) ได้ทำวิจัยเรื่อง คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในพื้นที่เฝ้าระวังท่าประซากรกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดกาญจนบุรีแบบองค์รวม และจำแนกตามองค์ประกอบ (ด้านครอบครัว ด้านสุขภาพ ด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และด้านมาตรฐานการอยู่อาศัยและสภาพแวดล้อม) 2) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจ และสังคม กับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดกาญจนบุรีแบบองค์รวม พบว่า ความมั่นคงด้านครอบครัว ผู้สูงอายุในจังหวัดกาญจนบุรีมีการรักษาหรือ หรือได้มีโอกาสพูดคุยกับคนในครอบครัว และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในกิจกรรมของครัวเรือน ค่อนข้างน้อย มากกว่าครึ่งอาศัยอยู่ในครอบครัว 3 รุ่นและมากกว่า ผู้สูงอายุที่ยังมีอายุมากขึ้น โอกาสที่จะมีคุณภาพชีวิตด้านครอบครัวดีลดลง ผู้สูงอายุที่สมรส โอกาสที่จะมีคุณภาพชีวิตด้านครอบครัวดีมากกว่าผู้สูงอายุที่เป็นโสด ผู้สูงอายุที่จบชั้นประถมศึกษาโอกาสที่จะมีคุณภาพชีวิตด้านครอบครัวดีมากกว่า ผู้สูงอายุที่ไม่ได้เรียนหนังสือ สำหรับพื้นที่อยู่อาศัย พบว่า ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ที่มีความเป็นชนบท โอกาสที่จะมีคุณภาพชีวิตด้านครอบครัวดีน้อยกว่าผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ที่มีความเป็นเมือง/ กึ่งเมือง เพศ และอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตด้านครอบครัว ความมั่นคงด้านสุขภาพ ผู้สูงอายุในจังหวัดกาญจนบุรีเกือบทั้งหมดไม่มีปัญหาทางกายภาพในเรื่องของการกิน การขับถ่าย รวมถึงการอาบน้ำแต่งตัว พฤติกรรมการบริโภคค่อนข้างดี กล่าวคือส่วนใหญ่ไม่บริโภคอาหารรสจัด อาหารสุก ๆ ดิบๆ และอาหารจานด่วน ไม่สูบบุหรี่ และไม่ดื่มเครื่องดื่ม

ที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เช่น เบียร์เหล้า ยาต้อง แต่พบว่ามีผู้สูงอายุที่ออกกำลังกายเพียงร้อยละ 8.1 เท่านั้น ผู้สูงอายุที่เป็นผู้หญิงมีโอกาสที่จะมีคุณภาพชีวิตด้านสุขภาพดีมากกว่าผู้ชาย ผู้สูงอายุตอนปลาย (80 ปีขึ้นไป) มีโอกาสที่จะมีคุณภาพชีวิตด้านสุขภาพดีมากกว่าผู้สูงอายุตอนต้น (60-69 ปี) ผู้สูงอายุที่ได้รับการศึกษาสูงกว่า โอกาสที่จะมีคุณภาพชีวิตด้านสุขภาพดีมากกว่าผู้สูงอายุที่ได้รับการศึกษาที่น้อยกว่า ผู้สูงอายุที่ไม่ได้ทำงานแล้วโอกาสที่จะมีคุณภาพชีวิตด้านสุขภาพดีมากกว่าผู้สูงอายุที่ยังคงทำงานอยู่ ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ที่มีความเป็นชนบท (พื้นที่ ปลูกข้าว พืชไร่ ที่สูง และ ผสมผสาน) มีโอกาสที่จะมีคุณภาพชีวิตด้านสุขภาพดีน้อยกว่าพื้นที่ ที่มีลักษณะความเป็นเมือง/กึ่งเมือง และ สถานภาพสมรส พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตด้านสุขภาพ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ไม่มีรายได้เป็นของตนเอง อยู่ในครัวเรือนที่มีหนี้สินเกือบครึ่งอยู่ในครัวเรือนที่ไม่มีรถเก๋ง/รถกระบะ/รถตู้ เครื่องปรับอากาศ เครื่องซักผ้า เครื่องเสียง/สเตอริโอ และไมโครเวฟครอบครองเลย ผู้สูงอายุที่เป็นหม้าย หรือแยก มีโอกาสที่จะมีคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจดีมากกว่า ผู้สูงอายุที่สมรส ผู้สูงอายุที่จบชั้นมัธยมศึกษาและสูงกว่า มีโอกาสที่จะมีคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจดีมากกว่าผู้ที่ไม่ได้เรียนหนังสือ ผู้สูงอายุที่ยังคงทำงานอยู่มีโอกาสมีคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจดีมากกว่าผู้สูงอายุที่ไม่ได้ทำงาน ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ที่มีความเป็นชนบท (พื้นที่ ปลูกข้าว พืชไร่ ที่สูง และ ผสมผสาน) โอกาสที่จะมีคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจดีน้อยกว่า ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ที่มีลักษณะความเป็นเมือง/กึ่งเมือง แต่เพศ และ อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิตด้านมาตรฐานการอยู่อาศัยและสภาพแวดล้อมพบว่า ผู้สูงอายุที่เป็นผู้หญิง มีโอกาสที่จะมีคุณภาพชีวิตด้านมาตรฐานการอยู่อาศัยและสภาพแวดล้อมดีมากกว่าผู้ชาย อายุที่เพิ่มมากขึ้นโอกาสที่จะมีคุณภาพชีวิต

ด้านมาตรฐานการอยู่อาศัยและสภาพแวดล้อมที่ดีมากขึ้น เช่นกัน ผู้สูงอายุที่มีการศึกษามากกว่า โอกาสที่จะมีคุณภาพด้านมาตรฐานการอยู่อาศัยและสภาพแวดล้อมดี มากกว่าผู้สูงอายุที่มีศึกษาน้อยกว่าผู้สูงอายุที่ไม่ได้ทำงาน มีโอกาสที่จะมีคุณภาพชีวิตด้านมาตรฐานการอยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อมดีกว่าผู้สูงอายุที่ยังคงทำงานอยู่ ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ที่มีความเป็นชนบท (พื้นที่ ปลูกข้าว พืชไร่และพื้นที่สูง) มีโอกาสที่จะมีคุณภาพชีวิตด้านมาตรฐานการอยู่อาศัยและสภาพแวดล้อมดีน้อยกว่า ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ ที่มีลักษณะ ความเป็นเมือง/กึ่งเมือง ในขณะที่ 50 สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตด้านมาตรฐานการอยู่อาศัยและสภาพแวดล้อม คุณภาพชีวิตโดยรวม พบว่า ผู้สูงอายุที่เป็นผู้หญิง มีโอกาสที่จะมีคุณภาพชีวิตโดยรวมดีมากกว่าผู้ชาย ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงกว่า โอกาสที่จะมีคุณภาพชีวิตโดยรวมดีมากกว่าผู้สูงอายุที่มีศึกษาน้อยกว่า ผู้สูงอายุที่ไม่ได้ทำงาน มีโอกาสที่จะมีคุณภาพชีวิตโดยรวมดีมากกว่า ผู้สูงอายุที่ยังคงทำงานอยู่ ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ที่มีลักษณะความเป็นชนบท (พื้นที่ปลูกข้าว พืชไร่ และที่สูง) มีโอกาสที่จะมีคุณภาพชีวิตโดยรวมที่ดีน้อยกว่า ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ที่มีความเป็นเมือง/กึ่งเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่สูง โอกาสของการมีคุณภาพชีวิตดีจะน้อยที่สุด อายุและสถานภาพสมรส พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตโดยรวม

ระดับปัจจัยการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ โดยรวมทุกด้าน พบว่า อยู่ในระดับ ปานกลาง ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุศล สุนทรธาดา และ กมลชนก ขำสุวรรณ, (2553) ได้ทำวิจัยเรื่อง ระดับและแนวโน้มความมีพฤติพลิงของ ผู้สูง อายุ ไทย (Thai Active Ageing) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับและความแตกต่างความมีพฤติพลิงของผู้สูงอายุไทย ในปีพ.ศ. 2545 และ 2550 2) ปัจจัยกำหนดคุณลักษณะของผู้สูงอายุที่มีพฤติ

พลิงในประเทศไทยในปีพ.ศ. 2550 กลุ่มตัวอย่างทั้งในเขตเมืองและเขตชนบททั้งสิ้น 22,825 คน และ 30,427 คน ในปีพ.ศ. 2545 และ 2550 ตามลำดับผลการวิจัยพบว่า 1) สถานะสุขภาพของผู้สูงอายุที่อยู่ในระดับดีมากดีและปานกลาง มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ส่วนที่มีสถานะสุขภาพไม่ดี และไม่ ดี มาก ๆ ลดลงเล็กน้อย ด้านสุขภาพจิตอยู่ในระดับดีมากเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ส่วนระดับปานกลางและไม่ดี ลดลง ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ไม่มีความพิการ และไม่มีข้อจำกัดในการทำกิจกรรมประจำวันด้วยตนเอง ผู้สูงอายุที่ร่างกายสามารถทำหน้าที่ต่าง ๆ ได้ครบทุกอย่างมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างมาก การออกกำลังกายมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน การมีส่วนร่วมในการทำงานของผู้สูงอายุลดลงเล็กน้อย ในขณะที่การมีส่วนร่วมในครอบครัว เช่น การเกี่ยวหญ้าสมาชิกครอบครัว ได้แก่ อาหาร การให้เงินบุตร ดูแลบ้าน เป็นต้น มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างมาก เช่นเดียวกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่ม เช่น กลุ่มฌาปนกิจ กลุ่มอาชีพฯ มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างมาก ผู้สูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีมากกว่าเส้นความยากจน มีสัดส่วนลดลงอย่างมาก ในขณะที่ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่าเส้นความยากจนมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้สูงอายุที่มีรายได้ไม่พอเพียงในการดำรงชีวิตประจำวันมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงเดียวกัน ที่มีรายได้พอเพียงลดลง และผู้สูงอายุต้องพึ่งพารายได้จากหลายแหล่ง ได้แก่ การทำงาน บำเหน็จ บำนาญ เบี้ยยังชีพ เงินออม คู่สมรส บุตร ญาติหรือบุคคลอื่น ๆ โดยผู้สูงอายุที่พึ่งรายได้มากกว่า 2 แหล่งขึ้นไป มีสัดส่วนเพิ่มขึ้น ในขณะที่ผู้สูงอายุที่เป็นเจ้าของบ้านในปัจจุบัน มีสัดส่วนลดลงเล็กน้อย และผู้สูงอายุที่อยู่กับครอบครัวมีสัดส่วนลดลงสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีความปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ เช่น มีราวในห้องน้ำ ห้องส้วม ไว้สำหรับยึดเกาะ มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเล็กน้อย 2) ผู้สูงอายุที่มีสถานะภาพสมรส มีโอกาสเป็นผู้สูงอายุที่มีระดับพฤติพลิงมากกว่า 3 เท่าเมื่อเทียบกับผู้สูงอายุที่มีสถานภาพโสด ส่วนผู้สูงอายุ หม้าย/หย่า/แยก มีระดับพฤติพลิงน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีสถานภาพโสดประมาณ

ครึ่งหนึ่ง ผู้สูงอายุที่อยู่นอกเขตเทศบาล มีระดับพหุพลังมากกว่าผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาล ประมาณ 2 เท่า ผู้สูงอายุที่ทำงานนอกภาคเกษตร มีระดับพหุพลังมากกว่าผู้สูงอายุที่ทำงานในภาคเกษตร ประมาณ 1.3 เท่า ผู้สูงอายุที่มีหนี้สิน มีระดับพหุพลังมากกว่าผู้สูงอายุที่ไม่มีหนี้สินประมาณ 1.4 เท่า ทั้งนี้ เนื่องจากผู้สูงอายุที่มีหนี้สินจำเป็นต้องทำงานเพื่อหาเงินใช้หนี้ ผู้สูงอายุที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร มีระดับพหุพลังมากกว่าผู้สูงอายุที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร ประมาณ 1.4 เท่า ผู้สูงอายุที่ไม่เป็นโรคเรื้อรัง และไม่ดื่มเหล้า มีระดับพหุพลังมากกว่าผู้สูงอายุที่เป็นโรคเรื้อรัง และดื่มเหล้า ประมาณ 1.3 เท่า และ 1.2 เท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรปัจจัยแต่ละด้านที่ส่งผลของปัจจัยแต่ละด้านที่ส่งผลต่อปัจจัยการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ โดยรวมทุกด้าน พบว่า ด้านสภาพแวดล้อม X_4 มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในคะแนนดิบ (b) เท่ากับ .286 ตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (β) .362 ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชายุชรัตน์ (2553) ได้ทำวิจัยเรื่อง การทำงานที่มีคุณค่าของผู้สูงอายุจังหวัดกาญจนบุรีพ.ศ. 2545 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ภาวะการทำงานของผู้สูงอายุในจังหวัดกาญจนบุรี 2) ระดับของงานที่มีคุณค่าของผู้สูงอายุในจังหวัดกาญจนบุรีและ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทำประชากร เศรษฐกิจและสังคมกับระดับของงานที่มีคุณค่าของผู้สูงอายุ โดยนิยาม “งานที่มีคุณค่า หมายถึง การทำงานภายใต้องค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ คือ 1) โอกาสสำหรับการทำงาน 2) การจ้างงาน 3) การคุ้มครองทำสังคม และ 4) การส่งเสริมการเจรจาทำสังคม พบว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพในครัวเรือน โครงสร้างครัวเรือน และสถานทางเศรษฐกิจของครัวเรือน มีความสัมพันธ์กับภาวะขาดแคลนงานที่มีคุณค่าอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.001 โดยที่ผู้หญิงมี

สัดส่วนของการมีภาวะขาดแคลนงานที่มีคุณค่ามากกว่าผู้ชาย เมื่อได้รับการศึกษาในระดับที่สูงขึ้นสัดส่วนของการมีภาวะขาดแคลนแรงงานจะลดลง หัวหน้าครัวเรือนมีสัดส่วนของการมีภาวะขาดแคลนงานที่มีคุณค่าน้อยกว่าผู้ที่ไม่ใช่หัวหน้าครัวเรือน ผู้ที่อาศัยอยู่ในครัวเรือนหลายคนมีสัดส่วนการมีภาวะขาดแคลนงานที่มีคุณค่ามากกว่าผู้ที่อยู่ครัวเรือนคนเดียว ผู้ที่ทำงานในภาคเกษตรกรรมจะมีสัดส่วนของการมีภาวะขาดแคลนงานที่มีคุณค่ามากกว่าผู้ที่ทำงานนอกภาคเกษตรกรรม และผู้สูงอายุที่ทำงานและยากจนมีสัดส่วนของการมีภาวะขาดแคลนงานที่มีคุณค่ามากกว่าผู้มีสถานปานกลางและรวย

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ระบุว่า ควรให้หมอตราชสุขภาพร่างกายทุกสัปดาห์ออกกำลังกายร่วมกันอย่างสม่ำเสมอจัดบริการรถฉุกเฉินให้กับทุกหมู่บ้านจัดเครื่องมืออุปกรณ์สำหรับบริการ เพิ่มเบี้ยยังชีพและรถรับส่งไปหาหมอจัดหาอุปกรณ์ออกกำลังกายให้จัดหาเครื่องมือที่เหมาะสมเพื่อคลายเส้น จัดกิจกรรมออกกำลังกายทุกวันอาทิตย์ โดยมีเจ้าหน้าที่ร่วมสังเกตการณ์และฝึกปฏิบัติ มอบสวัสดิการค่าครองชีพให้ผู้สูงอายุฝึกอบรมให้กับผู้สูงอายุด้านจิตใจให้มีส่วนในการสนทนาร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็น พัฒนาการพัฒนาคุณภาพจิตใจผู้สูงอายุจัดสัมมนานันทนาการร่วมพบปะสังสรรค์ตรวจเยี่ยมพักผ่อนให้วิทยากรมาอบรมจัดทำบัญชีเงินผู้สูงอายุเพื่อการดูแลทางสภาพจิตใจอย่างต่อเนื่อง จัดกิจกรรมในการเที่ยวชมเชิงธรรมชาติร่วมกัน รวมกลุ่มที่สร้างรายได้ที่เป็นประโยชน์ในชุมชนร่วมกันจัดอบรมผู้สูงอายุนัดพบปะพูดคุยสังสรรค์กันตามเวลาหากิจกรรมร่วมกันทำโดยรัฐเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณในการจัดหาที่อยู่อาศัยจัดกิจกรรมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมจัดหางานที่เป็นประโยชน์ในหมู่คณะชุมชนเพิ่มงานเพิ่มรายได้ กำจัดขยะสุขภาพิบาลให้ได้มาตรฐานจัดอาชีพจักสานในการรวมกลุ่มกันทำช่วยรักษาดูแลสิ่งแวดล้อมในครัวเรือนจัดตั้งคณะกรรมการร่วมกันพัฒนาสิ่งแวดล้อมในชุมชนสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mc Colgan (2000) ได้ศึกษาปัญหาผู้สูงอายุจากข่าวการเสียชีวิตหรือประวัติของบุคคล

ที่มีชื่อเสียง ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจที่ทำให้เกิดการสร้างเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตของบุคคลนั้น ๆ เนื้อเรื่องที่ถูกสร้างขึ้นมานั้นส่วนมากจะมีเนื้อหาไปในทางที่เครียด จนถึงสิ่งที่ทำให้ชีวิตต้องได้รับผลกระทบแบบนี้ แต่ก็ยังมีชีวิตที่ผู้เขียนนำมาแต่งขึ้นเองนอกเหนือจากเรื่องจริงอีกด้วย ในรายงานฉบับนี้จะพูดถึงเหตุการณ์ของโรคความจำเสื่อมที่ผู้เขียนได้แต่งขึ้นในการจากไปของ Iris Murdoch เนื้อหาที่เห็นได้ชัดจากโรคความจำเสื่อมเป็นการสูญเสียที่น่าสงสาร สิ่งนี้เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญของการเสียชีวิต สถาบัน Biomedical ได้เล็งเห็นความสำคัญของโรคนี้นมากกว่าที่จะปล่อยปะละเลย Iris Murdoch อาจไม่ได้ต้องการให้ใครนำเนื้อเรื่องของเธอกมาเล่าขาน แต่ทางสถาบันก็อนุญาตให้ทำเนื้อหากับบุคคลที่มีโรคความจำเสื่อมได้ จากการทำสรุปครั้งนี้ คนกลุ่มนี้จะถูกกล่าวหาว่าเป็นบ้ามากกว่าจะถูกบอกว่าเป็นโรคความจำเสื่อมเมื่อทำงานและไม่มีการตอบรับ จากสถานที่ทำงานตามที่พวกเขาได้ไปสมัครเอาไว้ จากการนำเรื่องของ Iris Murdoch มาเผยแพร่ มุมมองและแบบอย่างในการใช้ชีวิตทั้งดีและไม่ดีที่อาจเกิดขึ้นให้เป็นแนวคิดได้อีกด้วย การศึกษาครั้งนี้อาจจะแสดงให้เห็นถึงลักษณะของโรคความจำเสื่อมได้ดีและชัดเจนมากยิ่งขึ้น เนื้อหาของ Iris Murdoch บวกทั้งชีวิตการทำงานและการดูแลรักษาของเธอจะเป็นเครื่องบ่งบอกถึงการเข้าใจ ในโรคความจำเสื่อมให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ยังอาจเป็นเนื้อหาความสำคัญที่จะลดปัญหาให้กับผู้ป่วยโรคนี้นี้ให้มีชีวิตและการทำงานปกติเหมือนคนทั่วไป

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ควรทำการวิจัยปัญหาและอุปสรรคการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนและเครือข่ายภาคีทุกภาคส่วนในดำเนินการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

6.2 ควรทำการศึกษาวิจัยการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0

6.3 ควรทำการศึกษาวิจัยการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นการดำเนินงานตามแนวทางประชารัฐของจังหวัดต่าง ๆ

7. เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.

(2552). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับผู้สูงอายุ.**

กรุงเทพฯ : สำนักส่งเสริมและพิทักษ์

ผู้สูงอายุกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.

_____. (2562). **ชุดข้อมูลกลางเรื่องผู้สูงอายุ.** ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2563, จาก

<http://chaiyaphum.nso.go.th>

[/index.php?option=com_content&view=article&id=271:23032017older&catid=105&Itemid=510](http://index.php?option=com_content&view=article&id=271:23032017older&catid=105&Itemid=510)

กุศล สุนทรธาดา และกมลชนก ขำสุวรรณ. (2553).

ระดับและแนวโน้มความมีพฤติพลังของ

ผู้สูงอายุไทย (Thai Active Ageing).

ในเอกสารนำเสนอในที่ประชุมวิชาการ

ประชากรศาสตร์แห่งชาติ 2553 วันที่ 25-26

พฤศจิกายน 2553 ณ โรงแรมเดอะทวิน

ทาวเวอร์ ปทุมวัน, กรุงเทพมหานคร.

ยุวณี เกษมสินธ์. (2553). **สภาพและปัญหาการจัด**

สวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุขององค์กร

ปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอศรี

สงคราม จังหวัดนครพนม. วิทยานิพนธ์

รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขารัฐ

ประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏ

สกลนคร.

ระพีพรรณ คำหอม. (2557). **สวัสดิการสังคมกับ**

สังคมไทย (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เรวดี สุวรรณพเก้า และ รศรินทร์ เกรย์. (2553).

คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในพื้นที่เฝ้าระวังทำ
ประชากรกาญจนบุรี.วารสารประชากร. 2(2),
33-54.

วัลลภ รัฐฉัตรานนท์. (2557). **เทคนิควิจัยทาง**

สังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิชาญ ชูรัตน์ (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาวะเสี่ยงการ

มีปัญห สุขภาพจิตของผู้สูงอายุ. **วารสาร**
ประชากร, 3(2), 87-109.

สำนักงานสถิติจังหวัดชัยภูมิ . (2559). **ชุดข้อมูลกลาง**

เรื่องผู้สูงอายุ. ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2563,
จาก [http://chaiyaphum.old.nso.](http://chaiyaphum.old.nso.go.th/nso/project/search/result_by_department.jsp)

[go.th/nso/project/search/result_by_department.jsp](http://chaiyaphum.old.nso.go.th/nso/project/search/result_by_department.jsp)

Guralnik, D. B. (1976). **Webster's New World**

Dictionary of American Language.

Ohio: Willam Collins and World

Publishing Company.

Mc Colgan. (2000). **Managing and Coordinating**

Nursing Care (3rd ed.) Philadelphia: J.

B. Lippincott.

การปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะของบุคลากรในองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี

Fulfillment of Administrative Duties in The Public Services, of Personnel in the Local
Government Organization, of Mueang Pathum Thani District, Pathum Thani Province.

วสันต์ ปานสังข์ (Wasun Phansong)¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองเพื่อการจัดทำบริการสาธารณะ ของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี 2) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะ ของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี 3) นำเสนอแนวทางในการพัฒนาการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะ ของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี ซึ่งทำการศึกษาถึงการจัดทำบริการสาธารณะใน 4 ด้าน คือ 1. ด้านการออก “กฎ”/ “ข้อบัญญัติ” 2. ด้านการออก “คำสั่งทางปกครอง” 3. ด้านการทำ “สัญญาทางปกครอง” และ 4. ด้าน “การปฏิบัติทางปกครอง” และเป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research หรือ MMR) โดยการวิจัยเชิงปริมาณใช้ประชากรจำนวน 3 กลุ่ม คือ 1. ผู้บริหารท้องถิ่น 2. สมาชิกสภาท้องถิ่น 3. ข้าราชการและพนักงานท้องถิ่น และใช้กลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มแบบแบ่งชั้น ซึ่งผู้วิจัยได้คำนวณหากลุ่มตัวอย่างได้จำนวนทั้งสิ้น 248 คน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 คน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองเพื่อการจัดทำบริการสาธารณะของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อยมาก และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการออก “กฎ”/ “ข้อบัญญัติ” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการออก “คำสั่งทางปกครอง” และด้านการทำ “สัญญาทางปกครอง” ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้าน “การปฏิบัติทางปกครอง” ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะ ของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านการออก “คำสั่งทางปกครอง” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการทำ “สัญญาทางปกครอง” และด้านการ “ปฏิบัติทางปกครอง” ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการออก “กฎ”/ “ข้อบัญญัติ” ตามลำดับ

คำสำคัญ: บทบาทหน้าที่ทางปกครอง, บริการสาธารณะ, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

¹ สาธารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่ E-mail : vason_112@hotmail.com

Abstract

This research study aims 1) to study the cognition of the implementation of administrative roles and duties for the provision of public services among personnel in local administrative organizations in Mueang Pathum Thani District, Pathum Thani Province 2) to investigate the factors affecting the level of opinion about the role of the government in the provision of public services among personnel in local administrative organizations in the area of Mueang Pathum Thani District, Pathum Thani Province, and 3) to present guidelines for developing the implementation of administrative roles and duties in the provision of public services among personnel in local administrative organizations in Mueang Pathum Thani District, Pathum Thani Province. The study examined the provision of public services in four aspects: 1) the issuing of rules/ regulations 2) the issuing of administrative orders 3) the making of administrative contracts, and 4) the administrative practices which were Mixed Methods Research (MMR). The quantitative research used 3 population groups: 1) local administrators 2) local council members and 3) local government officials and employees, using a stratified random sample which calculated a total sample of 248 people. As for the qualitative research, 6 people were selected by a specific sampling as key informants for an in-depth interview. The results of the research were summarized as follows.

The results of the research were as follows

1. Cognition in the fulfil of administrative services for the preparation of personnel in the local administrative organization in Mueang Pathum Thani area Pathum Thani Province found that the overall level was very low, and then classified by aspects, it was found that the aspect of issuing rules/regulations had the highest average, followed by administrative orders and administrative contracts. The aspect with the least mean is in terms of administrative practices, respectively

2. Factors affecting the opinion level regarding the roles and duties of the administration in the provision of public services of personnel in the local administrative organization in Mueang Pathum Thani District, Pathum Thani Province revealed that the overall were at a moderate level, the categorized by aspect, it was found that the issuing of administrative orders had the highest average, followed by administrative contracts and administrative practices, while the aspect with the least mean is the issuing of rules/regulations , respectively.

Keywords: Administrative Duties, The Public Services, The Local Government Organization

วันที่รับบทความ : 15 มีนาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 11 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นรูปแบบการปกครองที่จำเป็นและมีความสำคัญในทางการเมือง โดยเป็นการปกครองของชุมชนต่าง ๆ เฉพาะอย่างยิ่งชุมชนที่มีการปกครองระบบประชาธิปไตย ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าในทางทฤษฎีและแนวความคิดทางปกครองรัฐบาลซึ่งเป็นกลไกในการบริหารการปกครองของรัฐ ย่อมมีภาระหน้าที่มากมายในการบริหารประเทศและให้บริการประชาชน ได้รับความสุขและความสบายในการดำรงชีพ ที่เรียกว่า การจัดทำบริการสาธารณะ (Public Service) แต่ย่อมเป็นไปได้ที่รัฐบาลจะดูแลและจัดทำบริการให้กับประชาชนได้ทั่วถึงทุกชุมชนของประเทศ เพราะอาจเกิดความล่าช้าในการดำเนินงาน และอาจจะไม่เป็นการตอบสนองความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ดังนั้นการลดภาระของรัฐบาลโดยการให้ประชาชนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการปกครองตนเอง เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน จะเกิดความสะดวกรวดเร็วและตรงกับจุดประสงค์หรือความมุ่งหมายของชุมชนนั้น ๆ (สิวาทพร สุขเอียด, 2562, เว็บไซต์)

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกรูปแบบเป็นองค์กรที่เกิดขึ้นตามหลักการกระจายอำนาจและรับมอบภาระกิจบางอย่างจากรัฐบาลมาดำเนินการจัดทำเอง โดยภารกิจที่จัดทำนั้นเป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับท้องถิ่น และเป็นกิจการที่ท้องถิ่นสามารถจัดทำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่ารัฐ เนื่องจากเป็นกิจการที่มีลักษณะเฉพาะ ขึ้นอยู่กับสภาพความเป็นอยู่ของท้องถิ่นแต่ละแห่ง โดยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลจากส่วนกลางตามมาตรา 250 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 โดยได้ให้อำนาจหน้าที่ในการจัดระบบบริการสาธารณะระหว่างรัฐกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และระหว่างหน่วยงานของรัฐ ร่วมกันหรือมอบหมายให้เอกชนดำเนินการจัดทำบริการสาธารณะ

ดังนั้น จึงควรทำความเข้าใจเสียก่อนว่า “บริการสาธารณะ” เป็นคำที่มีความหมายอย่างกว้าง กล่าวคือ หมายรวมถึงอำนาจและหน้าที่ในการจัดทำบริการสาธารณะ (service public) อำนาจและหน้าที่ในการควบคุมตรวจสอบ (police) โดยในส่วนของอำนาจและหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถแยกประเภทได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. อำนาจและหน้าที่ในการจัดทำบริการสาธารณะ (service public) ความหมายถึง กิจการที่ฝ่ายปกครองจัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชนในท้องถิ่น (ประยูร กาญจนดุล, 2538, หน้า 108) เพื่อให้ประชาชนได้รับความสะดวกสบายและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยมีได้มุ่งหวังผลกำไรแต่มุ่งหวังให้ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์สูงสุด

2. อำนาจและหน้าที่ในการควบคุมตรวจสอบ (police) หรือ การใช้อำนาจหน้าที่ตำรวจทางปกครอง ในการควบคุมการใช้เสรีภาพของปัจเจกชนเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความไม่สงบเรียบร้อยขึ้นในท้องถิ่น ทั้งนี้โดยมีลักษณะสำคัญดังต่อไปนี้ (บวรศักดิ์ อุวรรณโณ, 2538, หน้า 301 – 303) คือ 1. ผู้ใช้อำนาจหน้าที่ในการควบคุมได้ต้องเป็นผู้ที่กฎหมายกำหนดให้อำนาจไว้ 2. มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันมิให้เกิดความไม่สงบเรียบร้อยขึ้นสังคม 3. เป็นการใช้อำนาจฝ่ายเดียวในทางมหาชน ในลักษณะของการจำกัดเสรีภาพ 4. ความสงบเรียบร้อยที่ต้องป้องกันนั้นมี 3 ลักษณะ คือ ความสงบในถนน ในที่สาธารณะ ตลอดจนจนความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน

ในการจัดทำบริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งมีสถานะเป็น “นิติบุคคล” มีอำนาจจัดทำบริการสาธารณะภายในเขตพื้นที่ของตนและขอบเขตตามที่กฎหมายกำหนด โดยสามารถแยกออกเป็นรูปแบบของจัดทำบริการสาธารณะ หรือการกระทำทางปกครองได้ ดังนี้

1. การออก “กฎ”/“ข้อบัญญัติ” หมายถึง แสดงออกถึงเจตจำนงขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอันที่จะกำหนดนิติสัมพันธ์ก่อให้เกิดสิทธิหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับประชาชนหรือบุคคลอื่นเหนืออาณาเขตพื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น โดยเป็นการแสดงเจตนาฝ่ายเดียวเพื่อให้ปฏิบัติหรือดำเนินการต่าง ๆ รวมทั้งการจัดทำบริการสาธารณะ ตามขอบอำนาจและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงลงได้

2. การออกคำสั่งทางปกครอง หมายถึง การแสดงเจตนาฝ่ายเดียวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อกำหนดนิติสัมพันธ์ระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับบุคคลอื่น โดยเฉพาะเจาะจงต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง อันก่อให้เกิดการกระทบต่อสิทธิเสรีภาพของบุคคลผู้รับคำวินิจฉัยสั่งการภายในขอบเขตที่กฎหมายกำหนดให้อำนาจไว้

3. การทำสัญญาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หมายถึง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังอาจมีความสัมพันธ์กับเอกชนบนพื้นฐานของคู่สัญญา โดยสัญญาที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทำกับเอกชนอาจแยกพิจารณาได้ 2 กรณี คือ 1) สัญญาทางแพ่ง โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมุ่งนิติสัมพันธ์ที่เสมอภาคแบบเดียวกับเอกชนทำกับเอกชน โดยไม่ประสงค์จะใช้อำนาจมหาชนเหนือเอกชน เช่น สัญญาซื้อขายพัสดุ อุปกรณ์ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2) สัญญาทางปกครอง เป็นสัญญาที่นำหลักกฎหมายมหาชนมาใช้บังคับ โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมุ่งนิติสัมพันธ์ที่ฝ่ายปกครองมีอำนาจเหนือกว่าเอกชนที่เป็นคู่สัญญา เช่น มีอำนาจในการแก้ไขสัญญาเพียงฝ่ายเดียว มีอำนาจควบคุมดูแลการดำเนินการบริการสาธารณะควบคุมคู่สัญญาอย่างใกล้ชิด

4. การปฏิบัติการทางปกครอง หมายถึง การอันองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้กระทำโดยอาศัยอำนาจตามกฎหมาย ที่มีใช้เป็นนิติกรรมทางปกครอง

อันเป็นการแสดงเจตนากระทำที่ก่อให้เกิดผลทางกฎหมาย

จากบทบาทอำนาจและหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดทำบริการสาธารณะดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่าในทางปฏิบัติผู้มีอำนาจและหน้าที่ซึ่งขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบริการสาธารณะที่ถูกต้อง จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน ตลอดจนปัจจัยที่มีต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ในทางปกครองมาใช้ในการจัดทำบริการสาธารณะของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี โดยใช้เครื่องมือทางปกครองที่ได้แก่ 1) การออกกฎ/ข้อบัญญัติ 2) การออกคำสั่งทางปกครอง 3) การทำสัญญาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และ 4) การปฏิบัติการทางปกครอง ซึ่งเรียกว่ารูปแบบของการกระทำทางปกครองขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองเพื่อการจัดทำบริการสาธารณะ ของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี

1.2.3 เพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนาการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะ ของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตประชากร

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาถึงการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำ

บริการสาธารณะ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี ซึ่งได้แก่ผู้บริหารเทศบาลและผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล สมาชิกสภาเทศบาลและสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล บุคลากรซึ่งเป็นข้าราชการหรือพนักงาน เทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี ทั้งสิ้น 10 เขตเทศบาล 5 องค์การบริหารส่วนตำบล ได้แก่ เทศบาลเมืองปทุมธานี เทศบาลเมืองบางคูวัด เทศบาลตำบลบางหลวง เทศบาลตำบลบางกะดี เทศบาลตำบลหลักหก เทศบาลตำบลบ้านกลาง เทศบาลตำบลบางเดื่อ เทศบาลตำบลบางพลู เทศบาลตำบลบางชะแยง เทศบาลตำบลบ้านใหม่ องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านฉาง องค์การบริหารส่วนตำบล บ้านกระแซง องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านบางหลวง องค์การบริหารส่วนตำบลบางพูด และองค์การบริหารส่วนตำบลสวนพริกไทย

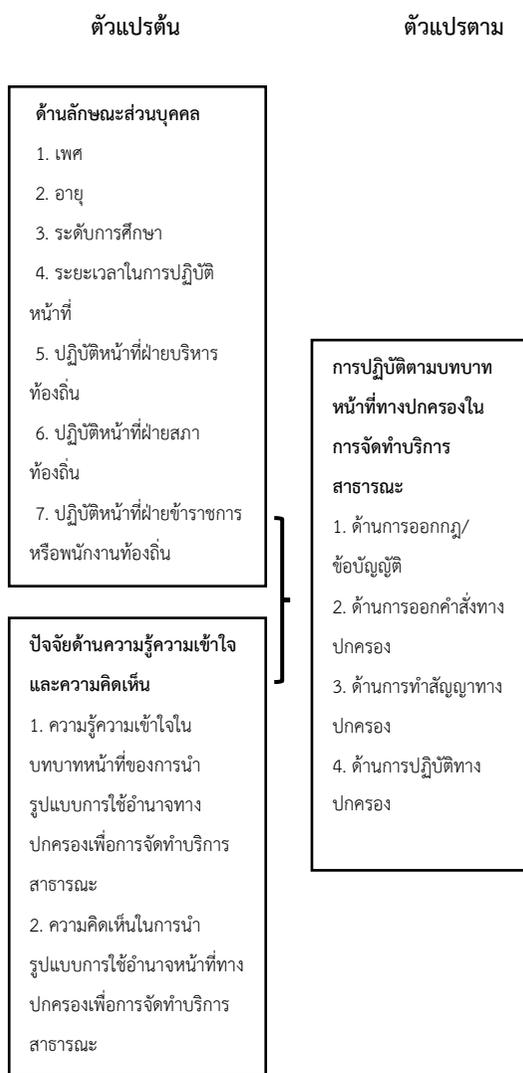
1.3.2 ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาถึงการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาดำเนินการระหว่างเดือน มกราคม 2563 ถึง ตุลาคม พ.ศ.2563

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



2. วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research หรือ MMR) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในแต่ละแบบจะประกอบไปด้วย

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี ซึ่งรวมทั้งสิ้น 10 เขตเทศบาล และ 5 องค์การบริหารส่วนตำบล โดยจำแนกกลุ่มประชากรเป็น จำนวน 3 กลุ่ม ประกอบไปด้วย 1) ผู้บริหารท้องถิ่น 2) สมาชิกสภาท้องถิ่น 3) ข้าราชการและพนักงานท้องถิ่น จำนวน 652 คน และกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 248 คน โดยทำการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจากการคำนวณของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane) ใช้ค่าความคาดเคลื่อนร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

2.1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

ใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จาก ผู้ให้ ข้อมูล สำคัญ (Key Informant) จำนวน 6 คน ได้แก่ ปลัดจังหวัดปทุมธานี นายอำเภอเมืองปทุมธานี ปลัดอำเภอเมืองปทุมธานี ท้องถิ่นจังหวัดปทุมธานี ท้องถิ่นอำเภอเมืองปทุมธานี และปลัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานี

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (questionnaires) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check Lists) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ และ ระยะเวลาการปฏิบัติงาน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ทางปกครองเพื่อการจัดทำบริการสาธารณะ โดยกำหนดให้ข้อคำถามที่มีความหมายเชิงปฏิฐาน (Positive) มีให้เลือกตอบแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

2.2.2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป และตอนที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์ถึงแนวทางในการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้วยการ 1) การออกกฎ/ข้อบัญญัติ 2) การออกคำสั่งทางปกครอง 3) การทำสัญญาทางปกครอง และ 4) การปฏิบัติการทางปกครอง ของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี

2.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

2.3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการอธิบายข้อมูลทั่วไป

2.3.2 การใช้สถิติ เช่น t-test ในการหาค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองและปัจจัยที่มีผลต่อระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะ ของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของ

2.3.3 วิเคราะห์ค่าเป็นกลางทางสถิติ และปัจจัยข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะและความคิดเห็นเกี่ยวกับ

บทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการ
สาธารณะของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2.3.4 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Multiple Correlation) โดยการเชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎีที่ได้กล่าวแล้ว เพื่อให้ชุดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะและปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2.3.5 แบบสัมภาษณ์ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจำแนกและจัดระบบข้อมูล แล้ววิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์โดยการตีความแล้วสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic induction)

3. สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลพื้นฐาน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 59.1 และส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่างอายุ 46-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.1 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41.3 ระยะเวลาการปฏิบัติหน้าที่ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนใหญ่ปฏิบัติงานเป็นระยะเวลา 11 – 15 ปี ส่วนใหญ่ปฏิบัติหน้าที่ข้าราชการท้องถิ่นในตำแหน่งพนักงานเทศบาลประเภททั่วไป (ทุกสายงาน) คิดเป็นร้อยละ 37.8

ส่วนที่ 2 : ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองเพื่อการจัดทำบริการสาธารณะ ของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี พบว่า

โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อยมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านตามลำดับค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย

อันดับแรก คือด้านการออก “กฎ”/“ข้อบัญญัติ” รองลงมา คือ ด้านการออก “คำสั่งทางปกครอง” ด้านการทำ “สัญญาทางปกครอง” และด้านการ “ปฏิบัติการทางปกครอง” ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 : ผลการวิเคราะห์ปัจจัยมีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี พบว่า

โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับแรก คือ ด้านการออก “คำสั่งทางปกครอง” รองลงมา คือ ด้านการทำ “สัญญาทางปกครอง” ด้าน “การปฏิบัติทางปกครอง” และ ด้านการออก “กฎ”/“ข้อบัญญัติ” ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 : ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศต่างกัน มีปัจจัยที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี ไม่แตกต่างกันจึงปฏิเสธสมมติฐาน ส่วนอายุที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะ แตกต่างกันจึงยอมรับสมมติฐาน และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะ ไม่แตกต่างกันจึงปฏิเสธสมมติฐาน และระยะเวลาการปฏิบัติหน้าที่ที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะ ไม่แตกต่างกันจึงปฏิเสธสมมติฐาน

ส่วนที่ 5 : ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาและแนวทางการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการ

สาธารณะของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ด้านการออก “กฎ”/“ข้อบัญญัติ”

ในด้านนี้ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า ยังไม่ เป็นปัญหาในทางปฏิบัติ เนื่องจากส่วนใหญ่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้ดี แต่ยังมีข้อท้วงติงและข้อห่วงใยในเรื่องการออกข้อบัญญัติ หรือเทศบัญญัติที่ส่วนใหญ่จะมีการคัดลอกตามอย่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น ซึ่งบางครั้งก็ทำให้เกิดข้อความผิดพลาดเนื่องจากการออกข้อบัญญัติ หรือเทศบัญญัติไม่เป็นปัจจุบันเพราะได้ มีกฎหมายแก้ไขขึ้นมาใหม่ใช้บังคับแล้วอีกทั้งมีความล่าช้าไม่ทันต่อสถานการณ์

2. ด้านการออก “คำสั่งทางปกครอง”

ในด้านนี้ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า ยังมี ปัญหาในทางปฏิบัติ ในหลายประการ เช่น มีข้อบกพร่องในการอ้างข้อกฎหมายที่ให้อำนาจในการออกคำสั่ง ทั้งนี้เนื่องจากเจ้าหน้าที่ผู้ออกคำสั่งยังขาดความรู้ความเข้าใจข้อกฎหมายในการออกคำสั่ง นอกจากนี้การออกคำสั่งยังมีความล่าช้าไม่ทันต่อเหตุการณ์ เนื่องจากผู้ออกคำสั่งต้องใช้เวลาในการตรวจสอบก่อนออกคำสั่ง ตลอดจนปัญหาการคาบเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการออกคำสั่ง

3. ด้าน “สัญญาทางปกครอง”

ในด้านนี้ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า ยังไม่ เป็นปัญหาในทางปฏิบัติ เนื่องจากการจัดซื้อจัดจ้าง และการทำสัญญาทางปกครองขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จะมีการกำหนดไว้ในแผนงานและโครงการและงบประมาณประจำปี ซึ่งเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่มีความรู้และความเข้าใจได้ดี และยังมีหน่วยงาน เช่น ปปช. สตง.ได้เข้าทำการตรวจสอบและให้คำแนะนำ นอกจากนี้ยังมีฝ่ายปกครองท้องถิ่นที่คอยกำกับดูแลอีก

ชั้นหนึ่ง อีกทั้งในปัจจุบันได้มีการบังคับใช้พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560 และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 และได้ยกเลิกระเบียบเก่า ดังนั้น การจัดซื้อจัดจ้างและการทำสัญญาทางปกครองหรือสัญญาทางแพ่งจึงมีความเข้มงวดมากขึ้น ส่วน ปัญหาการร้องเรียนยังมีอยู่บ้างในเรื่องการกำหนดคุณสมบัติหรือลักษณะของสิ่งของที่ต้องการจัดซื้อหรือจัดจ้างไปเอื้อต่อคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง และความล่าช้าหรือไม่ดำเนินงานตามกำหนด ตลอดจนการละทิ้งการจ้าง จึงต้องมีการบอกเลิกสัญญาและเรียกค่าปรับ จนอาจเกิดการฟ้องร้องต่อศาลปกครอง

4. ด้าน “การปฏิบัติทางปกครอง”

ในด้านนี้ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า ไม่มี ปัญหาในทางปฏิบัติ เนื่องจากการออกไปปฏิบัติภารกิจทางปกครองของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น จะต้องอยู่ในแผนงานโครงการประจำปีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือมีประชาชนในท้องถิ่นหรือชุมชนร้องขอสนับสนุนมาโดยผ่านทางผู้นำชุมชนหรือผู้นำท้องถิ่น และการออกไปปฏิบัติภารกิจของเจ้าพนักงานท้องถิ่นก็จะประสานงานกับผู้นำชุมชน และมีการบอกกล่าวประกาศให้ประชาชนผู้ที่อาจจะได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติที่ได้รับทราบก่อนเสมอ เพื่อป้องกันความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติ และการเรียกร้องการเยียวยาความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นในภายหลัง นอกจากนี้ในการปฏิบัติภารกิจทางปกครองของเจ้าพนักงานท้องถิ่น บางครั้งต้องมีการประสานงานจากหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องในเขตพื้นที่เดียวกัน เช่น กรมเจ้าท่า กรมชลประทาน หรือกรมราชพัสดุ เพื่อขออนุญาตเข้าใช้พื้นที่ในการปฏิบัติภารกิจ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความล่าช้าต่อการปฏิบัติของทางท้องถิ่นบ้างเท่านั้น

4. อธิปไตย

4.1 จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “การปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะ ของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี” ผู้วิจัยขออธิบายผลในประเด็นสำคัญแต่ละด้าน ดังต่อไปนี้

4.1.1 ด้านการออก “กฎ” / “ข้อบัญญัติ” ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นโดยภาพรวม บุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี มีความรู้ความเข้าใจการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะ ด้านการออก “กฎ” / “ข้อบัญญัติ” อยู่ในระดับน้อยมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า อยู่ในระดับปานกลางและน้อย คือ ฝ่ายสภาท้องถิ่นรองลงมา คือ พนักงานท้องถิ่นประเภทบริหารท้องถิ่น, ส่วนปัจจัยมีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะ ของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี ด้านการออก “กฎ” อยู่ในระดับปานกลาง

โดยลำดับศักดิ์แห่งกฎหมายแล้ว “กฎ” หรือ “ข้อบัญญัติ” ของท้องถิ่น จัดอยู่ในชั้นกฎหมายลำดับรองที่ต่ำกว่าพระราชบัญญัติ ดังนั้น การออก “กฎ” คือ “ข้อบัญญัติ” ของท้องถิ่นจะต้องอาศัยอำนาจตามกฎหมายแม่บทในระดับพระราชบัญญัติโดยการออก “กฎ” หรือ “ข้อบัญญัติ” ของท้องถิ่น จะออกเกินกว่าอำนาจแห่งกฎหมายแม่บทไม่ได้ ดังนั้น ฝ่ายสภาท้องถิ่นจึงมีบทบาทสำคัญต่อการออก “กฎ” หรือ “ข้อบัญญัติ” ของท้องถิ่นจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของอิทธิพล ทศนา (2542, บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง อำนาจออกข้อบัญญัติท้องถิ่นขององค์กร

ปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่า สภาท้องถิ่นมีบทบาทที่สำคัญในการออกข้อบัญญัติท้องถิ่น อันเป็นเครื่องมือในการจัดทำบริการสาธารณะ เพื่อตอบสนองประโยชน์ต่อส่วนรวมของประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าบุคลากรของท้องถิ่นควรจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในการออก “กฎ” หรือข้อบัญญัติท้องถิ่น แต่ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ยังมีข้อท้วงติง และข้อห่วงใยในเรื่องการออกข้อบัญญัติท้องถิ่น คือ การออกข้อบัญญัติท้องถิ่นที่ส่วนใหญ่จะมีการคัดลอกการออกข้อบัญญัติ หรือเทศบัญญัติ ตามอย่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น ๆ ที่เคยออกมาแล้ว ซึ่งบางครั้งก็ทำให้เกิดข้อผิดพลาดเนื่องจากการออกข้อบัญญัติ หรือเทศบัญญัติ ไม่เป็นปัจจุบัน เนื่องจากมีกฎหมายแม่บทได้แก้ไขขึ้นมาใหม่ อีกทั้งการออกข้อบัญญัติท้องถิ่นมีความล่าช้าไม่ทันต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

4.1.2 ด้านการออก “คำสั่งทางปกครอง”

โดยภาพรวม บุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานีมีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองเพื่อการจัดทำบริการสาธารณะด้านการออก “คำสั่งทางปกครอง” อยู่ในระดับน้อยมาก ส่วนปัจจัยมีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ทางปกครองเพื่อการจัดทำบริการสาธารณะ ด้านการออก “คำสั่งทางปกครอง” ของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี อยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการออก “คำสั่งทางปกครอง” ในหัวข้อการขออนุญาตซ่อมแซมอาคารแต่ทำการซ่อมแซมผิดไปจากสภาพเดิมโดยไม่ขออนุญาต ท้องถิ่นสามารถมีคำสั่งให้รื้อถอนอาคารได้มากที่สุด

เจ้าพนักงานท้องถิ่นผู้มีอำนาจออกคำสั่งทางปกครองจะต้องเป็นเจ้าพนักงานท้องถิ่นที่กฎหมายให้อำนาจไว้โดยเฉพาะ และต้องเป็นผู้มีอำนาจในการพิจารณาในเรื่องนั้น ๆ ตามมาตรา 12 แห่งพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539

ที่บัญญัติว่า “คำสั่งทางปกครองจะต้องกระทำโดยเจ้าหน้าที่ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ในเรื่องนั้น” แต่จากผลการวิจัย พบว่า โดยภาพรวมบุคลากรในองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี มีความรู้ความเข้าใจด้านการออก “คำสั่งทางปกครอง” อยู่ในระดับน้อยมาก จึงอาจทำให้เกิดปัญหาในทางปฏิบัติและเป็นอุปสรรคในการควบคุมความชอบด้วยกฎหมายของคำสั่งทางปกครอง ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ นางสาวมานิดา สิงกุล (2548, บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาถึง การควบคุมความชอบด้วยกฎหมายของคำสั่งทางปกครองของเจ้าพนักงานท้องถิ่น ตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 พบว่า เจ้าพนักงานท้องถิ่นไม่มีความรู้ความเข้าใจในขั้นตอนของการออกคำสั่งทางปกครองของเจ้าพนักงานท้องถิ่น จึงทำให้การออกคำสั่งทางปกครองของเจ้าพนักงานท้องถิ่นไม่มีประสิทธิภาพเนื่องจากกระทำนอกเหนืออำนาจหน้าที่ การใช้อำนาจหน้าที่โดยมิชอบหรือเลือกปฏิบัติและใช้ดุลพินิจโดยมิชอบ และยังสอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ที่พบว่าการออกคำสั่งทางปกครองของเจ้าพนักงานท้องถิ่น ยังมีข้อบกพร่องในการอ้างข้อกฎหมายที่ให้อำนาจในการออกคำสั่ง ทั้งนี้เนื่องมาจากเจ้าพนักงานท้องถิ่น ผู้ออกคำสั่งยังขาดความรู้ความเข้าใจในการออกคำสั่ง นอกจากนี้ยังมีความล่าช้าไม่ทันต่อสถานการณ์ และเหตุการณ์ เนื่องมาจากจะต้องใช้ระยะเวลาในตรวจสอบเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ระหว่างหน่วยงานในเขตพื้นที่เดียวกันที่เกี่ยวข้องกับการออกคำสั่ง

4.1.3 ด้าน “สัญญาทางปกครอง” โดยภาพรวม บุคลากรในองค์การปกครอง ส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี มีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองเพื่อการจัดทำบริการสาธารณะด้านการทำสัญญาขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นอยู่ในระดับน้อยมาก ส่วนปัจจัยมีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการ

สาธารณะ ของบุคลากรในองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี ด้านการทำสัญญาขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ในส่วนของสัญญาที่สร้างขึ้นระหว่างองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นกับเอกชนนั้น องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในฐานะฝ่ายปกครองสามารถที่จะเลือกได้ว่า ประสงค์จะทำสัญญาภายในระบบกฎหมายเอกชน เช่นเดียวกับที่เอกชนทำสัญญาระหว่างกันเอง ซึ่งเป็นสัญญาทางแพ่ง หรือสัญญาที่องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นประสงค์จะทำสัญญาในฐานะฝ่ายปกครองตามระบบกฎหมายปกครอง ซึ่งจะเป็นสัญญาทางปกครอง โดยฝ่ายปกครองมีเอกสิทธิ์พิเศษเหนือเอกชนคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง แต่จากผลการวิจัย พบว่า โดยภาพรวมบุคลากรในองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานีมีความรู้ความเข้าใจด้านการทำสัญญาขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น อยู่ในระดับน้อยมาก ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการนี้ดังกล่าวจึงให้เกิดการทำสัญญาขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นผิดกฎหมาย ดังเช่น กรณีเข้าไปเป็นผู้ที่ไม่มีส่วนได้เสียไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมในสัญญา เช่น การให้บุตรของผู้บริหารท้องถิ่นเข้าเป็นคู่สัญญาขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น (คำพิพากษาศาลปกครองสูงสุดที่ อ.127-128 /2552) หรือ การทำสัญญาซื้อขาย พัสตุ อุปกรณ์ จากจากร้านค้าของสมาชิกสภาท้องถิ่น (คำพิพากษาศาลปกครองสูงสุดที่ อ.298/2551) และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ พบว่า ภายหลังจากที่ได้มีการบังคับใช้พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560 และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560 โดยยกเลิกการนำระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างของกระทรวงมหาดไทย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนใหญ่ได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง และทำสัญญาตามกฎหมายและระเบียบดังกล่าว และนอกจากยังมีหน่วยงานอื่น ๆ เช่น ปชช.

สดงได้เข้าทำการตรวจสอบและให้คำแนะนำทำให้การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง และทำสัญญาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความโปร่งใสมากขึ้น

4.1.4 ด้าน “การปฏิบัติทางปกครอง” โดยภาพรวม บุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี มีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองเพื่อการจัดทำบริการสาธารณะด้านการปฏิบัติทางปกครอง อยู่ในระดับน้อยมาก ส่วนปัจจัยมีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะ ของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี ด้านการปฏิบัติทางปกครอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ในการปฏิบัติการทางปกครอง คือ การแสดงเจตนาที่ก่อให้เกิดผลทางกฎหมายและหลักความชอบด้วยกฎหมาย โดยการกระทำทางปกครองประกอบด้วย หลักการย่อย 2 หลักการ คือ 1. หลักการกระทำทางปกครองต้องไม่ขัดต่อกฎหมาย 2. หลัก “ไม่มีกฎหมาย ไม่มีอำนาจ” ผู้วิจัยจึงเห็นว่าบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทและอำนาจหน้าที่ ในการปฏิบัติการทางปกครองหรือการละเว้นการปฏิบัติทางปกครอง เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายแก่ประชาชนและสาธารณะชน ดังเช่นคำพิพากษาของศาลปกครองสูงสุดได้วางบรรทัดฐานไว้ว่า เจ้าพนักงานท้องถิ่นนอกจากมีอำนาจหน้าที่ในการรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยทางสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนโดยทั่วไป ยังมีอำนาจหน้าที่ห้ามมิให้ผู้ใดจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะด้วย การที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นไม่ดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายกับผู้จำหน่ายสินค้าในทางสาธารณะ ซึ่งมีเขตพื้นที่อันเป็นจุดผ่อนผัน ถือเป็นละเว้นการปฏิบัติอันเป็นละเลยต่อหน้าที่ที่กฎหมายกำหนดให้ต้องปฏิบัติ (คำพิพากษาศาลปกครองสูงสุดที่ อ.188/2557) ซึ่งสอดคล้องกับกรวิจัยของ

นายไพรัช โตสวัสดิ์ (2547, บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่องการตรวจสอบความชอบด้วยกฎหมายของการปฏิบัติทางปกครองซึ่งพบว่า การปฏิบัติทางปกครองจะต้องเป็นการใช้อำนาจตามกฎหมาย โดยการพิจารณาความชอบด้วยกฎหมายนั้น ศาลได้มุ่งตรวจสอบความชอบในทางเนื้อหา และนำหลักความพอสมควรแก่เหตุมาวินิจฉัยแก่คดี และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ พบว่าการปฏิบัติการทางปกครองขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาในทางปฏิบัติ เนื่องจากการปฏิบัติการทางปกครองของเจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จะต้องอยู่ในแผนงานโครงการประจำปีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือมีประชาชนในท้องถิ่นหรือชุมชนร้องขอสนับสนุนมาโดยผ่านทางผู้นำชุมชนหรือผู้นำท้องที่ และหากท้องถิ่นจะส่งเจ้าหน้าที่ออกไปปฏิบัติการใด ๆ ก็จะต้องประสานงานกับผู้นำชุมชน และมีการบอกกล่าวประกาศให้ประชาชนผู้ที่จะได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติได้รับทราบก่อนเสมอ เพื่อป้องกันความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติการทางปกครองของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นและการเรียกร้องการเยียวยาความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นในภายหลัง

4.2 แนวทางการพัฒนาการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองในการจัดทำบริการสาธารณะ ของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี มีดังนี้

4.2.1 จัดทำคู่มือการปฏิบัติหน้าที่ เนื่องจากปัจจุบัน การตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐซึ่งเป็นหลักประกันสิทธิเสรีภาพของประชาชนผู้เป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตย ได้มีบทบาทมากขึ้นทั้งในระดับสังคมและประเทศชาติ ดังนั้น การใช้อำนาจในทางปกครองเพื่อจัดทำบริการสาธารณะในด้านต่าง ๆ จะต้องคำนึงถึงความสมดุลระหว่างประโยชน์สาธารณะกับสิทธิเสรีภาพของปัจเจกชน การปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จึงต้องมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ทางปกครองของการจัดทำ

บริการสาธารณะ ดังนั้น องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรของท้องถิ่น โดยการจัดให้มีคู่มือในการปฏิบัติทางปกครองเพื่อการจัดทำบริการสาธารณะในด้านต่าง ๆ ทั้ง 4 ด้าน คือ 1. ด้านการออก “กฎ” หรือข้อบัญญัติท้องถิ่น และ เทศบัญญัติ 2. ด้านการออก “คำสั่งทางปกครอง” 3. ด้านการทำ “สัญญาทางปกครอง” และ “สัญญาทางแพ่ง” และ 4. ด้านการปฏิบัติทางปกครอง ตลอดจนหลักการปฏิบัติตามกฎหมายทางปกครอง แห่งพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ.2539 และกฎกระทรวงที่ออกตามความในพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ.2539 ตลอดจนระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยหลักเกณฑ์การปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ พ.ศ.2539 พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560 และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560 พระราชบัญญัติจัดตั้งศาลปกครองและวิธีพิจารณาคดีปกครอง 2542 ตลอดจนระเบียบการดำเนินคดีในศาลปกครอง เป็นต้น

4.2.2 จัดโครงการฝึกอบรม ฝึกการปฏิบัติการเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการปฏิบัติหน้าที่ให้กับบุคลากรในองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ด้วยการนำปัญหาจากการปฏิบัติจริงในพื้นที่และการตั้งกระทู้ข้อติด้วยการเปิดการอภิปรายเปรียบเทียบการปฏิบัติงานที่ผ่านมา ตลอดจนการศึกษาดูงาน โดยนำวิทยากรที่มีความรู้และประสบการณ์ เข้าร่วมการบรรยายเพื่อเสริมสร้างทักษะความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักกฎหมายปกครอง ในการจัดทำบริการสาธารณะที่เป็นอำนาจหน้าที่ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น นอกจากนี้ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น สามารถที่จะส่งบุคลากรเข้ารับการอบรมตามหน่วยงานราชการ หรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่จัดการฝึกอบรมในหลักสูตรประกาศนียบัตรกฎหมายปกครองและวิธีพิจารณาคดีในศาลปกครอง เช่น โครงการ

อบรมของศาลปกครอง โครงการอบรมของสถาบันพระปกเกล้า เป็นต้น

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

5.1.1 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ควรที่จะจัดให้มีการฝึกอบรมบุคลากรผู้ที่มีบทบาทในการกระทำทางปกครองเพื่อจัดทำบริการสาธารณะ เพื่อสร้างทักษะและความรู้ความมั่นใจในการปฏิบัติหน้าที่ อีกทั้งป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการกระทำทางปกครอง

5.1.2 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ควรนำเอาข้อบกพร่องจากการปฏิบัติ เช่น ความล่าช้าไม่ทันต่อสถานการณ์ ตลอดจนปัญหาความคับแค้นของอำนาจหน้าที่ของหลายหน่วยงานในพื้นที่เดียวกัน ไปปรับแผนงานการปฏิบัติในการจัดทำบริการสาธารณะ ให้มีรวดเร็วทันต่อการแก้ปัญหาและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น อันเป็นการตอบสนองความต้องการและแก้ปัญหาให้กับประชาชนในท้องถิ่นได้ทันต่อสถานการณ์ เป็นต้น

5.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.2.1 ควรให้มีการทำการศึกษาวิจัยถึงปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ทางปกครองเพื่อการจัดทำบริการสาธารณะ ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี

5.2.2 ควรให้มีการทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติการทางครองเพื่อจัดทำบริการสาธารณะขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี

6. เอกสารอ้างอิง

บวรศักดิ์ อุวรรณโณ. (2538). *กฎหมายมหาชนเล่ม ๓ ที่มาและนิติวิธี*. กรุงเทพฯ: นิติธรรม.

ประยูร กาญจนกุล. (2538). คำบรรยายกฎหมาย

ปกครอง (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ:

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไพรัช โตสวัสดิ์. (2547). การตรวจสอบ

ความชอบด้วยกฎหมายของการปฏิบัติการ

ทางปกครอง. วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์

มหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์,

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มานิตา สิงห์กุล. (2548). การควบคุมความชอบ

ด้วยกฎหมายของคำสั่งทางปกครองของ

เจ้าพนักงานท้องถิ่น ตามพระราชบัญญัติ

ควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522. วิทยานิพนธ์

นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์,

มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สิวพร สุขเอียด. (2562). การปกครองส่วน

ท้องถิ่น. ค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2562,

จาก <http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title>.

อิทธิพล ทศนา. (2542). อำนาจออกข้อบัญญัติ

ท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น.

วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต

สาขานิติศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การพัฒนาสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการบริหารจัดการและสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี

The Development of Accounting Information System for the Management and Decision Support of Meat Processing Products Cluster in Ubon Ratchathani.

ฤติมา มุ่งหมาย (Ruetima Mungmai)¹

วรนุช กูอุทา (Woranuch Kuutha)²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานีและพัฒนาระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการบริหารจัดการและสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้ข้อมูลตัวอย่างในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจจำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการตัดสินใจของผู้ประกอบการ ด้านการจัดการข้อมูลบัญชี และด้านการควบคุมและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานีอย่างมีนัยสำคัญ และทำการประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ใช้เทคนิคการวิเคราะห์การแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า ค่าความพึงพอใจการใช้งานระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สามารถนำไปใช้งานและเป็นข้อมูลในการสนับสนุนการตัดสินใจในการประกอบธุรกิจได้

คำสำคัญ : การพัฒนา ระบบสารสนเทศทางการบัญชี สนับสนุนการตัดสินใจ กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี

¹ สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี E-mail : ruetima.m@ubru.ac.th

² สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี E-mail : Woranuch.k@ubru.ac.th

Abstract

This research aims to study the factors, influencing management accounting information system and supporting the decision of meat processing products cluster in Ubon Ratchathani province. 400 users were asked to answer the questionnaires and then data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple linear regression. The research findings found 3 factors that significantly influence the management of accounting information system and the supportive of decision making were: 1) entrepreneurial decision-making, 2) account information management, and 3) information system security. To assess the satisfaction of entrepreneurs with the accounting information system and decision-making for meat processing product, a sample of 20 users was ask for questionnaire and the descriptive statistics were used to analyzed the data. The results revealed that the overall satisfaction with the use of accounting information systems and decision support was at a high level, which can be implemented as an information to support decision making for business.

Keyword: Development, Accounting Information System, Decision Support, Meat Processing Products Cluster.

วันที่รับบทความ : 10 มีนาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 19 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ปัจจุบันภาวะทางเศรษฐกิจรวมถึงเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วภายใต้การแข่งขันทางธุรกิจที่สูง องค์กรทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ โดยเริ่มนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ มาใช้เป็นกลยุทธ์ขององค์กร ทั้งในส่วนการบริหารจัดการในองค์กร การแข่งขัน การเพิ่มช่องทางทางการตลาด และด้านการใช้ข้อมูลเพื่อช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจ

ข้อมูลทางการเงินและบัญชีจะช่วยทำให้กิจการทราบผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงินและความมั่นคงของธุรกิจ โดยจะเริ่มจากการบันทึกรายการต่าง ๆ

ที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ เช่น การลงทุน รายรับและรายจ่ายที่เป็นของกิจการ เป็นต้น ข้อมูลจากการบันทึกรายการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจะนำมาจัดทำเป็นรายงานทางการเงิน เช่น งบดุล งบกำไรขาดทุน งบรายรับรายจ่าย เป็นต้น

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดทำบัญชีช่วยให้สะดวก ประหยัดเวลา ลดความยุ่งยากและซ้ำซ้อน การจัดเก็บข้อมูลต่าง ๆ เป็นไปอย่างมีระบบ สามารถเรียกดูข้อมูลได้ทันทีที่ต้องการ ใช้วางแผนการแข่งขันทางการตลาดได้ และใช้ข้อมูลทางการเงินและบัญชีในการตรวจสอบคุณภาพของธุรกิจ สร้างความโปร่งใส ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการจัดจ้างสำนักงานบัญชีได้ อีกทั้งยัง

ส่งเสริมให้การทำธุรกรรมและการบริหารเงินของผู้ประกอบการเป็นไปอย่างรวดเร็ว คล่องตัว และเกิดประสิทธิภาพ อันจะส่งผลสำเร็จต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม จะช่วยให้รัฐบาลสามารถวิเคราะห์และวางแผนในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการได้ตรงต่อความต้องการ เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการผลิตและการค้า

ปัจจุบันอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี เช่น หมูยอ กุนเชียง ไส้กรอก แหนมซีโครง รวมไปถึงน้ำพริกรสชาติแบบอีสานเป็นของฝากที่สร้างชื่อเสียงของจังหวัดอุบลราชธานี เนื่องจากมีกรรมวิธีเฉพาะ ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวและประชาชนที่เดินทางมาที่จังหวัดอุบลราชธานี และซื้อกลับไปเป็นของฝาก ทำให้อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของจังหวัดเป็นอย่างมาก โดยศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มีหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบอุตสาหกรรมในเขตพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ได้เล็งเห็นว่าอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี เป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้และมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวมของจังหวัดและของประเทศ แต่ยังไม่มีความชัดเจนในทิศทางอย่างยั่งยืนที่ชัดเจน ดังนั้นการรวมกลุ่มในลักษณะของคลัสเตอร์ (Industrial Cluster Development) จึงเป็นแนวทางและเครื่องมืออย่างหนึ่งในการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี ให้สามารถรับมือกับกระแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน ดังนี้ (ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7, 2560, เว็บไซต์)

ปีงบประมาณ 2560 ได้ดำเนินการต่อยอดกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี ในปี 3 โดยปีงบประมาณ 2560 ร่วมกับคณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี เป็นที่

ปรึกษาดำเนินงาน ได้ทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ การพัฒนาอุตสาหกรรม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมพัฒนาอุตสาหกรรม ทำให้เกิดการพัฒนาด้านการผลิต การบริหารการจัดการ การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมสู่เชิงพาณิชย์ การพัฒนาผู้ประสานงาน (CDA) มีการบริหารจัดการกลุ่มอุตสาหกรรมที่เข้มแข็งมากขึ้น เกิดการเชื่อมโยง มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ภายในกลุ่มสมาชิกและกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ ในภูมิภาคเดียวกัน

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์ จังหวัดอุบลราชธานี ในปี 3 ภายใต้โครงการสร้างและพัฒนาเครือข่ายและการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมในรูปแบบคลัสเตอร์ปีงบประมาณ 2560 สามารถสรุปปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมส่งผลการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการบัญชีได้ดังต่อไปนี้ 1) ผู้ประกอบการมีพื้นฐานความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแตกต่างกัน ส่งผลให้การขับเคลื่อนกลุ่มต้องใช้วิธีค่อยเป็นค่อยไป และ 2) ผู้ประกอบการมีความต้องการเครื่องมือด้านเทคโนโลยีด้านสารสนเทศแต่มีข้อจำกัดด้านเงินทุนแตกต่างกัน

ดังนั้นทีมผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาเรื่องการพัฒนาาระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการบริหารจัดการและสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อบรรเทาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม โดยระบบสามารถบันทึกรายการค้า แสดงผลการดำเนินงานในรูปแบบรายงานต่าง ๆ ที่เข้าใจง่าย เช่น รายงานรายรับรายจ่าย และรายงานสินค้าคงคลัง เป็นต้น ซึ่งการค้นคว้านี้สามารถนำไปวิเคราะห์และประยุกต์ใช้ในหน่วยงานหรือบริษัทที่เกี่ยวข้องหรือใช้งานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการเพื่อประโยชน์ในการในการตัดสินใจต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและ

การสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี

1.2.2 เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการบริหารจัดการและสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตเนื้อหาเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี นำมากำหนดความต้องการของระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจ เพื่อช่วยให้ผู้ใช้งานมีข้อมูลในการสนับสนุนในการตัดสินใจทางธุรกิจ ให้อยู่ในรูปแบบที่เหมาะสม เช่น สถิติหรือโมเดลที่กำหนดขึ้น เป็นต้น ระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่ถูกรื้อแบบต้องรองรับรายงานเพื่อการบริหารจัดการ เช่น รายงานการขาย รายการสินค้าคงเหลือ รายรับ รายจ่าย เป็นต้น

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ สถานประกอบการในเขตจังหวัดอุบลราชธานีจำนวน 53,006 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561, เว็บไซต์)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ ผู้ประกอบการในเขตจังหวัดอุบลราชธานีจำนวน 400 แห่ง โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane's ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (Yamane Taro, 1973)

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาความพึงพอใจต่อระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการบริหารจัดการและสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูป

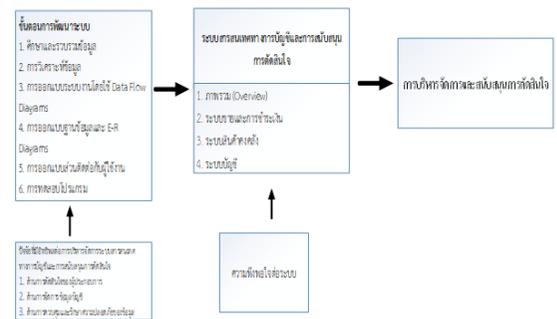
อาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานีเป็นผู้ประกอบการที่อาสาสมัครเข้าร่วมกลุ่ม จำนวน 20 รายโดยใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group) (ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7, 2561)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ที่ให้ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ (Quantitative) และเชิงคุณภาพ (Qualitative) และดำเนินการวิจัยโดยประยุกต์กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เพื่อให้เกิดกิจกรรมการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) จะใช้การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ 2) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) จะใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regressions)

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการบัญชี แล้วดำเนินงานตามขั้นตอนการพัฒนาาระบบ เพื่อให้ผู้ใช้งานได้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจ จากนั้นประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งาน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. แนวคิดทฤษฎี

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สารสนเทศในองค์กรธุรกิจ พลพฐ ปิยวรรณ และกัญญิภักดิ์ (2560) กล่าวว่าองค์กรต่าง ๆ ต้องการสารสนเทศเพื่อเหตุผลหลัก 2 ประการ ได้แก่ เพื่อใช้สารสนเทศในการแก้ปัญหาและเพื่อจะสามารถตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การเก็บรวบรวมสารสนเทศที่เหมาะสม ครบถ้วน และปรับปรุงสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สารสนเทศนั้นถูกต้องทันสมัย สามารถนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหาขององค์กรได้ดี และผู้บริหารสามารถใช้สารสนเทศนั้นในการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพทำให้องค์กรมุ่งไปสู่จุดหมายได้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในโลกธุรกิจปัจจุบัน

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการบัญชี Romney and Steinbart (2006) ได้กล่าวว่วงจรชีวิตของการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการบัญชี (The System Development Life Cycle) ประกอบด้วยขั้นตอน 8 ระดับ คือ 1) การริเริ่มระบบ เป็นขั้นตอนการค้นหาโครงการของระบบงานที่ต้องการพัฒนาและพิจารณาทางเลือกที่มีความคุ้มค่ามากที่สุด 2) การกำหนดวัตถุประสงค์ ผู้ใช้ว่าต้องการอะไร เพื่อจะได้ออกแบบระบบให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ผู้ใช้ต้องการ 3) การกำหนดความต้องการ การจัดเก็บรวบรวมความต้องการต่าง ๆ จากผู้ใช้งาน (User's Requirement) เพื่อใช้ในการพัฒนาระบบ 4) การตรวจสอบความถูกต้องวิเคราะห์เพื่อจำแนกปัญหาและแบ่งความต้องการออกเป็นกลุ่ม เพื่อใช้ในการกำหนดขอบเขตให้กับสารสนเทศที่จะพัฒนา 5) กำหนดแหล่งที่มาของข้อมูลที่จะนำเข้าสู่ระบบ 6) กำหนดการไหลของงาน กำหนดทิศทางการส่งต่อข้อมูลในระบบ 7) การพัฒนาข้อมูลนำเข้า เพื่อให้สามารถนำข้อมูลจากภายในหรือภายนอกองค์กรเข้าสู่ระบบ 8) การพัฒนาข้อมูลส่งออกเพื่อให้สามารถนำข้อมูลออกจากระบบ เพื่อใช้ในการตัดสินใจวางแผน ควบคุม หรือใช้ในการวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชี

ในทางการบัญชีระบบสารสนเทศถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการจัดทำและนำเสนอรายงานทางการเงินเรียกว่า ระบบสารสนเทศทางการบัญชี (Accounting Information System) ไพลิน ตรงเมธีรัตน์ (2563) ได้ให้ความหมาย คือ การประยุกต์ใช้สารสนเทศกับระบบบัญชีขององค์กร ซึ่งมีหน้าที่สำคัญ ได้แก่ รวบรวมข้อมูล ประมวล และสารสนเทศหรือผลลัพธ์ที่ผู้ใช้ต้องการ โดยแยกได้เป็น 3 ส่วน คือ ระบบสารสนเทศ และการบัญชี

แนวคิดเกี่ยวกับระบบสนับสนุนการตัดสินใจ

รุจิจันทร์ วิชวานิเวศน์ (2560) ได้กล่าวถึงแนวคิดและความหมายของระบบสนับสนุนการตัดสินใจโดย Stair and Reynolds คือ ระบบที่พัฒนาขึ้นเพื่อใช้สนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการแก้ปัญหาเฉพาะเรื่อง โดยจุดมุ่งหมายก็คือ การตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพโดยเอ็มไอเอสจะทำให้การสนับสนุนองค์การทำสิ่งต่าง ๆ ให้ถูกต้อง และกล่าวถึงแนวคิดของ Turban et al. ได้ให้ความหมายระบบสนับสนุนการตัดสินใจว่า ระบบสารสนเทศบนพื้นฐานของการใช้คอมพิวเตอร์ ซึ่งมีการเก็บรวบรวมตัวแบบ (models) และข้อมูลเข้าด้วยกัน เพื่อแก้ปัญหาทั้งโครงสร้างและปัญหาไม่มีโครงสร้าง ซึ่งมักครอบคลุมการตัดสินใจของผู้ใช้

ดังนั้นในการออกแบบระบบสารสนเทศทางการบัญชีและระบบสนับสนุนการตัดสินใจจะประกอบด้วยระบบต่างๆ ทำหน้าที่ในการรวบรวม ประมวลผล และผลลัพธ์ ได้แก่ ระบบขาย ระบบซื้อ ระบบสินค้าคงเหลือและระบบบัญชี โดยยังสามารถออกรายงานเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจที่เพียงพอต่อการตัดสินใจ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อกำหนดความต้องการของระบบ

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวัดของการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง (n=30) และข้อมูลที่เก็บมาจริงจากสถานประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี (n=400) ทั้งนี้ตัวแปรทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) มากกว่า 0.7 (Nunnally, 1994)

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจ โดยลงพื้นที่แจกแบบสอบถามกับผู้บริหารหรือบุคลากรในสถานประกอบการ จำนวน 400 คน สามารถเก็บได้ทั้งสิ้นจำนวน 400 ชุด สำหรับการศึกษาความพึงพอใจในการใช้งานระบบโดยแจกแบบสอบถามกับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์ในจังหวัดอุบลราชธานี ที่อาสาสมัครเข้าร่วมกลุ่มทดลองใช้งานระบบจำนวน 20 คน

ผลการสำรวจและรวบรวมข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
เพศชาย	153	38.30
เพศหญิง	247	61.80
รวม	400	100.00

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	90	22.50
30 – 40 ปี	99	24.80
41 – 50 ปี	130	32.50
51 - 60 ปี	18	4.50
61 ปีขึ้นไป	63	15.80
รวม	400	100.00
สถานภาพ		
โสด	40	10.00
สมรส	360	90.00
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	173	43.30
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	154	38.50
ปริญญาโท	59	14.80
สูงกว่าปริญญาโท	14	3.50
รวม	400	100.00
ผลิตภัณฑ์แปรรูปหลักของกิจการ		
ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อหมู	180	45.00
ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อปลา	100	25.00
ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อไก่	100	25.00
ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์	20	5.00
ทะเล		
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 61.80) มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี (ร้อยละ 32.50) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 90.00) มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 43.30) ผลิตภัณฑ์แปรรูปหลักของกิจการส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อหมู (ร้อยละ 45.00)

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศ	\bar{x}	S.D.	ระดับ
ด้านการตัดสินใจของผู้ประกอบการ	3.85	1.02	มาก
ด้านการจัดการข้อมูลบัญชี	4.21	0.51	มากที่สุด
ด้านการควบคุมและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	4.54	0.45	มากที่สุด
รวม	4.20	0.50	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานีภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.20$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการควบคุมและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ด้านการจัดการข้อมูลบัญชี ด้านการตัดสินใจของผู้ประกอบการ ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี

ด้านการควบคุมและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. ช่วยจัดการระบบการเข้าถึงข้อมูลของกิจการเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องเท่านั้น	4.57	0.54	มากที่สุด
2. ระบบพิสูจน์ตัวตนการเข้าใช้งาน โดยการกำหนดบัญชีผู้ใช้งานและรหัสผ่าน	4.65	0.52	มากที่สุด
3. มีหลักฐานการตรวจสอบเพื่อให้สามารถติดตามหลักฐานการบันทึกรายการค้าจนถึงการจัดทำข้อมูล รับ - จ่าย ของกิจการ	4.55	0.54	มากที่สุด
4. มีระบบการตรวจสอบการนำเข้าข้อมูล เช่น หากผู้ใช้มีข้อมูลที่ผิดปกติจะต้องมีข้อความหรือสัญญาณเตือนแสดงให้ผู้ใช้เห็นทางหน้าจอ	4.40	0.58	มากที่สุด
รวม	4.54	0.45	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานีด้านการควบคุมและรักษาความปลอดภัยของข้อมูลภาพรวมอยู่ในระดับ

มากที่สุด ($\bar{x} = 4.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ระบบพิสูจน์ตัวตนการเข้าใช้งาน โดยการกำหนดบัญชีผู้ใช้งานและรหัสผ่าน มีหลักฐานการตรวจสอบเพื่อให้สามารถติดตามหลักฐานการบันทึกรายการค้าจนถึงการจัดทำข้อมูล รับ - จ่ายของกิจการ มีระบบการตรวจสอบการนำเข้าข้อมูล ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชี	Unstandardized Coefficients	Sig.	VIF
	B		
constant	3.449	0.000	
ด้านการตัดสินใจของผู้ประกอบการ	-0.107	0.000	1.247
ด้านการจัดการข้อมูลบัญชี	-0.159	0.000	1.535
ด้านการควบคุมและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	-0.150	0.000	1.406

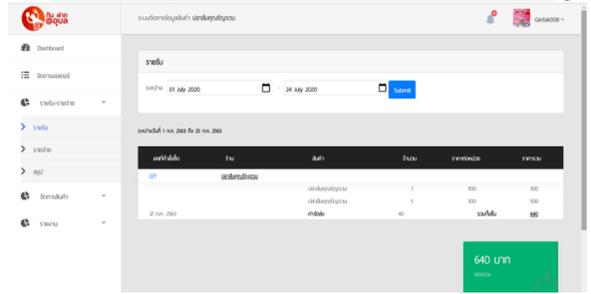
จากตารางที่ 4 พบว่า สมการที่ได้คือ การบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางบัญชีสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจ = $3.449 - 0.107 * (\text{ด้านการตัดสินใจของผู้ประกอบการ}) - 0.159 * (\text{ด้านการจัดการข้อมูลบัญชี}) - 0.150 * (\text{ด้านการควบคุมและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล})$ ทั้ง 3 ด้านมีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี คือ ด้านการตัดสินใจของผู้ประกอบการ ด้านการจัดการข้อมูลบัญชี และด้านการ

ควบคุมและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล อย่างมีนัยสำคัญ

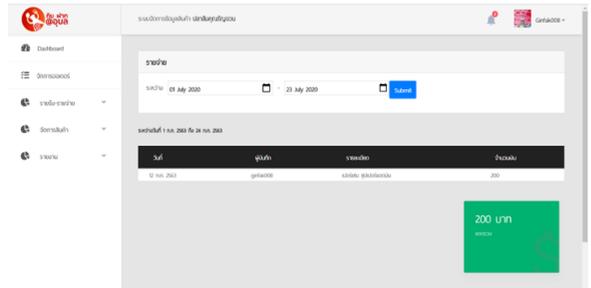
ผลที่ได้จากการพัฒนาระบบ ระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี ดังภาพที่ 2



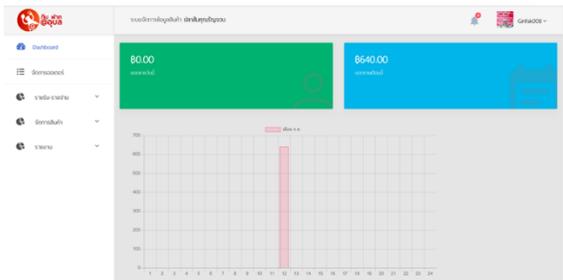
ภาพที่ 2 ส่วนเมนูหลัก



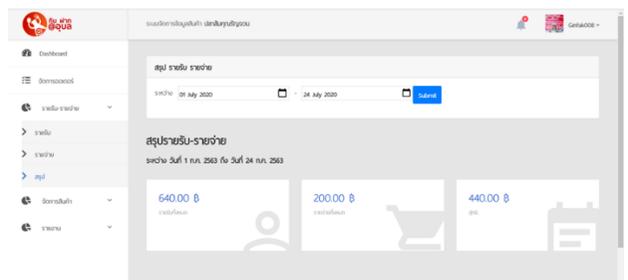
ภาพที่ 5 ระบบรายรับ



ภาพที่ 6 ระบบรายจ่าย



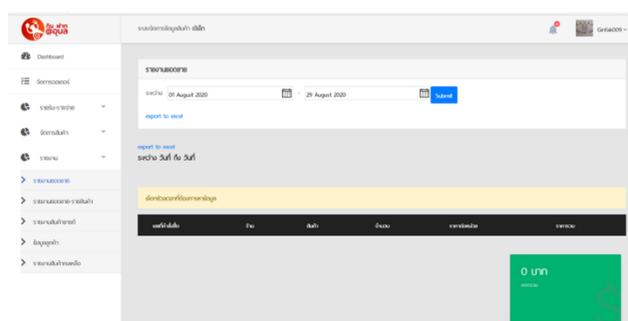
ภาพที่ 3 ส่วนเมนูภาพรวม (Dashboard)



ภาพที่ 7 ระบบสรุปรายรับ-รายจ่าย

ID	สาขา	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	รวม	
1	ร้านสุพรรณภูมิ	5	100	500	
	ร้านสุพรรณภูมิ	40	100	4000	
				รวมได้	6400

ภาพที่ 4 ระบบจัดการออเดอร์



ภาพที่ 8 รายงานยอดขาย

id	idn	nama	jumlah	total
1	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
2	0000000000000000	0000000000000000	100	0
3	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
4	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
5	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
6	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
7	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
8	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
9	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
10	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
11	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
12	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
13	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
14	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
15	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
16	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
17	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
18	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
19	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
20	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
21	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
22	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
23	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
24	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
25	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
26	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
27	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
28	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
29	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
30	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
31	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
32	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
33	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
34	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
35	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
36	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
37	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
38	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
39	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
40	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
41	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
42	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
43	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
44	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
45	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
46	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
47	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
48	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
49	0000000000000000	0000000000000000	100	10000
50	0000000000000000	0000000000000000	100	10000

ภาพที่ 9 รายงานสินค้าคงเหลือ

ผลที่ได้จากการประเมินความพึงพอใจการใช้งานระบบแสดงให้เห็นว่า ประสิทธิภาพโดยรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับดีมาก ซึ่งเป็นการยืนยันว่าระบบที่พัฒนาขึ้นมานี้สามารถตอบโจทย์ความต้องการและนำไปใช้ได้จริง

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี

ประเมินประสิทธิภาพการทำงาน	\bar{x}	S.D.	ระดับ
ของระบบ			
ด้านการทำงานได้ตรงตามความต้องการ	3.58	0.49	มาก
ด้านการทำงานของระบบ	3.77	0.53	มาก
ด้านการใช้งานของระบบ	3.74	0.62	มาก
ด้านความปลอดภัยของระบบ	3.86	0.54	มาก
รวม	3.74	0.55	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ความพึงพอใจของระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ความพึงพอใจด้านความปลอดภัยของระบบความพึงพอใจด้านการทำงานของระบบ ความพึงพอใจด้านการใช้งานของระบบ และด้านการดำเนินงานได้ตรงตามความต้องการ

3. สรุปผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องนี้จึงได้เสนอระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการบริหารจัดการและสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี ผ่านระบบเว็บไซต์ สามารถใช้งานผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ และเครื่องมือสื่อสารพกพา เช่น โทรศัพท์ หรือ Tablet เป็นต้น ซึ่งสะดวกต่อการใช้งานอย่างมากผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการบริหารจัดการและสนับสนุนการตัดสินใจนั้น ประกอบด้วย ภาพรวมร้านค้า ระบบขาย(จัดการออเดอร์) ระบบสินค้าคงคลัง และระบบบัญชี โดยสามารถเปรียบเทียบข้อมูลในอดีตกับปัจจุบัน แสดงอยู่ในรูปแบบของตาราง กราฟ เพื่อให้เจ้าของกิจการสามารถทราบสถานการณ์ของร้านค้าได้อย่างรวดเร็ว

จากการนำระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการบริหารจัดการและสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี ทดลองใช้งานจริงกับกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 20 คน และตอบแบบสอบถาม ข้อมูลความพึงพอใจของการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการบริหารจัดการและสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี สรุปได้ว่าความพึงพอใจด้านการดำเนินงานได้ตรงตามความต้องการ (Function Requirement Test) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจด้านการทำงานของระบบ (Function Test) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจด้านการใช้งานของระบบ (Usability Test) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจด้านความปลอดภัยของระบบ (Security Test) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

4. อภิปรายผล

จากการวิจัย เรื่องการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการบริหารจัดการและสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) ด้านการควบคุมและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล 2) ด้านการจัดการข้อมูลบัญชี และ 3) ด้านการตัดสินใจของผู้ประกอบการ โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ด้านการควบคุมและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับจิรารัตน์ ดวงเต็มใจ (2559) ที่กล่าวว่า ส่วนประกอบของสารสนเทศทางการบัญชีที่สำคัญคือการควบคุมและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เพื่อป้องกันผู้ที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่มีอำนาจในการเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวเพื่อทำการเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขข้อมูลได้ ดังนั้นองค์กรควรมีการควบคุมและการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอย่างรัดกุมเพื่อให้มั่นใจได้ว่าสารสนเทศที่ได้มานั้น มีความน่าเชื่อถือและมีประโยชน์ในการตัดสินใจ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการบริหารจัดการและสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วยระบบย่อยคือ 1) ภาพรวม (Dash board) 2) จัดการออเดอร์ 3) รายรับ-รายจ่าย 4) จัดการสินค้า และ 5) รายงาน โดยใช้ CodeIgniter เป็นเฟรมเวิร์คสำหรับพัฒนาเว็บไซต์ พัฒนาด้วยภาษาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (PHP และ JavaScript) และโปรแกรมที่ใช้ใช้ในการจัดการระบบฐานข้อมูล (MySQL) ซึ่งสอดคล้องกับไพลิน ตรง

เมธีรัตน์ (2563) ได้ให้ความหมายของระบบสารสนเทศทางการบัญชี คือ การประยุกต์ใช้สารสนเทศกับระบบบัญชีขององค์กร ซึ่งมีหน้าที่สำคัญ ได้แก่ รวบรวมข้อมูลประมวล และสารสนเทศหรือผลลัพธ์ที่ผู้ใช้งานต้องการ โดยแยกได้เป็น 3 ส่วน คือ ระบบสารสนเทศ และการบัญชี และสอดคล้องกับวัชระกร จันทรวงศ์เรือง (2554) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการรับสมัครงานภายในองค์กร กรณีศึกษาธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยใช้ภาษาพีเอชพี (PHP Hypertext Preprocessor) ระบบการจัดการฐานข้อมูล มายเอสคิวแอล (MySQL)

สำหรับระบบภาพรวมได้ออกแบบการนำเสนอในรูปการสรุปข้อมูลและกราฟแท่ง เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าใจข้อมูลได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับพิชญภรณ์ พงศกรรังศิลป์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการออกแบบแผงหน้าปัดธุรกิจอัจฉริยะสำหรับผู้บริหารระดับสูง โดยมีแนวทางการออกแบบ โดยการใช้แผนภูมิในเรื่องที่ต้องการเปรียบเทียบและแสดงความสัมพันธ์ โดยใช้แผนภูมิแท่ง แผนภูมิเส้น และการแสดงแผนภูมิตารางเท่าที่จำเป็น

สำหรับเมนูรับ-จ่าย สามารถบันทึกรายได้จากการขายสินค้าและค่าใช้จ่ายผ่านระบบเว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับสุทัศน์ กัมณี และคณะ (2559) ศึกษาการพัฒนาสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งระบบสารสนเทศที่พัฒนาประกอบด้วยฟังก์ชันบันทึกซื้อวัตถุดิบเข้า ตัดยอดวัตถุดิบ บันทึกซื้อเข้า บันทึกค่าดำเนินการคำนวณต้นทุนคำนวณกำไรขาดทุน โดยระบบบันทึกซื้อวัตถุดิบเข้า ตัดยอดวัตถุดิบ บันทึกซื้อเข้า บันทึกค่าดำเนินการเป็นส่วนหนึ่งของการบันทึกค่าใช้จ่าย

สำหรับในส่วนของเมนูการจัดการสินค้า สามารถบันทึกข้อมูลสินค้า รายละเอียดสินค้า จำนวนสินค้าคงเหลือ ช่วยในการบริหารจัดการโดยจำนวนสินค้าคงเหลือวางแผนการซื้อวัตถุดิบเพื่อผลิตได้มีประสิทธิภาพขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับจารุพร ศิริวัฒนาพงศ์ (2560)

ได้ศึกษาเรื่องระบบสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการจัดซื้อโดยใช้ข้อมูลราคาจากการสำรวจเป็นระบบสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการจัดซื้อ ควบคุมการทำงานในส่วนการสำรวจราคา และสั่งซื้อได้

สำหรับในส่วนของเมนูรายงาน ประกอบด้วย รายงานยอดขาย รายงานยอดขาย-รายสินค้า รายงานสินค้าขายดี รายงานข้อมูลลูกค้า และรายงานสินค้าคงเหลือ ซึ่งได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากระบบ จัดกลุ่มและสร้างรายงานตามรูปแบบที่ต้องการใช้งานเพื่อการตัดสินใจ ดังนั้นในการพัฒนาระบบสารสนเทศส่วนของรายงานมีความสำคัญต่อการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับยิ่งลักษณ์ เชมไซติกูร (2552) ได้ศึกษาผลกระทบของแนวทางการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม โดยคุณลักษณะของสารสนเทศทางการบัญชีมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ เหตุการณ์ในอนาคต รองลงมาคือ รายงานสรุปขององค์กร และรายงานสรุปสวน ตามลำดับ

5. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

5.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี ในด้านการตัดสินใจของผู้ประกอบการสำหรับการมีระบบใช้รายงานทางบัญชีในการประชุมหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายในและภายนอกองค์กรอย่างสม่ำเสมอได้มีค่าคะแนนน้อยที่สุด อาจจะเป็นเนื่องจากขนาดของธุรกิจมีขนาดเล็ก คนงานมีจำนวนไม่มาก จึงยังไม่มีเวลาจำเป็นในการใช้รายงานเพื่อการประชุมหรือวัดผลการปฏิบัติงาน หรือธุรกิจยังไม่ได้จดทะเบียนนิติบุคคลจึงไม่จำเป็นต้องนำส่งรายงานทางการเงินซึ่งเป็นเงื่อนไขตามกฎหมาย แต่หากในอนาคตเมื่อธุรกิจขยายมากขึ้น มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น การใช้รายงานเพื่อติดตามงานจะมีบทบาทมากยิ่งขึ้น

5.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานีด้านการควบคุมและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ในด้านมีระบบการตรวจสอบการนำเข้าข้อมูลมีค่าคะแนนน้อยที่สุด อาจเป็นเนื่องจากต้องการความสะดวกในการใช้งานมากกว่าการควบคุมการนำเข้าข้อมูลที่ถูกต้อง แต่ทั้งนี้สำหรับการพัฒนาระบบยังคงต้องให้ความสำคัญกับการควบคุมการนำเข้าข้อมูลเป็นสำคัญเพื่อความถูกต้องของข้อมูลในการประมวลผลต่อไป

5.3 สำหรับการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการตัดสินใจในระดับที่สูงขึ้น ต้องเพิ่มเติมในส่วนของระบบการวิเคราะห์และพยากรณ์ทางการเงิน และตัวแบบในการพยากรณ์ธุรกิจที่มีความซับซ้อนมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อสร้างความสำเร็จที่ยั่งยืนของเครือข่ายผู้ผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์ จังหวัดอุบลราชธานีควรเน้นที่

5.3 ควรเริ่มจากการสำรวจความต้องการของผู้ประกอบการอย่างแท้จริง

5.4 ควรสนับสนุนเครื่องแม่ข่าย (server) เพื่อให้บริการฟรีแก่ผู้ประกอบการ

5.5 ควรส่งเสริมโดยการอบรมด้านการใช้เทคโนโลยีในการทำธุรกิจให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการเกิดความชำนาญ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.6 ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานีเท่านั้น ดังนั้นจึงควรทำการศึกษาผู้ประกอบการในพื้นที่อื่นเพิ่มเติม

5.7 การศึกษารุ่นนี้เฉพาะกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มทอผ้า กลุ่มจักสาน เป็นต้น

6. เอกสารอ้างอิง

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7 . (2560).

ค้นเมื่อ 5 มกราคม

2561, จาก www.ipc7.dip.go.th.

จารุพร ศิริวัฒนาพงศ์. (2560). ระบบสนับสนุนการ

ตัดสินใจสำหรับการจัดซื้อโดยใช้ข้อมูลราคา

จากการสำรวจ. (รายงานการวิจัย).

เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จิรารัตน์ ดวงเต็มใจ. (2559). ปัญหาระบบสารสนเทศ

ทางการบัญชีของข้าราชการฝ่ายการเงิน ใน

กองทัพเรือ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ,

มหาวิทยาลัยบูรพา.

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนครและอุทิศ สังขรัตน์.

(2557, มกราคม-มิถุนายน). แนวทางการ

พัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขต

กลุ่มทะเลสาบสงขลา. วารสารมนุษยศาสตร์และ

สังคมศาสตร์, 10(1), 97-122.

ไพลิน ตรงเมธีรัตน์. (2564). ระบบสารสนเทศทางการ

บัญชี หลักการเบื้องต้นและกระบวนการทาง

ธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิชยภรณ์ พงศกรรังศิลป์. (2556). แนวทางการ

ออกแบบแผนหน้าปัดธุรกิจอัจฉริยะสำหรับ

ผู้บริหารระดับสูง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์

มหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ

, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยิ่งลักษณ์ เขมโชติกูร. (2552). ผลกระทบของแนว

ทางการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มี

ผลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อมในอำเภอเมืองเชียงใหม่.

วิทยานิพนธ์ปรัชญามหาบัณฑิต สาขาบัญชี,

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

รุจิจันทร์ วิชิวานินเวศน์. (2560). สารสนเทศทางธุรกิจ (ฉบับ

ปรับปรุงเพิ่มเติม). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

วัชรกร จันทร์รุ่งเรือง. (2554). การพัฒนาระบบ

สารสนเทศเพื่อการรับสมัครงานในองค์กร

กรณีศึกษา ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน).

วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขา

เทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วุฒิพงษ์ ชินศรี และศิริวรรณ วาสุกี. (2558). การ

พัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับกรณีวิเคราะห์

ข้อสอบอัตนัย. วารสารวิจัยและพัฒนายุทธศาสตร์

ออลกรมในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขา

วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 10(1), 1 – 17.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). สำมะโนครัว

อุตสาหกรรม. ค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2561,

จาก <http://www.nso.go.th>.

สุทัศน์ กำมณี และคณะ. (2559). การพัฒนาระบบ

สารสนเทศทางการบัญชีเพื่อเพิ่มศักยภาพ

การแข่งขันของผลิตภัณฑ์ชุมชน. (รายงาน

การวิจัย). กาญจนบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏ

กาญจนบุรี.

Nunnally J. C. and Bernstein I. H. (1994).

Psychometric theory. New York:

McGraw- Hill.

Romney, M. B and Steinbart, P. J. (2006).

Accounting information systems

(10th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Yamane, T. (1967). **Statistics, An introductory**

analysis (2nd Ed). New York: Harper

and Row.

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุนที่ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย

Factors Affecting the Investment Unit Value of Equity Funds Invested in the Stock Exchange of Thailand

มรุต กลัดเจริญ (Marut Kludcharoen)¹

สุกัญญา ยอดยิ่ง (Sukanya Yodying)²

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุนที่มีขนาดใหญ่ 3 ลำดับแรก ซึ่งเป็นกองทุนรวมที่บริหารงานโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนกสิกรไทย จำกัด โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายไตรมาสตั้งแต่ ไตรมาสที่ 1 พ.ศ. 2553 ถึง ไตรมาสที่ 4 พ.ศ. 2562 จำนวนทั้งหมด 40 ไตรมาส และประมาณค่าแบบจำลองด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

ผลการศึกษา พบว่ามีปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุนทั้ง 3 กองทุนรวม ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ได้แก่ ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) พบว่ามีผลกระทบเชิงบวกต่อมูลค่าหน่วยลงทุน เนื่องจากดัชนีราคาผู้บริโภคนั้นสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าและบริการ ซึ่งถ้าราคาสินค้าและบริการปรับตัวสูงขึ้นจะทำให้รายได้และกำไรของบริษัทปรับตัวเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ราคาหลักทรัพย์ปรับตัวเพิ่มขึ้น ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน (PII) พบว่ามีผลกระทบเชิงลบต่อมูลค่าหน่วยลงทุน โดยดัชนีการลงทุนภาคเอกชนนั้นสะท้อนถึงภาพรวมของการลงทุนในอุตสาหกรรมและบริการภายในประเทศ ซึ่งในช่วงระยะเวลาในการศึกษานั้นบริษัทจดทะเบียนมีผลการดำเนินงานที่เติบโตในระดับที่ต่ำกว่าภาพรวมของการลงทุนทั้งประเทศ และอัตราดอกเบี้ยนโยบาย (MPC) พบว่ามีผลกระทบเชิงลบต่อมูลค่าหน่วยลงทุน เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยนโยบายจะส่งผลต่อการบริโภคสินค้าและบริการของภาพรวมภายในประเทศ ซึ่งอัตราดอกเบี้ยนโยบายที่อยู่ในระดับต่ำจะส่งผลทำให้ต้นทุนดอกเบี้ยของภาคธุรกิจ และภาคครัวเรือนลดลง จึงทำให้มีการใช้จ่ายและลงทุนมากขึ้น

คำสำคัญ: กองทุนรวมตราสารทุน มูลค่าหน่วยลงทุน ตลาดหลักทรัพย์

¹ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเงินการธนาคาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

E-mail : marut_16@hotmail.com

² นักศึกษาสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

E-mail : maylovekang2011@hotmail.com

Abstract

The objective of this research was to study the factors affecting the investment unit value of the top 3 large equity mutual funds, which are mutual funds managed by Kasikorn Asset Management Co., Ltd. The quarterly secondary data were used from Q1 of 2010 to Q4 of 2019. A total of 40 quarters were estimated and modeled using multiple linear regression analysis.

The study found that the factors, affecting the investment unit values of the 3 equity mutual funds are at a significance level of 0.01, namely 1) the Consumer Price Index (CPI), which found to have a positive impact on the value of investment units, reflects the changes in the prices of goods and services. If the price of goods and services increases, the company's revenue and profit also tend to be increase, 2) the Private Investment Index (PII), having a negative impact, reflects the overall investment in domestic industries and services. During the study period, listed companies showed their performance at a lower level than the overall investment in the country, and 3) the policy interest rate (MPC) has been found to have a negative impact on unit value since the policy interest rate affects the overall consumption of goods and services within the country, where the low policy rate results in interest costs for business and household sectors decreased, resulting in more spending and investment.

Keyword: Equity Fund, Investment unit value, The Stock Exchange

วันที่รับบทความ : 15 มีนาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 12 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ในปัจจุบันประเทศไทยได้มีการส่งเสริมให้ประชาชนมีการออมเงินในผลิตภัณฑ์ทางการเงินรูปแบบต่างๆ เช่น ประกันชีวิต กองทุนรวม เป็นต้น ซึ่งในทางเลือกของการออมที่ได้รับความนิยมมากเป็นลำดับต้นๆนั้น เป็นการออมเงินผ่านกองทุนรวมซึ่งถือว่าการออมเงินดังกล่าวเป็นการลงทุนระยะยาว โดยกองทุนรวมนั้นจะมีนโยบายการลงทุนที่แตกต่างกันตามจุดมุ่งหมายของการลงทุนในแต่ละกองทุน ทำให้กองทุนรวมในแต่ละกองทุนมีความเสี่ยงและผลตอบแทนที่ได้รับไม่

เหมือนกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับนโยบายการลงทุน โดยสามารถแบ่งกองทุนเป็น 2 ประเภทหลักได้แก่ กองทุนรวมตราสารหนี้และกองทุนรวมตราสารทุน โดยกองทุนรวมตราสารหนี้จะเป็นกองทุนรวมที่มีความเสี่ยงที่น้อยกว่ากองทุนรวมตราสารทุนที่ลงทุนในหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จะพบว่ากองทุนรวมตราสารทุนจะมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหน่วยลงทุนในแต่ละปีมากกว่ากองทุนรวมตราสารหนี้ โดยมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุนนั้นจะขึ้นอยู่กับราคาสินทรัพย์ที่กองทุนได้ทำ

การลงทุน ซึ่งราคาสินทรัพย์ที่กองทุนได้ทำการลงทุนนั้น จะมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ส่งผลให้ผู้ลงทุนในกองทุนรวมตราสารทุนจะต้องเป็นบุคคลที่สามารถรับความเสี่ยงได้ในระดับสูง ซึ่งบุคคลที่เหมาะสมสำหรับการลงทุนในกองทุนรวมตราสารทุนนั้นเป็นบุคคลในวัยทำงานที่อายุไม่มากนัก เนื่องจากมีความเสี่ยงในการลงทุนสูง นอกจากนี้การลงทุนในกองทุนรวมตราสารทุนควรเป็นบุคคลที่เน้นการลงทุนในระยะยาวเป็นหลัก

กองทุนรวมตราสารทุนเป็นกองทุนที่มีผลตอบแทนสูง ทำให้ปัจจุบันได้รับความนิยมในการลงทุนของบุคคลที่มีความสามารถรับความเสี่ยงได้ในระดับที่สูง ซึ่งในการลงทุนผ่านกองทุนรวมนั้น เป็นการลงทุนที่มีการกระจายความเสี่ยงของการลงทุนได้ดีกว่าการลงทุนด้วยนักลงทุนเองและมีผู้จัดการกองทุนรวมทำหน้าที่เป็นผู้บริหารเงินลงทุนซึ่งจะมีความเชี่ยวชาญในการลงทุนเป็นอย่างดี นอกจากนี้การลงทุนในกองทุนรวมนั้นจะมีต้นทุนคือ การเสียค่าธรรมเนียมในการบริหารจัดการกองทุนรวมให้กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.) ซึ่งค่าธรรมเนียมในการให้บริการนั้นมีความแตกต่างกันในแต่ละบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยผู้ลงทุนสามารถที่ตรวจสอบค่าธรรมเนียมในการให้บริการได้ นอกจากนี้ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนนั้น จะมีกองทุนให้ผู้ลงทุนได้เลือกตามความเหมาะสมของความสามารถในการรับความเสี่ยง

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่ามูลค่าของหน่วยลงทุนของแต่ละกองทุนรวมตราสารทุนมีการเปลี่ยนแปลงเสมอ โดยมีปัจจัยเป็นจำนวนมากที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าของหน่วยลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุน จึงสมควรที่จะศึกษาปัจจัยต่างๆที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุนที่ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษาผลกระทบของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุนที่ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ จะทำการศึกษากองทุนรวมตราสารทุนที่บริหารการลงทุนโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนกสิกรไทย จำกัด ซึ่งจะศึกษากองทุนรวมตราสารทุนที่มีขนาดใหญ่ 3 อันดับแรก ประกอบด้วย 1) กองทุนเปิดเคเอ เอควิตี้ 2) กองทุนเปิดเค สตาร์ หุ้นทุน (ชนิดขายคืนหน่วยลงทุนอัตโนมัติ) 3) กองทุนเปิดเคสตราที่จิค เทรดดิง หุ้นทุน โดยใช้ข้อมูลทศวรรษเป็นรายไตรมาส ทำการศึกษาตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 พ.ศ. 2553 ถึง ไตรมาสที่ 4 พ.ศ. 2562 รวมระยะเวลาการศึกษาทั้งหมด 40 ไตรมาส

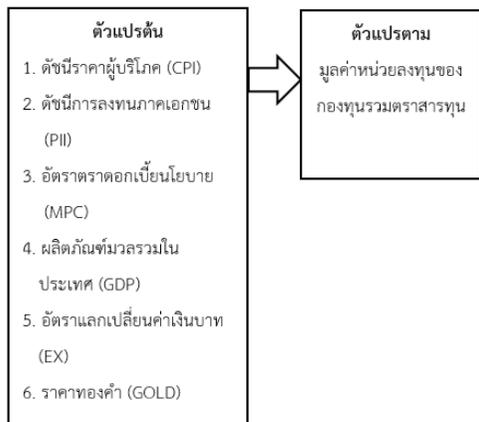
1.4 สมมติฐานการวิจัย

สามารถตั้งสมมติฐานสำหรับการศึกษาคือ ดังนี้

- ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) ส่งผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
- ดัชนีการลงทุณภาคเอกชน (PII) ส่งผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
- อัตราดอกเบี้ยนโยบาย (MPC) ส่งผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุน มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน
- ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ส่งผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
- อัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินบาท (EX) ส่งผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุน มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน
- ราคาทองคำ (GOLD) ส่งผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุน มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของ กองทุนรวมตราสารทุน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 แนวคิดความมีประสิทธิภาพของตลาด (Market Efficiency) เป็นแนวคิดที่ว่า การปรับตัวของระดับราคาหลักทรัพย์ทางการเงินในแต่ละช่วงเวลานั้น สะท้อนถึง ข่าวสาร ข้อมูลพื้นฐานของหลักทรัพย์นั้น เรียบร้อยแล้ว ซึ่งนักลงทุนจะไม่สามารถทำนายได้ว่า ราคาของหลักทรัพย์จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใดได้เลย นอกจากนี้ในตลาดที่มีประสิทธิภาพ นักลงทุนนั้นจะไม่สามารถเอาชนะตลาดได้เพราะหลักทรัพย์จะถูกขายในราคาที่ยุติธรรม กล่าวคือ นักลงทุนจะไม่สามารถซื้อหลักทรัพย์ได้ต่ำกว่าราคาที่แท้จริง ซึ่งเป็นที่แน่นอนว่า นักลงทุนก็ไม่สามารถที่จะขายหลักทรัพย์ในราคาที่สูงกว่าความเป็นจริงได้ โดยตลาดที่มีประสิทธิภาพสามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับได้ (สุนิสา ชูชื่น, 2554) คือ

1. ตลาดที่มีประสิทธิภาพระดับต่ำ (Weak Form Efficiency) คือ นักลงทุนจะไม่สามารถใช้ข้อมูลที่เกิดขึ้นในอดีตมาทำนายราคาที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้เลย รวมถึงการวิเคราะห์ทางเทคนิค (Technical analysis) ก็ไม่สามารถทำได้เช่นกัน เนื่องจากราคาของหลักทรัพย์ที่เกิดขึ้นได้สะท้อนข้อมูลข่าวสารปริมาณการซื้อขายในอดีตไว้

หมดแล้ว แต่อย่างไรก็ตามการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐาน (Fundamental analysis) เพื่อหาหลักทรัพย์ที่มี ราคาต่ำกว่าราคาพื้นฐานยังสามารถทำได้

2. ตลาดที่มีประสิทธิภาพระดับกลาง (Semi-Strong Form Efficiency) คือ ราคาของหลักทรัพย์ได้สะท้อนข่าวสารที่เป็นข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณะ ทั้งหมดแล้ว นักลงทุนจะไม่สามารถสร้างผลตอบแทนจากข่าวสารได้ เนื่องจากราคาของหลักทรัพย์ถูกปรับเปลี่ยนเพื่อสะท้อนต่อข้อมูลที่เปิดเผยได้อย่างรวดเร็ว ไม่มีความล่าช้า

3. ตลาดที่มีประสิทธิภาพระดับสูง (Strong Form Efficiency) คือ จะไม่มีผู้ใดที่ใช้ข้อมูลข่าวสารมาทำกำไรได้เลยแม้แต่ข้อมูลที่เป็นข้อมูลวงใน ข้อมูลที่มีผู้รู้เพียงผู้เดียวก็ตาม เพราะราคาของหลักทรัพย์ได้สะท้อนถึงข้อมูลนั้น ๆ ไว้ทั้งหมดแล้ว

2.2 แนวคิดและทฤษฎีการประเมินราคาหลักทรัพย์ (Capital Asset Pricing Model : CAPM) การประเมินราคาหลักทรัพย์ (Capital Asset Pricing Model : CAPM) เป็นแบบจำลองที่ถูกพัฒนามาตั้งแต่ปี 1973 โดยมีแนวคิดคือ อัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญตัวใดตัวหนึ่งนั้นจะเท่ากับอัตราผลตอบแทนที่ปราศจากความเสี่ยง บวกกับอัตราผลตอบแทนที่ต้องการเพิ่มขึ้นเพื่อชดเชยความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้น ซึ่งความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นนั้น จะหมายถึงความเสี่ยงที่ยังคงเหลืออยู่หลังจากขจัดความเสี่ยงบางส่วนออกไปแล้ว โดยกำหนด สัมประสิทธิ์ β (beta) เป็นการวัดความเคลื่อนไหวของอัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญบริษัทใดบริษัทหนึ่ง เทียบกับการเคลื่อนไหวของอัตราผลตอบแทนของตลาดหลักทรัพย์โดยรวม ซึ่งอัตราผลตอบแทนของตลาดหลักทรัพย์โดยทั่วไปนั้น จะวัดโดยความเคลื่อนไหวของดัชนี (index) ในตลาดหลักทรัพย์นั้น ๆ (beta ของตลาดเท่ากับ 1)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีผลตอบแทนของกองทุนรวม ผลตอบแทนของกองทุนรวม คือ ผลตอบแทนที่ผู้ถือหน่วยลงทุนจะได้รับจากการลงทุนในกองทุนรวม โดยที่ ผู้ถือหน่วยลงทุนจะได้รับผลตอบแทนทั้งหมด 2 ประเภท ดังนี้

1. ผลตอบแทนในรูปแบบเงินปันผล (Dividend) ผู้ถือหน่วยลงทุนจะสามารถรับผลตอบแทนในรูปแบบของ

เงินปันผลที่ต่อเมื่อกองทุนรวมที่ผู้ถือหุ้นลงทุนถืออยู่นั้นมีนโยบายจ่ายเงินปันผลเท่านั้น ในกรณีที่กองทุนไม่มีนโยบายจ่ายเงินปันผล กองทุนก็จะนำกำไรที่ได้ไปลงทุนต่อเพื่อเพิ่มมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวม โดยผลตอบแทนในรูปแบบนี้ผู้ที่ได้รับเงินปันผลจะต้องนำเงินที่ได้ไปคำนวณภาษีด้วย (สามารถหัก ณ ที่จ่ายได้)

2. ผลตอบแทนในรูปแบบส่วนเกินมูลค่าหน่วยลงทุน (Capital Gain) ผู้ถือหุ้นลงทุนสามารถรับผลตอบแทนในรูปแบบของส่วนเกินมูลค่าทรัพย์สินสุทธิต่อหน่วย (NAV ต่อหน่วย) ได้ก็ต่อเมื่อผู้ลงทุนขายคืนหน่วยลงทุนและมูลค่าทรัพย์สินต่อหน่วย ณ ตอนที่ขายคืนมีมูลค่าสูงกว่าตอนที่ผู้ลงทุนซื้อหน่วยลงทุนมา โดยผลตอบแทนในรูปแบบนี้ผู้ลงทุนไม่ต้องนำไปคิดคำนวณภาษี

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ทำการศึกษาเป็นรายไตรมาส โดยทำการศึกษาตั้งแต่ ไตรมาสที่ 1 พ.ศ. 2553 ถึง ไตรมาสที่ 4 พ.ศ. 2562 รวมทั้งหมด 40 ไตรมาส ทำการเลือกกองทุนที่มีมูลค่าทรัพย์สินสุทธิสูงสุด 3 อันดับแรก ที่บริหารงานโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนกสิกรไทย จำกัด ประกอบด้วย 1) กองทุนเปิดเคอ เอควิตี้ 2) กองทุนเปิดเคสตาตาร์ หุ้นทุน (ชนิดขายคืนหน่วยลงทุนอัตโนมัติ) และ 3) กองทุนเปิดเค สตราทีจิค เทรดดิ้ง หุ้นทุน นอกจากนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลมาจาก ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และเว็บไซต์ รวมถึงวารสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) จะทำการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุน และทำการหาค่าทางสถิติ ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน

มาตรฐาน ค่าสูงสุดและค่าต่ำสุดของปัจจัยต่าง ๆ ในช่วงทำการศึกษาข้อมูล

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) จะทำการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุน เพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวมตราสารทุน โดยใช้วิธีวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติในการประมาณค่าด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

4. สรุปผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

4.1.1 ผลการศึกษาของกองทุนเปิดเคอ เอควิตี้

	N	Mean	Maximum	Minimum	Std. Deviation
NAV	40	78.69	109.99	36.65	20.2986
CPI	40	3.06	6.5	-2.1	1.5090
PII	40	4.58	21.7	-7.3	6.7439
MPC	40	1.98	3.5	1.25	0.6299
GDP	40	3.00	12	-9	2.9461
EX	40	32.53	36.53	29.45	1.7921
GOLD	40	1,347.36	1,705.99	1,105.22	174.9254

ที่มา : บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนกสิกรไทย จำกัด; สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ; ธนาคารแห่งประเทศไทย; สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และ กระทรวงการคลัง, 2563, เว็บไซต์.

4.1.2 ผลการศึกษากองทุนเปิดเค สตาร์ หุ้น ทุน (ชนิดขายคืนหน่วยลงทุนอัตโนมัติ)

	N	Mean	Maximum	Minimum	Std. Deviation
NAV	40	30.01	43.35	13.46	8.6284
CPI	40	3.06	6.5	-2.1	1.5090
PII	40	4.58	21.7	-7.3	6.7439
MPC	40	1.98	3.5	1.25	0.6299
GDP	40	3.00	12	-9	2.9461
EX	40	32.53	36.53	29.45	1.7921
GOLD	40	1,347.36	1,705.99	1,105.22	174.9254

ที่มา : บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนกสิกรไทย จำกัด;
สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ; ธนาคารแห่งประเทศไทย; สำนักดัชนีเศรษฐกิจ
การค้า กระทรวงพาณิชย์ และ กระทรวงการคลัง, 2563,
เว็บไซต์.

4.1.3 ผลการศึกษากองทุนเปิดเค สตาร์ที่จิต เตรตตั้ง หุ้นทุน

	N	Mean	Maximum	Minimum	Std. Deviation
NAV	40	28.9	40.81	13.76	7.5442
CPI	40	3.06	6.5	-2.1	1.5090
PII	40	4.58	21.7	-7.3	6.7439
MPC	40	1.98	3.5	1.25	0.6299
GDP	40	3.00	12	-9	2.9461
EX	40	32.53	36.53	29.45	1.7921
GOLD	40	1,347.36	1,705.99	1,105.22	174.9254

ที่มา : บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนกสิกรไทย จำกัด
สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักดัชนีเศรษฐกิจ
การค้า กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการคลัง

4.2 ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัยได้นำมาจากการวิจัย
และการประยุกต์ใช้ทฤษฎีและแนวคิดโดยทำการเพิ่มตัว
แปรที่คาดว่าจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ
มูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุน

แบบจำลองในการวิจัย

$$\text{Unit}_i = C + \beta_1 \text{CPI} + \beta_2 \text{PII} + \beta_3 \text{MPC} + \beta_4 \text{GDP} + \beta_5 \text{EX} + \beta_6 \text{GOLD} + \epsilon$$

โดย Unit_i คือ มูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมตรา
สารทุนในแต่ละกองทุน (บาท)

C คือ ค่าคงที่

CPI คือ ดัชนีราคาผู้บริโภค(ร้อยละ)

PII คือ ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน(ร้อยละ)

MPC คือ อัตราดอกเบี้ยนโยบาย(ร้อยละ)

GDP คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ
(ร้อยละ)

EX คือ อัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินบาท
(บาท/ดอลลาร์สหรัฐ)

GOLD คือ ราคาทองคำ(ดอลลาร์สหรัฐ/ออนซ์)

ϵ คือ ค่าความคลาดเคลื่อน

4.2.1 ผลการศึกษากองทุนเปิดเคเอ เอควิตี้

Number of obs = 40

ตัวแปร	Coefficient	Standard error	t	P> Z
C	144.9601	76.6897	1.89	0.067
CPI	4.9727	1.7786	2.79	0.008
PII	-1.5444	0.4764	-3.24	0.002
MPC	-23.5106	7.1154	-3.30	0.002
GDP	-1.4030	1.0657	-1.32	0.197
EX	-2.1406	1.7363	-1.23	0.226
GOLD	0.0341	0.0278	1.23	0.228

R-squared = 0.6040 Adjust R-squared = 0.5320

Prob>F = 0.00

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของ
กองทุนเปิดเคเอ เอควิตี้ ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ได้แก่
ดัชนีราคาผู้บริโภค(CPI) มีผลกระทบต่อมูลค่า
หน่วยลงทุน , ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน(PII) มี
ผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุน และอัตราดอกเบี้ย
นโยบาย(MPC) มีผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุน

4.2.2 ผลการศึกษากองทุนเปิดเค สตาร์ หุ้น ทุน (ชนิดขายคืนหน่วยลงทุนอัตโนมัติ)

Number of obs = 40				
ตัวแปร	Coefficient	Standard error	t	P> Z
C	59.8514	31.6687	1.88	0.067
CPI	2.0717	0.7344	2.82	0.008
PII	-0.6476	0.1967	-3.29	0.002
MPC	-10.1094	2.9382	-3.44	0.001
GDP	-0.5797	0.4400	-1.31	0.196
EX	-0.8605	0.7170	-1.20	0.238
GOLD	0.0122	0.0114	1.06	0.293
R-squared = 0.6262		Adjust R-squared = 0.5582		
Prob>F = 0.00				

ที่มา : จากการคำนวณ

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนเปิดเค สตาร์ หุ้นทุน (ชนิดขายคืนหน่วยลงทุนอัตโนมัติ) ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ได้แก่ ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) มีผลกระทบเชิงบวกต่อมูลค่าหน่วยลงทุน , ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน (PII) มีผลกระทบเชิงลบต่อมูลค่าหน่วยลงทุน และอัตราดอกเบี้ยนโยบาย (MPC) มีผลกระทบเชิงลบต่อมูลค่าหน่วยลงทุน

4.2.3 ผลการศึกษากองทุนเปิดเค สตาร์ที่จัด เทรดตั้ง หุ้นทุน

Number of obs = 40				
ตัวแปร	Coefficient	Standard error	t	P> Z
C	56.4854	28.2170	2.00	0.053
CPI	1.8534	0.6544	2.83	0.007
PII	-0.5638	0.1752	-3.21	0.002
MPC	-8.5736	2.6180	-3.27	0.002
GDP	-0.5480	0.3920	-1.39	0.171
EX	-0.7909	0.6388	-1.23	0.224
GOLD	0.0101	0.0102	0.99	0.328
R-squared = 0.6119		Adjust R-squared = 0.5413		
Prob>F = 0.00				

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนเปิดเค สตาร์ที่จัด เทรดตั้ง หุ้นทุน ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ได้แก่ ดัชนีราคาผู้บริโภค(CPI) มีผลกระทบเชิงบวกต่อมูลค่าหน่วยลงทุน ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน(PII) มีผลกระทบเชิงลบต่อมูลค่าหน่วยลงทุน และอัตราดอกเบี้ยนโยบาย(MPC) มีผลกระทบเชิงลบต่อมูลค่าหน่วยลงทุน

5. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่าดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) มีผลกระทบเชิงบวกต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวม โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรกช ตั้งกิตติเวช (2560) นพพล ฉั่วโรจนพงศ์ (2560) และวาสนา ตุ่นนวล (2553) เนื่องจากดัชนีราคาผู้บริโภคบ่งชี้ถึงการปรับตัวของราคาสินค้าและบริการภายในประเทศ ซึ่งในกรณีที่เกิดเงินเฟ้อในระบบเศรษฐกิจนั้นหมายถึงราคาสินค้าและบริการจะปรับตัวสูงขึ้น โดยราคาสินค้าและบริการที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้รายรับของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้กำไรจากการดำเนินงานปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจะมีราคาที่สูงขึ้นตามผลประกอบการของบริษัท โดยในช่วงของการศึกษานั้นประเทศไทยมีดัชนีราคาผู้บริโภคในระดับต่ำกว่าเป้าหมายในการดำเนินนโยบายของทางภาครัฐ ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน(PII) โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของกรกช ตั้งกิตติเวช (2560)และพงษ์พัฒน์ ไหลวัฒน์ชัย (2560) มีผลกระทบเชิงลบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวม ซึ่งดัชนีการลงทุนภาคเอกชนนั้นเป็นการสะท้อนถึงภาพรวมของการลงทุนของภาคเอกชนทั้งประเทศไทย โดยในช่วงระยะเวลาของการศึกษานั้น ประเทศไทยมีการลงทุนภายในประเทศในระดับที่ไม่สูงนัก เนื่องจากประเทศไทยมีปัญหาค่าความขัดแย้งทางการเมือง มีการประท้วงเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน จนในปี พ.ศ. 2557 มีการรัฐประหาร และมีการเลือกตั้งครั้งในเดือน มีนาคม พ.ศ. 2562 จากปัญหาที่ได้กล่าวมานั้น จะมีผลกระทบต่อ

ความเชื่อมั่นในการลงทุนของนักลงทุนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ทำให้ผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่ได้มีการเติบโตเท่าที่ควร นอกจากนี้ยังมีบริษัทขนาดใหญ่ได้ขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ เนื่องจากตลาดในต่างประเทศมีโอกาสในการดำเนินธุรกิจมากกว่าตลาดในประเทศไทย อัตราดอกเบี้ยนโยบาย(MPC) มีผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวม โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของวาสนา (2553) เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยนโยบายจะเป็นตัวชี้ราคาการพาณิชย์ภายในประเทศไทย ในการกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ซึ่งในกรณีที่ธนาคารแห่งประเทศไทยปรับอัตราดอกเบี้ยนโยบายลดลง จะส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลดลง จะเห็นว่าในการปรับอัตราดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารแห่งประเทศไทยจะส่งผลต่อต้นทุนทางการเงินในภาคเอกชนและภาคครัวเรือน ผลของการปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายในส่วนของภาคเอกชนนั้น จะส่งผลให้ภาคเอกชนมีแรงจูงใจในการขยายกิจการ เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ปรับตัวลดลงทำให้ต้นทุนทางการเงินปรับตัวลดลง อีกด้านหนึ่งในกรณีที่เอกชนไม่ได้ขยายการลงทุน แต่ก็ได้รับผลประโยชน์จากภาระหนี้ที่อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ปรับตัวลดลง ซึ่งทั้ง 2 กรณีนี้ก็จะเห็นว่าภาคเอกชนจะได้รับประโยชน์จากการปรับตัวลดลงของอัตราดอกเบี้ยนโยบาย ส่งผลให้บริษัทมีผลการดำเนินงานที่ปรับตัวสูงขึ้น ส่วนในด้านของภาคครัวเรือนนั้น จะเป็นการกระตุ้นการบริโภคในสินค้าและบริการภายในประเทศ เพราะต้นทุนในการกู้ยืมของประชาชนจะปรับตัวลดลง ส่งผลในภาคครัวเรือนมีแรงจูงใจในการก่อหนี้เพื่อการบริโภคมากขึ้น ซึ่งในการบริโภคสินค้าและบริการของประชาชนปรับตัวสูงขึ้น จะทำให้บริษัทมียอดขายสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ทำให้ผลการดำเนินงานของบริษัทปรับตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งจะสะท้อนไปถึงราคาหลักทรัพย์ของบริษัทต่อไป

โดยในการศึกษาคั้งนี้มี 3 ปัจจัย ที่ไม่มีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.01 ได้แก่ 1) ผลผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ซึ่งจากแบบจำลองจะพบว่ามีผลกระทบต่อ

มูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวม โดยความสัมพันธ์สอดคล้องกับงานวิจัยของนพพล ฉั่วโรจนพงศ์ (2560) ซึ่งไม่ตรงกับสมมติฐานในการวิจัย สาเหตุที่มีผลกระทบไม่ตรงตามสมมติฐานนั้น มาจากสาเหตุปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองภายในประเทศ และการเกิดรัฐประหารในปี พ.ศ. 2557 ส่งผลทำให้นักลงทุนต่างประเทศขาดความเชื่อมั่นในการลงทุน จะเห็นได้จากการที่นักลงทุนต่างประเทศขายสุทธิในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหลายปีติดต่อกัน 2) อัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินบาท (EX) ซึ่งจากแบบจำลองจะพบว่าผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวม เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนจะเป็นตัวบ่งชี้ถึงการไหลเข้าหรือไหลออกของเงินลงทุนจากต่างประเทศ ซึ่งการไหลเข้าของเงินลงทุนทางอ้อมจากต่างประเทศนั้น จะมาลงทุนในตลาดเงินและตลาดทุนของประเทศ นอกจากนี้การนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศและส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศก็จะมีผลต่ออัตราแลกเปลี่ยน และอีกปัจจัยที่มีผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนนั้นคือการท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งในช่วงระยะเวลาในการศึกษานั้นยังไม่มีเกิดการเกิดโรคระบาด COVID-19 จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นนั้นเป็นสาเหตุที่ปัจจัยของอัตราแลกเปลี่ยนนั้น ไม่มีนัยสำคัญ 3) ราคาทองคำ(GOLD) ซึ่งจากแบบจำลองจะพบว่ามีผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวม ซึ่งไม่ตรงกับสมมติฐานในการวิจัย สาเหตุที่มีผลกระทบไม่ตรงตามสมมติฐานนั้น มาจากสาเหตุการดำเนินนโยบายการเงินของธนาคารกลางในประเทศสหรัฐอเมริกาที่ใช้มาตรการผ่อนคลายเชิงปริมาณ(QE) ซึ่งในมาตรการดังกล่าวส่งผลทำให้ปริมาณเงินดอลลาร์สหรัฐในระบบเศรษฐกิจของโลกเพิ่มขึ้นในปริมาณที่มาก จากมาตรการผ่อนคลายเชิงปริมาณ(QE) ทำให้เงินดังกล่าวไหลเข้าไปยังตลาดสินทรัพย์ประเภทต่างๆใน ตลาดสินค้าโภคภัณฑ์ ตลาดเงินและตลาดทุน เป็นต้น ทำให้ราคาของสินทรัพย์ในตลาดต่างๆ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจะเห็นได้ชัดเจนว่าราคาทองคำปรับตัวสูงขึ้นในทิศทางเดียวกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์ทั่วโลก ซึ่งในทางทฤษฎีนั้น ทองคำ

จะเป็นสินทรัพย์ปลอดภัยหมายถึงในสภาวะที่เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจคนจะขายหลักทรัพย์มาถือทองคำ ในทางกลับกันในสภาวะที่เศรษฐกิจรุ่งเรืองคนจะไม่ถือทองคำ แต่จะซื้อหลักทรัพย์แทนทองคำ เนื่องจากการดำเนินมาตรการผ่อนคลายเชิงปริมาณของธนาคารกลางในประเทศสหรัฐอเมริกา นั้น ทำให้สินทรัพย์ทุกประเภทปรับเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกัน และธนาคารกลางของสหรัฐอเมริกายังคงอัตราดอกเบี้ยนโยบายในระดับต่ำอีกด้วย จากเหตุผลที่กล่าวมาเป็นสาเหตุที่ปัจจัยของราคาทองคำนั้น ไม่นับสำคัญ

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนในตราสารทุน นั้นมาจากผลการดำเนินงานของบริษัทที่กองทุนรวมเข้าไปทำการซื้อหลักทรัพย์ โดยปกติถ้าบริษัทมีผลประกอบการที่เติบโตนั้นจะส่งผลทำให้ราคาหลักทรัพย์ปรับตัวสูงขึ้น เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงว่ากองทุนที่จะลงทุนซื้อหน่วยลงทุนมีนโยบายลงทุนในหลักทรัพย์กลุ่มใด

6.2 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนในตราสารทุน นั้นมาจากการดำเนินนโยบายของธนาคารแห่งประเทศไทยในการกำหนดอัตราดอกเบี้ยนโยบาย ซึ่งแนวโน้มอัตราดอกเบี้ยนโยบายในระดับต่ำ จะส่งผลในทางบวกกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แนวโน้มในการดำเนินนโยบายจะเป็นตัวบ่งชี้ว่าควรลงทุนในกองทุนรวมที่เน้นการลงทุนในหลักทรัพย์ประเภทใด

6.3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนในตราสารทุน นั้นมาจากการดำเนินนโยบายของธนาคารกลางประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งมาตรการนโยบายผ่อนคลายเชิงปริมาณ(QE) จะส่งผลให้ราคาสินทรัพย์ทั่วโลกปรับตัวสูงขึ้น และส่งผลทำให้ค่าเงินบาทแข็งค่ามากขึ้นเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์สหรัฐ จะส่งผลในทางบวกกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้ซื้อหน่วยลงทุนควรทราบการดำเนิน

นโยบาย เนื่องจากจะมีผลส่งการเคลื่อนไหวของสินทรัพย์ประเภทต่างๆ ในโลก

6.4 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนในตราสารทุน นั้นมาจากอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ(GDP) ซึ่งในช่วงระยะเวลาของการศึกษาประเทศไทยมีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับที่ไม่สูง ส่งผลทำให้นักลงทุนต่างชาติไม่สนใจที่จะเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้ซื้อหน่วยลงทุนควรคาดการณ์แนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจ ก่อนการลงทุนซื้อหน่วยลงทุนเพื่อที่จะได้เลือกกองทุนที่เหมาะสมกับสภาวะเศรษฐกิจในอนาคต

7. เอกสารอ้างอิง

- กรกช ตั้งกิตติเวช. (2560). **ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (NAV) ของกองทุน Small-Mid Cap.** การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กระทรวงการคลัง. (2563). **ส่งเสริมการลงทุนของภาครัฐ.** ค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.mof.go.th/th/home>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). **นโยบายการเงิน.** ค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2563, จาก www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy
- นพพล ฉั่วโรจนพงศ์. (2560). **ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อราคามูลค่าทรัพย์สินสุทธิต่อหน่วยลงทุนของกองทุนเซ็ท50.** การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนกสิกรไทย จำกัด. (2563). **กองทุนรวม.** ค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2563, จาก www.kasikornasset.com/th
- พงษ์พัฒน์ ไหลวิวัฒน์ชัย. (2560). **ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (NAV) ของ กองทุน Large cap.** การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ.

พนิดา สมหมาย. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่า**

**ทรัพย์สินสุทธิต่อหน่วย ของกองทุนรวมหุ้น
ระยะยาว. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ**
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

วาสนา ตุ่นนวล. (2553). **ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มี**

**ผลกระทบต่อมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ(NAV) ต่อ
หน่วยของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ที่
บริหารจัดการโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการ
กองทุนธนาชาติ จำกัด. การค้นคว้าอิสระ**
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

สุนิสา ชูชื่น. (2554). **ความมีประสิทธิภาพของตลาด**

หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ. (2563). **ข้อมูลเศรษฐกิจและสังคม.**

ค้นเมื่อ 16 พฤษภาคม 2563, จาก
www.nesdc.go.th/main.php

สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์.

(2563). **ฐานข้อมูลเศรษฐกิจการค้า. ค้นเมื่อ**
30 พฤษภาคม 2563, จาก
<http://www.price.moc.go.th/>

อิทธิพลเชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อการธำรงรักษาพยาบาลวิชาชีพ

โรงพยาบาลศูนย์ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข

The Structural Influence of Factors Affecting the Retention of Professional Nurses in Hospitals and Medical Centers, Ministry of Public Health

ธัญนันท์ บุญอยู่ (Thanyanan Boonyoo)¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับจิตวิญญาณในการทำงาน สุขภาวะทางจิตใจ ความผูกพันของบุคลากร และการธำรงรักษาพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลศูนย์ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข และ 2) ศึกษาอิทธิพลเชิงโครงสร้างของปัจจัยจิตวิญญาณในการทำงาน สุขภาวะทางจิตใจ และความผูกพันของบุคลากรที่มีผลต่อการธำรงรักษาพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลศูนย์ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข การศึกษาวิจัยนี้ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นหาข้อเท็จจริงและข้อสรุปเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย เพื่อยืนยันสมมติฐาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลศูนย์ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข มีจำนวนทั้งสิ้น 860 คน และสถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ การวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) พยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลศูนย์ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข มีระดับของจิตวิญญาณในการทำงาน สุขภาวะทางจิตใจ ความผูกพันของบุคลากร และการธำรงของบุคลากรมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก และ 2) จิตวิญญาณในการทำงาน มีอิทธิพลทางตรงต่อสุขภาวะทางจิตใจ ความผูกพันของบุคลากร และการธำรงรักษาบุคลากร ส่วนสุขภาวะทางจิตใจมีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันของบุคลากรและการธำรงรักษาบุคลากร และความผูกพันของบุคลากรก็มีอิทธิพลทางตรงต่อการธำรงรักษาบุคลากร

คำสำคัญ : จิตวิญญาณในการทำงาน สุขภาวะทางจิตใจ ความผูกพันของบุคลากร การธำรงรักษาพยาบาลวิชาชีพ

Abstract

The objectives of this research were to 1) study workplace spirituality, psychological well-being, employee engagement, and retention of professional nurses in hospitals and medical centers, ministry of public health, and 2) study the structural influence of factors upon the workplace spirituality, psychological well-being, and employee engagement affecting the retention of professional nurses in hospitals and medical centers, ministry of public health. The researcher focused on the matters of fact and quantitative conclusion with a questionnaire as a research instrument to verify the hypothesis. The sample group was 860 professional nurses in hospitals and

¹ อาจารย์ประจำ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ E-mail : thanyanan7@gmail.com

medical centers, ministry of public health. The descriptive statistics and structural equation modelling (SEM) were analyzed for the data analysis. The findings revealed that 1) levels of workplace spirituality, psychological well-being, employee engagement, and retention of professional nurses in hospitals and medical centers, ministry of public health were overall averaged at a high level, and 2) the workplace spirituality directly influenced the psychological well-being, employee engagement, and employee retention, while the psychological well-being directly influenced the employee engagement, and employee retention, and the employee engagement directly influenced the employee retention in accordance with the hypothesis.

Keywords: Workplace Spirituality, Psychological Well-Being, Employee Engagement, Employee Retention

วันที่รับบทความ : 10 มีนาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 12 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ในช่วงศตวรรษนี้ถือได้ว่าพยาบาลวิชาชีพเป็นบุคลากรที่มีความสำคัญต่อระบบการบริการสุขภาพและจัดว่าเป็นกลุ่มบุคลากรที่มีสัดส่วนมากที่สุดถึงร้อยละ 70 ของจำนวนบุคลากรที่ให้บริการด้านสุขภาพแก่ประชาชน (วิจิตร ศรีสุพรรณ และกฤษดา แสงวดี, 2555) และเป็นบุคลากรที่ให้บริการแก่ผู้ป่วยแบบองค์รวมทั้งด้านส่งเสริมสุขภาพ การรักษาพยาบาล การป้องกันโรคและการฟื้นฟูสุขภาพ ตลอดจนติดต่อประสานงานกับบุคลากรทั้งภายนอกและภายในทีมสุขภาพ ซึ่งจะเห็นได้ว่าพยาบาลวิชาชีพจะเป็นบุคลากรที่ใกล้ชิดกับผู้ใช้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และต้องอาศัยการตัดสินใจและทักษะเป็นพิเศษ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรู้และหลักของศาสตร์ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยพยาบาลวิชาชีพที่มีทั้งคุณภาพและจำนวนที่เพียงพอ แต่จากตารางชี้แจงการทำงานของสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา (2554) เพื่อศึกษาการสูญเสีย

พยาบาลวิชาชีพในประเทศไทย พบว่า อายุการทำงานของพยาบาลวิชาชีพสั้นเพียง 22.55 ปี เท่านั้น นับจากเมื่อเริ่มทำงานในช่วงอายุ 20-24 ปี ซึ่งส่งผลให้อัตรการสูญเสียพยาบาลวิชาชีพสูงถึงร้อยละ 4.44 ต่อปี และมีอายุมัธยฐานเมื่อออกจากวิชาชีพประมาณ 45 ปี (กฤษดา แสงวดี และคณะ, 2552) จึงจำเป็นที่กระทรวงสาธารณสุข มีภารกิจที่ต้องรับผิดชอบจัดหาพยาบาลวิชาชีพให้เพียงพอเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ และการเพิ่มกำลังคนคงไม่ทันต่อความต้องการจากการสูญเสียพยาบาลวิชาชีพออกจากระบบบริการ และจากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบภาระงานและกำลังคน พบว่า อัตราเพิ่มของภาระงานในปี 2558 สูงขึ้นเกือบร้อยละ 60 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยมีอัตราการลดลงของพยาบาลวิชาชีพถึงร้อยละ 9.01 ต่อปี ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า อัตราการสูญเสียพยาบาลวิชาชีพออกจากระบบสูงมาก แม้จะมีการเพิ่มการผลิตพยาบาลวิชาชีพก็ตาม (กฤษดา แสงวดี, 2560) และจากการสูญเสียพยาบาลวิชาชีพในประเทศไทยส่งผลให้เกิดสถานการณ์การขาดแคลนพยาบาลใน

ภาครัฐ สภาการพยาบาลจึงได้ทำการศึกษาถึงการลาออกของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลศูนย์และโรงพยาบาลทั่วไป รวม 95 แห่ง พบว่า พยาบาลวิชาชีพเกิดความต้องการลาออกไปประกอบอาชีพอื่นถึงร้อยละ 30.40 รองลงมาคือการโอนไปรับราชการในหน่วยงานอื่น ร้อยละ 17.30 เกษียณอายุก่อนกำหนด ร้อยละ 12.10 และไปศึกษาต่อ ร้อยละ 3.60 (สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2554) โดยการออกของพยาบาลวิชาชีพอาจนำมาซึ่งปัญหาการขาดแคลนอย่างรุนแรง ทั้งการขาดแคลนพยาบาลที่มีทักษะวิชาชีพสูงและการขาดแคลนด้านจำนวนผู้ให้บริการ ตลอดจนเป็นภาระอย่างมากในการผลิตพยาบาลวิชาชีพเพื่อชดเชยการสูญเสียดังกล่าว ดังนั้นหากมีการดำเนินการใด ๆ เพื่อหาแนวทางแก้ไขและหากวิธีในการดึงดูดให้พยาบาลวิชาชีพมีอายุการทำงานขยายออกไปก็จะเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะสามารถบรรเทาความรุนแรงของการขาดแคลนพยาบาลวิชาชีพนี้ได้ (วิจิตร ศรีสุพรรณ และกฤษดา แสงดี, 2555)

หากสถานบริการสุขภาพใดสามารถหาวิธีที่จะธำรงรักษาบุคลากรพยาบาลที่ดีมีความสามารถให้คงอยู่ในองค์กรได้ย่อมหมายความว่า สถานบริการสุขภาพนั้นมีบุคลากรพยาบาลที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานอย่างเพียงพอ มีการพัฒนาทักษะ ความรู้และความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนสามารถปฏิบัติงานในห้วงการไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินพันธกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้นการจะธำรงรักษาพยาบาลวิชาชีพให้คงอยู่และมีผลการปฏิบัติงานที่ดีมีคุณภาพนั้น (เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย, 2552) จำเป็นต้องอาศัยจิตวิญญาณในการทำงานของบุคคล (Workplace Spirituality) ในสถานที่ทำงานให้เกิดแรงบันดาลใจในการทำงานที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อประโยชน์ของบุคคล กลุ่ม และองค์กร ซึ่งการเพิ่มขึ้นของจิตวิญญาณในการทำงานของบุคคลในองค์กรจะนำไปสู่ความคาดหวังที่เพิ่มสูงขึ้นที่จะทำให้ชีวิตมีอะไรมากกว่าความอยู่รอด (Indradevi, 2020) ซึ่งมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติในการทำงานของพนักงานที่จะทำให้

พนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดีและมีสุขภาวะทางจิตใจเพิ่มขึ้น (Schutte, 2016) โดยสุขภาวะทางจิตใจ (Psychological Well-Being) เป็นแนวคิดทางการจัดการเชิงบวกที่มีความหลากหลายมิติและครอบคลุมพฤติกรรมอันเกี่ยวกับอัตวิสัยทางสังคม ภายนอก และจิตใจที่บ่งชี้ให้เห็นถึงความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของแต่ละบุคคล (Leite et al., 2019; Pawar, 2016) ที่เป็นเงื่อนไขทางอารมณ์ของแต่ละบุคคลในบริบทการทำงานให้เกิดการขับเคลื่อนไปสู่ผลลัพธ์ที่ดีที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์เชิงบวกกับบุคคลอื่นที่สามารถสร้างความผูกพันของบุคลากรที่สูงขึ้น (ออรดี จอดเกาะ และธัญนันท์ บุญอยู่, 2563) นอกจากนี้ความผูกพันของบุคลากร (Employee Engagement) ยังเป็นรูปแบบที่เหนือกว่าความภักดีทั่วไปที่จะทำให้บุคคลผูกพันอยู่กับงาน ต้องการที่จะทำงานตามบทบาทที่ตนเองได้รับด้วยพลังงานที่ตนมีทั้งทางด้านร่างกาย ความคิดและอารมณ์ที่จะช่วยรักษาให้บุคลากรคงอยู่กับองค์กรอย่างมีความสุข เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Abun et al., 2020)

จากการศึกษาเกี่ยวกับงานวิจัยต่าง ๆ แล้วพบว่า Garg (2017) กล่าวว่า บุคลากรภายในองค์กรได้ให้ความสำคัญในการทำงานด้วยจิตวิญญาณอย่างแท้จริง อันเป็นแก่นแท้ทางความรู้สึกของบุคคลที่จะทำให้เกิดความสัมพันธ์เชิงบวกต่อสุขภาวะทางจิตใจ เช่นเดียวกับการศึกษาของศิริขวัญ เพ็งสมยา และธัญนันท์ บุญอยู่ (2562) ที่ว่า จิตวิญญาณในการทำงานที่ตระหนักถึงคุณค่าในตนเองที่มีต่องานจะสามารถสร้างให้เกิดสุขภาวะทางจิตใจและความผูกพันในเชิงบวกต่อองค์กรที่จะทำให้เกิดความตั้งใจในการทำงานให้แก่องค์กรด้วยความเต็มใจ และการศึกษาของ Anvari et al. (2017) ที่ว่า จิตวิญญาณในการทำงานที่เกิดขึ้นในตัวบุคคลจะมีผลทางตรงต่อการธำรงรักษาให้บุคลากรคงอยู่ในองค์กรได้เช่นกัน นอกจากนี้ Abun et al. (2020) กล่าวว่า สุขภาวะทางจิตใจจะเป็นความผาสุกทั้งต่อชีวิตในการทำงานและชีวิตส่วนบุคคลที่จะครอบคลุมความสัมพันธ์ที่จะทำให้เกิดความผูกพันอันเป็นปัจจัยที่กำหนดทัศนคติใน

การทำงานให้เข้ากับบทบาทในการทำงานและการมีส่วนร่วมที่แสดงออกทางร่างกาย ได้รับความเข้าใจ และอารมณ์ ให้เกิดการ ทำงานตามบทบาทของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสามารถดำรงรักษาให้บุคลากรภายในองค์กรคงอยู่ต่อไปได้อย่างยาวนาน (Ashraf and Siddiqui, 2020)

ดังนั้นจากประเด็นปัญหาและความเกี่ยวข้องของปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลเชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อการธำรงรักษาพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลศูนย์ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งจากผลการสำรวจวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีข้อบ่งชี้ได้ถึงองค์ความรู้ แนวคิด ทฤษฎีที่บ่งชี้ได้ว่าเป็นการวิจัยเชิงประจักษ์และการวิจัยเชิงการสำรวจเพื่อก่อให้เกิดองค์ความรู้ และเสริมสร้างองค์ความรู้ในแต่ละมิติให้แก่ผู้ที่สนใจศึกษา ตลอดจนเป็นการเสริมสร้างให้เกิดการคงอยู่ของจำนวนพยาบาลวิชาชีพที่เพียงพอต่อการให้บริการพยาบาลที่ดีมีคุณภาพและส่งผลดีต่อผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับจิตวิญญาณในการทำงาน สุขภาวะทางจิตใจ ความผูกพันของบุคลากร และการธำรงรักษาพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลศูนย์ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข

1.2.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงโครงสร้างของปัจจัยจิตวิญญาณในการทำงาน สุขภาวะทางจิตใจ และความผูกพันของบุคลากรที่มีผลต่อการธำรงรักษาพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลศูนย์ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) จิตวิญญาณในการทำงาน 2) สุขภาวะทางจิตใจ 3) ความผูกพันของบุคลากร และ 4) การธำรงรักษาบุคลากร

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลศูนย์

สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จำนวนทั้งสิ้น 27,560 คน (กระทรวงสาธารณสุข, 2562) และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลศูนย์ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 860 คน ซึ่งใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Hair et al. (1998) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อให้การเลือกกลุ่มตัวอย่างมีประชากรที่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนและมีการกระจายครอบคลุมกลุ่มประชากรให้มากที่สุด จึงได้แบ่งชั้นภูมิตามแต่ละภาคได้ 4 ภาค คือ ภาคกลาง จำนวน 263 คน ภาคเหนือ จำนวน 155 คน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 295 คน และภาคใต้ จำนวน 147 คน

1.3.3 ขอบเขตพื้นที่การศึกษา คือ โรงพยาบาลศูนย์ที่สังกัดกระทรวงสาธารณสุขในเขตภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้

1.3.4 ขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในซึ่งการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการใช้ระยะเวลา 1 ปี 4 เดือน ตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2562 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563

1.4 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H1) ระดับจิตวิญญาณในการทำงาน สุขภาวะทางจิตใจ ความผูกพันของบุคลากร และการธำรงรักษาพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลศูนย์ สังกัดกระทรวงสาธารณสุขอยู่ในระดับใด

สมมติฐานที่ 2 (H2) จิตวิญญาณในการทำงาน มีอิทธิพลทางตรงต่อสุขภาวะทางจิตใจ

สมมติฐานที่ 3 (H3) จิตวิญญาณในการทำงาน มีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันของบุคลากร

สมมติฐานที่ 4 (H4) จิตวิญญาณในการทำงาน มีอิทธิพลทางตรงต่อการธำรงรักษาบุคลากร

สมมติฐานที่ 5 (H5) สุขภาวะทางจิตใจมีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันของบุคลากร

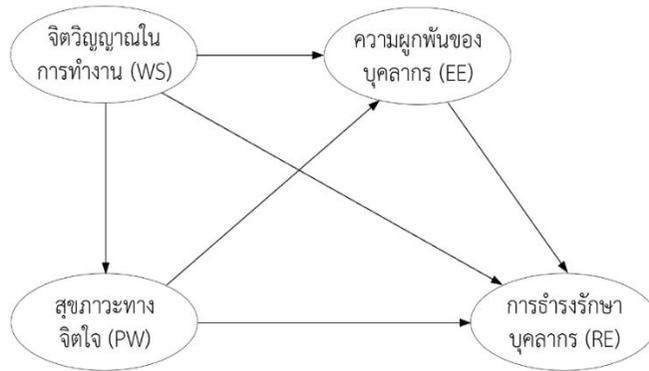
สมมติฐานที่ 6 (H6) สุขภาวะทางจิตใจมีอิทธิพลทางตรงต่อการธำรงรักษาบุคลากร

สมมติฐานที่ 7 (H7) ความผูกพันของบุคลากรมีอิทธิพลทางตรงต่อการอำรรักษาบุคลากร

ผู้วิจัยได้ทำการสรุปและสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ดังแสดงในภาพที่ 1

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลเชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อการอำรรักษาพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลศูนย์ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 จิตวิญญาณในการทำงาน (Workplace Spirituality) จะเป็นปัจจัยหนึ่งของพนักงานที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ภายในกลุ่มองค์กร และเป็นกรอบทางค่านิยมองค์กรที่ปรากฏทางวัฒนธรรมที่ส่งเสริมประสบการณ์ที่ผ่านกระบวนการทำงานของพนักงาน โดยเอื้อให้พนักงานรับรู้ได้ถึงการเชื่อมโยงกับผู้อื่นในลักษณะที่ทำให้เกิดความรู้สึกสมบูรณ์และมีความสุข (Schutte, 2016) ซึ่งองค์การที่ส่งเสริมวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดจิตวิญญาณในการทำงานจะทำให้พนักงานมีความคิดและจิตวิญญาณในการแสวงหาจุดหมายในการทำงานที่เชื่อมโยงกับพนักงานภายในองค์กรและเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ (Indradevi, 2020) ที่ก่อให้เกิดผลดีทางคุณลักษณะของการแบ่งปันและความผูกพันซึ่งกันและกันในเชิงบวกกับทัศนคติในการทำงานของพนักงาน ไม่ว่าจะมีความสุขทางจิตใจหรือความผูกพันของพนักงานที่มุ่งเน้นไปที่ความเป็นอยู่ที่ดีของบุคคล องค์กร และสังคม เป็นต้น

(Pawar, 2016) และจากการศึกษาวิจัยของ Anvari et al. (2017) พบว่า จิตวิญญาณในการทำงานจะมีผลต่อสุขภาวะทางจิตใจ ความผูกพันและการอำรรักษาพนักงานให้อยู่ในองค์กร ซึ่งโดยทั่วไปในทางกายภาพและจิตใจของพนักงานจะเกี่ยวข้องกับการทำงาน แต่พนักงานโดยส่วนใหญ่ไม่ได้มุ่งเน้นการทำงานด้วยจิตวิญญาณของตนเอง ทำให้แนวทางใหม่ที่น่าไปสู่การมีประสิทธิภาพขององค์กรและนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จนั้นย่อมเกิดขึ้นได้ยาก จึงจำเป็นต้องมีการสร้างให้พนักงานคำนึงถึงคุณค่าทางจิตวิญญาณในการทำงาน ซึ่งจิตวิญญาณในการทำงานจะมุ่งเน้นไปที่บุคคลที่มีความต้องการทางด้านร่างกายให้เกิดการทำงานและเชื่อมโยงให้เกิดสุขภาวะทางจิตใจที่ดีที่จะสร้างให้พนักงานภายในองค์กรเกิดความผูกพันที่สามารถทำให้อัตราการลาออกของพนักงานลดน้อยลงได้ (Garg, 2017; Indradevi, 2020)

2.2 สุขภาวะทางจิตใจ (Psychological Well-Being) โดยคุณภาพของประสบการณ์และการทำงานของพนักงานที่

เป็นสภาวะของบุคคลภายในองค์การจะประกอบด้วย สภาวะทางกายภาพ (Physical Well-Being) สภาวะทางจิตใจ (Psychological Well-Being) และสภาวะทางสังคม (Social Well-Being) ซึ่งความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานจะมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะสุขภาพขององค์การ (Pawar, 2016) และตามบรรทัดฐานปัจจัยหนึ่งที่อ้างรักษาพนักงานให้คงอยู่ในองค์การได้นั้น คือ สภาวะทางจิตใจที่เป็นความเป็นอยู่ที่ดีและเป็นโครงสร้างที่ซับซ้อนอันเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อชีวิตของพนักงานในที่ทำงาน และสามารถสร้างแรงบันดาลใจจากภายในที่สนับสนุนต่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพ (Abun et al., 2020) ที่มีผลกระทบเชิงบวกมากกว่าเชิงลบ นอกจากนี้สภาวะทางจิตใจจะเป็นอารมณ์เชิงบวกในระดับสูงและความพึงพอใจกับชีวิตทั่วไป พนักงานที่มีสภาวะทางจิตใจในระดับสูงจะมีประสบการณ์ในวิชาชีพ มีความเป็นอิสระจากสถานการณ์ในการทำงาน มีความสมดุลทางอารมณ์ และมีมุมมองเกี่ยวกับความพึงพอใจในชีวิตเพิ่มสูงขึ้น (Ashraf and Siddiqui, 2020) และจากการศึกษาวิจัยของ Pawar (2016) พบว่า สภาวะทางจิตใจภายในองค์การจะถือเป็นความตั้งใจอย่างเป็นระบบและร่วมมือกันภายในองค์การ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมและองค์การที่สนับสนุนความเป็นอยู่ที่ดีที่เกี่ยวข้องกับชีวิตการทำงาน ตลอดจนสร้างโอกาสที่เท่าเทียมกันในการเพิ่มอาชีพที่เป็นหนึ่งในผลลัพธ์ที่สามารถสร้างความผูกพันต่อองค์การและอ้างรักษาพนักงานให้คงอยู่ในองค์การเพิ่มสูงขึ้น (ศิริขวัญ เฟื่องสมยา และธัญนันท์ บุญอยู่, 2562)

2.3 ความผูกพันของบุคลากร (Employee Engagement) จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้บุคคลที่เป็นสมาชิกในองค์การมีบทบาทการทำงานของตนเองให้เกิดการมีส่วนร่วมในงาน และแสดงออกทางร่างกาย ความรู้ ความเข้าใจ และอารมณ์ในระหว่างการแสดงในบทบาทนั้น โดยบุคคลที่มีความรู้สึกผูกพันต่อองค์การนี้จะไม่มีการแบ่งแยกระหว่างความเป็นส่วนตัวกับงาน (Abun et al., 2020) ซึ่งสามารถแบ่งองค์ประกอบของความผูกพันได้เป็น 3 องค์ประกอบ คือ 1) ความขยันขันแข็ง (Vigor) จะเป็นส่วนหนึ่งของการ

มีส่วนร่วมในการทำงานและเป็นความรู้สึกเชิงบวกของสภาวะทางจิตใจที่บุคคลมีต่องานและความตั้งใจ 2) การอุทิศตน (Dedication) จะเป็นการมีส่วนร่วมของบุคคลภายในองค์การมาช่วยในการสร้างทัศนคติที่ดีต่องานและองค์กรที่ทำให้เกิดความกระตือรือร้นในการทำงาน มีแรงบันดาลใจ มีความภาคภูมิใจและความท้าทายในการทำงาน และ 3) ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับงาน (Absorption) เป็นลักษณะการทำงานที่แสดงออกอย่างมีความสุขในการทำงานอย่างใดอย่างหนึ่ง มีส่วนร่วมในการทำงาน และมีความรู้สึกที่เวลาในการทำงานผ่านไปอย่างรวดเร็ว (Arifin et al., 2014) และจากการศึกษาวิจัยของ Ashraf and Siddiqui (2020) พบว่า ความผูกพันของพนักงานมีผลต่อการอ้างรักษาให้พนักงานคงอยู่ในองค์การได้ โดยความผูกพันจะเป็นหัวใจหลักของกลยุทธ์องค์การที่นำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์และสนองความต้องการของพนักงานที่มีความหลากหลายได้ เพื่อรักษาให้พนักงานคงอยู่ในองค์การได้ในระยะยาว

2.4 การอ้างรักษาบุคลากร (Employee Retention)

ซึ่งถือได้ว่าพนักงานเป็นสินทรัพย์ของธุรกิจหรือสมาคมอื่น ๆ และเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องที่จำเป็นต้องมีการอ้างรักษาให้พนักงานที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจไว้ เพื่อให้พนักงานทำงานอยู่กับองค์การและสามารถสร้างประโยชน์สูงสุดจากความสามารถทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างเหมาะสม โดยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ถือว่ามีความสำคัญและมีความท้าทายเป็นอย่างมากสำหรับองค์กรที่จะอ้างรักษาให้สัดส่วนของสมาชิกในองค์การคงอยู่ได้ตามที่องค์กรกำหนดไว้ (Banerjee, 2019) จึงถือได้ว่าการลดอัตราการลาออกของพนักงานเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับองค์การ โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านบริหารกล่าวไว้ว่า เมื่อพนักงานลาออกจำเป็นต้องมีการคิดสรรหาพนักงานภายในองค์การเข้ามาใหม่ ซึ่งก็จะก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับค่าตอบแทนของพนักงาน การคัดเลือกพนักงาน และการฝึกอบรมที่องค์การต้องสูญเสียไป อีกทั้งการหมุนเวียนของพนักงานจะส่งผลเสีย

ต่อความเชื่อมั่นของพนักงานและทำให้ความสามารถในการทำกำไรและความสามารถใหม่ ๆ เกิดขึ้นได้เช่นกัน (Kumar and Rao, 2020)

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลศูนย์ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จำนวนทั้งสิ้น 27,560 คน (กระทรวงสาธารณสุข, 2562) และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลศูนย์ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 860 คน โดยใช้การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Hair et al. (1998) ที่ได้เสนอแนวทางสำหรับการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง คือ 5 ถึง 20 หน่วยตัวอย่างต่อ 1 จำนวนตัวชี้วัด ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนตัวชี้วัดเท่ากับ 43 ตัว จึงทำให้การวิจัยครั้งนี้ควรมีขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คือ 860 ตัวอย่าง เพื่อให้การเลือกกลุ่มตัวอย่างมีประชากรที่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน และมีการกระจายครอบคลุมกลุ่มประชากรให้มากที่สุด จึงได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ตามแต่ละภาคได้ 4 ภาค คือ ภาคกลาง จำนวน 263 คน ภาคเหนือ จำนวน 155 คน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 295 คน และภาคใต้ จำนวน 147 คน แล้วจึงทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ ส่วนที่ 2-5 แบบสอบถามประเมินจิตวิญญาณในการทำงาน

สุขภาวะทางจิตใจ ความผูกพันของบุคลากร และการธำรงรักษามูลค่า โดยลักษณะของข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแบบของ Likert' Scale (Likert, 1932) ซึ่งมีความหมายของเกณฑ์การให้คะแนน คือ ระดับคะแนน 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด ระดับคะแนน 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นด้วยมาก ระดับคะแนน 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นด้วยปานกลาง ระดับคะแนน 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นด้วยน้อย และระดับคะแนน 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความเที่ยง เพื่อวัดความสอดคล้องภายในของคุณภาพโดยรวมของเครื่องมือทั้งฉบับด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ถ้ามีค่าไม่น้อยกว่า 0.70 แสดงว่า แบบสอบถามความเที่ยงสูงผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้และสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยจริงได้ โดยผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์แอลฟาจะปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α)
จิตวิญญาณในการทำงาน (WS)	0.806
สุขภาวะทางจิตใจ (PW)	0.781
ความผูกพันของบุคลากร (EE)	0.831
การธำรงรักษาบุคลากร (RE)	0.744

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ประสานขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับผู้อำนวยการโรงพยาบาลศูนย์ที่สังกัดกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งก่อนการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้ชี้แจงกับกลุ่มเป้าหมายก่อนการเก็บข้อมูลวิจัยและได้อธิบายพร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยกับกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนได้มีการแจ้งกับกลุ่มเป้าหมายให้ทราบถึงประโยชน์และสิทธิในการตอบรับหรือปฏิเสธการตอบแบบสอบถามการวิจัย เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในทางวิชาการเท่านั้นไม่มีการเปิดเผยชื่อของกลุ่มเป้าหมายและเสนอผลโดยภาพรวม ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้แจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลศูนย์ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 860 คน

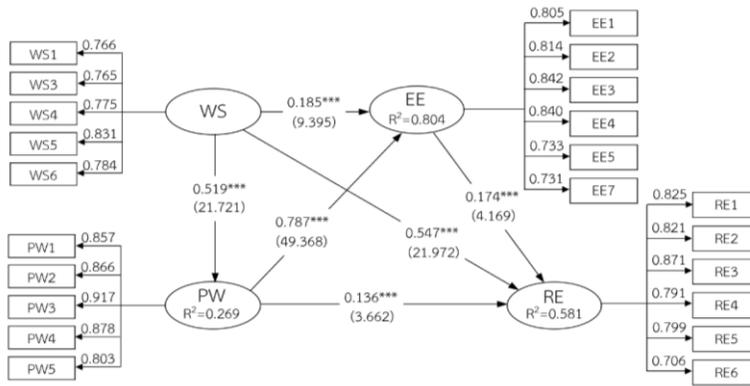
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้คือ 1) สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานใช้เพื่อการแปลความหมายของข้อมูลและสรุปอธิบายลักษณะของตัวแปร โดยการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยมีเกณฑ์การแปลความหมายตามแนวคิดของ Best (1981) คือ “ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด” “ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง น้อย” “ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง” “ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มาก” “ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด” และ 2) สถิติการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (SEM) โดยการวิเคราะห์ที่ทำให้เกิดค่าความคลาดเคลื่อนมีค่าน้อยที่สุดและวิเคราะห์ค่าสถิติคร่าวละหนึ่งส่วนที่

เรียกว่า PLS-SEM (Partial Least Square SEM) ซึ่งใช้โปรแกรม ADANCO

4. สรุปผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ระดับค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของจิตวิญญาณในการทำงาน สุขภาวะทางจิตใจ ความผูกพันของบุคลากร และการธำรงรักษาบุคลากร ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า พยาบาลวิชาชีพมีปัจจัยจิตวิญญาณในการทำงาน สุขภาวะทางจิตใจ ความผูกพันของบุคลากร และการธำรงรักษาบุคลากรมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86, 3.63, 3.61 และ 3.83 ตามลำดับ และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.451, 0.536, 0.480 และ 0.457 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างในภาพรวม เป็นผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ความถดถอยอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมที่ส่งผลต่อการธำรงรักษาพยาบาลวิชาชีพดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแบบสมการโครงสร้าง

จากภาพที่ 2 แสดงเส้นทางความสัมพันธ์ตัวแบบสมการโครงสร้าง พบว่า 1) จิตวิญญาณในการทำงาน (WS) มีอิทธิพลทางตรงต่อสุขภาวะทางจิตใจ (PW) ความผูกพันของบุคลากร (EE) และการธำรงรักษาบุคลากร (RE) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.519, 0.185 และ 0.547 ตามลำดับ โดยที่จิตวิญญาณในการทำงาน (WS) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการธำรงรักษาบุคลากร (RE) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.103 2) สุขภาวะทางจิตใจ (PW) มีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันของบุคลากร (EE) และการธำรงรักษาบุคลากร (RE) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.787 และ 0.136 ตามลำดับ โดยที่สุขภาวะทางจิตใจ (PW) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการ

ธำรงรักษาบุคลากร (RE) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.137 และ 3) ความผูกพันของบุคลากร (EE) มีอิทธิพลทางตรงต่อการธำรงรักษาบุคลากร (RE) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.174 ดังนั้นสรุปได้ว่า จิตวิญญาณในการทำงาน (WS) สุขภาวะทางจิตใจ (PW) และความผูกพันของบุคลากร (EE) เป็นปัจจัยที่ธำรงรักษาให้บุคลากร (RE) พยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลศูนย์ สังกัดกระทรวงสาธารณสุขอยู่ในองค์การ ซึ่งสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานจากการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อการธำรงรักษาพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลศูนย์ สังกัดกระทรวงสาธารณสุขได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย (Hypothesis)	สัมประสิทธิ์เส้นทาง (Coef.)	ค่า t-test	ผลลัพธ์
H1: WS → PW	0.519***	21.721	สนับสนุน
H2: WS → EE	0.185***	9.395	สนับสนุน
H3: WS → RE	0.547***	21.972	สนับสนุน
H4: PW → EE	0.787***	49.368	สนับสนุน
H5: PW → RE	0.136***	3.662	สนับสนุน
H6: EE → RE	0.174***	4.169	สนับสนุน

หมายเหตุ: (***) หมายถึง p-value < 0.01 หรือ ค่า t ≥ 2.58) (WS หมายถึง จิตวิญญาณในการทำงาน; PW หมายถึง สุขภาวะทางจิตใจ; EE หมายถึง ความผูกพันของบุคลากร; RE หมายถึง การธำรงรักษาบุคลากร)

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า 1) จิตวิญญาณในการทำงานมีอิทธิพลทางตรงต่อสุขภาวะทางจิตใจ ความผูกพันของบุคลากร และการธำรงรักษาบุคลากร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.519, 0.185 และ 0.547 ตามลำดับ และมีค่าสถิติทดสอบที่เท่ากับ 21.721, 9.395 และ 21.972 ตามลำดับ 2) สุขภาวะทางจิตใจมีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันของบุคลากร และการธำรงรักษาบุคลากร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.787 และ 0.136 ตามลำดับ และมีค่าสถิติทดสอบที่เท่ากับ 49.368 และ 3.662 ตามลำดับ และ 3) ความผูกพันของบุคลากรมีอิทธิพลทางตรงต่อการธำรงรักษาบุคลากร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.174 และมีค่าสถิติทดสอบที่เท่ากับ 4.169

5. อภิปรายผล

5.1 จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า จิตวิญญาณในการทำงาน สุขภาวะทางจิตใจ ความผูกพันของบุคลากร และการธำรงรักษาพยาบาลวิชาชีพมีระดับค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากพยาบาลวิชาชีพมีจิตวิญญาณในการทำงานที่ตระหนักถึงคุณค่าในตนเอง สำนึกรักในองค์กร และมีความสมดุลที่สอดคล้องกับคุณธรรมเป็นหลัก จึงทำให้พยาบาลวิชาชีพมีระดับค่าเฉลี่ยโดยรวมของจิตวิญญาณในการทำงานอยู่ในระดับที่สูงที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Garg (2017) และ ศิริขวัญ เฟิงสมยา และธัญนันท์ บุญอยู่ (2562) ที่ว่า จิตวิญญาณในการทำงานจะเป็นสุขภาวะทางจิตใจที่มีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมที่จะทำให้บุคคลภายในองค์กรทำงานได้อย่างมีความสุขและมุ่งมั่นที่จะทำงานตามท้องถ้องการกำหนดได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างเป็นรูปธรรม

5.2 จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า จิตวิญญาณในการทำงานมีอิทธิพลทางตรงต่อสุขภาวะทางจิตใจ ความผูกพันของบุคลากร และการ

ธำรงรักษาบุคลากร ส่วนสุขภาวะทางจิตใจมีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันของบุคลากรและการธำรงรักษาบุคลากร และความผูกพันของบุคลากรก็มีอิทธิพลทางตรงต่อการธำรงรักษาบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Anvari et al. (2017) และ Abun et al. (2020) ที่ว่า จิตวิญญาณในการทำงานจะสามารถสร้างให้เกิดสุขภาวะทางจิตใจที่เป็นความผาสุกทั้งต่อชีวิตในการทำงานและชีวิตส่วนตัวที่จะก่อให้เกิดความผูกพันอันเป็นทัศนคติในการทำงานที่มุ่งมั่นและทุ่มเท เพื่อให้เกิดผลการทำงานที่มีประสิทธิภาพและสามารถธำรงรักษาให้บุคลากรภายในองค์กรคงอยู่ในองค์กรได้อย่างยาวนาน (Ashraf and Siddiqui, 2020)

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งนี้

6.1.1 จากผลการวิจัยพบว่า จิตวิญญาณในการทำงานเป็นแนวคิดของสุขภาวะทางจิตใจที่สามารถนำมาปรับใช้ในการสร้างทีมงานให้เกิดการทำงานแบบมีส่วนร่วมที่เชื่อมโยงกับบุคคลอื่นภายในองค์กร ดังนั้นองค์กรควรมีการสร้างและรักษามาตรฐานของจิตวิญญาณในการทำงานเป็นทีมทั้งด้านชีวิตภายใน ความหมายของงาน และความสัมพันธ์กับองค์กรให้เกิดความสอดคล้องกันอย่างเป็นระบบ เพื่อให้บุคลากรเกิดสุขภาวะทางจิตใจที่สามารถสร้างความผูกพันและการคงอยู่ในองค์กร

6.1.2 จากผลการวิจัยพบว่า สุขภาวะทางจิตใจจะเป็นความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานทั้งทางสังคม จิตใจ อารมณ์ และร่างกายที่จะสะท้อนให้เห็นถึงการดำเนินชีวิตภายในของบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับตัวตนผ่านการให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างมีความสุขในการทำงาน ดังนั้นองค์กรควรจะต้องมีการจัดการสร้างให้เกิดสุขภาวะทางจิตใจที่เป็นความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานให้สอดคล้องกัน

เพื่อเสริมสร้างความผูกพันและการธำรงรักษาให้บุคลากรคงอยู่ในองค์กรได้อย่างยั่งยืน

6.1.3 จากผลการวิจัยพบว่า ความผูกพันของบุคลากรจะเป็นทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมที่บุคลากรมีต่อองค์กร โดยที่บุคลากรตั้งใจที่จะปฏิบัติงานให้กับองค์กรด้วยการทุ่มเทและมีความตั้งใจที่จะทำงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นองค์กรควรให้ความสำคัญกับการสร้างความผูกพัน เพื่อให้บุคลากรเกิดทัศนคติที่ดีต่อเพื่อนร่วมงาน กลุ่ม และองค์กร ซึ่งจะสามารถสร้างให้เกิดความร่วมมือในการทำงานให้กับองค์กรได้อย่างทุ่มเทอย่างเต็มความสามารถและพร้อมที่จะคงอยู่ในองค์กร แม้จะเกิดปัญหาขึ้นก็ตาม

6.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

6.2.1 การวิจัยในครั้งนี้ ไม่ได้แบ่งกลุ่มศึกษาประชากรตามช่วงอายุ จึงทำให้การศึกษารั้งต่อไปควรศึกษาผลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์พหุระดับ (Multilevel Analysis) แยกตามแต่ละช่วงวัย เพื่อให้ทราบแนวคิดและทัศนคติของพยาบาลที่มีต่อการคงอยู่ในองค์กร แห่งนี้ของพยาบาลแต่ละช่วงอายุได้อย่างลึกซึ้งขึ้น

6.2.2 ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่จะสามารถธำรงรักษาบุคลากรให้คงอยู่ในองค์กรมากขึ้น อาทิเช่น ปัจจัยสภาพการทำงาน ค่าตอบแทน ความก้าวหน้าในการทำงาน เป็นต้น ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์ในการนำไปพัฒนาการทำงานของบุคลากรในองค์กรให้คงอยู่ และสามารถทำงานให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. เอกสารอ้างอิง

กระทรวงสาธารณสุข. (2562). รายงานข้อมูลบุคลากรด้านสาธารณสุขประจำปี 2562. กรุงเทพฯ: กองยุทธศาสตร์และแผนงาน.
 กฤษดา แสงดี, เตือนเพ็ญ, ธีรวรรณวิวัฒน์, วิจิต หล่อจิรชุณหกุล และจิราวัลย์ จิตรถเวช.

(2552). ตารางชีพการทำงานของพยาบาลวิชาชีพในประเทศไทย. วารสารประชากร, 1(1), 73-93.

กฤษดา แสงดี. (2560). วิถีชีวิตขาดแคลนพยาบาลวิชาชีพในหน่วยบริการสุขภาพของสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข: ข้อเสนอเชิงนโยบาย. วารสารวิชาการสาธารณสุข, 26(2), 456-468.

เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย. (2552). อิทธิพลของพฤติกรรมผู้นำ วัฒนธรรมการทำงานในองค์กร และกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานรัฐวิสาหกิจ. ดุษฎีนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

วิจิตร ศรีสุพรรณ และกฤษกา แสงดี. (2555). ข้อเสนอเชิงนโยบายในการแก้ปัญหาการขาดแคลนพยาบาลวิชาชีพในประเทศไทย. วารสารสภาการพยาบาล, 27(1), 5-12.

ศิริขวัญ เพ็งสมยา และธัญนันท์ บุญอยู่. (2562). รูปแบบความสัมพันธ์ของจิตวิญญาณในการทำงานที่มีต่อความสุขในการทำงานของครูโรงเรียนเอกชนระดับมัธยมศึกษาสังกัดสภาคีตจักรในเขตบางรัก. ค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2562, จาก <https://rsucon.rsu.ac.th/files/proceedings/nation2019/NA19-125.pdf>.

สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2554). การศึกษาและติดตามการขาดแคลนบุคลากรทางด้านพยาบาลของคณะกรรมาธิการสาธารณสุขวุฒิสภา. ค้นเมื่อ 19 สิงหาคม 2562, จาก http://www.library2.parliament.go.th/giventake/content_sn/.../d022154-16.pdf.

- ออรดี จอดเกาะ และธัญนันท์ บุญอยู่. (2563). อิทธิพลเชิงโครงสร้างของคุณภาพชีวิตในงาน สุขภาวะทางจิตใจ และความพึงพอใจในงานที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของครูอาสาสมัครศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในเขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร. **วารสารสมาคมนักวิจัย**, 25(3), 273-287.
- Abun, D., Magallanes, T., Foronda, G. S. L. and Encarnacion, M. J. (2020). Employees' workplace well-being and work engagement of divine word colleges' employees in Ilocos region, Philippines. **Research in Business & Social Science**, 9(2), 70-84.
- Anvari, R., Barzaki, A. S., Amiri, L., Irum, S. and Shapourabadi, S. (2017). The mediating effect of organizational citizenship behavior on the relationship between workplace spirituality and intention to leave. **Intangible Capital**, 13(3), 615-639.
- Arifin, F. A., Troena, E A. and Rahayu, M. (2014). The influence of organizational culture, leadership, and personal characteristics towards work engagement and Its impacts on teacher's performance: A study on accredited high schools in Jakarta. **International Journal of Business and Management Invention**, 3(1), 20-29.
- Ashraf, T. and Siddiqui, D. A. (2020). The impact of employee engagement on employee retention: The role of Psychological capital, control at work, general well-being and job satisfaction. **Human Resource Research**, 4(1), 67-93.
- Banerjee, A. (2019). Failure of employee retention and its consequences on organization through content analysis. **International Journal of Research Granthaalayah**, 7(3), 200-207.
- Best, J. W. (1981). **Research in education** (4th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Garg, N. (2017). Workplace spirituality and employee well-being: An empirical exploration. **Journal of Human Values**, 23(2), 129-147.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. and Black, W. C. (1998). **Multivariate data analysis** (5th ed.). New York: Prentice Hall.
- Indradevi, R. (2020). Workplace spirituality: Successful mantra for modern organization. **Journal of Critical Reviews**, 7(6), 437-440.
- Kumar, K. and Rao, S. (2020). Employee retention strategies in startups: A study with reference to select startups at Hyderabad. **Journal of Critical Reviews**, 7(2), 1180-1185.
- Leite, A., Ramires, A., Moura, A. D., Souto, T. and Maroco, J. (2019). Psychological well-being and health perception: Predictors for past, present and future. **Arch Clin Psychiatry**, 140, 5-53.

- Likert, R. A. (1932). A technique for the measurement of attitudes. **Archives of Psychology**, 140, 5-53.
- Pawar, B. S. (2016). Workplace spirituality and employee well-being: An empirical examination. **Employee Relations**, 38(6), 975-994.
- Schutte, P. J. W. (2016). Workplace spirituality: A tool or a trend?. **HTS Teologiese Studies, Theological Studies**, 72(4), 1-5.

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ นวัตกรรมการส่งออก ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานส่งออกของ
ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย

Entrepreneurial Orientation and Export Innovation Affect on Export Performance of
Entrepreneurs for Medium Enterprises in Thailand

ชลกนก ไชยิตคณิน (Chonkanok Kositkanin)¹

วรเทพ ตริวิจิตร (Worathep Treewichit)²

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านนวัตกรรมการส่งออก ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย การเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถามจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย จำนวน 338 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลวิจัยดังนี้ 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ อันประกอบด้วย ด้านการสร้างนวัตกรรม ด้านการเผชิญกับความเสี่ยง และด้านการทำงานเชิงรุกมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการส่งออกและผลการดำเนินงานส่งออก และ 2) นวัตกรรมการส่งออก ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ และด้านนวัตกรรมพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานส่งออก ผลการวิจัยที่ได้แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางควรเป็นผู้ที่มีความมุ่งมั่นในการสร้างนวัตกรรมการส่งออก เช่น การกำหนดวิสัยทัศน์ การถ่ายทอดความรู้ให้กับพนักงาน มีความกล้าได้กล้าเสีย มีการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เป็นต้น เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กรในการทำตลาดส่งออกในต่างประเทศ

คำสำคัญ : คุณลักษณะของผู้ประกอบการ นวัตกรรมการส่งออก ผลการดำเนินงานส่งออก

Abstract

This study aims to study the characteristics of entrepreneurs in export innovation, affecting the export performance of medium-sized enterprises in Thailand. Data were collected using questionnaires from 338 medium-sized enterprises in Thailand. Data analysis included multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The findings were as follows: 1) Entrepreneur orientation consisted of innovation creation, risk exposure, and proactive tend to have influence on export innovation and export performance, and 2) innovation in exports. Export, product innovation, process innovation, and behavioral innovation have directly impact on export performance. The results in this study showed that medium-sized enterprises should be those

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี E-mail : Chonkanok_ple@hotmail.com

² สาขาเทคโนโลยีการจัดการอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี E-mail : Worathep_rru@hotmail.com

who are committed to innovation in exports, such as setting a vision, transferring knowledge to employees, being enterprising, and having continuous exchange of learning in order to achieve the organization's objectives in overseas export markets.

Keyword: Entrepreneurial Orientation, Export Innovation, Export Performance

วันที่รับบทความ : 10 มีนาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 7 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

สถานการณ์ปัจจุบันของประเทศไทยหากมองในมุมของโครงสร้างการผลิตของไทยได้เปลี่ยนจากภาคการเกษตรไปสู่ภาคอุตสาหกรรมและการบริการมากขึ้น โดยภาคอุตสาหกรรมได้มีการพัฒนาองค์ความรู้และเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการปรับเปลี่ยนที่รวดเร็วด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมนั้นส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการผลิตและการค้า ซึ่งช่วยยกระดับกระบวนการผลิตแบบอัตโนมัติไปสู่การใช้เทคโนโลยีที่ผสมผสาน หากภาคการผลิตปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีไม่ทันหรือขาดการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมจะส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันลดลงด้วย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs โดย SMEs ของไทยผ่านการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปตามทิศทางการพัฒนาประเทศ แต่ด้วยสภาพสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์จำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกภาคส่วนต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนา SMEs ของไทยอย่างจริงจังเพื่อให้ SMEs ของไทยมีความแข็งแกร่งและพร้อมรับมือกับปัญหาทุกด้าน

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศไทยส่วนใหญ่จะประกอบด้วยธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise: SME) ซึ่งมากกว่าร้อยละ 90

ของธุรกิจทั้งหมดของประเทศ ได้แก่ ภาคการผลิต ภาคการบริการ ภาคการเกษตร และภาคการค้าที่มีความสำคัญส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศมีความเจริญเติบโตต่อเนื่อง โดยมีการจดทะเบียนมากกว่า 2 ล้านราย ซึ่งส่งผลดีต่อตลาดแรงงานก่อให้เกิดการจ้างงานคิดเป็นร้อยละ 76 ของทั้งประเทศ และสร้างรายได้ต่อปีถึง 60,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งจากการที่ประเทศไทยเข้าร่วมเป็นสมาชิกของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ของ 10 ประเทศในอาเซียน ซึ่งเป็นโอกาสทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการที่มีความพร้อมเกี่ยวกับศักยภาพทางการแข่งขัน

โดยสถานการณ์แนวโน้ม (Trend) ของตลาดการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศของไทยพบว่า มีปัจจัยเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลกและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจและการชะลอตัวของตลาดโลก ดังนั้นผู้ประกอบการที่จะดำเนินธุรกิจส่งออกจำเป็นต้องเรียนรู้ทำความเข้าใจถึงขั้นตอนต่างๆ ในการส่งออกสินค้าให้เป็นอย่างดี เนื่องจากขั้นตอนดังกล่าวในการส่งออกสินค้าเป็นสิ่งที่ต้องทำความเข้าใจและปฏิบัติให้ถูกต้องเพื่อให้การประกอบธุรกิจส่งออกสะดวกและคุ้มค่าต่อการลงทุน ธุรกิจจำเป็นต้องสร้างนวัตกรรมของตนเองขึ้นมาไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมด้านกระบวนการหรือด้านการบริการเพื่อสร้างความเป็นเลิศให้กับธุรกิจ การกำหนดนโยบายรวมถึงวิธีการในการขับเคลื่อนนวัตกรรมในธุรกิจ

SMEs ของผู้ประกอบการไทยให้มีศักยภาพเหนือคู่แข่ง ซึ่งนวัตกรรมการส่งออกถือว่าเป็นกุญแจหลักที่ผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศสามารถแข่งขันในระดับสากลได้อย่างรวดเร็ว (รติมา คชนันท์, 2558) โดยเป้าหมายของนวัตกรรมการส่งออก คือ การเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดเพื่อเพิ่มมูลค่าและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะในรูปแบบของการเกิดธุรกิจการลงทุน จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ นวัตกรรมการส่งออก ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทยเพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยไปเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางได้ต่อไป

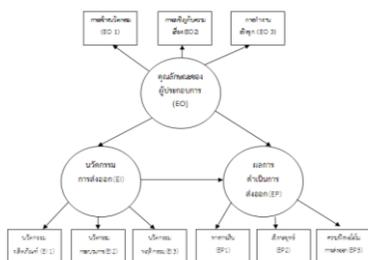
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ นวัตกรรมการส่งออก ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการส่งออก
2. คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานส่งออก
3. นวัตกรรมการส่งออกมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานส่งออก

1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงโมเดลของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ นวัตกรรมการส่งออก และผลการดำเนินงานส่งออก

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)

Stevenson (1998) กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) เป็นลักษณะส่วนบุคคลที่ถูกนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อส่งเสริมให้บุคคลเกิดความตระหนักรู้ สร้างโอกาสและดำเนินธุรกิจด้วยความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิฬารีย์ สว่างพลกรัง (2561) กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่ในการใช้โอกาสที่มีอยู่เกี่ยวกับการจัดการเพื่อแสวงหาโอกาสต่างๆ โดยนำทรัพยากรมาใช้และยังแบกรับความเสี่ยงต่างๆที่เกิดขึ้นในองค์กรประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่

1. การสร้างนวัตกรรม หมายถึง การใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาหรือประดิษฐ์สิ่งใหม่ ๆ เช่นบริหารผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการใหม่ ๆ เป็นต้น ที่มีคุณค่า (Value Creation) และมีประโยชน์ต่อผู้อื่น เศรษฐกิจและสังคม
2. การเผชิญกับความเสี่ยง หมายถึง การกล้าตัดสินใจต่อกิจกรรมต่างๆ สิ่งแวดล้อมที่ผันผวนอาจประสบความสำเร็จหรือเกิดความล้มเหลวเท่ากัน ดังนั้นต้องยอมรับความเสี่ยงนั้น
3. การทำงานเชิงรุก หมายถึง ลักษณะการทำงานที่มองไปข้างหน้าเพื่อแสวงหาโอกาสและความเป็นไปได้ เป็นการมองถึงสถานการณ์ของผู้นำในการตอบสนองต่อความต้องการ

2.2 นวัตกรรมการส่งออก (Export Innovation)

นวัตกรรมมีความสำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของทุกประเทศ Porter (1990) ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ขององค์กรทั้งในด้านการผลิต การพัฒนาความคิดใหม่ที่องค์กรคิดค้นขึ้นในการสร้างผลิตภัณฑ์บริการ กระบวนการผลิตใหม่และการพัฒนาเทคโนโลยี Lin (2007) และ Weerawardena (2006) ปัจจุบันมีนักวิชาการได้ให้ความหมายและองค์ประกอบของนวัตกรรมการส่งออกไว้

จำนวนมาก สรุปว่าผู้วิจัยใช้แนวคิดจากงานวิจัยของวรเศรษฐีวีจิตร (2562) กล่าวว่า นวัตกรรมการส่งออก หมายถึง ความสามารถในการแนะนำผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด หรือแนวคิดใหม่ เป็นสิ่งที่ต่อยอดจากสิ่งที่มีอยู่แล้วประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการสร้างหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือบริการใหม่ๆ ในเชิงนวัตกรรมใหม่ เพื่อให้เหมาะสมกับการส่งออกโดยนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูงอย่างต่อเนื่อง

2. นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) หมายถึง ความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ที่นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในบริษัท โดยการนำนวัตกรรมด้านกระบวนการมาแก้ไขเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าให้เป็นนวัตกรรมใหม่เพื่อลดต้นทุนการผลิตนวัตกรรมกระบวนการเกี่ยวกับต้นทุนของผลิตภัณฑ์การดำเนินงาน และการจัดการธุรกิจภายใต้สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก

3. นวัตกรรมพฤติกรรม (Behavioral Innovation) หมายถึง แนวความคิดในมุมมองต่าง ๆ เช่น บุคคล ทีมและการจัดการ พฤติกรรม นวัตกรรมของบุคคลเป็นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและทัศนคติเพื่อพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ พฤติกรรมนวัตกรรมของทีม คือ การปรับทัศนคติแนวคิดในการทำงานร่วมกันให้บรรลุเป้าหมายของทีม ในขณะที่ นวัตกรรมพฤติกรรมในระดับการบริหาร คือ ความมุ่งมั่นของผู้บริหารที่ต้องทำการปรับปรุงสินค้าหรือบริการของสิ่งที่มีอยู่พัฒนาให้ดีขึ้นกว่าเดิม

2.3 ผลการดำเนินการส่งออก (Export Performance)

วรเทพ ตีวีจิตร (2562) กล่าวว่า ผลการดำเนินการส่งออก หมายถึง ความสามารถขององค์กรครอบคลุมการวัดการทำงานทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพเป็นผลลัพธ์ของการจัดกิจกรรมในตลาดส่งออก โดยมีวิธีการวัดผลการดำเนินงานโดยใช้การวัดที่เป็นตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน โดยการวัดที่เป็นตัวเงิน ได้แก่ ยอดขาย กำไร ส่วนแบ่งตลาด และตัววัดที่ไม่ใช้ตัวเงิน ได้แก่ ความพึง

พอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของพนักงาน นวัตกรรม อัตราการเข้าสู่ตลาดใหม่ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่

1. ผลดำเนินการส่งออกทางการเงิน (Financial Export Performance) หมายถึง การวัดผลเชิงปริมาณ ได้แก่ ผลกำไรจากการส่งออก ยอดการส่งออก เป็นการวัดผลดำเนินงานเพื่อทราบถึงความสำเร็จในการส่งออก

2. ผลดำเนินการส่งออกเชิงกลยุทธ์ (Strategic Export Performance) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ได้แก่ การเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด การพัฒนาด้านการแข่งขัน และเครื่องหมายทางการค้า

3. ความพึงพอใจในการส่งออก (Satisfaction with the Export Firm) หมายถึง ผู้ประกอบการคาดหวังความสำเร็จในการส่งออกคือลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากร

ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย จำนวน 2,742 ราย (รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560)

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย จำนวน 338 ราย โดยใช้สูตรคำนวณของ Krejcie and Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) และการเลือกกลุ่มตัวอย่างนั้นผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้วิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน (Check list) 2) แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของ

ผู้ประกอบการ นวัตกรรมการส่งออก และผลการดำเนินงานส่งออก ซึ่งเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนการประมาณค่า (Rating Scale) โดยมี 5 ระดับ 3) แบบสอบถามการแสดงความคิดเห็นและการให้ข้อเสนอแนะ

3.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือสำหรับกรวิจัยนี้มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

การตรวจสอบความเที่ยงของเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบกร นวัตกรรมการส่งออก และผลการดำเนินงานส่งออก จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบหลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปเรียงเรียงแก้ไขให้ถูกต้องครอบคลุมเนื้อหา และนำไปหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำเครื่องมือไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทยจำนวน 30 คน โดยการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discriminant Power) ใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) ระหว่าง 0.738-0.780 นวัตกรรมการส่งออก ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) ระหว่าง 0.650-0.790 และผลการดำเนินการส่งออกได้ค่าอำนาจจำแนก (r) ระหว่าง 0.644-0.750 สอดคล้องกับแนวคิดของ Nunnally (1978) กล่าวว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อเกิน 0.40 นั้นเป็นค่าที่ยอมรับได้ และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีครอนบาค (Cronbach) ซึ่งคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ระหว่าง 0.870-0.871 นวัตกรรมการส่งออก มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ระหว่าง 0.875-0.876 และผลการดำเนินการส่งออก มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ระหว่าง 0.869-0.870 สอดคล้องกับค่ากล่าวของ สมบัติ ท้ายเรือคำ (2552) กล่าวคือ เกณฑ์การพิจารณาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามมีค่าตั้งแต่ 0.40 ขึ้นไป จัดว่ามีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณและการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ นวัตกรรมการส่งออก ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย ซึ่งเขียนเป็นสมการดังนี้

$$1) \text{Export Innovation} = \beta_{01} + \beta_1 \text{EO1} + \beta_2 \text{EO2} + \beta_3 \text{EO3} + \epsilon_1$$

$$2) \text{Export Performance} = \beta_{02} + \beta_1 \text{EO1} + \beta_2 \text{EO2} + \beta_3 \text{EO3} + \epsilon_2$$

$$3) \text{Export Performance} = \beta_{03} + \beta_1 \text{EI1} + \beta_2 \text{EI2} + \beta_3 \text{EI3} + \epsilon_3$$

4. สรุปผลการวิจัย

4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 73.96 อายุ 41-50 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.30 ส่วนใหญ่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.17 มีประสบการณ์การทำงาน 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.70 ตามลำดับ

4.2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับนวัตกรรมการส่งออกโดยรวมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย

ตัวแปร	EI	EO 1	EO 2	EO 3	VIF
\bar{X}	4.05	4.12	4.11	4.20	
S.D.	0.33	0.42	0.40	0.53	
EI		0.688*	0.652*	0.644*	
EO 1			0.650*	0.555*	3.445
EO 2				0.613*	3.212
EO 3					1.988

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแปรอิสระในแต่ละด้านนั้นมีความสัมพันธ์กัน ณ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจทำให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองขึ้นระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบค่า VIF พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับนวัตกรรมการส่งออก

โดยรวม มีค่า 1.988 – 3.445 ซึ่งค่าน้อยกว่า 10 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระนั้นมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระคุณลักษณะของผู้ประกอบการแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามนวัตกรรมการส่งออกโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.644-0.688 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ตารางที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยของคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับนวัตกรรมการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย

คุณลักษณะผู้ประกอบการ	นวัตกรรมการส่งออก		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.522	0.222	2.888	0.000*
การสร้างนวัตกรรม (EO 1)	0.344	0.018	4.422	0.000*
การเผชิญกับความเสี่ยง (EO 2)	0.055	0.077	5.323	0.000*
การทำงานเชิงรุก (EO 3)	0.323	0.046	6.111	0.000*

F = 165.552 AdjR² = 0.445
*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านการสร้างนวัตกรรม ด้านการเผชิญกับความเสี่ง และด้านการทำงานเชิงรุก มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสร้างสมการพยากรณ์นวัตกรรมการส่งออกโดยรวม

$$EI = 0.522 + 0.344 EO1 + 0.055 EO2 + 0.323 EO3$$

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับผลการดำเนินการส่งออกโดยรวมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย

ตัวแปร	EP	EO 1	EO 2	EO 3	VIF
X̄	4.01	4.19	4.08	4.25	
S.D.	0.41	0.50	0.48	0.45	
EP		0.722*	0.718*	0.703*	
EO 1			0.744*	0.462*	3.332
EO 2				0.623*	3.111
EO 3					1.845

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรอิสระในแต่ละด้านนั้นมีความสัมพันธ์กัน ณ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจทำให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองขึ้นระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบค่า VIF พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับนวัตกรรมการส่งออกโดยรวม มีค่า 1.845 – 3.332 ซึ่งค่าน้อยกว่า 10 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระนั้นมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระคุณลักษณะของผู้ประกอบการในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามผลการดำเนินการส่งออกโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.703-0.722 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ตารางที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยของคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับผลการดำเนินการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย

คุณลักษณะผู้ประกอบการ	ผลการดำเนินการส่งออก		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.422	0.255	2.444	0.000*
การสร้างนวัตกรรม (EO 1)	0.312	0.032	4.352	0.000*
การเผชิญกับความเสี่ยง (EO 2)	0.211	0.055	5.112	0.000*
การทำงานเชิงรุก (EO 3)	0.203	0.031	2.213	0.000*

F = 171.222 AdjR² = 0.433
*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านการสร้างนวัตกรรม ด้านการเผชิญกับความเสี่ง และด้านการทำงานเชิงรุก มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสร้างสมการพยากรณ์ผลการดำเนินการส่งออกโดยรวม

$$EP = 0.422 + 0.312 EO1 + 0.211 EO2 + 0.203 EO3$$

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของนวัตกรรมการส่งออกกับผลการดำเนินการส่งออกโดยรวมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย

ตัวแปร	EP	EI 1	EI 2	EI 3	VIF
\bar{X}	4.08	4.21	4.05	4.30	
S.D.	0.32	0.45	0.39	0.42	
EP		0.891*	0.823*	0.805*	
EI 1			0.865*	0.553*	3.122
EI 2				0.714*	3.077
EI 3					1.643

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า ตัวแปรอิสระในแต่ละด้านนั้นมีความสัมพันธ์กัน ณ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจทำให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองขึ้นระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบค่า VIF พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับนวัตกรรมการส่งออกโดยรวม มีค่า 1.643 – 3.122 ซึ่งค่าน้อยกว่า 10 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระนั้นมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระนวัตกรรมการส่งออกในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามผลการดำเนินการส่งออกโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.805-0.891 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ตารางที่ 6 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยของนวัตกรรมการส่งออกกับผลการดำเนินการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย

นวัตกรรมการส่งออก	ผลการดำเนินการส่งออก		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.398	0.344	2.222	0.000*
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (EI 1)	0.305	0.022	4.245	0.000*
นวัตกรรมกระบวนการ (EI 2)	0.274	0.045	5.006	0.000*
นวัตกรรมเทคนิค (EI 3)	0.222	0.011	2.118	0.000*

F = 155.243 AdjR² = 0.221

จากตารางที่ 6 พบว่า นวัตกรรมการส่งออก ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ ด้านนวัตกรรมพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการส่งออก

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสร้างสมการพยากรณ์ผลการดำเนินการส่งออกโดยรวม

$$EP = 0.398 + 0.305 EI1 + 0.274 EI2 + 0.222 EI3$$

5. อภิปรายผล

จากผลการวิจัย คุณลักษณะของผู้ประกอบการนวัตกรรมการส่งออก ที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย ผู้วิจัยเห็นว่า มีประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายผลดังนี้

สมมติฐานที่ 1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการส่งออก ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านการสร้างนวัตกรรมด้านการเผชิญกับความเสี่ยง และด้านการทำงานเชิงรุกมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการส่งออก เนื่องจากผู้ประกอบการจะต้องมีวิสัยทัศน์กว้างไกล มองเห็นอนาคตชัดเจน มีความมุ่งมั่นที่จะสร้างนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์/บริการ และการสร้างวัฒนธรรมโดยทุกคนมีส่วนร่วมกับความสำเร็จขององค์กรสอดคล้องกับงานวิจัยของ Slater (1995) กล่าวว่า ผู้ประกอบการสร้างธุรกิจใหม่ภายใต้นโยบายเดิมเป็นความกระตือรือร้นที่มีต่อการสร้างผลิตภัณฑ์และการลงทุนใหม่ๆ และการมีส่วนร่วมในการแข่งขัน ลักษณะของความกล้าหาญและความอดทนที่กล้าเสี่ยงในการเข้าสู่ตลาดใหม่

สมมติฐานที่ 2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานส่งออก ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านการสร้างนวัตกรรมด้านการเผชิญกับความเสี่ยง และด้านการทำงานเชิงรุกมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานส่งออก เนื่องจากผู้ประกอบการจะต้องมีกลยุทธ์ในการปรับตัวที่จะฝ่าฟันอุปสรรค การตัดสินใจ การตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศที่จะส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรให้ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Leonidou (2004) กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการเป็นกระบวนการสร้างยุทธศาสตร์ที่มี

พื้นฐานสำหรับการตัดสินใจในการกระทำของผู้ประกอบการ สอดคล้องกับ (Rauch, Wiklund and Frese 2009) กล่าวว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีอุปสรรคต่อข้อจำกัดด้านทรัพยากรการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายและข้อจำกัดทางการค้า ข้อจำกัดในการดำเนินงานเหล่านี้ เป็นการตอบสนองในระดับบริษัทเท่านั้น ด้วยอุปสรรคด้านตลาดเกี่ยวกับความท้าทายในการเรียนรู้และการปรับตัวเพื่อลดผลกระทบต่ออุปสรรคของบริษัทดังกล่าว บริษัทต้องมีความสามารถในการปรับตัวเพื่อให้เข้ากับความต้องการในตลาดส่งออก บริษัทสามารถชนะอุปสรรคเหล่านั้นได้โดยการใช้ทรัพยากรและเข้าถึงได้ โดยการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงต่อความต้องการและการเรียนรู้ขององค์กรที่เพิ่มขึ้น ขณะที่ทรัพยากรมีส่วนช่วยในการผลิตด้านกระบวนการ รวมถึงอุปกรณ์ ทรัพยากรเชิงปัญญา สิทธิบัตร ความสามารถ เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับทรัพยากรเพื่อดำเนินงานหรือกิจกรรม Rauch (2004) กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของบริษัท

สมมติฐานที่ 3 นวัตกรรมทางการส่งออกมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานส่งออก ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมทางการส่งออก ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ และด้านนวัตกรรมพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานส่งออก เนื่องจากนวัตกรรมเข้ามามีความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งบริษัทที่ดำเนินกิจการส่งออกจะต้องพัฒนานวัตกรรมด้านการส่งออกให้ทันต่อตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินงานที่ยั่งยืนต่อไป สอดคล้องกับ Deshpande (1989) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้แนวคิดด้านนวัตกรรมทางการส่งออกสามารถนำมาประยุกต์ในองค์กรให้ประสบความสำเร็จนั้นต้องมีการนำแนวความคิดด้านการมุ่งเน้นการตลาดมาใช้ร่วมกันจึงจะสำเร็จ สอดคล้องกับ Slater (1995) อธิบายว่า นวัตกรรมทางการส่งออกต้องมีการปรับกลยุทธ์การมุ่งเน้นการตลาดในด้านของการให้ความสำคัญกับลูกค้า คู่แข่ง รวมถึงการประสานความ

ร่วมมือระหว่างหน่วยงานขององค์กรถึงจะสามารถสร้างผลดำเนินงานทางธุรกิจได้ในที่สุด โดย Hult (2004) ทำการศึกษาการสร้างนวัตกรรมและผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจของบริษัท พบว่า องค์กรมีการสร้างนวัตกรรมเพื่อให้องค์กรอยู่รอดในสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันที่สูง นวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพการส่งออก ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเพราะปัจจุบันองค์กรต้องมีความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยองค์กรต้องมีการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้นมาเพื่อจะทำให้องค์กรมีจุดยืนที่มั่นคงได้ในปัจจุบัน

6. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. วิสาหกิจขนาดกลางที่มีการส่งออกควรกำหนดเป็นนโยบายเกี่ยวกับนวัตกรรมทางการส่งออกเป็นอันดับแรก และส่งเสริมแนวความคิดด้านนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เช่น กระบวนการทำงานรูปแบบใหม่ ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในตลาดต่างประเทศได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้ทันต่อสภาพการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

2. ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางควรเป็นผู้ที่มีความมุ่งมั่นในการสร้างนวัตกรรมทางการส่งออก เช่น การกำหนดวิสัยทัศน์ การถ่ายทอดความรู้ให้กับพนักงาน มีความกล้าได้กล้าเสีย มีการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เป็นต้น เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กรในการทำตลาดส่งออกในต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการศึกษาครั้งนี้ เช่น การเรียนรู้ขององค์กร การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า (CRM) เป็นต้น

7. เอกสารอ้างอิง

- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **การวิจัยเบื้องต้น** (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
- รติมา คชนันทน์. (2558). **Academic Focus**. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2560, จาก <http://www.sme.go.th/th/index.php/>
- วิพารีย์ สว่างพลกรัง. (2561). **รูปแบบการพัฒนานวัตกรรมการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย**. ศึกษานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.
- วรเทพ ตรีวิจิตร. (2562, กรกฎาคม-ธันวาคม). กลยุทธ์ทางการตลาดและนวัตกรรมการส่งออกที่ส่งผลต่อผลการดำเนินการส่งออกธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็กในประเทศไทย. **วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์**, 21(2),
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2552). **ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. กภาพลินธุ์: ประสานการพิมพ์
- Covey, S. R. (2004). **Seven habits of highly effective People**. Free Press.
- Deshpande, R. and Webster, F.E. (1989). Organizational culture and marketing: Defining the research agenda. **Journal of Marketing**, 53,3-15.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. and Tatham, R. L. (2006). **Multivariate data analysis** (7 ed.). New Jersey: Pearson.
- Hult, G. T. M., Hurley, R.F. and Knight, G.A. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. **IndustrialMarketing Management**, 33, 429-438.
- Leonidou, L.C. (2004). An analysis of the barriers hindering small business export development. **Journal of Small Business Management**, 42(3), 279- 302.
- Lin, C. Y. (2007). **An examination of implementing customer relationship management by Chinese-Owned SMEs**. Master' thesis of Commerce & Management, Lincoln University.
- Porter, M. E. (1990). **The Competitive Advantage of Nations**. London: Macmillan.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T. and Frese, M. (2009). Entrepreneurial Orientation and Business Performance: An Assessment of past Research and Suggestions for the Future. **Entrepreneurship Theory & Practice**, 33(3), 761-787.
- Slater, S.F. and Narver, J.C. (1995, July). Market Orientation and the learning Organization. **Journal of Marketing**, 59(3), 63-74.
- Stevenson, N. (1998). Disused shrimp ponds : Options for redevelopment of mangrove. **Coastal Management**, 4, 423-425.
- Weerawardena, J. and Mort, G.S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. **Journal of World Business**, 4(1), 21–35.

กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้าของธุรกิจโรงแรมระดับ 4- 5 ดาว
ในภาคกลางและภาคตะวันออกของประเทศไทย
Strategies for Creating a 4-5 Star Hotel Customer Experience
in the Central and Eastern Regions of Thailand

บุษบา อู่อรุณ (Busaba Auaroon)¹

ภัทรพล ชุ่มมี (Pattarapon Chummee)²

ปรีชา คำมาดี (Preecha Khammadee)³

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้าของธุรกิจโรงแรมระดับ 4- 5 ดาวในภาคกลางและภาคตะวันออกของประเทศไทย 2) ศึกษาผลจากการการสร้างกลยุทธ์ประสบการณ์ให้กับลูกค้าของธุรกิจโรงแรมระดับ 4- 5 ดาวในภาคกลางและภาคตะวันออกของประเทศไทย เพื่อนำมาวิเคราะห์และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าซึ่งจะส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ในภาคกลางและภาคตะวันออกของประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยศึกษาจากเอกสารและการสัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่า (1) กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้าของโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในภาคกลางและภาคตะวันออกใช้กลยุทธ์ 7 C's ได้แก่ มุมมองคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ (Customer Value) ต้นทุน (Cost to Customer) ด้านความสะดวก (Convenience) ด้านความสบาย (Comfort) ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication) ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Caring) ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) (2) ผลจากการสร้างประสบการณ์กับลูกค้าของธุรกิจโรงแรมระดับ 4- 5 ดาวในภาคกลางและภาคตะวันออกของประเทศไทย พบว่า ถ้ามีการสร้างประสบการณ์ลูกค้าทั้งจุดสัมผัสทางตรงและจุดสัมผัสทางอ้อมที่ดีแล้วนั้นจะสามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้อย่างเห็นผลอย่างชัดเจนจนลูกค้าที่เคยมาใช้บริการนำไปบอกต่อและมีความภักดีต่อองค์กรเป็นอย่างดี

คำสำคัญ : กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้า ความพึงพอใจ ธุรกิจโรงแรมระดับ 4-5 ดาว

Abstract

The objectives of this research are to 1) study the management strategies for creating customer experience for the 4–5 star hotel business customers in the central and eastern regions of Thailand, and 2) examine the results from the strategies in order to analyze and build good

¹ สาขาการตลาด คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก E-mail : busaba1234auaroon@gmail.com

² สาขาบริหารธุรกิจ คณะนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ E-mail: pattharapon@vru.ac.th

³ สาขาบริหารธุรกิจ คณะนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ E-mail :preecha.cham@vru.ac.th

relationship with customers, resulting to the competitive advantage in the 4-5 star hotel business in central and eastern Thailand. Documents and interview were drawn upon in this qualitative research study. The results revealed that (1) the strategy, creating a good customer experience for 4-5 star hotels in the central and eastern region uses the 7 C's, namely Customer Value, Cost to Customer, Convenience, Comfort, Communication, Caring, and Completion, (2) as a result of creating a customer experience of the hotel business, it was found that if a good customer experience was created, both direct and indirect points would be able to satisfy on customers. In addition, customers also bring their impressions to others and are greatly loyal to the organization.

Keyword: Customer Experience Management, satisfied, 4-5 star hotels

วันที่รับบทความ : 15 มีนาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 18 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและสร้างรายได้มหาศาลต่อระบบเศรษฐกิจของโลกและเป็นที่ยอมรับกันว่าเกือบทุกประเทศทั่วโลกนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เติบโตมากจนหลาย ๆ ประเทศนำการท่องเที่ยวมาเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศและในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังสามารถเชื่อมโยงไปสู่อุตสาหกรรมบริการอื่น ๆ ได้อีกหลายอุตสาหกรรม อาทิ อุตสาหกรรมโรงแรมและที่พัก อุตสาหกรรมการขนส่ง อุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมอื่น ๆ ฯลฯ สำหรับในประเทศไทยธุรกิจด้านการบริการที่พักแรมมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและมากยิ่งขึ้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) เนื่องมาจากนักท่องเที่ยวเข้ามามากมายและเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวรวมทั้งข้อมูลจากนิตยสาร Best Country ของประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นนิตยสารท่องเที่ยวชั้นนำที่เจาะกลุ่มคนอ่านกลุ่ม Upmarket (มติชนออนไลน์, 2559) กล่าวว่าคนไทยได้รับการโหวตให้เป็นคนดีที่สุดในโลก (Best Country

for People) นอกจากนี้ประเทศไทยยังติดอันดับ สูงสุดหนึ่งในสาม โดยอันดับ 1 ได้แก่ ประเทศอิตาลี, อันดับ 2 ประเทศกรีซ และอันดับที่ 3 ประเทศไทย รวมถึงยังติด Top 5 ใน ประเภท Hotels, Asia and Indian Subcontinent อีกด้วย ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก ซึ่งทำให้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีจำนวนถึง 38 ล้านคนและมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวถึง 1.87 ล้านล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว, 2562) สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศตั้งแต่เดือนมกราคม – สิงหาคมพบว่าจำนวนผู้เยี่ยมเยือนสูงสุด 3 คือจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 43.7 ล้านคน ภาคใต้ จำนวน 35.9 ล้านคน และภาคตะวันออก จำนวน 25.4 ล้านคนซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้เยี่ยมเยือนในช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา (ม.ค.-ส.ค. 62) ปัจจุบันประเทศไทยมีสถานประกอบการที่

พักแรมทั่วประเทศ (ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน,2562) ทั้งสิ้นประมาณ 24,391 แห่ง และจังหวัดที่มีสถานประกอบการที่พักแรมหนาแน่นมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต และเชียงใหม่ ส่วนจังหวัดที่มีสถานประกอบการที่พักแรมหนาแน่นน้อยที่สุดคือ อ่างทอง ปัตตานี และสมุทรสาคร สำหรับผู้เข้าพักในสถานประกอบการที่พักแรม มีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 158.5 ล้านคน โดยผู้เข้าพักประมาณ 47.6 ล้านคนเข้าพักในสถานประกอบการในภาคกลางมากที่สุด รองลงมาคือผู้เข้าพักในสถานประกอบการภาคใต้ และกรุงเทพมหานคร พบว่ามีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นในทุกพื้นที่ โดยเฉพาะภาคตะวันออกมีอัตราการขยายตัวสูงสุดที่ 1.97 % และระหว่างเดือนมกราคม - สิงหาคม ปี 2562 พบว่าผู้เข้าพักสูงสุดใน 3 ลำดับแรกยังคงเป็นจังหวัดทางภาคใต้ จำนวน 25.6 ล้านคน รองลงมาคือจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 23.9 ล้านคน และจังหวัดทางภาคตะวันออก จำนวน 18.04 ล้านคน จะเห็นได้ว่าพื้นที่การท่องเที่ยวที่สำคัญและสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ภาคใต้ และภาคตะวันออก เนื่องจากมีภูมิประเทศที่ติดทะเลมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จึงส่งผลให้ธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท ในภาคกลางและภาคตะวันออกเติบโตตามการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยว

วันนี้ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยมีอยู่มากมาย และเกิดการแข่งขันกันมาก ต่างพยายามแย่งลูกค้าและพยายามหาวิธีการสร้างประสบการณ์ที่ดีและสายสัมพันธ์กับลูกค้าให้มากที่สุด ประสบการณ์ของลูกค้า (Customer experience) จึงเป็นสิ่งที่ลูกค้าได้รับจากการปฏิสัมพันธ์กับบริษัทโดยการปฏิสัมพันธ์แต่ละครั้งสามารถสร้างประสบการณ์ลูกค้าได้ และลูกค้ามีทางเลือกมากมายในการเปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่น หากลูกค้าไม่ได้รับประสบการณ์ที่ดีหรือไม่สามารถตอบสนองความต้องการของพวกเขา ประสบการณ์ของลูกค้าสามารถสร้างความพึงพอใจ (Satisfaction) การบอกต่อ (Word-of-

mouth) ไปจนถึงความจงรักภักดี (Loyalty) ในตัวองค์กรสินค้า หรือบริการ โดยประสบการณ์ของลูกค้าหรือผู้บริโภคนั้นสามารถเกิดได้กับทั้ง ตัวผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย โปรโมชัน ซึ่งก็คือพื้นฐานของส่วนผสมทางการตลาดที่เรียกว่า 4P และการสร้างให้เกิดประสบการณ์กับผู้บริโภคได้ ยังมีองค์ประกอบอีกหลายอย่าง อาทิ วิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร พนักงานในองค์กร สินค้าและบริการ การสื่อสารและการตลาด และยังขึ้นอยู่กับแต่ละประเภทธุรกิจอีกด้วย การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าจะส่งผลถึงความสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) เพื่อให้ได้ลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าที่มีอยู่และเพิ่มมูลค่าในการบริการซึ่งเป็นวิธีการที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับลูกค้าและส่งผลให้เป็นลูกค้าขององค์กรได้ตลอดไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษากลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้าของธุรกิจโรงแรมระดับ 4 ดาว และ 5 ดาว ในภาคกลางและภาคตะวันออก

1.2.2 เพื่อศึกษาผลจากกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้าของธุรกิจโรงแรมระดับ 4- 5 ดาว ในภาคกลางและภาคตะวันออก

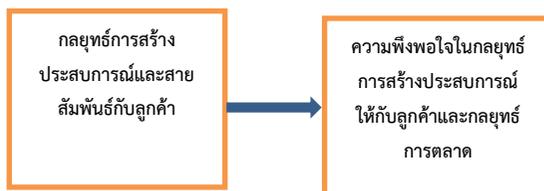
1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่ อยู่ในเขตภาคกลางและภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งเป็นโรงแรมระดับ 4-5 ดาว และได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติโรงแรมและเป็นสมาชิกของสมาคมโรงแรมไทยในภาคกลางและภาคตะวันออก

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 : กรอบแนวคิดจากการวิจัย

2. แนวคิดทฤษฎี

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลโดยทบทวนแนวคิดทฤษฎี วรรณกรรม ตำรา วารสาร เอกสาร และบทความตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางการศึกษา โดยการสังเคราะห์ตัวแปรที่ศึกษา (Synthesize Variable) เพื่อแสดงถึงความคิดรวบยอดเพื่อแสดงความสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยศึกษาและอธิบายได้ด้วยเหตุผลเชิงทฤษฎี ได้แก่ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7 C's) ได้แก่

1. คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ (Customer Value) ลูกค้าจะเลือกใช้บริการอะไรกับใครสิ่งที่ลูกค้าเลือกพิจารณาเป็นหลัก คือคุณค่าหรือคุณประโยชน์ต่าง ๆ ที่จะได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับเงินที่จ่ายไป

2. ต้นทุน (Cost to Customer) ต้นทุนหรือเงินที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจะต้องคุ้มค่างับบริการที่จะได้รับหากลูกค้ายินดีที่จะจ่ายสูงย่อมมีความคาดหวังกับสิ่งที่ได้รับสูงเช่นกัน และราคาจะส่งผลต่อประเภทสินค้า ดังนั้นธุรกิจต้องใช้กลยุทธ์การตั้งราคาให้ตรงกับความสามารถในการจ่ายของลูกค้า รวมถึงการเพิ่มความสะดวกสบายในการจ่ายเงินให้กับลูกค้าได้ (อัญชลี เขาวราช, 2563)

3. ด้านความสะดวก (Convenience) ลูกค้าจะใช้บริการกับธุรกิจใดนั้นจะต้องสร้างความสะดวกให้กับลูกค้าไม่จำเป็นเป็นการติดต่อสอบถามข้อมูลต่าง ๆ เพื่อการใช้บริการ

4. ด้านความสบาย (Comfort) สิ่งแวดล้อมของการให้บริการ เช่น ตัวอาคาร ลักษณะทางกายภาพ ห้องน้ำ ทางเดิน ป้ายประชาสัมพันธ์ ต่าง ๆ จะต้องสร้างความสะดวกสบายและมีความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

5. ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication) ลูกค้าย่อมต้องการได้รับข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์จากองค์กรในขณะเดียวกันเมื่อลูกค้าต้องการติดต่อกับธุรกิจเพื่อให้ข้อมูลเพื่อการร้องเรียน องค์กรต้องหาสื่อที่

เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมายเพื่อการให้และรับข้อมูลความเห็นจากลูกค้า

6. ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Caring) ลูกค้าที่มาใช้บริการไม่จำเป็นเป็นการบริการที่จำเป็นหรือบริการที่ฟุ่มเฟือย เช่นด้านความงาม ลูกค้าย่อมต้องการการเอาใจใส่ดูแลเป็นพิเศษทั้งด้านร่างกายและจิตใจ

7. ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) ลูกค้ามุ่งหวังที่จะได้รับการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ ไม่จำเป็นเป็นการบริการเสริมสวย ตัดผม ทำเล็บ ธุรกิจบริการจะต้องบริการให้กับลูกค้าอย่างเหมาะสมและตรงต่อความต้องการของลูกค้า

ส่วนการบริหารประสบการณ์ กับลูกค้า (Customer Experience Management :CEM) หมายถึง การสร้างความรู้สึกที่ดี ที่ประทับใจให้กับลูกค้าเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญที่จะช่วยให้การตลาดประสบความสำเร็จคือต้องทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดี ให้เกิดความพึงพอใจและจงรักภักดีในสินค้าหรือบริการขององค์กรตลอดไป (วิทยา ด้านธำรงกุลและพิภพ อุดร, 2547)

จุดสัมผัส (Touch point) จุดสัมผัสของลูกค้ากับแบรนด์ ผ่านสื่อต่าง ๆ ไปยังกลุ่มลูกค้า ตั้งแต่จุดก่อนการซื้อสินค้าหรือการใช้บริการ จุดระหว่างการซื้อสินค้าหรือการใช้บริการจนถึงจุดหลังการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ และจะต้องมีการประสานงานที่แข็งแกร่งระหว่างเทคโนโลยีกับแผนการจัดการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อให้การรักษาลูกค้าที่เลือกไว้ในระยะยาว เช่น ลูกค้าต้องการค้นหาสินค้าหรือบริการ ผ่านออนไลน์ โฆษณา การเยี่ยมชมเว็บไซต์ การเห็นจากร้านค้า (Shop) หรือศูนย์บริการลูกค้า (Customer Service) ซึ่งจุดสัมผัสของลูกค้ากับแบรนด์จะสามารถเกิดขึ้นได้ตั้งแต่ช่วงก่อน ระหว่าง และหลังการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยบริษัทหรือองค์กรสามารถระบุจุดสัมผัสต่าง ๆ ได้ นั้น ก็ต้องสร้างแผนที่การเดินทางของลูกค้า (Customer Journey Map) เพื่อสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับความพึงพอใจในทุก ๆ

จุดตลอดการเดินทาง จุดสัมผัสของลูกค้ามี 3 ช่วง คือ 1) จุดสัมผัสช่วงก่อนการซื้อ (Before Purchase) จากทางเว็บไซต์ โซเชียล มีเดีย การอ่านรีวิว หรือ Testimonial ของลูกค้า โฆษณาทั้งออนไลน์และออฟไลน์ โปรโมชัน ส่งเสริมการขายประชาสัมพันธ์ การตลาดรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น 2) จุดสัมผัสช่วงระหว่างการซื้อ (During Purchase) ได้แก่ช่องทาง เว็บไซต์ (E-Commerce) รูปแบบโชว์รูม หรือร้านค้า วิดีโอแสดงการสาธิตการใช้สินค้า การมีส่วนร่วมของพนักงานขาย และ 3) จุดสัมผัสหลังการซื้อ (After Purchase) ได้แก่ การส่งการ์ดหรืออีเมลเพื่อขอบคุณลูกค้า การทำแบบสำรวจความเห็นและความพึงพอใจความถูกต้องของใบเสร็จรับเงิน รูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า ศูนย์บริการลูกค้าทั้งแบบร้านบริการหรือแบบออนไลน์ที่สนับสนุนหลังการขายการนำเสนอโปรโมชันใหม่ๆ การส่งข้อความต่าง ๆ และการรีวิวสินค้า ส่วน contact point คือ ประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมที่ผู้บริโภคได้สัมผัสแบรนด์ หรือได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์นั้น โดยทั่วไป contact point แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ 1) Functional contact points คือ ประสบการณ์และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติของสินค้าและแบรนด์โดยตรง เช่น คุณสมบัตินี้ การใช้สอย คุณภาพ และประสิทธิภาพ สินค้าบางอย่างเน้นเรื่องเทคโนโลยี ซึ่งจะเป็นจุดแข็งที่ถูกเลียนแบบง่ายที่สุด 2) Emotional contact points คือ ประสบการณ์และข้อมูลที่มีผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ดีไซน์ เรื่องราวอันเป็นตำนานของแบรนด์ หรือผู้นำของแบรนด์ที่มีบุคลิกโดดเด่นมีสีสัน ส่วนใหญ่เชื่อว่า Emotional contact points มีความสำคัญกว่า Functional contact points เพราะคู่แข่งเลียนแบบได้ยากกว่า 3) Communicational contact points คือ ช่องทางต่างๆ ในการสื่อสารข้อมูลและประสบการณ์ของแบรนด์ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติ (Functional contact points) และที่มีผลต่อจิตใจ (Emotional contact points) ได้แก่ โฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการเล่าสู่กันฟังแบบปากต่อปาก (อริสรา,2561)

ความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ทศนคติเชิงบวกหรือความรู้สึกนึกคิดที่ดีที่มีต่อการบริการที่ได้รับ โดยความพึงพอใจของแต่ละบุคคลมักมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แต่ละคนได้รับจุดสัมผัส

สรุปแนวคิดการสร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้าจะนำมาซึ่งสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง การรักษาลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้าและสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อองค์กร โดยให้ได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ทั้งต่อตัวลูกค้าและองค์กร (Win-Win Strategy) อย่างต่อเนื่องเป็นระยะยาวนาน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการดำเนินการวิจัย มีรายละเอียด ดังนี้

3.1. เนื้อหาที่ศึกษา ศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าและการสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้าของธุรกิจโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในภาคกลางและภาคตะวันออกของประเทศไทย ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

3.2 การเลือกพื้นที่ศึกษา ในการวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยเลือกพื้นที่ศึกษาแบบเจาะจง (Purposive Selective) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์และลักษณะของการวิจัยเป็นหลัก คือ โรงแรมระดับ 4-5 ดาว ในเขตภาคกลางและภาคตะวันออกของประเทศไทย

3.3 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลและเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่คณะผู้วิจัยสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ประชากร คือผู้ให้ข้อมูลหลักของโรงแรมที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายและพระราชบัญญัติ ซึ่งเป็นสมาชิกกลุ่มโรงแรมไทยในภาคกลางและภาคตะวันออกประเภทโรงแรมที่มีอัตราค่าที่พัก

ระดับสูง ในภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 40 คน โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ 1) ผู้บริหาร คือ เจ้าของธุรกิจหรือผู้จัดการโรงแรม จำนวนภาคละ 5 ราย (10 คน) 2) ผู้ปฏิบัติงาน คือพนักงานต้อนรับและพนักงานดูแลลูกค้าจำนวนภาคละ 5 ราย (10 คน) และ 3) ลูกค้าคือลูกค้าที่เคยเข้ามาใช้บริการหรือเข้าพักโรงแรมในเขตภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวนภาคละ 10 คน (20 คน)

3.4 ระยะเวลาในการศึกษาระหว่างวันที่ 14 มิถุนายน 2563 – 25 ธันวาคม 2563 รวมเวลา 5 เดือน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยเลือกใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งคณะผู้วิจัยได้สร้างประเด็นคำถามเพื่อให้เป็นไปตามแนวทางการสัมภาษณ์ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้เครื่องมือสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสร้างแบบสอบถามประเภทกึ่งโครงสร้าง โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้ 1) ศึกษาทฤษฎี แนวคิด หลักการจากหนังสือ ตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) ศึกษาวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3) กำหนดหัวข้อประเด็นหลักและประเด็นย่อยของแนวคำถามการสัมภาษณ์ 4) พิจารณาประเด็นคำถามที่ใช้สัมภาษณ์ 5) ปรับปรุงประเด็นคำถามการสัมภาษณ์ ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกพร้อมบันทึกเสียงและภาพเคลื่อนไหว และการจดบันทึก ในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้ข้อคำถามที่เตรียมการไว้และเจาะลึกกับคำตอบที่ไม่ชัดเจน เมื่อผู้วิจัยสัมภาษณ์เรียบร้อยแล้ว จะนำข้อมูลจากเครื่องบันทึกเสียงนั้นมาถอดเครื่องบันทึกเป็นข้อมูลเชิงบรรยาย ทบทวนการสัมภาษณ์ ซ้ำอย่างน้อย 2 รอบ

ซึ่งหากพบว่าข้อมูลที่ได้ยังไม่ชัดเจนพอจะโทรศัพท์กลับไปสัมภาษณ์ซ้ำหรือส่งข้อความไปถามซ้ำจากช่องทางไลน์หรือส่งข้อความตรงไปยังสื่อโซเชียลมีเดีย เฟสบุ๊ก จนได้คำตอบที่ชัดเจนเข้าใจตรงกัน

การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) ของ Alavinia, Van Duivenhooeden and Burdorf (2007) ที่เสนอว่าเป็นเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลจากความเป็นจริงโดยไม่เจือปนความรู้สึกและความคิดเห็นของผู้ศึกษาและมองภาพรวมทั้งหมดของข้อมูลโดยไม่แยกส่วน (Holistic) เทคนิคดังกล่าวเป็นเป็นวิธีการตีความ (Interpretation approaches) ของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้เวลาในการวิจัยปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตามสภาพแวดล้อมในหลากหลายมิติและหลากหลายบริบท ทำให้คณะผู้วิจัยต้องใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากปรากฏการณ์ที่อาจจะไม่ครอบคลุมทุกหน่วยข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ การสรุปผลอธิบายภายในกรอบที่เฉพาะเจาะจง แต่ถือได้ว่าเป็นตัวแบบที่นำไปใช้ในการขยายผลข้อมูลเพิ่มเติมได้ในอนาคต โดยคณะผู้วิจัยมีความคาดหวังไว้ว่าจะได้นำกรอบแนวความคิดทฤษฎีใหม่นำไปสู่แนวทางการสร้างประสบการณ์กับลูกค้าในธุรกิจโรงแรมได้

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

คณะผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูล ดังนี้ แหล่งที่มาของข้อมูลหลายแหล่งซึ่งมีทั้งแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ จากหลายมุมมองความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลได้แก่ ผู้บริหารหรือผู้จัดการ ผู้ปฏิบัติงานและลูกค้าผู้ที่เคยมาใช้บริการหรือพักแรมที่โรงแรมระดับ 4-5 ดาว ในภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

4. สรุปผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกคณะผู้วิจัยค้นพบประเด็นที่สำคัญจากผู้ให้ข้อมูล 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารโรงแรมระดับ 4-5 ดาว กลุ่มที่ 2 ผู้ปฏิบัติงานในโรงแรมระดับ 4-5 ดาว และกลุ่มที่ 3 ลูกค้าที่เคยมาใช้บริการ คณะผู้วิจัยพบว่า จุดสัมผัสของลูกค้ากับธุรกิจ (Customer Touch point) มี 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ 1) จุดสัมผัสทางตรง 2) จุดสัมผัสทางอ้อมเป็นสิ่งที่ทั้งธุรกิจโรงแรมและลูกค้าผู้มาใช้บริการให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก จุดสัมผัสของธุรกิจโรงแรมในเขตภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงมีลักษณะที่เหมือนกันหลายจุด คือเริ่มตั้งแต่แผนกบริการส่วนหน้า (Front office) ในการติดต่อกับลูกค้า ตั้งแต่การติดต่อสอบถามห้องพัก การสำรองห้องพัก การเข้าเช็คอินของลูกค้า เมื่อลูกค้าได้ก้าวเข้ามาในโรงแรมจะพบการต้อนรับของพนักงานต้อนรับ (Reception) และพนักงานช่วยด้านสัมภาระ (Bellboy) ของโรงแรมโดยพาลูกค้าที่มาใช้บริการไปยังเคาเตอร์เพื่อทำการเช็คอินเพื่อให้ลูกค้าได้ลงทะเบียนและกรอกข้อมูลส่วนตัวเพื่อเข้าพักและรับกุญแจห้องพัก และเมื่อลูกค้าได้ลงทะเบียนเข้าพักเรียบร้อยแล้ว พนักงานช่วยด้านสัมภาระจะเป็นผู้ที่พาลูกค้าไปส่งยังห้องพัก จุดสัมผัสจุดแรกสามารถสร้างความประทับใจและแปลกใหม่ให้กับลูกค้าได้ จากผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์การบริหารประสบการณ์กับลูกค้าของโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงมีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้ โรงแรมระดับ 4-5 ดาวในภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงมีการสร้างประสบการณ์ลูกค้าทั้งจุดสัมผัสทางตรงและจุดสัมผัสทางอ้อมตั้งแต่จุดสัมผัสแรก คือการสร้างประสบการณ์กับผู้บริโภคช่วงก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อให้เกิดความคุ้นเคยและจดจำโดยใช้สื่อการโฆษณาสินค้า (Advertising) ทั้งสื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าไค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมได้โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ของ

โรงแรม โดยออกแบบเว็บไซต์ให้สามารถใช้งานได้ทั้งคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ ในส่วนหน้าแรกของเว็บไซต์จะออกแบบให้ดูสวยงาม ทันสมัย ข้อมูลครบถ้วน ลูกค้าเข้าถึงง่าย และจะมีช่องทางการสอบถามทางโทรศัพท์ ช่องทางไลน์หรือสอบถามทางเว็บไซต์ได้โดยตรงกับพนักงานแอดมิน ของโรงแรม บริการที่รวดเร็วไม่ทำให้ลูกค้าต้องรอนานเกินไป การมีสถานที่นั่งรอที่สะดวกและเพียงพอ การมีบริการเครื่องดื่มเล็กน้อย ๆ ไว้คอยต้อนรับ หรือสถานที่ของโรงแรมมีกลิ่นหอมและบรรยากาศที่ผ่อนคลายและด้านจุดสัมผัสของโรงแรมในภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียง จุดสัมผัสทางตรงคือจุดสัมผัสของโรงแรมที่ลูกค้าได้รับบริการโดยตรงจากพนักงานของโรงแรมหรือจุดสัมผัสที่ลูกค้าได้เผชิญหน้ากับพนักงานบริการโดยตรง ในจุดสัมผัสจุดนี้ ทางโรงแรมจะมีความยืดหยุ่นให้กับลูกค้าค่อนข้างมาก

5. อภิปรายผล

ด้านการสร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้าจะช่วยสร้างความประทับใจ พึงพอใจ และมั่นใจให้กับลูกค้าจนนำไปสู่การมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและจะเป็นลูกค้าที่ซื้อซ้ำกับองค์กรตลอดไป การสร้างประสบการณ์กับลูกค้าควรสร้างตั้งแต่ช่วงก่อนการตัดสินใจซื้อเพื่อสร้างความคุ้นเคยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (พีรพงศ์ แทนวิทยานนท์และคณะ, 2562) กล่าวคือ การบริหารประสบการณ์ของลูกค้าเป็นหัวใจหลักของการนำไปสู่การสร้างความรู้สึกดี และก่อให้เกิดความผูกพันที่ดีกับองค์กร ถือว่าเป็นสายใยในระยะยาว

ด้านการเอาใจใส่ควรพยายามสร้างความใกล้ชิดและเป็นกันเองเพื่อให้ลูกค้ามีความชื่นชอบในตัวสินค้าและบริการขององค์กร (ฐนิชา คงประดิษฐ์ และปรีชา คำมาตี, 2562) และด้านการสร้างความเชื่อมั่นลูกค้าอย่างต่อเนื่องโดยรวมถึงช่วงหลังการตัดสินใจซื้อของลูกค้าด้วย เพื่อนำข้อมูลของลูกค้ามาวิเคราะห์พฤติกรรมและหาความ

ต้องการที่แท้จริงที่ตรงกับความต้องการที่มีประโยชน์และแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ ด้วยความจริงใจจะทำให้ลูกค้าเกิดความผูกพัน และไว้วางใจจนนำไปสู่ความจงรักภักดี (Brand Loyalty) กับบริษัทตลอดไป จากประสบการณ์ที่ดีของลูกค้าจะเป็นผลประโยชน์ที่สำคัญสำหรับธุรกิจโรงแรมซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมได้ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของลูกค้า จะก่อให้เกิดคุณค่าทางประสบการณ์ ในด้านการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ในธุรกิจโรงแรมนั้นจะมีเรื่องการสร้างคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์และการบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ (มัลลิกา สุปงกฎ, วิโรจน์ เจริญลักษณ์ และ จันทนา แสนสุข, 2559) ว่าการจะสร้างความสัมพันธ์ต้องอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ตั้งแต่ลูกค้าเริ่มเข้ามาใช้บริการจนจบกระบวนการที่ลูกค้าใช้บริการ

6. ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงเอกสารที่ศึกษาด้านการบริหารประสบการณ์กับลูกค้าโดยมีตัวแปรที่ศึกษาคือการบริหารประสบการณ์กับลูกค้า (Customer Experience Management) และ ส่วน ประสม ทาง การตลาดในมุมมองของลูกค้า (7'c) จึงควรมีการศึกษาเชิงปริมาณประกอบด้วยและใช้เครื่องมือทางสถิติเพื่อพิสูจน์กรอบแนวความคิดเชิงทฤษฎีขึ้นนี้ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและสร้างความเชื่อมั่นจากงานวิจัยนี้เพิ่มมากขึ้น

7. เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2561). สถิตินักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยปี

2561. ค้นเมื่อ 27 มิถุนายน 2562, จาก

[https://www.mots.go.th/chttps://www.mots.go.th/content.php?nid=232&filename=ontent.php?nid=232&filename=.](https://www.mots.go.th/chttps://www.mots.go.th/content.php?nid=232&filename=ontent.php?nid=232&filename=)

ฐนิชา คงประดิษฐ์ และปรีชา คำมาตี. (2562,

กรกฎาคม-ธันวาคม). การสร้างคุณค่าให้กับ

ผู้บริโภคด้วยการตลาดเพื่อสังคม: ความ

ยั่งยืนขององค์กรในยุคโลกาภิวัตน์.วารสาร

สถาบันวิจัยพินลธรรม,6(2), หน้า 82-92.

พีรพงศ์ แทนวิทยานนท์, เกศรา สุขเพชร และโชคชัย

สุขเวชวัฒนกุล. (2562, มกราคม-เมษายน).

การบริหารประสบการณ์ลูกค้า คุณค่า และ

ความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจท่องเที่ยว

ต่างประเทศความสัมพันธ์เชิงทฤษฎี.

วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 13(1),107-122.

มติชนออนไลน์. (2559). ค้นเมื่อ 11 มิถุนายน 2563,

จาก <https://www.matichon.co.th/>

มัลลิกา สุปงกฎ, วิโรจน์ เจริญลักษณ์ และ

จันทนา แสนสุข. (2559, พฤษภาคม-

สิงหาคม). การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของ

ธุรกิจโรงพยาบาล เอกชนในประเทศไทย.

Viridian E-Journal, Silpakorn

University. 9(2),1926-1944.

วิทยา ด้านธำรงกุลและพิภพ อุดร. (2547). ซีอาร์เอ็ม –

ซีอีเอ็ม หินทางการตลาด. กรุงเทพฯ:

วงกลม

อริสรา ไวยเจริญ. (2561, มกราคม-มิถุนายน). การสร้าง

ประสบการณ์ตราสินค้ากับผู้บริโภคในยุค

ดิจิทัล. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์.

12(1), 337-362.

อัญชลี เขาวราช. (2563, กรกฎาคม-ธันวาคม).

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทาง

การตลาดกับพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าใน

ห้างสรรพสินค้า ZPELL ของผู้บริโภคใน

จังหวัดปทุมธานี. วารสารวิทยาการจัดการ

ปริทัศน์. 22(2), 144-148.

ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน. (2562). สถานการณ์ธุรกิจ

โรงแรม ปี 2562. ค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม

2563, จาก www.gsbresearch.or.th.

Alavinia, S.M., Van Duivenhooden, C. and
Burdorf, A. (2007, October). Influence
of work-related factors and individual
characteristics on work ability among
Dutch construction workers.
**Scandinavian Journal of Work,
Environment & Health**, 33 (5), 351-7

Choices of Non-Equity Mode Versus Equity Mode for Multinational Companies in Thailand.

Preecha Wararatchai¹

Wissawa Aunyawong²

Tommanee Sooksai³

Pornkiat Phakdeewongthep⁴

Sittiporn Rodpangwan⁵

Abstract

This research aims to understand the decision making of foreign entrepreneurs in choosing modes of foreign market entry in relation to the differences in cultural characteristics of the entrepreneurs, locations of the businesses, and the business experiences. The hypotheses were based on the differences in cultural characteristics of these entrepreneurs, locations of the businesses, and the business experiences affecting differences in decision making of foreign entrepreneurs in choosing modes of foreign market entry divided into Equity modes versus Non-Equity Modes. Convenience sampling was used for distribution the 100 questionnaires to international businesses in various industries, divided into 50 businesses located in Special Economic Zone or Costal areas and 50 businesses located outside Special Economic Zone or Costal area. The data was analyzed using multiple regressions.

The study found that the more entrepreneur value high power distance leads to the high tendency to use equity modes of foreign market entry. Moreover, it also found that the more entrepreneur value low uncertainty avoidance, compared with those who value high uncertainty avoidance, leads to the high tendency to use equity modes of foreign market entry. However, high business experiences and doing business in special economic zone or costal area are not the factors affecting entrepreneurs' decision to choose either non-entry modes or entry modes of foreign market entry. As a result, these findings support past research on the relationship between cultural dimensions and foreign market entry modes.

Keywords: Foreign Market Entry Modes, Cultural Dimensions, Resource-Based View, Special Economic Zone

^{1,2,3,4} College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University Email : preecha.wa@ssru.ac.th

⁵ Department of Development Strategy, Faculty of Humanities, Suratthani Rajabhat University

Received: March-10-2021

Revised: May-14-2021

Accepted: June-01-2021

1.INTRODUCTION

1.1 Background and Significance of the Study

For the trends of international business today, Multinational Corporation or Multinational Company (MNC) or Transnational Company (TNC) has many choices to select the various modes in entering foreign markets (Hennart, 2009), especially in ASEAN countries due to the opening of ASEAN Economic Community. So, many successful foreign companies are now looking for doing their businesses in Thailand. Such companies, however, cannot ensure that it will be prosperous in Thailand due to the differences in terms of institutional and geographical backgrounds. Sometimes these differences cause the business problems. As a result, such firms are presumed that they are avoiding the business risks by exporting or doing contractual agreements. Nevertheless, such enterprises can be supposed that they are now attempting to do their businesses by themselves or finding the local partners. Keeping in context of the foreign market entry modes, the following research problems have been contrived to study in order to clearly understand the current situations and impose the foundation for further research as well.

Although there are many international business literatures relating with foreign market entry modes, it lacks of the evidence emphasized foreign market entry activities into Thailand under the emerging of ASEAN Economics Communities (AEC). Past literature have depicted that there were many factors affecting decision to choose the specific foreign market entry mode (Madhok, 1997; Tse, Pan, and Au, 1997). Consequently, this research provides the contribution on choice of foreign market entry mode of entrepreneurs in Thailand under the emerging of AEC.

1.2 Research Objectives

Because many successful foreign companies have different modes of foreign market entry depended on their own different characteristics, the objective of this research was to understand how entrepreneurs choose entry modes, comprising non-equity modes and equity modes. To accomplish this objective, related studies and literatures such as OLI Paradigm, Cultural Dimensions, and Resource Based View (RBV) are cautiously reviewed.

1.3 Scope of the Study

Hypotheses are designed and tested using the survey data collected in Bangkok in 2020. The research will definitely assist to

provide the new foreign businesses with useful implications for choosing foreign market entry modes.

2.LITERATURE REVIEW

This part consists of Hierarchical Foreign Market Entry Modes, OLI Framework, Geert Hofstede's Cultural Dimensions, and Resource-Based View Theory, which is the basis to generate the research conceptual framework, as shown in Figure 2.

2.1 The Hierarchical Foreign Market Entry Modes

Chu and Anderson (1992) stated that foreign market entry modes have been demonstrated in two main different methods. The first is to demonstrate as a range of cumulative stages of risk exposure, resource commitment, command, and turnover capability from export to fully owned subsidiaries. The second is to establish a foreign market entry mode as starting point in contradiction of which other entry modes are collated (Buckley and Casson, 1998). However, the entry modes can be viewed as hierarchical perspective as shown in Figure 1. (Ganesh, Kumar, and Subramaniam, 1997).

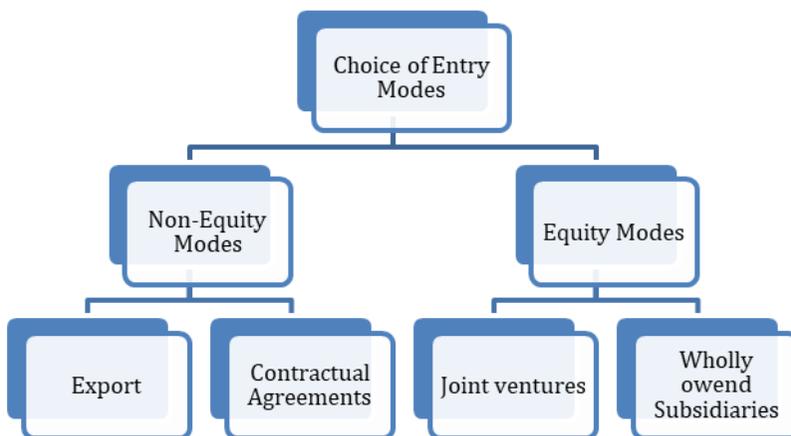


Figure 1 The hierarchical Foreign Markets Entry Modes

Source: Chu and Anderson, 1992.

2.2 OLI Framework

Dunning (1979) developed the eclectic paradigm or OLI Framework which is a famous internationalization theory in economics. OLI represents Ownership specific advantages, Location specific advantages, and Internalization advantages. These prospective foundations of advantage are described as follows.

First, ownership specific advantages denote the benefits of the foreign companies looking for involving investment in overseas, such as innovative skills (Gray, 2003), probable by involving in their alien manufacturing (Dunning, 2000). Second, location specific advantages denote the substitute countries, for engaging the value adding actions of Multinational Enterprises, such as low salaries (Gray, 2003), possibly by undertaking in foreign direct investment (Dunning, 2000). Third, Internalization advantages denote the advantages by individual manufacturing instead of making through a partnership agreement, for example, franchising or licensing (Twomey, 2000), possibly by avoiding permitting the entitlement to manufacture (Dunning, 2000). According to the OLI-model mentioned, this study focuses on Location specific advantage because Special Economic Development Zone (SEZs) policy designed by Thai government attracts international firms to locate their business in Thailand. Overseas firms will have some preferences from this policy (Board of Investment of Thailand, 2016). Some foreign companies, however,

may need the advice from joint venture about such policy, whereas some may consider this policy as the chance to expand their subsidiaries. Then the following is hypothesized:

H1: The more entrepreneur do business inside SEZs, compared with those who do business outside SEZ/costal area, the high tendency to use equity modes of foreign market entry

2.3 Geert Hofstede's Cultural Dimensions

Hofstede theory defines the societal culture impact on its members' value, and how these values associate with manners, applying factor analysis to set up a structure. Geert Hofstede is the theorist developing this context.

In 1967-1973, Greet Hofstede established his inventive ideal as a consequence of factor analysis application to review the outcomes of a global investigation of worker values by International business management. In this study, the researcher applies the Power Distance Concept, as suggested by Hofstede, which are the degree to which the less powerful members of groups accept and expect that power is distributed unequally.

Alien businesses implementing equity foreign market modes exist in the host country on a continuous foundation. Numerous dealings with local firms are unavoidable. Frequently, these connections can barely be putted down as agreements.

They are required to be agreeable to operate with indigenous business as complications outward appearance. So, Hierarchical Logic will be beneficial (Makino and Neupert, 2000)

Then the following is hypothesized:

H2: The more entrepreneur value high power distance, compared with those who value low power distance, the high tendency to use equity modes of foreign market entry

Uncertainty avoidance, another cultural dimension studied by Hofstede (1994), defines how individuals in a country tackle unclear circumstances (Schneider and DeMeyer, 1991). High uncertainty avoidance cultures choose for inflexible manners, strategies, regulations, and commonly trust on fact, or the confidence that only fact commands the whole thing and persons recognize what it is. A lower uncertainty avoidance index demonstrates more recognition of opposing philosophies. Civilization has a tendency to execute fewer rules, vagueness is more familiarized to, and the surroundings are more flexible.

Home businesses with high uncertainty avoidance would be more thoughtful to diminish the uncertainty experience, when entering an overseas market. They possibly designate their actions in contractual method, and are less agreeable to changeable results (TSE, Pan and Au, 1997). Then the following is hypothesized:

H3: The more entrepreneur value low uncertainty avoidance, compared

with those who value high uncertainty avoidance, the high tendency to use equity modes of foreign market entry

2.4 Resource-Based View Theory

(Mahoney and Pandian, 1992; Peteraf, 1993). Barney (1991) proposed that valuable and productive resources, neither perfectly imitable nor substitutable, are disseminated across the companies. Thus, the foreign businesses probably need partnerships with local companies to ensure their success in business, when they get into new markets.

Goodrick and Salancik (1996) suggested that inexperience in a market makes efficiency-focused decision-making difficult. As a result, it leads entrepreneurs to choose equity modes for having high experience in host country's environments to support decision-making professionally. Then the following is hypothesized:

H4: The more entrepreneur value high experience, compared with those who value low experience, the high tendency to use equity modes of foreign market entry

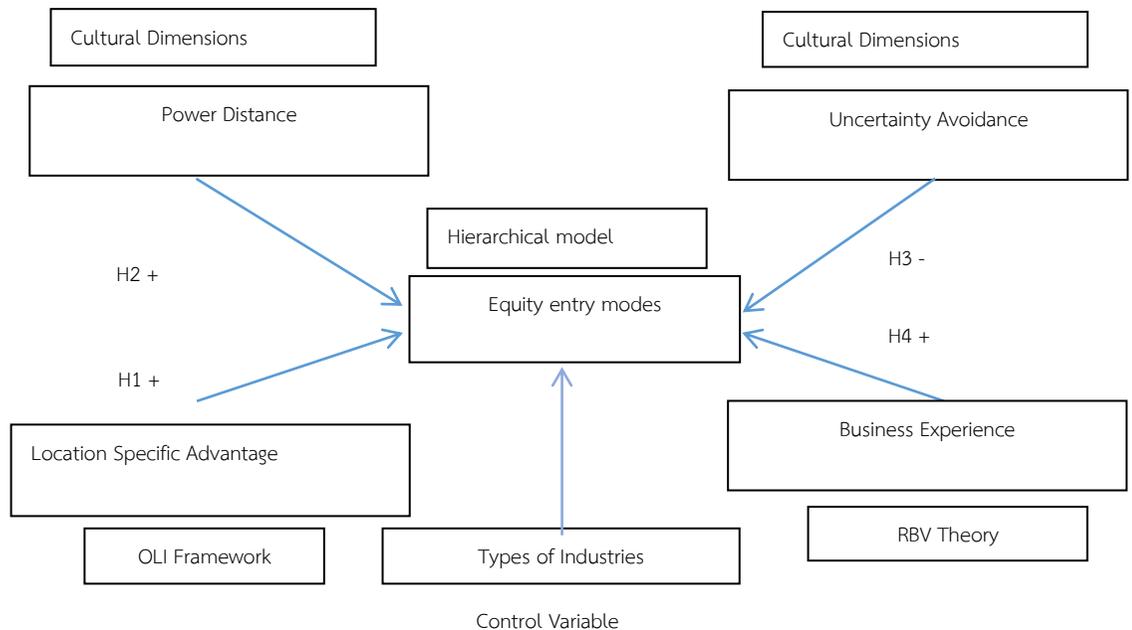


Figure2. Conceptual Framework

3. METHOD

3.1 Samples and data collection

Sample in this study was 100 international businesses in various industries, including agriculture and fishery, textile, cloth, and leatherwork, household goods, electric appliance and electronics, logistics, industrial estate, and tourism) in April 2020 and had profit revenues up to 1 million Baht per year. The researchers used convenience sampling and proportionate the participants into 50 businesses located in Special Economic Zone or Costal areas and 50 businesses located outside Special Economic Zone or Costal area. The respondents in each international business were contacted in person and were invited to reply the questionnaires.

3.2 Measures

Power Distance index or PDI and Uncertainty avoidance Index or UAI were measured in separated tables by the adjusted version of the scale previously used by previous researches. The scale was designed definitely to measure opinions about what extent respondents do in the several activities. All items were scored on five-point rating scale, ranging from 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree).

Another two main independent variables, location specific advantage and business experiences, were measured by descriptive statistics. Moreover, As this research focuses on firm-level measurement, the control variables in this study were types

of industries. Types of businesses were measured as a dummy variable.

3.3 Data analysis

Descriptive analysis of the empirical data disclosed that of 30 completed surveys. It was carried out employing by regression. The regression aims to learn more about the relationship between “several independent variables”, including both main independent variable and control variable, and a dependent variable.

4. RESULT

Firstly, the result of KMO Measure of Sampling Adequacy is 0.770 (good if >0.7 and acceptable if >0.5). It indicates that a factor analysis probably useful with data gathered in this research. Moreover, the result of Bartlett's test of sphericity was statistically significant at level of 0.0001. It reflects good correlation matrix.

Validity test using Exploratory Factor Analysis (EFA) indicates that all question items can be grouped in to 5 factors. Factor 1, power distance, explains 19.696% of total variance. Factor 2, uncertainty avoidance, explains 38.333% of total variance. Factor 3, location specific advantage, explains 17.333% of total variance. Factor 4, business experience, explains 16.149% of total variance. Finally, Factor 5, entry mode, explains 12.119% of total variance. However, this study cannot exactly indicate good scale or validity or good scale validity because of small sample size. The question items belonging to the same

concept have low and high variation with one another.

Before performing the regression analysis, construct reliability and correlation were acceptable, as all Cronbach alphas coefficient exceed the widely suggested value of 0.7 and the relationships between main variables was discovered, in turn (Fornell and Larcker, 1981). Moreover, R squared was used in the research to denote the proportion of total variation of outcomes explained by the independent variable in the model. As the researcher use equity modes as dependent variable, R square is 0.976. It means that the regression model can explain about 97% of equity modes. R squared modified for the number of explanatory terms in a model or Adjusted R squared is 0.972. Then, the researchers investigate for multicollinearity using acceptable Variance Inflation Factor (VIF) indicators, which range from 2.345 to 5.033, as suggested by Hair et al (1995).

According to Hypothesis 1, *the more entrepreneur do business inside SEZ/costal area, compared with those who do business outside SEZ/costal area, the high tendency to use equity modes of foreign market entry.* The result depicts that the relationship between two variables is positive and statistically insignificant ($\beta=0.082$ for unstandardized coefficients and $\beta=0.085$ for standardized coefficients; $p=0.087$). As a result, the Hypothesis 1 cannot be supported.

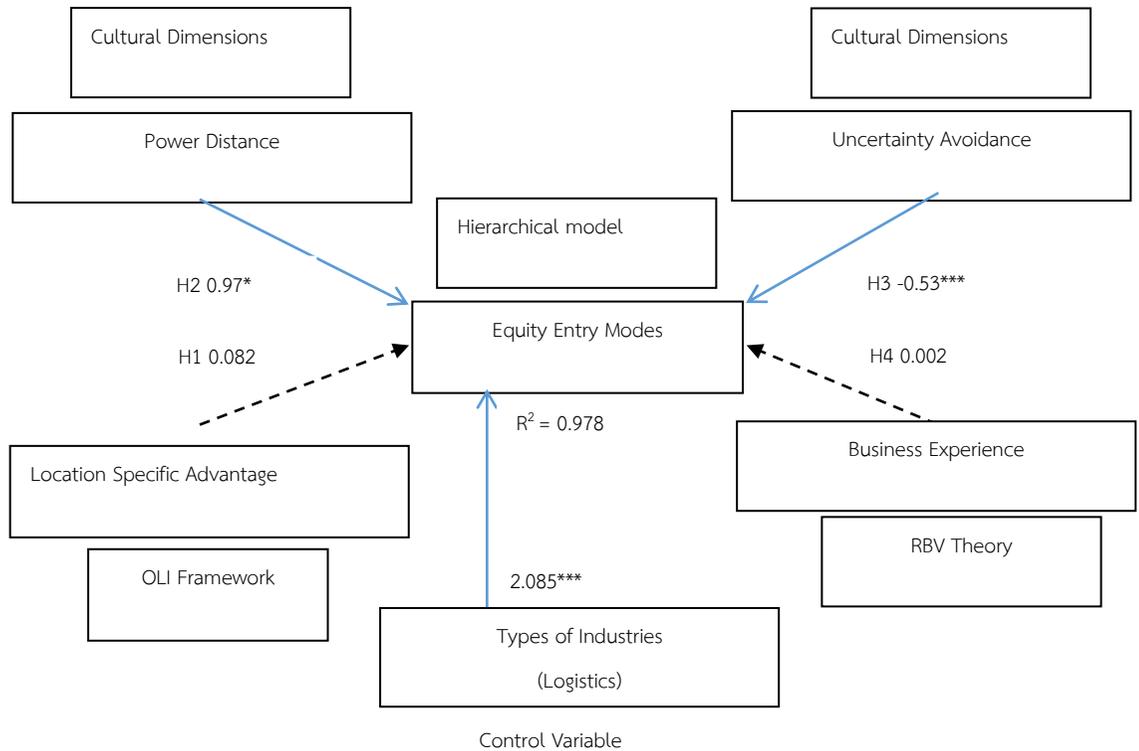
According to Hypothesis 2, *the more entrepreneur value high power distance, compared with those who value low power distance, the high tendency to use equity modes of foreign market entry.* The result depicts that the relationship between two variables is positive and statistically insignificant ($\beta=0.97$ for unstandardized coefficients and $\beta=0.15$ for standardized coefficients; $p=0.034$). As a result, the Hypothesis 2 can be supported.

According to Hypothesis 3, *the more entrepreneur value low uncertainty avoidance, compared with those who value high uncertainty avoidance, the high tendency to use equity modes of foreign market entry.* The result depicts that the relationship between two variables is negative and statistically insignificant ($\beta=-0.53$ for unstandardized coefficients and $\beta=-0.765$ for standardized coefficients; $p<0.001$). As a result, the Hypothesis 3 can be supported.

According to Hypothesis 4, *the more entrepreneur value high experience, compared with those who value low experience, the high tendency to use equity modes of foreign market entry.* The result depicts that the relationship between two variables is positive and statistically insignificant ($\beta=0.002$ for unstandardized coefficients and $\beta=0.040$ for standardized coefficients; $p=0.408$). As a result, the Hypothesis 4 cannot be supported.

Additionally, the significant relationships between control variable (types of industry: agriculture and fishery, textile, cloth, and leatherwork, household goods, electric appliance and electronics, logistics, industrial estate, and tourism) and the tendency to use equity modes are found as the following.

According to dummy variables regression (dependent variable: equity modes application), the researcher selects one type of industries which is logistics as a benchmark. This type of industry will be omitted from the regression and use for comparison with other types of industry that are included in the regression. Beta of the constant used as a representative of the tendency to use equity modes of the type of industry that is omitted (logistics) is 2.085. There is only one result (logistics) is statistically supported ($p\text{-value}<0.001$). The results were found as the Figure 3.



Notes: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

Solid lines represent significant paths

Figure 3. Regression Results

5. DISCUSSION

This research aims to understand to understand how entrepreneurs choose foreign market entry modes divided into non-equity modes and equity modes. The main effect of entrepreneurs' decision, evidence strongly suggests that the more entrepreneur value high power distance leads to the high tendency to use equity modes of foreign market entry. The evidence, moreover, strongly suggests that the more entrepreneur value low uncertainty avoidance leads to the high tendency to use equity modes of foreign market entry. On the other hand, high experiences and doing business in special

economic zone or costal area are not the factor affecting entrepreneurs' decision to choose either non-entry modes or entry modes of foreign market entry. For the context of special economic development zones, it could concern with no readiness in terms of infrastructure and international transportation (Department of Local Administration, 2016). There is the lacking of the speed of public transportation (Tirastittam and Waiyawuththanapoom, 2014). So, Special Economic Zone still does not attract foreign investor. As a result, these results provide support to previous literature regarding companies from a country with high power

distance will tend to choose equity modes when entering a foreign market (Makino and Neupert, 2000). These results also sustain earlier literature on the relationship between uncertainty avoidance and non-equity entry modes (TSE, Pan and Au, 1997).

The findings from this study offer additional contribution to research that emphasizes foreign market entry modes. Although previous studies focused on the role of cultural dimensions, location specific advantage, and resource based view affecting entrepreneurs' making decision to choose foreign market entry, the present study provides supplementary comprehension that the types of industries is also probably conditional role on their decisions as well. This study found that the specific type of industries, logistics, leads to the high tendency to use equity modes of foreign market entry, especially wholly owned subsidiary. This result reflects that Thai logistics Companies should prepare themselves for surviving in high competitive situation.

6. RECOMMENDATION

Future research that aims to investigate the impact of different types of industries excluded in this study, such as pharmaceutical production, ceramic, plastic, medical equipment, motor vehicles, and gem-and-jewelry. Future study, moreover, should consider some other cultural dimensions, including human resource factors, as

suggested by Phrapratanporn et al. (2019), as they could be main independent variables of the further research.

For limitations. First, as Thailand's government designed the policy in order to support foreign business in special economic zone in the specific period, future study should solve these problems by using longitudinal data or panel data collection because it will make the result of the study more reliable. Consequently, the further findings might fluctuate from these results as location specific advantage possibly affects entrepreneurs' making decision to choose non-equity or equity mode of foreign market entry. Second, due to the time limitation, the samples collected for this research arose from a few foreign businesses in Thailand. The generalizability of the findings is confined by excessively small sample size. Consequently, future research should gather data in a larger sample size. Finally, the questionnaire was not adjusted from research published in top journals.

7. REFERENCES LIST

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Board of Investment of Thailand. (2016). Investment in special economic development zones. Retrieved May 25, 2016, from http://www.boi.go.th/upload/content/BOI-book%202015_20150818_95385.pdf

- Buckley, P.J. and Casson, M. (1998). Analyzing foreign market entry strategies: extending the internalization approach. **Journal of International Business Studies**, 29(3), 539-561.
- Bundit Phrapratanporn, Preecha Wararatchai, Wissawa Aunyawong, and Nik Ramli Nik Abdul Rashid. (2019). Enhancing supply chain performance of SMEs in Thailand using the integrated personnel development model. **International Journal of Supply Chain Management**, 8(5), 176-186.
- Chu, W. and Anderson, E. M. (1992). Capturing ordinal properties of categorical dependent variables: A review with application to modes of foreign entry. **International Journal of Research in Marketing**. 9(2), 149-160.
- Department of Local Administration. (2016). Problems or Obstacles of Special Economic Zone in the present day. Retrieved May 20, 2016, from http://www.wiangphangkham.go.th/images/column_1431354069/218.pdf
- Dunning, J. H. (1979). Toward an eclectic theory of international production: some empirical tests. **Journal of International Business Studies**, 11(1), 9-31.
- Dunning, John H. 2004. The eclectic paradigm as an envelope for economic and business theories of MNE activity. **Journal of International Business Review**, 9(2), 163-190.
- Ganesh, J., Kumar, V. and Subramaniam, V. (1997). Learning effect in multinational diffusion of consumer durables: An exploratory investigation. **Journal of the Academy of Marketing Science Summer**, 25(3), 214-228.
- Goodrick, E. and Salancik, G. R. (1996). Organizational discretion in responding to institutional practices: hospitals and cesarean births. **Administrative Science Quarterly**, 41(1), 1-28.
- Gray, H. P. (2003). **Extending the eclectic paradigm in international business: essays in honor of john dunning**. Massachusetts: Edward Elga.
- Hennart, J. (2009). Down with MNE-centric theories! Market entry and expansion as the bundling of MNE and local assets. **Journal of International Business Studies**, 40(9), 1432-1454.
- Hoefstede, G. (1994). Management scientists are human. **Management Science**, 40(1), 4-13.
- Madhok, A. (1997). Cost, Value and foreign market entry modes: The transaction and the firm. **Strategic Management Journal**, 18, 39-16.
- Mahoney, J. T. and Pandian, J. R. (1992). The resource-based view within the conversation of strategic management. **Strategic Management Journal**, 13(5), 363-380.
- Makino, S. and Neupert, K.E. (2000). National Culture, Transaction Costs, and the

- Choice between Joint Venture and Wholly Owned Subsidiary. **Journal of International Business Studies**, 31(4), 705-713.
- Peteraf, M. A. (1995). The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. **Strategic Management Journal**, 14(3), 179-191.
- Schneider, S. C. and De Meyer, A. (1991). Interpreting and responding to strategic issues: The impact of national culture. **Strategic Management Journal**, 12(4), 307-320.
- Pimploi Tirastittam and Phuttiwat Waiyawuththanapoom. (2014). Public transport planning system by dijkstra algorithm: case study bangkok metropolitan area. **International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering**, 8(1), 54-59.
- Tse, D. K., Pan, Y. and Au, Kevin Y. (1997). How MNCs choose entry modes and form alliances: The China experience. **Journal of International Business Studies**, 28(4), 779–805.
- Twomey, M. J. (2000). **A Century of foreign investment in the third world**. New York: Routledge.
- Wennekers, S., Thurik, R., Stel, A. van and Noorderhaven, N. (2007). Uncertainty avoidance and the rate of business ownership across 21 OECD countries, 1976–2004. **Journal of Evolutionary Economics**, 17(2), 133-160.
- Yoo, B., Donthu, N. and Lenartowicz, T. (2011). Measuring Hofstede's five dimensions of cultural values at the individual level: development and validation of CVSCALE. **Journal of International Consumer Marketing**, 23(3), 193-210.

แนวทางการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาคณะบัญชีในมุมมองของสำนักงานบัญชี

กรณีศึกษา นักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

The Accounting Students Potential Developing Guidelines in the Perspective of the Accounting Firm: Case Study of Accounting Students Bangkok Thonburi University

สุพรรณิกา สันป่าแก้ว (Supannika Sanpakaew)¹นิกร์นิภา บุญช่วย (Nicknipar Boonchouy)²

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สํารวจมุมมองของสำนักงานบัญชี ที่มีต่อคุณลักษณะตามกรอบคุณวุฒินักศึกษาของคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี และ 2) เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาคณะบัญชีในมุมมองของสำนักงานบัญชี กรณีศึกษา นักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ สถานประกอบการที่รับนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีเข้าฝึกงานในสถานประกอบการปีการศึกษา 2562 จำนวน 51 หน่วยงาน และนักศึกษาที่เข้ารับการฝึกงาน จำนวน 132 คน ซึ่งผู้วิจัยแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ สถิติพื้นฐานใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (μ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) และการทดสอบความสัมพันธ์โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุโดยวิธี All Enter ผลการวิจัยพบว่า 1. มุมมองของสำนักงานบัญชีที่มีต่อนักศึกษาฝึกงาน 1) ด้านคุณธรรมจริยธรรม อยู่ในระดับมาก 2) คุณลักษณะด้านความรู้ อยู่ในระดับมาก 3) ด้านทักษะทางปัญญา อยู่ในระดับมาก 4) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ อยู่ในระดับมาก และ 5) ด้านทักษะการสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ อยู่ในระดับมาก คุณลักษณะด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ ด้านทักษะการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสำนักงานบัญชีที่มีต่อการฝึกงานของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ พบว่า 1. คุณลักษณะด้านคุณธรรมจริยธรรม และด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ที่ไม่สามารถพยากรณ์ความพึงพอใจของสำนักงานบัญชีที่มีต่อการฝึกงานของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีได้ ส่วนปัจจัย ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา และด้านทักษะการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถพยากรณ์ความพึงพอใจของสำนักงานบัญชีที่มีต่อการฝึกงานของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2. ความคิดเห็นของสำนักงานบัญชีโดยรวมที่มีต่อนักศึกษาฝึกงาน เห็นว่านักศึกษาฝึกงาน มีความสามารถในการปฏิบัติโดยรวมอยู่ในระดับมาก ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งถัดไป นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์ เพื่อวางแผนเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพนักศึกษา

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา ศักยภาพของนักศึกษา คุณลักษณะบัณฑิต

¹ สาขาวิชาการบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี E-mail : pimson_64@hotmail.com

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

Abstract

This research aims to 1) explore the perspective of the accounting firm towards the qualifications of the student qualifications framework of the Faculty of Accounting Bangkok Thonburi University, and 2) guide the potential development of accounting students from the point of view of accounting firms. The case study of this research was students of the Faculty of Accounting, Bangkok Thonburi University.

The sample consisted of 51 enterprises accepting students of the Faculty of Accounting, Bangkok Thonburi University for internships in the academic year 2019, and 132 students taking internships by using a specific sampling. The descriptive statistics were used to analyze the data: mean (μ), standard deviation (σ) and correlation test by multiple linear regression analysis method.

The results revealed that the perspective of the accounting firm towards intern students 1) morality and ethics was at a high level, 2) knowledge characteristics was at a high level, 3) intellectual skills was at a high level, 4) interpersonal relations and responsibility was at a high level, and 5) communication and information technology skills was at a high level. Meanwhile, moral and ethical characteristics, knowledge, intellectual skills, interpersonal skills and responsibility, communication and information technology skills were related to the satisfaction of the accounting firm with the internships of accounting students from Bangkok Thonburi University. When considering the regression coefficient of the predictor, it was found that moral and ethical characteristics and interpersonal skills were impossible to predict the satisfaction of the accounting firm with the internship of the students of the Faculty of Accounting, Bangkok Thonburi University. While the knowledge, intellectual skills, and communication and information technology skills were statistically predictive of the accounting firm's satisfaction with the internships among accounting students of Bangkok Thonburi University. The overall opinion of the accounting firm towards the interns showed that the interns had a high level of overall practical competence. Finally, the information obtained from this study can be analyzed in order to plan as a guideline for developing student potential.

Keyword: Development Approach, Student Potential, Graduate Characteristics

วันที่รับบทความ : 8 มีนาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 14 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การจัดการศึกษาทุกระดับชั้นเป็นการพัฒนาคน ให้มีความพร้อมและออกไปดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีคุณภาพซึ่งเป็นภารกิจหลักของสถานศึกษา ดังนั้น การจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพนั้นมีปัจจัยสำคัญเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการจัดการศึกษาหลายประการด้วยกัน เช่น บุคลากร สื่อการเรียนการสอน หลักสูตร เป็นต้น นอกจากนี้ การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาสอดคล้องกับความต้องการของประเทศเป็นการพัฒนาทางการศึกษาภายใต้ประเทศไทย 4.0 สหัสวรรษที่ 21 เป็นจุดเริ่มต้นยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อการขับเคลื่อนไปสู่ความมั่นคง (พรชัย เจตมานัน และคณะ, 2562) และอนาคตสถาบันอุดมศึกษาเป็นสถานศึกษาระดับที่มีส่วนสำคัญในการผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถมีความพร้อมที่จะออกไปประกอบอาชีพในองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนและสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามความต้องการของตลาดแรงงาน จะเห็นได้ว่าปัจจุบันนี้ประเทศไทยอยู่ในช่วงเวลาที่ต้องเผชิญกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีพลังงาน และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและส่งผลกระทบอย่างรุนแรงมากขึ้นกว่าที่ผ่านมา เช่น การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีทำให้สังคมเปลี่ยนมาเป็นสังคมสารสนเทศ ซึ่งในอดีตสังคมโลกได้เปลี่ยนแปลงมาแล้วสองครั้ง ครั้งแรกจากสังคมความเป็นอยู่แบบเร่ร่อนมาเป็นสังคมเกษตรที่รู้จักกับการเพาะปลูกและสร้างผลผลิตทางการเกษตร ทำให้มีการสร้างบ้านเรือนเป็นหลักแหล่ง ต่อมามีความจำเป็นต้องผลิตสินค้าให้ได้ปริมาณมากและต้นทุนถูก จึงต้องหันมาผลิตแบบอุตสาหกรรม ทำให้สภาพความเป็นอยู่ของมนุษย์เปลี่ยนแปลงมาเป็นสังคมเมือง (ศิริพร ชื่นใจ, 2564, เว็บไซต์) และการเปลี่ยนแปลงเพื่อปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจโลก การรวมกลุ่มเศรษฐกิจภายใต้กรอบการค้าเสรีของอาเซียนกับจีน ญี่ปุ่น และอินเดียการ

เปลี่ยนแปลงของสังคมโลกที่ส่งผลต่อความเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย โดยเฉพาะการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ สังคมของความเป็นวัตุนิยม สังคมที่เน้นคุณภาพการศึกษา โดยเฉพาะคุณภาพบัณฑิต ด้วยเหตุผลและความจำเป็นดังกล่าว การจัดการศึกษาจึงเป็นสิ่งที่ตระหนักถึงแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นโดยเฉพาะที่ส่งผลกระทบต่อประกอบอาชีพของนักศึกษาในอนาคต

หลักสูตรบัญชีบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี จึงให้ความสำคัญกับสถานการณ์และการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมทั้งในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตที่จะส่งผลกระทบต่อทัศนคติและความคาดหวังทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่มีต่อการบัญชีและนักบัญชีเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจ ข้อมูลที่ได้จึงควรมีความน่าเชื่อถือ ทันเวลา สามารถเพิ่มศักยภาพการแข่งขันได้ในอนาคต อีกทั้งการพัฒนาสังคมในปัจจุบันได้เน้นให้บุคคลตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นผู้มีคุณธรรมและจริยธรรม มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย การทำนุบำรุงศาสนา รวมทั้งการธำรงไว้ซึ่งความเป็นไทย จึงได้กำหนดเป้าหมายในการผลิตบัณฑิตให้ตรงกับความต้องการที่แท้จริง และกระตุ้นให้เห็นถึงความสำคัญในกระบวนการจัดการศึกษาที่สอดคล้องกับเป้าหมายดังกล่าว คณะบัญชีจึงมุ่งเน้นให้นักศึกษามีการพัฒนาให้มีความรู้พื้นฐานทางการศึกษาที่ดี เพื่อนำไปสู่ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชีต่อไป โดยได้สอดแทรกการสร้างจิตสำนึกทั้งด้านคุณธรรม จริยธรรม การเสียสละ มีความรับผิดชอบต่อที่มีต่อจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพบัญชี สังคม และประเทศชาติเป็นสำคัญ ตลอดจนการนำความรู้ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อตอบสนองความต้องการของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน และการมีส่วนร่วมในการสร้างความเจริญก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจให้แก่สังคมและประเทศอย่างต่อเนื่อง จึงกำหนดวัตถุประสงค์ในการพัฒนาหลักสูตรเพื่อสร้างบุคลากรทางการบัญชี

ของประเทศที่มีความรู้และความสามารถ สอดคล้องกับพันธกิจตามแผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเพื่อให้มหาวิทยาลัย เป็นกำลังสำคัญของการพัฒนาบุคลากรของประเทศ การปรับปรุงหลักสูตรบัญชีบัณฑิต จึงมุ่งพัฒนาบัณฑิตให้มีคุณธรรม จริยธรรม ความรู้ ทักษะทางปัญญา ทักษะความสัมพันธ์ด้านบุคคลและความรับผิดชอบ ทักษะการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการติดต่อสื่อสารหลักสูตรบัญชีบัณฑิต จึงกำหนดรายวิชาเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพบัญชี (Preparation for Professional Training in Accounting) และรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพบัญชี (Professional Training in Accounting) เพื่อให้นักศึกษามีคุณภาพตรงตามความต้องการของสถานประกอบการและตลาดแรงงาน และผลการเรียนรู้มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ

การเรียนรู้จากประสบการณ์จริงด้วยการฝึกงานจึงเป็นระบบการศึกษาที่เน้นการปฏิบัติงานในสถานประกอบการโดยจัดให้นักศึกษาไปปฏิบัติงานจริง สถานประกอบการระบบนี้จะส่งผลให้นักศึกษาได้รับโอกาสเรียนรู้ประสบการณ์จากการไปปฏิบัติงานการทำงานร่วมกับผู้อื่นเกิดทักษะการสื่อสารกับผู้อื่นซึ่งเป็นคนลักษณะที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการในขณะเดียวกันสถานประกอบการก็ได้แรงงานซึ่งมีความพร้อมระดับหนึ่งไปช่วยงานซึ่งอาจได้รับความคิดใหม่ๆจากนักศึกษาฝึกงานอีกทั้งเป็นการแบ่งเบาภาระให้พนักงานประจำสามารถไปทำงานที่ยากกว่าได้ในส่วนสถาบันการศึกษาจะได้นำผลของระบบนี้มาปรับปรุงหลักสูตรต่าง ๆ ให้เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานมากยิ่งขึ้นคณาจารย์ คณะบัญชีได้รับประสบการณ์ใหม่ที่ทันสมัยทำให้เกิดการร่วมมือกันทางวิชาการระหว่างสถานประกอบการและคณะบัญชีอย่างต่อเนื่องโดยวิธีการฝึกงานนักศึกษาจะเน้นที่ความร่วมมือจากทุกฝ่ายเกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกันสูงสุดจากการส่งนักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์กับสถานประกอบการของหลักสูตรบัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัย

กรุงเทพธนบุรีได้ดำเนินงานมาเป็นเวลาหลายปีหลักสูตรก็เห็นความสำคัญของการฝึกประสบการณ์แต่ปรากฏว่ายังมีปัญหาและอุปสรรคอยู่ก็มากเช่นปัญหาเกี่ยวกับทักษะพื้นฐานปัญหาเกี่ยวกับการปรับตัวเข้ากับสังคมของสถานประกอบการปัญหาเกี่ยวกับความรับผิดชอบในหน้าที่ในเรื่องของการตรงต่อเวลาการตั้งใจทำงานความอดทนหรือความกระตือรือร้นซึ่งการศึกษาหาข้อมูลดังกล่าวจะนำมาปรับปรุงแก้ไขและการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันอีกทั้งผู้วิจัยเองก็ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับรายวิชานี้โดยตรงคือทำหน้าที่เป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและเป็นอาจารย์นิเทศนักศึกษาที่ไปฝึกประสบการณ์ซึ่งได้พบปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้มาตลอด

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของสถานประกอบการที่มีต่อนักศึกษาฝึกงานเกี่ยวกับการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงของหลักสูตรบัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาให้ตรงตามความต้องการของสถานประกอบการต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อสำรวจมุมมองของสำนักงานบัญชีที่มีต่อคุณลักษณะตามกรอบคุณวุฒินักศึกษาของคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

1.2.2 เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษา คณะบัญชีในมุมมองของสำนักงานบัญชี กรณีศึกษา นักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ สถานประกอบการที่รับนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีเข้าฝึกงานในสถานประกอบการตั้งแต่ปีการศึกษา 2555 จนถึงปีการศึกษา 2562 จำนวน 51 หน่วยงาน

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม

แนวทางการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาคณะบัญชีตามกรอบคุณวุฒิมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

- 1.ด้านคุณธรรมจริยธรรม
- 2.ด้านความรู้
- 3.ด้านทักษะทางปัญญา
- 4.ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
- 5.ด้านทักษะการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ



มุมมองของสำนักงานบัญชีที่มีต่อนักศึกษาฝึกงาน

ส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่วางไว้เป็นอย่างดีด้วย (ธาดา ราชกิจ,2564, เว็บไซต์)

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมเชิงพุทธิปัญญา (Social Cognitive Learning Theory) (กลัณญ เพชราภรณ์, ออนไลน์) ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมเชิงพุทธิปัญญา หรือบางครั้งเรียกว่าทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญา และสังคม พัฒนาขึ้นโดยนักจิตวิทยาชาวแคนาดา ศาสตราจารย์อัลเบิร์ต แบนดูรา (Albert Bandura) ซึ่ง แบน ดูรา เชื่อว่าการเรียนรู้เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับสิ่งแวดล้อมรอบตัว ที่ต่างก็มีอิทธิพลต่อกันและกัน วิธีการที่คนเราใช้ในการเรียนรู้พฤติกรรมทางสังคม คือการสังเกตหรือการเลียนแบบจากตัวแบบ (Model)

กรอบคุณวุฒิแห่งชาติ (National Qualifications Framework: NQF) จึงเป็นกรอบแนวทางการเชื่อมโยงระบบคุณวุฒิของประเทศทุกระดับและประเภท ให้ยึดโยงกับระดับความสามารถของบุคคลที่เป็นผลลัพธ์ของการเรียนรู้ การศึกษา การฝึกอบรม และประสบการณ์ จากกรอบคุณวุฒิทางการศึกษาซึ่งเป็นความรับผิดชอบของหน่วยงานทางการศึกษา และกรอบมาตรฐานอาชีพซึ่งเป็นความรับผิดชอบของหน่วยงานด้านมาตรฐานอาชีพ/ฝีมือแรงงาน/วิชาชีพ และองค์กรต่าง ๆ ซึ่งต้องใช้กลไกของกรอบคุณวุฒิแห่งชาติในการเชื่อมโยง เพื่อให้เกิดระบบการพัฒนากำลังคนระดับชาติที่เป็นเอกภาพ (กรอบคุณวุฒิแห่งชาติ ฉบับปรับปรุง , 2560, หน้า 6)

กรอบสมรรถนะและมาตรฐานคุณวุฒิการศึกษาวิชาชีพในช่วงระยะเวลาของการเรียนรู้และฝึกฝนทักษะในแต่ละภาคเรียนหรือปีการศึกษา ย่อมทำให้ผู้เรียนมีสมรรถนะ หรือความสามารถเพิ่มขึ้นเป็นระดับขั้นและเกิดความแตกต่างของสมรรถนะอย่างมีนัยสำคัญ (สำนักงานมาตรฐานการอาชีพและวิชาชีพ, ออนไลน์)

พิพัฒน์ มีเถื่อน (2562) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จของ

2. แนวคิดทฤษฎี

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ภาวะของอารมณ์ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการเรียนรู้ ประสบการณ์ที่เกิดจากแรงจูงใจซึ่งเป็นพลังภายในของแต่ละบุคคล อันเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเป้าหมายที่คาดหวังและความต้องการด้านจิตใจ นำไปสู่การค้นหาสิ่งที่ต้องการ มาตอบสนอง เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการและจะเกิดความรู้สึกมีความสุข กระจ่ือร้อนรุ่มมั่ง เกิดขวัญกำลังใจ ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการกระทำกิจกรรมที่นำไปสู่เป้าหมายนั้นสำเร็จตามที่กำหนดไว้ (พัฒนา พรหมณี, ยุพิน พิทยาวัฒนชัย และจิระศักดิ์ ทัพผา, 2563)

ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน (Working Satisfaction) ก็คือ ความรู้สึกในทิศทางที่ดี ตลอดจนทัศนคติในเชิงบวกที่มีต่องานที่ปฏิบัติอยู่ โดยบุคลากรได้รับการตอบสนองที่ดีจากองค์กร ซึ่งจะทำให้เกิดขวัญและกำลังใจในการทำงาน รวมถึงมีความสุขในการทำงานที่จะส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นได้ และยัง

งานที่บรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นผลจากการได้รับการตอบสนองต่อแรงจูงใจหรือความต้องการของแต่ละบุคคลในแนวทางที่เขาประสงค์ ซึ่ง “ความพึงพอใจ” หมายถึงความรู้สึกที่เป็นการยอมรับความรู้สึกชอบ ความรู้สึกที่ยินดีกับการปฏิบัติงานทั้งการให้บริการในทุกสถานการณ์ ทุกสถานที่ จะทำให้บุคคลเกิดความสบายใจหรือตอบสนองความต้องการทำให้เกิดความสุขเป็นผลดีต่อการปฏิบัติงาน

ศักยภาพ (Potentiality) (มลิวัลย์ ธรรมแสง, 2558) หมายถึง ความรู้ ความสามารถ พลัง/กำลังแฝงในตัวบุคคล

การบูรณาการพัฒนาทักษะวิชาชีพและทักษะคนและสังคม (สำนักส่งเสริมและพัฒนาศึกษานักศึกษาสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2561) นิสิตนักศึกษาที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีทั้งทักษะวิชาชีพ (Hard Skills) และทักษะคนและสังคม (Soft Skills) มีความสมดุลทั้งการเป็นคนเก่งและเป็นคนดีอย่างเหมาะสม การดำเนินของสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่มีความโดดเด่นในการสร้าง “คนเก่ง” ทางวิชาชีพ (Hard Skills) โดยการเน้นความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Factors) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้เวลาในชั้นเรียนให้ได้ ปัจจัยต่างๆ ดังนี้ ความคิด (Thinking) ความเข้าใจ (Understanding) การเรียนรู้ (Learning) ความจำ (Memory) ความตั้งใจ (Attention) การแก้ปัญหา (Problem – solving)

ชัยวัฒน์ สุรวิชัย (2564) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาตนว่า การพัฒนาตน ตรงกับภาษาอังกฤษว่า self-development หมายถึงการเปลี่ยนแปลงตัวเองให้เหมาะสมเพื่อสนองความต้องการและเป้าหมายของตนเอง หรือเพื่อให้สอดคล้องกับ สิ่งที่สังคมคาดหวัง การพัฒนาศักยภาพของตนเองมีความสำคัญมากต่อมนุษย์

1. ทำให้มนุษย์มีความรู้ความสามารถ มีสติปัญญา แสวงหาความจริงได้

2. ทำให้มนุษย์ มีความเจริญก้าวหน้าและความสำเร็จบรรลุเป้าหมายในชีวิตและหน้าที่การทำงาน และสังคม

3. ทำให้มนุษย์สามารถอยู่ได้ด้วยตนเองและอยู่ร่วมกับสังคมที่มีความเหมือนและความแตกต่างกันได้

4. ทำให้มนุษย์เป็นคนดี มีประโยชน์และคุณค่าต่อตนเอง ผู้อื่น ชุมชน สังคมและบ้านเมือง

บุคคลที่จะพัฒนาตนเองได้ จะต้องเป็นผู้มุ่งมั่นที่จะเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงตัวเอง

โดยมีความเชื่อหรือแนวคิดพื้นฐานในการพัฒนาตนที่ถูกต้อง ซึ่งจะเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมให้การพัฒนาตนประสบความสำเร็จ แนวคิดที่สำคัญมีดังนี้

1. มนุษย์ทุกคนมีศักยภาพที่มีคุณค่าอยู่ในตัวเอง ทำให้สามารถฝึกหัดและพัฒนาตนได้ในเกือบทุกเรื่อง

2. ไม่มีบุคคลใดที่มีความสมบูรณ์พร้อมทุกด้านจนไม่จำเป็นต้องพัฒนาในเรื่องใดๆ อีก

3. แม้บุคคลจะเป็นผู้ที่รู้จักตนเองได้ดีที่สุด แต่ก็ไม่สามารถปรับเปลี่ยนตนเองได้ในบางเรื่องยังต้องอาศัยความช่วยเหลือจากผู้อื่นในการพัฒนาตน การควบคุมความคิด ความรู้สึก และการกระทำของตนเอง มีความสำคัญเท่ากับการควบคุมสิ่งแวดล้อมภายนอก

4. อุปสรรคสำคัญของการปรับปรุงและพัฒนาตนเอง คือ การที่บุคคลมีความคิดติดยึด ไม่ยอมปรับเปลี่ยนวิธีคิด และการกระทำ จึงไม่ยอมสร้างนิสัยใหม่ หรือฝึกทักษะใหม่ๆที่จำเป็นต่อตนเอง

5. การปรับปรุงและพัฒนาตนเองสามารถดำเนินการได้ตลอดเวลาและอย่างต่อเนื่อง เมื่อพบปัญหาหรือข้อบกพร่องเกี่ยวกับตนเอง

จารุณี อินตะสอน (2562) ศึกษาเรื่อง ทักษะคิด ด้านระบบการฝึกประสบการณ์วิชาชีพที่ส่งผลต่อความประทับใจในการบริการการศึกษา ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ พบว่า นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มีทัศนคติในการบริการการศึกษาด้านระบบการ

ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งขั้นตอนหลังการฝึกประสบการณ์วิชาชีพมีระดับทัศนคติภาพรวมในการบริการการศึกษาในระดับมาก

ศรีหทัย เวลล์ส (2563) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อสมรรถนะของบัณฑิตสาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา ที่สำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2557-2560 พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อสมรรถนะทั้ง 5 ด้าน ของบัณฑิตฯ อยู่ในระดับมากในทุกด้าน และ 2) จุดแข็งและจุดอ่อนที่ควรพัฒนาของบัณฑิตพบว่า จุดแข็งของบัณฑิตฯ เรียงตามลำดับดังนี้ 1) สามารถเรียนรู้งานได้รวดเร็ว และมีความสามารถในการปฏิบัติดีงาน 2) มีจิตบริการและมีน้ำใจ และ 3) มีทัศนคติที่ดีต่องาน ส่วนจุดอ่อนที่ควรพัฒนาของบัณฑิตฯ เรียงตามลำดับดังนี้ 1) ขาดทักษะทางภาษาอังกฤษ 2) ขาดภาวะผู้นำ และ 3) บัณฑิตบางส่วนขาดการควบคุมอารมณ์

สุรมงคล นิมจิตต์, อภิสสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์ และฉัตรปารี อยู่เย็น (2560) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีต่อนักศึกษาโครงการสหกิจศึกษา และนักศึกษาฝึกงานของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการจะมีระดับความคาดหวังด้านคุณธรรมจริยธรรมสูงสุด รองลงมาคือด้านความรู้ความสามารถที่ส่งผลต่อการทำงาน และด้านความรู้ความสามารถทางวิชาชีพ นอกจากนี้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ

อลิศรา เปี่ยมถาวร (2560) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของบุคลากรในสายวิชาชีพด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่ปฏิบัติงานในภาคเอกชนกรณีศึกษา บริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ผลการศึกษาพบว่า สมรรถนะที่ควรพัฒนา มีทั้งหมด 9 สมรรถนะ ดังนี้ 1) การปรับตัว ให้สามารถทำงานได้กับทุกวัย 2) ทักษะใน

การเจรจากรับลูกค้า 3) ความรู้กฎหมายเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ สิทธิบัตรการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล 4) ความรู้นโยบายบริษัทลูกค้า 5) ทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง 6) ความต้องการรู้สิ่งใหม่ๆ 7) ความกระตือรือร้น 8) การทำงานเป็นทีม และ 9) ทักษะการสื่อสาร

3. วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ สถาบันประกอบการที่รับนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีเข้าฝึกงานในสถานประกอบการตั้งแต่ปีการศึกษา 2555 จนถึงปีการศึกษา 2562 จำนวน 51 หน่วยงานและนักศึกษาที่เข้ารับการฝึกงาน จำนวน 132 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นแบบประเมินความพึงพอใจของสำนักงานบัญชีที่มีต่อการฝึกงานของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี โดยแบ่งเป็นแบบประเมินปลายปิด และปลายเปิดดังนี้

1. แบบประเมินปลายปิด ประกอบไปด้วยคุณลักษณะ 5 ด้าน ได้แก่ คุณลักษณะด้านคุณธรรมจริยธรรม มี 4 ข้อคำถาม คุณลักษณะด้านความรู้มี 3 ข้อคำถาม คุณลักษณะด้านทักษะทางปัญญา มี 3 ข้อคำถาม คุณลักษณะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และ ความรับผิดชอบมี 6 ข้อคำถาม คุณลักษณะด้านการสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศมี 2 ข้อคำถาม และความคิดเห็นโดยรวมต่อนักศึกษา มี 1 ข้อคำถาม

2. แบบประเมินปลายเปิดประกอบไปด้วยการแสดงความเห็นของสำนักงานบัญชีแบ่งออกเป็น 2 ข้อคำถาม

สถิติที่พื้นฐานใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (μ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) และการทดสอบความสัมพันธ์ โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุโดยวิธี All Enter

4. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาคณะบัญชีในมุมมองของสำนักงานบัญชี กรณีศึกษา นักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีซึ่งผลการศึกษาพบว่า

1. มุมมองของสำนักงานบัญชีที่มีต่อนักศึกษาฝึกงาน 1) ด้านคุณธรรมจริยธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีคุณธรรม จริยธรรม ซื่อสัตย์สุจริต อยู่ในระดับมากที่สุด มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และมีน้ำใจต่อเพื่อร่วมงานอยู่ในระดับมากที่สุด การตรงต่อเวลา และมาปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมออยู่ในระดับมาก และมีระเบียบวินัยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ 2) มุมมองของสำนักงานบัญชีที่มีต่อนักศึกษาฝึกงาน ด้านความรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ปฏิบัติงานบรรลุวัตถุประสงค์ของงานได้อยู่ในระดับมากมีความรู้ ความเข้าใจ และปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายอยู่ในระดับมาก และแก้ปัญหาในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ 3) มุมมองของสำนักงานบัญชีที่มีต่อนักศึกษาฝึกงาน ด้านทักษะทางปัญญา โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาข้อพบว่า มีทักษะในการจัดการด้านการวางแผน และวิธีการจัดการอยู่ในระดับมาก มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก และมีข้อเสนอแนะ และแนวคิดใหม่ ในการพัฒนางาน หรือหน่วยงานอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ 4) มุมมองของสำนักงานบัญชีที่มีต่อนักศึกษาฝึกงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีมนุษย์สัมพันธ์ที่มาก สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นอยู่ในระดับมากที่สุด มีความอดทน สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ และวัฒนธรรมองค์กรอยู่ในระดับมาก มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอยู่ในระดับมาก ยอมรับความคิดเห็น และการวิจารณ์จากผู้ร่วมงานอยู่ในระดับมาก ทำงานกลุ่มในบทบาทผู้ตามอยู่ใน

ระดับมาก และทำงานกลุ่มในบทบาทผู้นำอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ 5) มุมมองของสำนักงานบัญชีที่มีต่อนักศึกษาฝึกงาน ด้านทักษะการสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีทักษะในการสื่อสาร (ฟัง พูด อ่าน เขียน) อยู่ในระดับมาก และมีทักษะในการใช้งานคอมพิวเตอร์ Microsoft Office และโปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชีอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

คุณลักษณะ	b	SE _b	β	t	P-Value
ด้านคุณธรรมจริยธรรม	.093	.100	.082	.931	.354
ด้านความรู้	.261	.097	.248	2.694	.008
ด้านทักษะทางปัญญา	.374	.103	.351	3.636	.000
ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ	.130	.136	.098	.960	.339
ด้านทักษะการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ	.155	.073	.149	2.119	.036

ค่าคงที่ .096 ; $SE_{est} = \pm .43$
 $R = .815$; $R^2 = .664$; $F = 49.699$; $p\text{-value} = .754$

คุณลักษณะด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ ด้านทักษะการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสำนักงานบัญชีที่มีต่อการฝึกงานของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็น .815 และสามารถรวมกันพยากรณ์ความพึงพอใจของสำนักงานบัญชีที่มีต่อการฝึกงานของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ได้ร้อยละ 66.4 อย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ $\pm .43$

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากร พบว่าคุณลักษณะด้านคุณธรรมจริยธรรม ($p\text{-value} = .339$) และด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ($p\text{-value} = .354$) ที่ไม่สามารถพยากรณ์ความพึงพอใจของสำนักงานบัญชีที่มีต่อการฝึกงานของ

นักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีได้ ส่วนปัจจัย ด้านความรู้ (p-value=.008) ด้านทักษะทาง ปัญญา (p-value=.000) และด้านทักษะการสื่อสารและ เทคโนโลยีสารสนเทศ(p-value=.036) สามารถพยากรณ์ ความพึงพอใจของสำนักงานบัญชีที่มีต่อการฝึกงาน ของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความคิดเห็นของสำนักงานบัญชีโดยรวมที่มีต่อ นักศึกษาฝึกงานเห็นว่านักศึกษาฝึกงาน มีความสามารถ ในการปฏิบัติโดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. สรุปภาพรวมแบบสอบถามปลายเปิด โดยแบ่งเป็นจุดเด่นของนักศึกษา และข้อควรปรับปรุง ของนักศึกษา ได้ดังนี้

จุดเด่นของนักศึกษา ได้แก่ นักศึกษามีมนุษยสัมพันธ์ และอัธยาศัยดี มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีน้ำใจ อ่อนน้อม ถ่อมตน มีความรับผิดชอบไม่ละทิ้งหน้าที่ต่องานที่ได้รับ มอบหมาย รู้จักหน้าที่ ตรงต่อเวลา มีความใฝ่รู้ต่องานที่ได้รับ รับผิดชอบ มีความอดทน มีความกระตือรือร้น มีความ เคารพ นอบน้อมและอ่อนน้อม

ข้อควรปรับปรุงของนักศึกษา ได้แก่ นักศึกษาขาด ทักษะทางด้าน การสื่อสาร ควรศึกษาภาษาอังกฤษเป็น ภาษาที่ 2 การปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม ความละเอียดรอบคอบ ขาดทักษะในการพูดและนำเสนอ การแสดงออกต่าง ๆ ขาดความแม่นยำในหลัก และการคำนวณ เช่น ดอกเบี้ยค้างรับ ดอกเบี้ยค้างจ่าย ภาษี

5. อภิปรายผล

จากการศึกษาครั้งนี้สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการสำรวจความพึงพอใจของสำนักงาน บัญชีต่อการฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ตามกรอบคุณวุฒิ 5 ด้าน 1)ด้านคุณธรรมจริยธรรม 2) ด้านความรู้ 3) ด้านทักษะ ทางปัญญา 4) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และ ความรับผิดชอบ และ5) ด้านทักษะการสื่อสาร และ

เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยรวมของแต่ละด้านอยู่ใน ระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จารุณี อินตะ สอน (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดด้านระบบการฝึก ประสบการณ์วิชาชีพที่ส่งผลต่อความประทับใจใน การบริการการศึกษา ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ พบว่า นักศึกษาคณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มีทัศนคติ ในการบริการการศึกษาด้านระบบการฝึกประสบการณ์ วิชาชีพ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก และ ศรีหทัย เวลล์ส (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อ สมรรถนะของบัณฑิตสาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา ที่สำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2557-2560 พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อ สมรรถนะทั้ง 5 ด้าน ของบัณฑิตฯ อยู่ในระดับมากในทุก ด้าน เช่นกันซึ่งตรงกับความคาดหวังของผู้ประกอบการ สุรมงคล นิมจิตต์, อภิสสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์ และฉัตรปารี อยู่เย็น (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของ ผู้ประกอบการที่มีต่อนักศึกษาโครงการสหกิจศึกษา และ นักศึกษาฝึกงานของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการจะมีระดับความคาดหวัง ด้านคุณธรรมจริยธรรมสูงสุด รองลงมาคือด้านความรู้ ความสามารถที่ส่งผลต่อการทำงาน และด้านความรู้ ความสามารถทางวิชาชีพ นอกจากนี้ผู้ประกอบการให้ ความสำคัญกับการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี สารสนเทศ ซึ่งส่งผลให้การสำรวจความพึงพอใจของ สำนักงานบัญชีต่อการฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษาคณะ บัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ตามกรอบคุณวุฒิ 5 ด้าน

ในครั้งนี้เป็นารออกปฏิบัติงานนอกห้องเรียน เป็นครั้งแรกของนักศึกษาตั้งนั้น จึงพบจุดที่ควรพัฒนา ปรับปรุงจากความคิดเห็นของสำนักงานบัญชีโดยรวมที่มี ต่อ นักศึกษาฝึกงาน เห็นว่านักศึกษาฝึกงาน มีความสามารถในการปฏิบัติโดยรวมอยู่ในระดับมาก

สถานประกอบการยังแสดงความเห็นโดยภาพรวมของนักศึกษาฝึกงาน ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ 1) จุดเด่นของนักศึกษา ได้แก่ นักศึกษามีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีน้ำใจ อ่อนน้อมถ่อมตน มีความรับผิดชอบไม่ละทิ้งหน้าที่ต่องานที่ได้รับมอบหมาย รู้จักหน้าที่ ตรงต่อเวลา มีความใฝ่รู้ต่องานที่ได้รับมอบหมาย มีความอดทน มีความกระตือรือร้น มีความเคารพ นอบน้อมและอ่อนน้อม 2) ข้อควรปรับปรุงของนักศึกษา ได้แก่ นักศึกษาขาดทักษะทางการสื่อสาร ควรศึกษาภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่ 2 การปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม ความละเอียดรอบคอบ ขาดทักษะในการพูดและนำเสนอ การแสดงออกต่าง ๆ ขาดความแม่นยำในหลัก และการคำนวณ เช่น ดอกเบี้ยค้ำรับ ดอกเบี้ยค้ำจ่าย ภาษี ตรงกับศรัทธัย เวลส์ (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อสมรรถนะของบัณฑิตสาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา ที่สำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2557-2560 ซึ่งพบจุดแข็งและจุดอ่อนที่ควรพัฒนาของบัณฑิตพบว่า จุดแข็งของบัณฑิตฯ เรียงตามลำดับดังนี้ 1) สามารถเรียนรู้งานได้รวดเร็ว และมีความสามารถในการปฏิบัติปฏิบัติงาน 2) มีจิตบริการและมีน้ำใจ และ 3) มีทัศนคติที่ดีต่องาน ส่วนจุดอ่อนที่ควรพัฒนาของบัณฑิตฯ เรียงตามลำดับดังนี้ 1) ขาดทักษะทาง ภาษาอังกฤษ 2) ขาดภาวะผู้นำ และ 3) บัณฑิตบางส่วนขาดการควบคุมอารมณ์

2. เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาคณะบัญชีในมุมมองของสำนักงานบัญชี กรณีศึกษา นักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ทั้งนี้ทางคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ได้นำผลการสำรวจความพึงพอใจของสำนักงานบัญชีที่ต่อการฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษา ตามกรอบคุณวุฒิ 5 ด้าน 1) ด้านคุณธรรมจริยธรรม 2) ด้านความรู้ 3) ด้านทักษะทางปัญญา 4) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ และ 5) ด้านทักษะการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาคณะบัญชี โดยเฉพาะเรื่องของ

ความเป็นนักบัญชีทั้งทางด้านทฤษฎีและด้านการปฏิบัติ โดยทำการปรับปรุงรายละเอียดของหลักสูตร (มคอ.2) ฉบับปรับปรุงปี 2564 โดยเฉพาะด้านการปฏิบัติการ ทางคณะบัญชีได้เพิ่มรายวิชาที่เป็นอัตลักษณ์ของคณะบัญชี เพื่อเพิ่มศักยภาพของนักศึกษาให้มีความสามารถในการแข่งขันกับตลาดแรงงาน และนอกจากการพัฒนาศักยภาพทั้ง 5 ด้านนั้นแล้ว ทางคณะบัญชีก็ได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญในการเข้าสังคมและการปรับตัวของนักศึกษา หลังจากการสำรวจแล้วเนื่องจากนักศึกษาได้ออกปฏิบัติงานนอกห้องเรียนเป็นครั้งแรก และยังใช้เป็นแนวทางพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาทางด้านอื่นๆ ด้วย เช่นกันตามที่ อลิศรา เปี่ยมถาวร (2560) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของบุคลากรในสายวิชาชีพด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่ปฏิบัติงานในภาคเอกชน กรณีศึกษา บริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศพบว่า ผลการศึกษาพบว่า สมรรถนะที่ควรพัฒนามีทั้งหมด 9 สมรรถนะ ดังนี้ 1) การปรับตัว ให้สามารถทำงานได้กับทุกวัย 2) ทักษะในการเจรจาต่อรองกับลูกค้า 3) ความรู้กฎหมายเกี่ยวกับลิขสิทธิ์สิทธิบัตรการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล 4) ความรู้นโยบายบริษัทลูกค้า 5) ทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง 6) ความต้องการรู้สิ่งใหม่ๆ 7) ความกระตือรือร้น 8) การทำงานเป็นทีม และ 9) ทักษะการสื่อสาร ซึ่งทำให้การสำรวจความพึงพอใจของสำนักงานบัญชีที่ต่อการฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ตามกรอบคุณวุฒิ 5 ด้าน เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาหลักสูตรเป็นอย่างดี

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 การศึกษาครั้งถัดไป ควรเพิ่มจำนวนปีการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเปรียบเทียบ และใช้เป็นแนวทางเตรียมความพร้อมแก่นักศึกษา ควรเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งก่อนและหลังการ

ฝึกงาน เพื่อทราบถึงการพัฒนาทักษะของนักศึกษาทั้ง ก่อนและหลังฝึกงาน

6.2 ศึกษาปัจจัยอื่นเพิ่มเติมที่ส่งผลต่อการฝึกงาน ของนักศึกษา

6.3 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์ เพื่อวางแผนเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพนักศึกษา

7. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้เกิดขึ้นจากนโยบายของ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ที่ต้องการสนับสนุน ให้ คณาจารย์ในแต่ละคณะได้ดำเนินการทำวิจัย เพื่อให้มี ผลงานการวิจัยอันเป็นการสร้างองค์ความรู้ในทาง วิชาการ รวมทั้งส่วนหนึ่งเพื่อใช้สำหรับการเรียนการสอน และการศึกษาค้นคว้าของนักศึกษาและผู้สนใจ ขอขอบคุณ คณบดีคณะบัญชี คณาจารย์ทุกท่านในคณะ บัญชี สำนักงานบัญชี สถานที่ฝึกปฏิบัติงาน และผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ ข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อการเก็บข้อมูลของข้าพเจ้าเป็นไป ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ขอขอบพระคุณในความ ร่วมมือและความช่วยเหลือใน ทุก ๆ ด้าน

ขอขอบคุณ ผศ.ดร.บังอร เบ็ญจาธิกุล อธิการบดี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ที่ให้ทุนสนับสนุนการทำวิจัย ครั้งนี้ รวมถึงคณาจารย์และนักวิจัยประจำสำนักวิจัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีทุกท่านที่คอยให้ความ ช่วยเหลือจนงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

8. เอกสารอ้างอิง

กัลัญญา เพชรภรณ์. (2563). ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม เชิงพุทธิปัญญา. ค้นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2563, จาก <http://www.eledu.ssru.ac.th> > mod จารุณี อินตะสอน. (2562). **ทัศนคติด้านระบบการฝึก ประสบการณ์วิชาชีพที่ส่งผลต่อความ ประทับใจในการบริการการศึกษา ของ นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย**

ราชภัฏเชียงใหม่. (รายงานวิจัย).เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

ชัยวัฒน์ สุรวิชัย. (2564). การพัฒนาศักยภาพตนเอง เพื่อสามารถทำงานให้ตัวเองและสังคม ดี มี ประโยชน์และคุณค่ามากขึ้น. ค้นเมื่อ 23 มกราคม 2564, จาก <https://siamrath.co.th/n/900>.

พัฒนา พรหมณี, ยุพิน พิทยาวัฒน์ชัย และ จิระศักดิ์ ทัพผา. (2563, มิถุนายน). แนวคิดเกี่ยวกับ ความพึงพอใจ และการสร้างแบบสอบถาม ความพึงพอใจในงาน. **วารสารวิชาการสมาคม สถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)**, 26 (1), 59.

ธาดา ราชกิจ. (2564). ความพึงพอใจของพนักงาน (Employee Satisfaction) สำคัญต่อองค์กร ขนาดไหน. ค้นเมื่อ 23 มกราคม 2564,จาก <https://th.hrnote.asia/personnel-management/190724-employee-satisfaction/>

พิพัฒน์ มีเถื่อน. (2562). **ความพึงพอใจการปฏิบัติงาน ของพนักงาน บริษัท อันนี้ เวลล์ อีเล็คทรอนิค แมธิเรียลส์ (ประเทศไทย) จำกัด.** การค้นคว้า อีสรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกริก.

พรชัย เจตมาจนและคณะ. (2562). การพัฒนา การศึกษาภายใต้กรอบประเทศไทย 4.0 สู่ศตวรรษที่ 21. ค้นเมื่อ 28 ธันวาคม 2563, จาก www.hrnote.asia.

มลิลักษณ์ ธรรมแสง. (2558). การพัฒนาศักยภาพมนุษย์ : แนวคิดเชิงจิตวิทยา. ค้นเมื่อ 23 มกราคม 2564, จาก <https://www.deafthai.org/wp-content/uploads/2018/05/การพัฒนา ศักยภาพมนุษย์.pdf>

ศิริพร ชื่นใจ. (2563). เทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสาร. ค้นเมื่อ 27 มกราคม 2564,

จาก

<https://sites.google.com/site/destinyraisa/home>.

เทคโนโลยีสารสนเทศ,

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศรีหทัย เวลล์ส. (2563, สิงหาคม). ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อสมรรถนะของบัณฑิตสาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพาที่สำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2557-2560. **วารสารการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา**. 28 (2), 212.

สุรมงคล นิ่มจิตต์, อภิสสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์ และ ฉัตรปารี อยู่เย็น. (2560, มกราคม-มิถุนายน). ความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีต่อนักศึกษาโครงการสหกิจศึกษา และนักศึกษาฝึกงานของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. **วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ**, 4(1), 47-61.

สำนักส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพนักศึกษาสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2561). ยุทธศาสตร์การพัฒนานิสิต นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา. ค้นเมื่อ 23 มกราคม 2564, จาก http://old.rmutto.ac.th/rmuttonews/attachment/TR3332_235442.pdf

สำนักงานมาตรฐานการอาชีพและวิชาชีพ. (2564). ค้นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2564, จาก http://bsq2.vec.go.th/document/Furniture_50/furniture_50_5.pdf

อลิศรา เปี่ยมถาวร. (2560). **แนวทางการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของบุคลากรในสายวิชาชีพด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่ปฏิบัติงานในภาคเอกชน กรณีศึกษา บริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศ. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขานโยบายและการบริหาร**

การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษา
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
A Study of Attitude and Behavior of the Financial Transaction Service with Cashless
of Faculty of Management Science, Valaya Alongkorn Rajabhat University
under the Royal Patronage Students

อัจฉราวรรณ สุขเกิด (Ajcharawan Sujkird)¹

อาภา ไสยสมบัติ (Apa Saisombat)²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ 2. เพื่อศึกษาทัศนคติในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จำนวน 1,300 คน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยการแจกแบบสอบถามใช้ในการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) สถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ t-test ค่า One-way ANOVA ผลวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการเช็คยอดเงิน โอนเงิน ชำระค่าสินค้า/บริการ จ่ายค่าสาธารณูปโภคและเติมเงินโทรศัพท์มือถือเพื่อตอบสนองความสะดวกสบายและสามารถใช้จ่ายหรือเติมเงินโทรศัพท์มือถือได้ด้วยตัวเอง 2) ผลการศึกษาทัศนคติในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษา พบว่า การรับรู้ประโยชน์ใช้สอย, การรับรู้ความง่ายในการใช้งานและความตั้งใจที่จะใช้อิทธิพลต่อทัศนคติในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : ธุรกรรมการเงิน ทัศนคติบริการทางการเงิน

¹ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

E-mail : ajcharawan @vru.ac.th

² สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

E-mail : apa@vru.ac.th

Abstract

This research aims to 1) study the behavior of using Cashless financial transactions among students of the Faculty of Management Science, Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage, and 2) investigate the attitudes towards using Cashless transaction services of students of the Faculty of Management Science, Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage. 400 students of the Faculty of Management Science, Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage were selected by convenience sampling to answer the questionnaire. The descriptive statistics, frequency, percentage, mean, and standard deviation) were used for data analysis, while t-test and one-way ANOVA were used for hypothesis testing. The results of the study were as follows: 1) Most of the students used to check balance, transfer money, pay for products and services, pay utility bills and top up mobile phones for convenience 2) Students perceived utility, perceived ease of use and the intention to use was statistically significant at 0.05 level.

Keyword: Financial Transactions, Financial Service Attitude, Cashless

วันที่รับบทความ : 15 มีนาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 14 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

1. บทนำ

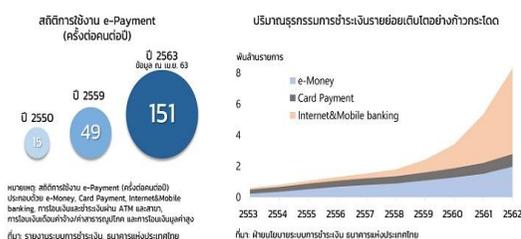
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของผู้คนในยุคดิจิทัล การสื่อสารสมัยใหม่ได้เข้ามาสร้างบทบาทด้านต่าง ๆ ในการดำรงชีวิตทั้งด้าน เศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา และสังคม ความทันสมัยของเทคโนโลยีทำให้ผู้คนสามารถเข้าใช้งานได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ไม่มีข้อจำกัดของพื้นที่ และเวลา สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) นับเป็นการตอบสนองต่อยุคเศรษฐกิจปัจจุบัน (อรรถพ ดวงมณี และต่อตระกูล อุบลวัตร, 2561, หน้า 151) ในปี 2563 คาดว่าประเทศสวีเดนจะเป็นประเทศแรกของโลกที่เข้าสู่สังคมไร้เงินสดโดยสมบูรณ์ โดยจะคงเหลือธุรกรรมเงินสด เพียงร้อยละ 0.50 ของมูลค่าการ

ชำระเงินทั้งหมด ประเทศไทยอยู่ในช่วงเปลี่ยนไปสู่สังคมไร้เงินสด แต่ยังไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างสมบูรณ์ เพราะประชาชนทั่วไปยังคงให้ความสำคัญกับเงินสดในมือมากกว่าการยอมรับตัวเลขบนหน้าจอโทรศัพท์ ประกอบกับยังขาดความพร้อมในบางประการ จึงมีการใช้เงินสดควบคู่ไปด้วย (นันทน์ ลักษณะมีการค้า, 2561, หน้า 15)

สังคมไร้เงินสดได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาสาเหตุสำคัญมาจากระบบการชำระเงินที่พัฒนาขึ้น สามารถช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้จ่ายและลดต้นทุนการทำธุรกรรมทางการเงิน ทำให้ประชาชนใช้เงินสดลดลงซึ่งปรากฏการณ์นี้เกิดขึ้นเช่นเดียวกับหลายประเทศทั่วโลกสำหรับประเทศไทย

ข้อมูลชี้ว่าแม้คนไทยจะนิยมใช้ e-Payments ในการชำระเงินมากขึ้นแต่การใช้เงินสดก็ยังถือเป็นสื่อกลางหลักของการชำระหนี้ สะท้อนจากสัดส่วนเงินสดที่หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ (currency in circulation: CIC) ต่อ GDP ที่ไม่ได้ปรับลดลง แต่ทรงตัวที่ประมาณร้อยละ 9.0 ขณะที่สัดส่วนมูลค่าการใช้ e-Payments ต่อ GDP กลับเพิ่มขึ้นในระยะหลัง จากอัตราการขยายตัวของปริมาณเงินสดหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจที่เติบโตชะลอลงกว่าครั้งเทียบกับช่วงปี 2004-2013 ในทางกลับกันปริมาณการใช้ e-Payments ของคนไทยกลับเร่งขึ้นอย่างก้าวกระโดดในลักษณะ exponential growth ซึ่งเห็นได้ชัดจากความนิยมในการใช้ e-Payments ผ่าน internet-mobile banking (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563, หน้า 2)



ภาพที่ 1 สถิติการใช้งาน e-Payment และปริมาณธุรกรรมชำระรายย่อย

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563, หน้า 1.

จากการศึกษาบริการ e-Payment ประเภทต่าง ๆ ของไทย โครงสร้างพื้นฐานสำหรับการใช้ e-Payment ในแต่ละพื้นที่และวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ e-Payment ของคนไทย โดยเฉพาะการโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ ซึ่งปัจจุบันมีผู้ลงทะเบียนใช้งานกว่า 28.4 ล้านราย หรือประมาณร้อยละ 43 ของคนไทย จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมโอนเงินของคนไทย ภายหลังจากธนาคารพาณิชย์ต่างประกาศลดค่าธรรมเนียมการโอนเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความพร้อมและมีการปรับตัวเพื่อก้าวเข้าสู่สังคม

(กึ่ง) ไร้เงินสดมากขึ้น นอกจากนี้พฤติกรรมในการพกเงินสดติดตัวของประชาชนในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาพบว่า ร้อยละ 59 พกเงินสดติดตัวลดลง พฤติกรรมการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์แทนการใช้เงินสด ซึ่งแนวโน้มการใช้เงินสดจะลดลงอย่างต่อเนื่องแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมของคนไทยเริ่มมีความคุ้นเคยและมั่นใจในระบบการรักษาความปลอดภัยมากขึ้น (ชลิตพันธ์ บุญมีสุวรรณ, 2561, หน้า 244)

นักศึกษาถือว่าเป็นกลุ่มที่ชอบความทันสมัยต่อระบบเทคโนโลยีและมีการเตรียมการตัดสินใจต่อทักษะทางการเงิน เพื่อที่จะสามารถวางแผนทางการเงินให้เกิดประสิทธิภาพ ดังนั้นการส่งเสริมทักษะให้กับนักศึกษาเพื่อสามารถจัดการทางการเงินและวางแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้คณะผู้วิจัยทำการศึกษา พฤติกรรมและทัศนคติของการใช้เงินสดและ Cashless Society ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless และเพื่อศึกษาทัศนคติใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

1.2.2 เพื่อศึกษาทัศนคติในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

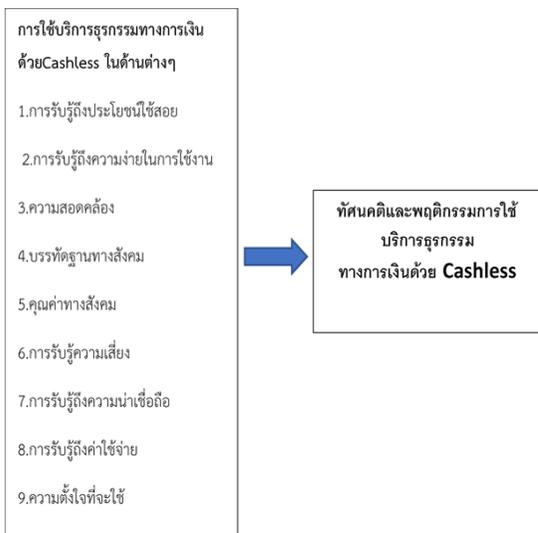
นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ปีการศึกษา 2562

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาคณะ
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ใน
พระบรมราชูปถัมภ์ จำนวน 1,300 คน กลุ่มตัวอย่าง
จำนวน 400 คน (มิถุนายน - สิงหาคม 2563)

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. แนวคิดทฤษฎี

สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) คือ การ
เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้เงินโดยไม่ใช้เงินสดทั้ง
ธนบัตรหรือเหรียญในการแลกเปลี่ยน แต่เน้นไปในการใช้
ระบบ Online Payment หรือการจ่ายเงินออนไลน์,
จ่ายเงินผ่าน QR Code, การโอนเงินผ่านระบบธนาคาร
หรือใช้บัตรเดบิต-เครดิต ในปัจจุบันมีการใช้งานเพิ่มขึ้น
เรื่อย ๆ พฤติกรรมการใช้ e-Payment ในปี 2560 พบว่า
อยู่ในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานบางสาขาอาชีพ ปัจจัย
สำคัญที่กระตุ้นให้หันมาใช้ e-Payment มากขึ้น ส่วน
หนึ่งเกิดจากความกังวลในการสัมผัสเงินสด เพื่อลดความ
เสี่ยงของการแพร่เชื้อผ่านธนบัตร และพฤติกรรมการใช้
ระบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

Schiffman and Kanuk (2007, p. 5)
พฤติกรรมผู้บริโภค คือ พฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกใน
การแสวงหาการซื้อ การใช้ การประเมินผลในผลิตภัณฑ์
และบริการที่คาดหวัง เพื่อทำให้ความต้องการของ
ผู้บริโภคได้รับความพอใจ

Mowen and Minor (1998, p. 5) พฤติกรรม
ผู้บริโภค คือ การศึกษาการซื้อและกระบวนการ
แลกเปลี่ยนที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค สินค้าและบริการ
ใช้ประสบการณ์และความคิดในการตัดสินใจ

การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย
Cashless ถือว่าเป็นแนวคิดสังคมเศรษฐกิจที่ปราศจาก
การใช้เงินสดเป็นตัวขับเคลื่อน โดยใช้เทคโนโลยีเป็น
เครื่องมือในการทำธุรกรรมทางการเงินแทน (ภควินต์,
2561, เว็บไซต์) สอดคล้องกับ ธนพล กองพาลี (2563)
ได้อธิบายถึงสังคมไร้เงินสด ได้รับความนิยมในช่วงหลาย
ปีที่ผ่านมา สาเหตุเกิดจากระบบการชำระเงินที่พัฒนาขึ้น
สามารถอำนวยความสะดวกในการใช้จ่ายและยังสามารถ
ลดต้นทุนการทำธุรกรรมทางการเงิน พฤติกรรมการใช้
ของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นสาเหตุเกิดจาก

1. พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป
2. การลดค่าธรรมเนียมของสถาบันการเงิน
3. นโยบายภาครัฐ
4. ปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการใช้งาน

จากพฤติกรรมดังกล่าวของผู้บริโภคที่ได้อธิบาย
มาสอดคล้องกับงานของ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2560:
ออนไลน์) ที่กล่าวถึงปัจจัยหลักในการผลักดันประเทศไทย
เข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเป็นรูปธรรมคือ การผลักดัน
ของภาครัฐ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและการสื่อสาร
และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เน้นเข้าสู่ระบบออนไลน์มากขึ้น
พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน
ผ่านช่องทางต่าง ๆ และนอกจากนี้ยังสามารถสร้างรายได้
จากระบบการใช้ Facebook หรือ Twitter ที่ส่งผลต่อ
ความรู้สึกการใช้บริการทางบวก

ทัศนคติของผู้บริโภคที่ผ่านมาพบว่า คนไทย
ส่วนใหญ่มีความมั่นใจในระบบการเงินผ่าน E-Payment

มากขึ้นและพฤติกรรมการใช้เงินสดติดตัวที่ผ่านมาลดลง เนื่องมาจากความเชื่อมั่นในระบบการรักษาความปลอดภัยของระบบ ATM ที่สามารถกดเงินสดได้ทันที นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่ม E-Commerce เพิ่มขึ้น (ชลิตพันธ์ บุญมีสุวรรณ, 2561) สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถณพ ดวงมณี และต่อตระกูล อุบลวัตร (2561) พบว่าทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดโดยรวมเป็นเชิงบวก โดยเฉพาะระบบการเงินของประเทศที่มีความทันสมัย การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผลงานวิจัยของ อรรถพร ศักดิ์พรหม และจิรพล สังข์โพธิ์ (2559) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งาน คือ ตัวระบบพร้อมเพย์ และการส่งเสริมจากรัฐบาล

ทัศนคติของการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อใหม่เป็นอย่างมาก สื่อดิจิทัลสมัยใหม่มีบทบาทในการสร้างค่านิยมแก่เยาวชน และเป็นเครื่องมือในการสำรวจและทดลองให้กับกลุ่มเยาวชนเป็นอย่างมาก (ฐิตินันท์ บุญภาพ คอมมอน, 2556)

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จำนวน 1,300 คน (ปีการศึกษา 2562)

3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น 5% หรือ 0.05 ได้ขนาดตัวอย่าง เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ จึงตัดสินใจใช้กลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ จำนวน 400 คน ซึ่งจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเรื่อง การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ที่ทำธุรกรรมทางการเงินด้วยเงินสด กับ Cashless ของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

ส่วนที่ 2 การประเมินทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless

ระดับความคิดเห็น คะแนน

ส่วนที่มากที่สุด	5
ส่วนที่มาก	4
ส่วนที่ปานกลาง	3
ส่วนที่น้อย	2
ส่วนที่น้อยที่สุด	1

จากนั้นนำมาหาระดับคะแนนเฉลี่ย โดยกำหนด ความสำคัญของคะแนนดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

3.4 การตรวจสอบเครื่องมือ

1. การตรวจสอบเนื้อหา ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่จะศึกษา

2. การตรวจสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็ช อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นได้ค่าความเชื่อมั่นของคำถามแต่ละประเด็นและค่าความเชื่อมั่นรวมอยู่ระหว่างค่า 0.7-1.00 นอกจากนี้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นยังได้ผ่านการตรวจสอบเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้ว

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล นำแบบสอบถามที่สำรวจมารวบรวมเพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ วิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ
2. ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. วิเคราะห์เปรียบเทียบค่าระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามโดยใช้ Independent Samples t-test (วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย) ใช้กับตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร และ One-way ANOVA (วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว) ใช้กับตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปรขึ้นไป กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือที่ความเชื่อมั่น 95%

4. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.75 และเพศชาย จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25

พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยเงินสดกับ Cashless ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผูกบัตรเครดิตเข้ากับสมาร์ตโฟนเพื่อความสะดวกและสามารถใช้จ่ายหรือเติมเงินได้ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 23.68 รองลงมาคือ สามารถควบคุมทุกรายการใช้จ่ายเงิน เติมเงินได้ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 19.35 และไม่มีเวลาเดินทางไปธนาคาร การใช้จ่ายเงิน Cashless ผ่านสมาร์ตโฟนทำให้ท่านสะดวกขึ้น คิดเป็นร้อยละ 18.39

พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) อันดับหนึ่ง คือ เช็คยอดเงิน คิดเป็นร้อยละ 99.25 รองลงมาคือ โอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 97.75 เติมเงินโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 95.25 ชำระค่าสินค้า/บริการ คิดเป็นร้อยละ 83.25 จ่ายค่าสาธารณูปโภค คิดเป็นร้อยละ 56.25 และชำระค่าบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 35.75

ทัศนคติการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย CASHLESS ทั้ง 9 ด้าน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.847$) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.974$) เมื่อพิจารณารายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การใช้ Cashless สามารถใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.118$) รองลงมาคือ การใช้ Cashless ใช้งานง่าย ($\bar{x}=4.015$) และการใช้ Cashless มีประโยชน์มากกว่าการจ่ายเงินสด ($\bar{x}=3.978$) ด้านที่รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย (Perceived usefulness) อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.968$) เมื่อพิจารณารายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การใช้ Cashless จะช่วยในการจ่ายเงินรวดเร็วขึ้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.155$) รองลงมาคือ การใช้ Cashless จะทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินง่ายขึ้น ($\bar{x}=4.020$) และการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน จะทำให้สามารถจัดการการเงินได้ดีขึ้น ($\bar{x}=3.990$) และด้านสุดท้ายคือ ด้านความตั้งใจที่จะใช้ (Usage intention) อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.942$) เมื่อพิจารณารายข้อเรียงจาก

มากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ตั้งใจจะใช้ Cashless ในอนาคต อยู่ในระดับมาก (\bar{x} =4.058) รองลงมา คือ มีประสบการณ์ที่ดี ในการใช้บริการ Mobile banking จะแนะนำให้เพื่อนๆ ใช้บริการด้วย (\bar{x} =3.908) และแนะนำให้เพื่อนๆ บริการ Mobile banking (\bar{x} =3.860) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 แสดงความคิดเห็นของนักศึกษาต่อทัศนคติใช้ บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย CASHLESS

ทัศนคติ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การรับรู้ประโยชน์ใช้สอย (Perceived usefulness)			
1.1 ท่านคิดว่าการใช้ Cashless จะช่วยในการจ่ายเงินรวดเร็วขึ้น เช่น ท่านสามารถใช้สมาร์ทโฟน สัมผัสกับเครื่องชำระเงินได้ทันที โดยไม่ต้องหยิบกระเป๋าเงิน เป็นต้น	4.155	0.725	มาก
1.2 ท่านคิดว่าการใช้ Cashless จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจ่ายเงินของท่าน เช่น ท่านสามารถวางแผนการใช้จ่ายประจำเดือนของท่านได้ดีขึ้น	3.720	0.772	มาก
1.3 ท่านคิดว่าการใช้ Cashless จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจ่ายเงินของท่าน เช่น Cashless ทำให้ท่านไม่ต้องถือบัตรเครดิตจำนวนมาก	3.955	0.744	มาก
1.4 ท่านคิดว่าการใช้ Cashless จะทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินของท่านง่ายขึ้น	4.020	0.755	มาก
1.5 การใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน จะทำให้ท่านสามารถจัดการการเงินของท่านได้ดีขึ้น	3.990	0.791	มาก
2. การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use)			
2.1 ท่านคิดว่าการใช้ Cashless ใช้งานง่าย เช่น ท่านสามารถจ่ายเงินผ่านสมาร์ทโฟนของท่านได้	4.015	0.724	มาก
2.2 ท่านคิดว่า ในสถานที่ต่างๆ มีการเริ่มใช้ Cashless มากขึ้น	3.818	0.905	มาก

ทัศนคติ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
เช่น ห้างสรรพสินค้าหรือร้านสะดวกซื้อ			
2.3 ท่านคิดว่าการใช้บริการ Mobile banking เป็นเรื่องง่าย	3.940	0.756	มาก
2.4 ท่านคิดว่าการใช้ Cashless สามารถใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลา	4.118	0.777	มาก
2.5 ท่านคิดว่า การใช้ Cashless มีประโยชน์มากกว่าการจ่ายเงินสด	3.978	0.779	มาก
3. ความสอดคล้อง (compatibility)			
3.1 Cashless น่าจะเข้ากับรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันทุกด้านของท่าน	3.720	0.739	มาก
3.2 Cashless น่าจะเข้ากับสภาพสังคมในปัจจุบันของท่าน	3.823	0.701	มาก
3.3 Cashless น่าจะเหมาะกับการจับจ่ายซื้อของของท่าน เช่น การซื้อของออนไลน์	3.896	0.784	มาก
3.4 ท่านคิดว่า Cashless น่าจะเหมาะกับการใช้จ่ายในการเดินทางของท่าน เช่น การขึ้นรถไฟฟ้า	3.678	0.910	มาก
4. บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective norm)			
4.1 บุคคลในครอบครัวน่าจะแนะนำให้ท่านใช้ Cashless	3.708	1.112	มาก
4.2 เพื่อนสนิทน่าจะ สนับสนุนให้ท่านใช้ Cashless	3.763	0.944	มาก
4.3 เพื่อนร่วมงาน น่าจะสนับสนุนให้ท่านใช้ Cashless	3.723	0.925	มาก
4.4 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่าน น่าจะ แนะนำให้ท่านใช้ Cashless	3.663	0.891	มาก
5. คุณค่าทางสังคม (Social value)			
5.1 การใช้ Cashless น่าจะทำให้ท่านรู้สึกเป็นที่ยอมรับในหมู่เพื่อน	3.618	0.884	มาก
5.2 การใช้ Cashless น่าจะทำให้ มุมมอง ของ ท่าน ต่อ บุคคลภายนอกเปลี่ยนแปลงไป เช่น ทำให้เพื่อนของท่าน มองภาพลักษณ์ของท่านดีขึ้น	3.650	0.896	มาก
5.3 การใช้ Cashless น่าจะสร้างความประทับใจให้กับคนอื่นที่พบเห็น	3.716	0.899	มาก

ทัศนคติ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
5.4 การใช้ Cashless น่าจะทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับในสังคม	3.716	0.934	มาก
6. การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived risk)			
6.1 ท่านคิดว่าการใช้เงิน Cashless มีความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงิน	3.830	0.782	มาก
6.2 ท่านคิดว่ามีโอกาสที่จะถูกโจรกรรมข้อมูลหรือการเงินเมื่อมีการใช้ Cashless	3.709	0.792	มาก
6.3 หากการเชื่อมต่อสัญญาณขาดหายไป ขณะที่ท่านกำลังใช้ Cashless อาจทำให้ข้อมูลหรือเงินของท่านสูญหายไปด้วย	3.798	0.826	มาก
6.4 ท่านกลัวว่า หากท่านกดข้อมูลผิดพลาด ในขณะที่ท่านใช้ Cashless อาจทำให้ท่านเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้นหรืออาจสูญเสียเงินได้	3.815	0.807	มาก
7. การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (Perceived trust)			
7.1 ท่านเชื่อว่าผู้ให้บริการ Mobile banking จะมีความซื่อสัตย์	3.908	0.845	มาก
7.2 ท่านเชื่อว่าผู้ให้บริการ Mobile banking จะมีการเตรียมระบบที่มีความปลอดภัยสูง	4.045	0.706	มาก
7.3 ท่านเชื่อว่าผู้ให้บริการ Mobile banking จะไม่เอาแต่ผลประโยชน์จากท่าน	3.763	0.825	มาก
7.4 ท่านเชื่อว่าผู้ให้บริการ Mobile banking จะมีความรับผิดชอบ เช่น การรับผิดชอบค่าเสียหายในกรณีเกิดเหตุผิดพลาดจากระบบการให้บริการ	3.840	0.872	มาก
8. การรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย (Perceived cost)			
8.1 การทำธุรกรรมผ่าน Cashless ควรมีความคุ้มค่าหรือไม่เสียค่าใช้จ่าย	3.888	0.851	มาก
8.2 ค่าติดต่อเพื่อเข้าถึงการใช้งาน Mobile banking ควรมีความคุ้มค่าหรือไม่เสียค่าใช้จ่ายเลย	3.898	0.912	มาก

ทัศนคติ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
8.3 โดยรวม ท่านเชื่อว่า ค่าธรรมเนียมในการใช้ Cashless จะทำให้ท่านเสียเงินน้อยลงหรือไม่เสียเลย	3.893	0.810	มาก
8.4 ท่านคิดว่าการใช้ Cashless ควรจะมีค่าธรรมเนียมน้อยกว่าหรือไม่เสีย เมื่อเทียบกับการทำธุรกรรมด้วยเงินสด	3.903	0.847	มาก
9. ความตั้งใจที่จะใช้ (Usage intention)			
9.1 ท่านตั้งใจจะใช้ Cashless ในอนาคต	4.058	0.703	มาก
9.2 ท่านจะแนะนำให้เพื่อนๆ ของท่านใช้บริการ Mobile banking	3.860	0.800	มาก
9.3 ถ้าท่านมีประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการ Mobile banking ท่านจะแนะนำให้เพื่อนๆ ของท่าน ใช้บริการด้วย	3.908	0.865	มาก
รวม	3.847	0.797	มาก

ทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วยเงินสดกับ cashless ในด้านต่าง ๆ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ใช้สอย ความตั้งใจที่จะใช้ การรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ การรับรู้ความเสี่ยง ความสอดคล้อง บรรทัดฐานทางสังคม และคุณค่าทางสังคม ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบเพศที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติการทำธุรกรรมทางการเงินด้วย CASHLESS ทั้ง 9 ด้าน พบว่า เพศชายมีทัศนคติด้านความสอดคล้อง (compatibility) มากกว่าด้านอื่นคือ การใช้ Cashless น่าจะเหมาะกับการจับจ่ายซื้อ เช่น การซื้อของออนไลน์ มากกว่าเพศหญิง ในขณะที่เพศหญิงมีทัศนคติด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย (Perceived usefulness) มากกว่าด้านอื่นคือ การใช้ Cashless จะช่วยในการจ่ายเงินรวดเร็วขึ้น เช่น สามารถใช้สมาร์ตโฟนสัมผัสกับเครื่องชำระเงินได้ทันทีโดยไม่ต้องหยิบกระเป๋าสตางค์ เป็นต้น ทัศนคติใน

ด้านที่น้อยที่สุดคือ คุณค่าทางสังคม (Social value) การใช้ Cashless น่าจะทำให้ท่านรู้สึกเป็นที่ยอมรับในหมู่เพื่อนเพศชายมีทัศนคติด้านนี้น้อยที่สุดและน้อยกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติการทำธุรกรรมทางการเงินด้วย CASHLESS จำแนกตามเพศ

ทัศนคติ	ชาย		หญิง		t-test	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. การรับรู้ประโยชน์ใช้สอย (Perceived usefulness)						
การใช้ Cashless จะช่วยในการจ่ายเงินรวดเร็วขึ้น เช่น ท่านสามารถใช้สมาร์ทโฟนสัมผัสกับเครื่องชำระเงินได้ทันทีโดยไม่ต้องหยิบกระเป๋าสตางค์	4.105	0.616	4.173	0.760	-0.909	0.364
การใช้ Cashless จะทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินของท่านง่ายขึ้น	3.943	0.893	4.047	0.697	-1.084	0.280
2. การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use)						
การใช้ Cashless ใช้งานง่าย เช่น ท่านสามารถจ่ายเงินผ่านสมาร์ทโฟนของท่านได้	4.162	0.779	3.963	0.719	2.429	0.016*
การใช้ Cashless สามารถใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลา	4.143	0.774	4.108	0.778	0.389	0.698
3. ความสอดคล้อง (compatibility)						
Cashless น่าจะเหมาะกับการจับจ่ายซื้อของของท่าน เช่น การซื้อของออนไลน์	4.210	0.836	3.783	0.732	4.614	0.000*
Cashless น่าจะเข้ากับสภาพสังคมในปัจจุบันของท่าน	3.952	0.623	3.776	0.721	2.375	0.018*
4. บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective norm)						
เพื่อนสนิทน่าจะ สนับสนุนให้ท่านใช้ Cashless	3.733	1.017	3.773	0.916	-0.350	0.727
เพื่อนร่วมงานน่าจะ สนับสนุนให้ท่านใช้ Cashless	3.562	0.915	3.780	0.921	-2.082	0.039*
5.คุณค่าทางสังคม (Social value)						
การใช้ Cashless น่าจะทำให้ท่านรู้สึกเป็นที่ยอมรับในหมู่เพื่อน	3.410	1.101	3.692	0.778	-2.407	0.017*
การใช้ Cashless น่าจะสร้างความประทับใจให้กับคนอื่นที่พบเห็น	3.429	0.945	3.820	0.859	-3.720	0.000*
การใช้ Cashless น่าจะทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับในสังคม	3.543	1.187	3.780	0.817	-1.882	0.062*
6. การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived risk)						
ท่านคิดว่ามีโอกาสที่จะถูกโจรกรรมข้อมูลหรือการเงิน เมื่อมีการใช้ Cashless	3.790	0.847	3.675	0.770	1.227	0.221
หากการเชื่อมต่อสัญญาณขาดหายไป ขณะที่ท่านกำลังใช้ Cashless อาจทำให้ข้อมูลหรือเงินของท่านสูญหายไป	3.552	0.915	3.885	0.773	-3.310	0.001*
7. การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (Perceived trust)						
ท่านเชื่อว่าผู้ให้บริการ Mobile banking จะมีการเตรียมระบบที่มีความปลอดภัยสูง	4.067	0.666	4.037	0.714	0.379	0.705
เชื่อว่าผู้ให้บริการ Mobile banking จะมีความรับผิดชอบ เช่น การรับผิดชอบต่อค่าเสียหายในกรณีเกิดเหตุผิดพลาดจากระบบการให้บริการ	3.600	0.879	3.925	0.791	-3.328	0.001*

8. การรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย (Perceived cost)						
ค่าติดต่อนี้เพื่อเข้าถึงการใช้งาน Mobile banking ควรมีความธรรมเนียม น้อยหรือไม่เสียค่าใช้จ่ายเลย	4.048	0.773	3.844	0.951	2.167	0.031*
ท่านคิดว่าการใช้ Cashless ควรจะมีค่าธรรมเนียมน้อยกว่าหรือไม่มี เลย เมื่อเทียบกับการทำธุรกรรมด้วยเงินสด	3.676	0.889	3.983	0.817	-3.089	0.002*
9. ความตั้งใจที่จะใช้ (Usage intention)						
ท่านตั้งใจจะใช้ Cashless ในอนาคต	4.133	0.705	4.031	0.700	1.281	0.202
ท่านจะแนะนำให้เพื่อนๆของท่านใช้บริการ Mobile banking	3.686	0.772	3.922	0.801	-2.656	0.009*

5. อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาเรื่องการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ มีประเด็นที่น่าสนใจมีดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการเช็คยอดเงิน โอนเงิน ชำระค่าสินค้า/บริการ จ่ายค่าสาธารณูปโภคและเติมเงินโทรศัพท์มือถือ เพื่อตอบสนองความสะดวกสบายและสามารถใช้จ่ายหรือเติมเงินโทรศัพท์มือถือได้ด้วยตัวเอง สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค Schiffman and Kanuk (2007) ที่แสดงออกในพฤติกรรมการซื้อ การใช้ และบริการที่คาดหวัง เพื่อให้ความต้องการของผู้บริโภคได้รับความพอใจในเรื่องของความสะดวก ความทันสมัย ในการใช้ธุรกรรมทางการเงิน นอกจากนี้สอดคล้องกับงานวิจัย ชลิตพันธ์ บุญมีสุวรรณ (2561) ผลการวิจัย พบว่า จากการเปลี่ยนมาเป็นสังคมไร้เงินสดจะส่งผลให้พฤติกรรมการบริโภคของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป การซื้อสินค้าจะนิยมการสั่งซื้อผ่านเครือข่ายออนไลน์มากขึ้น ผู้บริโภคจะมีความต้องการความสะดวกรวดเร็ว ความทันสมัย ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจจะต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง โดยระบบคิวอาร์โค้ดจะกลายมาเป็นส่วนสำคัญในระบบ

การเงิน รวมถึงผู้บริโภคจะต้องระมัดระวัง การใช้จ่ายให้พอดีกับรายได้ที่ได้รับมา ดังนั้นความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจะช่วยให้ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถเตรียมพร้อมรับกับผลที่จะเกิดขึ้นตามมาในอนาคตได้อีก และสอดคล้องกับ นันทน์ ลักขมมีการค้า (2561) ที่ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชากร พบว่า ความตั้งใจใช้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด เนื่องจาก การเปลี่ยนแปลงจากการใช้เงินสด มาใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ใช้บริการคาดหวังในเรื่องประสิทธิภาพ ว่าต้องมีความสะดวกในการใช้งาน และช่วยให้การชำระค่าสินค้าและบริการรวดเร็วขึ้น สอดคล้องกับงานของ Fuksa (2013) ที่ศึกษาปัจจัยสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก (FC) การสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีและความเคยชิน (HA) มีผลต่อความยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด

2. ผลการศึกษาทัศนคติในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ พบว่า การรับรู้ประโยชน์ใช้สอย, การรับรู้ความง่ายในการใช้งานและความตั้งใจที่จะใช้อิทธิพลต่อทัศนคติในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless สอดคล้องกับ กฤตโสภา ทิพย์ปัญญาวงศ์ (2559) ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ทัศนคติในการใช้งาน e-Money บนโทรศัพท์มือถือส่งผลกระทบต่อการใช้งาน

จริงและความตั้งใจที่จะใช้งานในอนาคต ในขณะที่ปัจจัยด้านความน่าดึงดูดของทางเลือกอื่น การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้สิทธิประโยชน์ของทางเลือกอื่น การรับรู้ต้นทุนในการเปลี่ยนแปลง ภาพลักษณ์ทางสังคม ผลกระทบภายนอกเครือข่ายทางอ้อม ผลกระทบภายนอกจากเครือข่ายทางตรง ความปลอดภัยและความไว้วางใจ ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการใช้งาน e-Money บนโทรศัพท์มือถือซึ่งสอดคล้องกับงานของ Bauer (1967) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่อง Consumer Behavior as Risk Taking พบว่า การรับรู้ความเสี่ยง (Perceive Risk) เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความรู้สึกไม่แน่นอนของผู้บริโภคกับเทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกเชิงลบต่อการยอมรับเทคโนโลยี

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ด้านคุณค่าทางสังคมต่ำกว่าด้านอื่นๆ ดังนั้นรัฐบาลและภาคเอกชนควรมีการร่วมมือกันวางแผนการสร้างคุณค่าทางสังคมของทัศนคติในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ในเชิงบวก เพื่อให้ประเทศไทยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านสังคมเศรษฐกิจและมีความก้าวหน้าทางด้านการเงินให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในอนาคตต่อไป

6.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้การศึกษารั้งต่อไปมีความสมบูรณ์ครบถ้วนมากขึ้น ผู้วิจัยได้เสนอแนะแนวทางสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเฉพาะตัวแปรบางส่วน ซึ่งยังมีตัวแปรอื่นๆ ที่สามารถศึกษาได้ เพื่อให้ข้อมูลที่ได้รับความสมบูรณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ในการศึกษาเพิ่มขึ้น

2. ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังนักศึกษาคนอื่น ๆ เพื่อให้ทราบความแตกต่างของผู้ใช้บริการแต่ละพื้นที่ ศึกษาต่อว่าเหตุใดจึงมีความแตกต่างและเป็นประโยชน์ในการศึกษามากยิ่งขึ้น

3. ควรทำการวิจัยเฉพาะเจาะจงในแต่ละเครื่องมือการชำระเงิน เช่น บัตรเครดิต การชำระค่าบริการผ่าน Application และบัตรเดบิต ของธนาคาร หรือการชำระเงินผ่านระบบเครือข่ายของภาคเอกชน เป็นต้น

7. เอกสารอ้างอิง

- กฤตโสภาค ทิพย์ปัญญาวงศ์. (2559). การศึกษาปัญหาและแรงจูงใจในการใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ผ่านโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารการตลาด, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชลิตพันธ์ บุญมีสุวรรณ. (2561, กรกฎาคม - ธันวาคม). สังคมไร้เงินสด. วารสารธุรกิจปริทัศน์, 10(2), 235-248.
- ธนพล กองพาลี. (2563). มุ่งสู่เศรษฐกิจไร้เงินสด: พฤติกรรมผู้บริโภคและโอกาสของธุรกิจไทย ช่วงโควิด 19. สืบค้น 15 มิถุนายน 2563, จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_21Jul2020.aspx.
- ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน. (2556). บทบาทสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). สังคมไทย (กำลัง) ไร้เงินสด. สืบค้น 5 มิถุนายน 2563, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPo>

licity/ArticleAndResearch/Pages/FAQ169.aspx.

นันทน์ ลักษณะการค้า. (2561). **ปัจจัยการยอมรับ**

เทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของ

ประชากร เจเนอเรชัน เอ็กซ์ ขึ้นไป :

กรณีศึกษาจังหวัดกรุงเทพมหานคร. การ

ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา

การบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภควันต์. (2561). อนาคตโลกกับ “สังคมไร้เงินสด” สู่การ

ปรับตัวครั้งใหญ่ของเหล่าธนาคารพาณิชย์. ค้น

เมื่อ 15 มิถุนายน 2563, จาก

[https://nextempire.co/stories/next-](https://nextempire.co/stories/next-business/)

[business/](https://nextempire.co/stories/next-business/).

ฤทธิชัย วานิชย์หามัน. (2559). **Cashless Society กับ**

ประเทศไทย. ศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษา

สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์.กรุงเทพฯ:

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). ระบบชำระเงินดิจิทัล ตัว

ช่วยSMEทำเงิน. ค้นเมื่อ 28 มกราคม 2563,

จาก <http://bit.ly/2vqk7xE>.

อรรณพ ดวงมณี และต่อตระกูล อุบลวัตร. (2561,

มกราคม - มิถุนายน). พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่

และทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของ

ประชาชนในกรุงเทพมหานคร. **นิเทศสยาม**

ปริทัศน์, 17 (22), 150-153.

อรชพร ศักดิ์พรหม และจิรพล สังข์โพธิ์. (2559). **ปัจจัยที่**

ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบพร้อม

เพย์ (Prompt Pay) ของประชากรในเขต

กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Bauer, R. (1967). **Consumer Behavior as Risk**

Taking. Massachusetts: Harvard

University.

Chang, I. C, Hwang, H. G., Hung, W. F. and Li, Y.

C. (2007). Physicians' acceptance of

pharmacokinetics-based clinical

decision support systems. **Expert**

systems with applications, 33(2), 296-

303.

Fuksa, M. (2013). Mobile technologies and

services development impact on

Mobile Internet usage in Latvia.

Procedia Computer Science, 41-50.

Mowen, J. C. and Minor, M. (1998). **Consumer**

behavior (5th ed). New Jersey:

Prentice-Hall.

Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. (2007).

Consumer behavior (9th ed). New

Jersey: Prentice – Hall.

กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชน
ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Tourism Development Strategies Based on Community Resources in Krachaeng
Subdistrict, Bang Sai District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

กานต์มณี ไวยครุฑ (Kanmanee Waiyakrud)¹

ธีรพงษ์ น้อยบุญญา (Teerapong Noiboonya)²

พัชราภรณ์ จันทรฆาฏ (Patcharaporn Jantarakast)³

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชน ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชน ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อเสนอแนวทางการนำกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชน ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไปใช้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลกลุ่มประกอบด้วยได้แก่ ผู้นำชุมชน จำนวน 4 คน ตัวแทนองค์การบริหารส่วนตำบลจำนวน 1 คน ตัวแทนเกษตรอำเภอบางไทร จำนวน 1 คน ตัวแทนพัฒนาชุมชน จำนวน 1 คน ประชาชนจำนวน 3 คน ผู้ประกอบการจำนวน 2 คน และนักวิชาการจำนวน 3 คน รวมจำนวน 15 คน โดยกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชน ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการทำ SWOT Matrix สามารถสรุปกลยุทธ์ที่จะนำไปพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 7 กลยุทธ์ ดังนี้ กลยุทธ์เชิงรุก 1) จัดตั้งฐานเรียนรู้และศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาชุมชน 2) ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับรองมาตรฐานจากหน่วยงานภาครัฐ 3) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนและประชาสัมพันธ์ของดีชุมชนกระแซง กลยุทธ์แก้ไข 1) จัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยว 2) ฝึกอบรมความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนและอบรมนักสื่อความหมายในชุมชน กลยุทธ์เชิงป้องกัน สร้างเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน กลยุทธ์เชิงรับ จัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะเพิ่ม 2 กลยุทธ์ คือ การฝึกให้ชุมชนเขียนขอทุนสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐและเอกชน และการคัดกรองนักท่องเที่ยวเพื่อป้องกันโรคระบาด Covid2019 หลังจากนั้นจึงนำเสนอชุมชน

คำสำคัญ : กลยุทธ์ การพัฒนาการท่องเที่ยว บนฐานทรัพยากรชุมชน ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาศึกษาทั่วไป งานวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

E-mail : kanmanee@vru.ac.th

² อาจารย์ สาขาวิชาศึกษาทั่วไป งานวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

E-mail : Teerapong@vru.ac.th

³ อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการบริการและการโรงแรม วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

ในพระบรมราชูปถัมภ์ E-mail : patcharaporn.jan@vru.ac.th

Abstract

The study is entitled as Tourism Development Strategies Based on Community Resources in Krachaeng Subdistrict, Bang Sai District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The objectives of this study are as follows: 1) to create tourism development strategies based on community resources in Krachaeng Sub-District, Bang Sai District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, and 2) to propose a guideline to implement strategies in Krachaeng Sub-District, Bang Sai District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. This study is a qualitative research which conducted with 15 people: 4 community leaders, 1 representative sub-district administration organization, 1 Bang Sai district agricultural representative, 1 community development representative, 3 people representative, 2 entrepreneurs and 3 academics by the method of the Workshop. The results found that tourism development strategies based on community resources, Krachaeng Sub-District, Bang Sai District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province from SWOT Matrix were able to summarize the strategies that it will be used to develop tourism in Krachaeng Sub-District, Bang Sai District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province with 7 strategies as follows. First, The Proactive Strategy that consists of 3 strategies: 1) Establishing a learning base and a learning center for community wisdom, 2) Promoting community products to be certified by government agencies, and 3) Publicize community tourism and the Krachaeng community. Second, The Revision Strategy that consists of 2 strategies: 1) Establishing a community enterprise in tourism, and 2) Training in community tourism management knowledge and training of communicators in the community. Next 2 strategies are, Defense strategy: to build networks in both the public and private sectors, and Passive strategies: to formulate a community-based tourism development plan. In addition, the experts suggested two additional strategies: 1) training the community to write for funding from various agencies; both public and private, and 2) screening tourists to prevent epidemic COVID-19. Then all data will be presented to the community.

Keyword: Strategies, Tourism Development, On Community Resources, Krachaeng Subdistrict Bang Sai District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

วันที่รับบทความ : 15 มีนาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 18 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนเพราะการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังคงต้องอาศัยฐานทรัพยากรต่างๆของชุมชนในการขับเคลื่อนเป็นหลักดังนั้นจะเห็นได้จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 ภายใต้วิสัยทัศน์ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทยเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืนรวมถึงการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกระแสหลักสู่การท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ทุกภาคส่วน (สุเทพ เกื้อสังข์ และคณะ 2559) ดังนั้น การเตรียมความพร้อมเพื่อให้ชุมชนมีแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวจากฐานทรัพยากรที่มีอย่างมีอัตลักษณ์ และเกิดความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชนตนเอง จนนำไปสู่การเกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมาก

จากการลงสำรวจพื้นที่ของผู้วิจัย ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นตำบลหนึ่งที่ชุมชนมีความต้องการที่จะพัฒนาให้เป็นชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชน เนื่องด้วยชุมชนเป็นชุมชนเกษตรกรรมและมีภูมิปัญญาต่างๆ เช่น การทำนา การทำปุ๋ยชีวภาพ การปลูกเมล่อน การปลูกหม่อนเบอริ่งงานจักสานทุกประเภท การทำขนมไทย กระจายสารทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง การเลี้ยงปลาสวยงาม นอกจากนั้นแล้วชุมชนมีลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชนเนื่องจากชุมชนมีเส้นทางเดินทางที่สะดวก และติดแม่น้ำน้อย มีคลองน้ำในหมู่บ้าน ทัดนียบภายในหมู่บ้านร่มรื่น และมีสมาชิกในชุมชนหลายหลังคาเรือนพยายามที่จะพัฒนาบ้านของตนเองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนั้นแล้วในอดีตเคยมีหน่วยงานภาครัฐมาให้การสนับสนุน เช่น

โครงการนวัตวิถี แต่ไม่สามารถพัฒนาให้มีความยั่งยืนได้ เป็นเพราะสมาชิกในชุมชนยังไม่เข้าใจกับการจัดการการท่องเที่ยวและไม่มีกำหนดกลยุทธ์หรือมีการวิเคราะห์ชุมชนร่วมกัน จึงส่งผลให้ชุมชนไม่เข้าใจและไม่สามารถพัฒนาต่อไปได้ ดังนั้นการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงควรต้องมีการวิเคราะห์และนำองค์ความรู้ต่างๆเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการเพื่อให้ชุมชนสามารถจัดการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจได้ศึกษากลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชนตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยทำการศึกษาในกลุ่มชุมชนท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตซึ่งถือได้ว่าเป็นชุมชนที่เคยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสัมผัสวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นอย่างแท้จริง ผู้วิจัยหวังว่ากลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชนในครั้งนี้จะ เป็นประโยชน์กับชุมชนเพื่อการพึ่งพาตนเองและความยั่งยืนในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษากลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชน ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.2.2 เพื่อเสนอแนวทางการนำกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชนตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไปใช้

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1) ศึกษากลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชน ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2) เสนอแนวทางการนำกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชน ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไปใช้

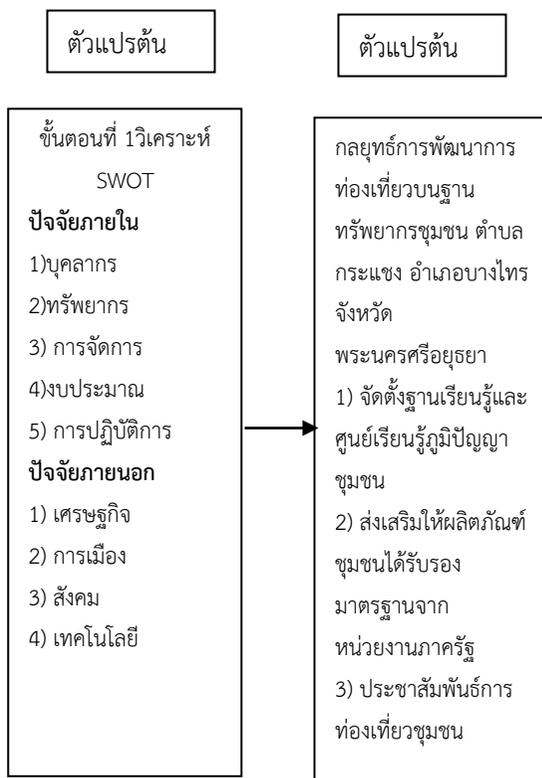
3) ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

3.1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ ประกอบด้วยได้แก่ ผู้นำชุมชน จำนวน 4 คน ตัวแทนองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 1 คน ตัวแทนเกษตรอำเภอบางไทร จำนวน 1 คน ตัวแทนพัฒนาชุมชน จำนวน 1 คน ประชาชนจำนวน 3 คน ผู้ประกอบการจำนวน 2 คน และนักวิชาการจำนวน 3 คน รวมจำนวน 15 คน โดยกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)

3.2) ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน โดยกระบวนการประเมินกลยุทธ์

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวความคิดในการวิจัยนำกระบวนการการวิเคราะห์ SWOT Analysis มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยนำหลักการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกของ Wheelen and Hunger (2008, p. 12); Pearce and Robinson (2009, p. 94) และ ซึ่งสามารถจำแนกประเด็นในการวิเคราะห์ได้ 4 ด้าน คือ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) การเมืองกฎหมาย 3) สังคมและวัฒนธรรม 4) เทคโนโลยี และหลักวิเคราะห์ปัจจัยภายใน PRIMO – F ของ เอกชัย บุญยาธิษฐาน (2553, หน้า 79 -81) และ 7 – S ซึ่งสามารถจำแนกประเด็นในการวิเคราะห์ได้ 5 ด้าน 1) บุคลากร 2) ทรัพยากร 3) การจัดการ และ 4) งบประมาณและ 5)การปฏิบัติการ หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มากำหนดกลยุทธ์ โดยจัดทำในรูปแบบ SWOT Matrix สามารถกำหนดกลยุทธ์ได้ 4 ทางเลือก ประกอบด้วย กลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงแก้ไข กลยุทธ์เชิงป้องกันและกลยุทธ์เชิงรับ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชน ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” รูปแบบการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัยจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 เป็นการนำข้อมูลพื้นฐานของชุมชนมาใช้ในการวิเคราะห์ SWOT Analysis และจัดทำ SWOT Matrix เพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชน ให้เป็น โดยวิธีการ ประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)

ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย ได้แก่ ผู้นำชุมชน จำนวน 4 คน ตัวแทนองค์การบริหารส่วนตำบลจำนวน 1 คน ตัวแทนเกษตรอำเภอบางไทร จำนวน 1 คน ตัวแทนพัฒนาชุมชน จำนวน 1 คน ประชาชนจำนวน 3 คน

ผู้ประกอบการจำนวน 2 คน และนักวิชาการจำนวน 3 คน รวมจำนวน 15 คน

ใช้เครื่องมือการประชุมเชิงปฏิบัติ (Workshop)

1) ดำเนินการวิเคราะห์ SWOT Analysis 2) ผู้เข้าประชุม นำผลที่ได้มาจัดทำ SWOT Analysis มาจัดทำเป็น SWOT Matrix และสร้างกลยุทธ์ และ 3) คณะผู้วิจัยนำผลการประชุมเชิงปฏิบัติการมาสรุปผล

การวิเคราะห์ โดยใช้ตาราง SWOT Analysis รวบรวมประเด็นสำคัญของข้อมูลที่ผู้ร่วมสนทนาได้นำเสนอ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส อุปสรรค หลังจากนั้นผู้เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการทำ SWOT Matrix ด้วยวิธีการพรรณนา

ขั้นตอนที่ 2 เป็นการนำกลยุทธ์ที่ได้ ในขั้นตอนที่ 1 เสนอผู้ทรงคุณวุฒิ รวมจำนวน 5 คน ประเมินกลยุทธ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. โดยติดต่อประสานงานกับผู้ทรงคุณวุฒิ
2. นำกลยุทธ์ที่ได้เสนอผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ปรับแก้จาก

ผู้ทรงคุณวุฒิและข้อเสนอแนะมา

บรรยายเชิงพรรณนาและนำผลของการวิจัยส่งมอบให้กับชุมชน

3. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชน ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สร้างกลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชน ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัย พบว่า ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ SWOT Analysis ด้านการท่องเที่ยวของชุมชน ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัด

พระนครศรีอยุธยา ในด้านจุดแข็ง พบว่า 1) ชุมชนมีภูมิปัญญาด้านอาชีพเกษตรกร 2) ชุมชนมีภูมิปัญญาด้านการทำขนมไทย อาหารไทย 3) ชุมชนมีภูมิปัญญาด้านการจักสาน 4) ชุมชนมีโฮมสเตย์ในชุมชน 5) ชุมชนมีความสามัคคี 6) ชุมชนมีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเช่นข้าวกล้วย ในด้านจุดอ่อน พบว่า 1) ชุมชนไม่มีการรวมตัวกันในการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2) ชุมชนขาดความรู้ในการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน 3) ชุมชนไม่มีนักท่องเที่ยวในชุมชน 4) ชุมชนไม่มีเงินทุนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในด้านอุปสรรค พบว่า 1) ขาดการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาครัฐ 2) ขาดการส่งเสริมอย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานภาครัฐ 3) ภาวะโรคระบาด Covid2019 4) ชุมชนไม่มีภาคีเครือข่าย ในด้านโอกาส พบว่า 1) ชุมชนมีภูมิศาสตร์ที่สวยงามติดแม่น้ำน้อย และมีแหล่งน้ำตลอดทั้งปี 2) การคมนาคมสะดวกสบาย 3) อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหลักของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 4) ได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากหน่วยงานสลากรีนแบ่งรัฐบาล

ขั้นตอนที่ 2 พบว่า หลังจากนั้นผู้ร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการนำข้อมูลร่วมกันวิเคราะห์ SWOT Analysis มาทำการวิเคราะห์ SWOT Matrix เพื่อสร้างกลยุทธ์ในลำดับต่อไปและผลของการจัดทำ SWOT Matrix สรุปได้ดังนี้ ดังภาพที่ 1

ตารางที่ 1 ภาพ SWOT Matrix ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

<p>ปัจจัยภายใน</p> <p>ปัจจัยภายนอก</p>	<p>จุดแข็งขององค์กร (S)</p> <p>S1 ชุมชนมีภูมิปัญญาด้านอาชีพเกษตรกรรม</p> <p>S2 ชุมชนมีภูมิปัญญาด้านการทำขนมไทยอาหารไทย</p> <p>S3 ชุมชนมีภูมิปัญญาด้านการจักสาน</p> <p>S4 ชุมชนมีโฮมสเตย์ในชุมชน</p> <p>S5 ชุมชนมีความสามัคคี</p> <p>S6 ชุมชนมีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเช่น ข้าว กล้าย</p>	<p>จุดอ่อน (W)</p> <p>W1 ชุมชนไม่มีการรวมตัวกันในการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน</p> <p>W2 ชุมชนขาดความรู้ในการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน</p> <p>W3 ชุมชนไม่มีนักสื่อความหมายในชุมชน</p> <p>W4 ชุมชนไม่มีเงินทุนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว</p> <p>W5 ไม่มีแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน</p>
<p>โอกาสขององค์กร (O)</p> <p>O1 ชุมชนมีภูมิศาสตร์ที่สวยงามติดแม่น้ำน้อย และมีแหล่งน้ำตลอดทั้งปี</p> <p>O2 การคมนาคมสะดวกสบาย อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหลักของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา</p> <p>O3 ได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากหน่วยงานสลากกินแบ่งรัฐบาลและหน่วยงานรัฐบาล</p>	<p>กลยุทธ์เชิงรุก SO</p> <p>S1,S2,S3,S4,S5,S6 O4</p> <p>-จัดตั้งเป็นฐานเรียนรู้และศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาชุมชน</p> <p>-ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับรองมาตรฐานจากหน่วยงานภาครัฐ</p> <p>S1,S2,S3,S4,S5,S6 O1,O2,O3,O4</p> <p>-ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนและประชาสัมพันธ์ของดีบ้านกระแซง</p>	<p>กลยุทธ์เชิงแก้ไข WO</p> <p>W1O4</p> <p>- จัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยว</p> <p>W2W3 O4</p> <p>- ฝึกอบรมความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนและอบรมนักสื่อความหมายในชุมชน</p>
<p>ข้อจำกัดขององค์กร (T)</p> <p>T1 ขาดการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาครัฐ</p> <p>T2 ภาวะโรคระบาด Covid2019</p> <p>T3 ชุมชนไม่มีภาคีเครือข่าย</p>	<p>กลยุทธ์เชิงป้องกัน ST</p> <p>S1 S2 S3 S4 S5 S6 T1 T3</p> <p>-สร้างเครือข่ายภาครัฐและเอกชน</p>	<p>กลยุทธ์เชิงรับ WT</p> <p>W5 T1 T2 T3</p> <p>-จัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน</p>

จากตาราง SWOT Matrix สามารถสรุปกลยุทธ์ที่จะนำไปพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้จำนวน 7 กลยุทธ์ด้วยกัน ดังนี้ กลยุทธ์เชิงรุก 1) จัดตั้งฐานเรียนรู้และศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาชุมชน 2) ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับรองมาตรฐานจากหน่วยงานภาครัฐ 3) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนและประชาสัมพันธ์ของดีชุมชนกระแซง กลยุทธ์แก้ไข 1) จัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยว 2) ฝึกอบรมความรู้

ด้านการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนและอบรมนักสื่อความหมายในชุมชน กลยุทธ์เชิงป้องกัน 1) สร้างเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน กลยุทธ์เชิงรับ

1) จัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน สำหรับข้อมูลในขั้นตอนที่ 3 เป็นการนำกลยุทธ์ที่ได้ ในขั้นตอนที่ 2 เสนอผู้ทรงคุณวุฒิ รวมจำนวน 5 คน ประเมินและแนะนำก่อนเสนอชุมชน ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมิน กลยุทธ์ก่อนนำไปใช้ในการปฏิบัติ นั้นจาก

จำนวน 7 กลยุทธ์ ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นว่าสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติได้จำนวน 7 กลยุทธ์ และแนะนำเพิ่มเติมจำนวน 2 กลยุทธ์ คือ การฝึกให้ชุมชนเขียนขอทุนสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐและเอกชน และการคัดกรองนักท่องเที่ยวเพื่อป้องกันโรคระบาด Covid 2019 หลังจากปรับแก้ไขไปตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิแล้วจึงนำมาเสนอชุมชน

สรุปกลยุทธ์ที่ชุมชนตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้มีด้วยกัน 1) จัดตั้งฐานเรียนรู้และศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาชุมชน 2) ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับรองมาตรฐานจากหน่วยงานภาครัฐ 3) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนและประชาสัมพันธ์ของดีชุมชนกระแซง 4) จัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยว 5) ฝึกอบรมความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนและอบรมนักสื่อความหมายในชุมชน 6) สร้างเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน 7) จัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน 8) การฝึกให้ชุมชนเขียนขอทุนสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐและเอกชน และ 9) การคัดกรองนักท่องเที่ยวเพื่อป้องกันโรคระบาด Covid 2019

4. อภิปรายผล

ผลการวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชน ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) เพื่อสร้างกลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชน ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์ SWOT Analysis ด้านการท่องเที่ยวของชุมชนตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านจุดแข็ง พบว่า 1) ชุมชนมีภูมิปัญญาด้านอาชีพเกษตรกร 2) ชุมชนมีภูมิปัญญาด้านการทำขนมไทย อาหารไทย 3) ชุมชนมีภูมิ

ปัญญาด้านการจักสาน 4) ชุมชนมีโฮมสเตย์ในชุมชน 5) ชุมชนมีความสามัคคี 6) ชุมชนมีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเช่นข้าว กล้วย ในด้านจุดอ่อน พบว่า 1) ชุมชนไม่มีการรวมตัวกันในการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2) ชุมชนขาดความรู้ในการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน 3) ชุมชนไม่มีนักสื่อความหมายในชุมชน 4) ชุมชนไม่มีเงินทุนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในด้านอุปสรรค พบว่า 1) ขาดการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาครัฐ 2) ขาดการส่งเสริมอย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานภาครัฐ 3) ภาวะโรคระบาด Covid2019 4) ชุมชนไม่มีภาคีเครือข่าย ในด้านโอกาส พบว่า 1) ชุมชนมีภูมิศาสตร์ที่สวยงามติดแม่น้ำน้อย และมีแหล่งน้ำตลอดทั้งปี 2) การคมนาคมสะดวกสบาย 3) อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหลักของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 4) ได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากหน่วยงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสอดคล้องกับผลการศึกษาของพัทธ์ พสุตม์ สาธุนวัฒน์, วันทนา เนาว่าวัน, สมเกียรติ แดงเจริญ, และเพ็ญนภา หวังที่ซอบ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวหมู่บ้านชุมชน (OTOP Village) หมู่บ้านหนองสรวง ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า จุดอ่อน ได้แก่ ขาดประสบการณ์ในการบริหารจัดการท่องเที่ยว ด้านความรู้ ด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน ขาดความรู้ด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักศักยภาพสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่สำคัญคือ รูปแบบวิถีชีวิตริมน้ำและเกษตรกรรม ภูมิปัญญาของชุมชน มีการสานผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ เช่น สุ่ม ตะกร้า และเรือกระแซงจำลองทำเป็นของประดับ ของที่ระลึก มีอาหารและขนม พิซผักท้องถิ่นที่เป็นพื้นบ้าน เช่น ขนมตาลจากต้นตาลในชุมชน ข้าวเหนียวหน้ากุ้งแม่น้ำ ขนมนาบกระตะ และผลการศึกษาของ รสสุคนธ์ ประดิษฐ์และรัตเกล้า เปรมประสิทธิ์ (2557)

ได้ทำการศึกษาเรื่อง ศักยภาพและโอกาสการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการศึกษา พบว่าผลการศึกษาคัดแข็งจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคทางการท่องเที่ยว พบว่าเขาค้อมีจุดที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบ มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีภูมิอากาศที่ หนาวเย็นจนได้สมญานามว่าเป็นดินแดนแห่งสวิตเซอร์แลนด์เมืองไทย และภาครัฐมีการกระจายอำนาจให้แก่ท้องถิ่นให้สามารถบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ได้ตามระเบียบที่กฎหมายกำหนด แต่มีข้อจำกัดในการพัฒนาคืองบประมาณในการพัฒนามีอยู่อย่างจำกัดในขณะที่ปริมาณงานที่ต้องการมาก ทำให้ไม่สามารถ ดำเนินการได้เพียงพอต่อความต้องการ นอกจากนี้พื้นที่ของอำเภอเขาค้อส่วนใหญ่ ยังขาดระบบการจัดการด้านขยะที่ดี และขาดพื้นที่ในการรองรับขยะซึ่งปัญหา เหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวตามมา

กลยุทธ์ที่ชุมชนตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ มีด้วยกัน 1) จัดตั้งฐานเรียนรู้และศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาชุมชน 2) ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับรองมาตรฐานจากหน่วยงานภาครัฐ 3) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนและประชาสัมพันธ์ของดีชุมชนกระแซง 4) จัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยว 5) ฝึกอบรมความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนและอบรมนักสื่อความหมายในชุมชน 6) สร้างเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน 7) จัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน 8) การฝึกให้ชุมชนเขียนขอทุนสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐและเอกชน และ9) การคัดกรองนักท่องเที่ยวเพื่อป้องกันโรคระบาด Covid 2019 โดยผลการวิจัยทั้ง 9 กลยุทธ์นั้นเป็นการพัฒนาชุมชนในด้าน สังคมวัฒนธรรม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เจนจิรา อักษรพิมพ์ (2560) ได้ทำการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดนครราชสีมาเพื่อความยั่งยืนในอนาคต จาก การศึกษา

ถึงความสามารถในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา 5 ด้าน โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาพิจารณาตามกรอบของรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เรียกว่า SEE Model ซึ่งเป็นรูปแบบที่เสนอว่าองค์ประกอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่มีประสิทธิภาพต้องคำนึงถึงปัจจัยหลัก 3 มิติ ได้แก่ (1) มิติด้านสังคม-วัฒนธรรม(Social-cultural) (2) มิติด้านเศรษฐกิจ(Economic)(3) มิติด้านสิ่งแวดล้อม(Environmental) เพื่อวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมและความสามารถในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทำให้ทราบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของกลุ่มแล้วจับคู่กลยุทธ์จากการวิเคราะห์ จึงเสนอทางเลือกกลยุทธ์เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ภาครัฐควรจัดงบประมาณให้กับชุมชนอย่างต่อเนื่องในการพัฒนา รวมทั้งควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องลงมาส่งเสริมให้ความรู้กับชุมชนจนสามารถดำเนินการบริหารจัดการชุมชนด้วยตนเอง

5.2 ชุมชนควรมีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและควรขอมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการยกระดับด้านการท่องเที่ยวให้กับชุมชน และเพื่อที่จะได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนในการประชาสัมพันธ์และหาลูกค้าที่ตรงกับชุมชนให้กับชุมชน

5.2 ควรจัดอบรมเรื่องความปลอดภัยโดยเปิดโอกาสให้เจ้าหน้าที่ อาสาสมัครประจำถิ่น เพื่อตรวจสอบและดูแลแหล่งท่องเที่ยว

5.3 ในสถานะสถานการณ์ Covid ชุมชนควรนำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เกิดจากภูมิปัญญาออกมา นำเสนอขายตามงานขายสินค้าต่างๆ ที่หน่วยงานราชการจัดให้ และจากที่บริษัทห้างร้านให้สิทธิพิเศษใน

การขายสินค้าเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าชุมชน และอาจส่งผลให้ชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น

5.4 การศึกษาควรศึกษาในประเด็นเรื่อง การศึกษาศักยภาพการตลาดบริการของการท่องเที่ยว โดยชุมชนใน เพื่อหา แนวทาง หรือกลยุทธ์ด้านการตลาดในการช่วยสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว

6. เอกสารอ้างอิง

เจนจิรา อักษรพิมพ์. (2560, กันยายน – ธันวาคม).

กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบ ยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา. **วารสารวิจัย และพัฒนา วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์**. 12(3), 141-153.

พัทธ์พสุตม์ สาธุนวัฒน์ และคณะ (2562, มกราคม – มิถุนายน). การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว หมู่บ้านชุมชน (OTOP Village) หมู่บ้านหนองสรวง ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. **วิทยาการจัดการปริทัศน์**, 21(1), 25-32.

รสสุคนธ์ ประดิษฐ์ และรัตเกล้า เปรมประสิทธิ์. (2557, กรกฎาคม – ธันวาคม). ศักยภาพและโอกาส การพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดเพชรบูรณ์. **วารสารสังคมศาสตร์**, 10(2), 127-149.

สุเทพ เกื้อสังข์ และคณะ. (2559). **เกณฑ์การ พัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

เอกชัย บุญยาภิธาน. (2553). **คู่มือวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ**. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.

Pearce, J. A. and Robinson, R. B. (2009).

Strategic Management : Formulation, Implementation and Control (11th ed). New York: McGraw – Hill.

Wheelen, T. L. and Hunger, J. D. (2008).

Strategic Management and Business Policy (11th ed). New Jersey: Prentice–Hall.

อิทธิพลของความยุติธรรมในองค์กร และความไว้วางใจในองค์กร
ที่มีต่อความผูกพันในองค์กร ขององค์กรภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
The Influence of Organizational Justice and Organizational Trust Affecting the
Organizational Commitment of Public Sector and Private Sector in the Bangkok Area

พิมลรัตน์ วงศ์ภูษาประกร (Pimonrat Wongpoosaparakorn)¹

เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (Chalermchai kittisaknawin)²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความสัมพันธ์ของความยุติธรรมในองค์กร ความไว้วางใจในองค์กร และความผูกพันในองค์กรขององค์กรภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 2) อิทธิพลของความผูกพันในองค์กรของบุคลากรองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบประเมินเป็นเครื่องมือในการศึกษาวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบมีขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า 1. ความยุติธรรมในองค์กร ความไว้วางใจในองค์กร และความผูกพันในองค์กร ของบุคลากรในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกัน 2. ความยุติธรรมในองค์กร และความไว้วางใจในองค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กร

คำสำคัญ : ความยุติธรรมในองค์กร ความไว้วางใจในองค์กร ความผูกพันในองค์กร

Abstract

The objectives of this research were to 1) study relationship between organizational justice, organizational trust and organizational commitment of public sector and private sector in the Bangkok area, 2) study factor affecting organizational commitment of public sector and private sector in the Bangkok area. The data was collected from a sample of 400 people in Bangkok area. The statistics used in this study were Pearson's correlation coefficient and stepwise multiple regression analysis. The results of the study found that 1) organizational commitment had a positive relationship with organizational justice and organizational trust, and 2) organizational justice and organizational trust were factors influencing in organizational commitment.

Keyword: Organizational Justice, Organizational Trust, Organizational Commitment

¹ สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร E-mail : wongpoosapra_p@silpakorn.edu

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร E-mail : cknawin@gmail.com

วันที่รับบทความ : 10 มีนาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 14 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

สังคมการทำงานในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นทั้งด้านวัฒนธรรมองค์กร รูปแบบการบริหารงาน รวมถึงการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการทำงานมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม “ทรัพยากรมนุษย์” คือ สิ่งที่มีค่าและมีความสำคัญกับองค์กรมากที่สุด เพราะงานบางประเภทต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางที่มีประสบการณ์ ต้องใช้การปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยงานลักษณะนี้ไม่สามารถทดแทนได้ด้วยคอมพิวเตอร์ ซึ่งความท้าทายขององค์กรและ HR อยู่ที่ความสามารถในการบริหารทรัพยากรมนุษย์อย่างไรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อองค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดประสิทธิภาพ คือ การรักษาทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพ หรือคนเก่ง (Talent) ให้คงอยู่กับองค์กรอย่างยั่งยืน เพราะการจะสร้างพนักงานหนึ่งคนให้มีศักยภาพนั้น องค์กรมีค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก เช่น ค่าใช้จ่ายจากการสรรหาว่าจ้าง สวัสดิการต่างๆ ค่าฝึกอบรม เป็นต้น และองค์กรอาจสูญเสียต้นทุนตรงนี้ไปอย่างไม่เกิดประโยชน์ หากมีการลาออกหรือการขาดงานเนื่องจากระดับความผูกพันในองค์กรของพนักงานกลุ่มนี้อยู่ในระดับต่ำ ฉะนั้นการสร้าง ความผูกพันในองค์กรให้เกิดขึ้นกับพนักงานเพื่อรักษาพนักงานที่มีศักยภาพเอาไว้ จึงเป็นเรื่องที่องค์กรและ HR ต้องให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก เพราะการสร้าง ความผูกพันในองค์กรนั้นไม่ใช่เรื่องของเงินเดือนหรือสวัสดิการเพียงอย่างเดียว แต่ประกอบไปด้วยปัจจัยต่างๆ ที่หลอมรวมเป็นองค์กร ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมองค์กร ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ความโปร่งใสในการประเมินผลงาน กระบวนการพิจารณาผลตอบแทน

รวมถึงเป้าหมาย และวิสัยทัศน์ขององค์การในการบริหารงานให้ประสบความสำเร็จ

เมื่อพนักงานขาดความผูกพันในองค์กรจะทำให้้องค์การต้องสูญเสียผลประโยชน์มากมาย เช่น อัตราการขาดงานและการลาออกเพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับที่ Peter Psychogios (2017) กล่าวว่าหากพนักงานในองค์กรไม่มีความผูกพันในองค์กรอาจนำไปสู่ข้อผิดพลาดมากมายภายในองค์กร เช่น ปริมาณผลผลิตลดลง อัตราการลาออกสูงขึ้น ทั้งยังส่งผลกระทบต่อผลประกอบการว่าจ้าง พนักงานขาดแรงจูงใจ ไม่มีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ในการทำงาน และมีระดับความเครียดที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ และที่สำคัญการขาดความผูกพันในองค์กรของพนักงานจะส่งผลกระทบต่อภายในองค์กรเป็นห่วงโซ่ที่เกิดผลกระทบต่อทั้งระบบ สอดคล้องกับซูซีย์ สมิทธิกร (2557) ได้สรุปความสำคัญของความผูกพันในองค์กรว่าหากพนักงานขาดความผูกพันในองค์กร จะทำให้พนักงานขาดงานบ่อย มาทำงานสาย และจากการศึกษายังพบว่าความผูกพันในองค์กร มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตั้งใจที่จะลาออกจากงานและการลาออกจากงานอีกด้วย

ข้อมูลงานวิจัยจาก Qualtrics(2563) ได้สรุปถึงสิ่งที่ขับเคลื่อนให้พนักงานเกิดความผูกพันในองค์กร คือ โอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง ความเชื่อมโยงระหว่างวัตถุประสงค์ในการทำงานของตนเองกับกลยุทธ์ขององค์กร การได้รับการยอมรับในการทำงาน ความเชื่อมั่นในการตัดสินใจที่ถูกต้องของผู้นำ และหัวหน้างานที่ส่งเสริมให้พนักงานเกิดการพัฒนาตามสายงานของตน ซึ่งจากข้อมูลของงานวิจัยนี้สามารถสะท้อนให้เห็นถึงแนวความคิดของคนทำงานในยุคปัจจุบัน ที่แม้จะมีความ

แตกต่างกันในด้านภาษา และวัฒนธรรมรวมถึงการดำเนินชีวิต แต่กลับมีเป้าหมาย มีความรู้สึก และมีความต้องการในด้านการทำงานที่คล้ายคลึงกันมาก

ความน่าสนใจของตัวแปรเรื่องความผูกพันในองค์การที่ผู้วิจัยเกิดคำถามขึ้น คือ เมื่อองค์การให้ความสำคัญกับการสร้างความผูกพันในองค์การ โดยบางองค์การได้กำหนดเป็นนโยบายให้แต่ละหน่วยงานภายในองค์การเสริมสร้างความผูกพันในองค์การให้เกิดขึ้นกับพนักงาน นั้นแสดงให้เห็นว่าในองค์การต่าง ๆ มองเห็นความสำคัญของทรัพยากรมนุษย์ ที่เป็นพลังในการขับเคลื่อนองค์การให้เดินไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ แต่ในทางปฏิบัติ องค์การกลับไม่สามารถจูงใจให้พนักงานคงอยู่กับองค์การได้ ทั้งๆที่องค์การได้มอบสวัสดิการ หรือผลประโยชน์ให้กับพนักงานในองค์การมากมาย ซึ่งสิ่งนี้เองเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้วิจัยเกิดคำถามและต้องการหาคำตอบว่าแท้จริงแล้ว อะไรคือสิ่งที่สามารถสร้างความผูกพันในองค์การให้เกิดขึ้นกับพนักงานเหล่านั้น

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความยุติธรรมในองค์การ ความไว้วางใจในองค์การ และความผูกพันในองค์การขององค์การภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์การของบุคลากรองค์การภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรองค์การภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

1.3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

1) ตัวแปรอิสระ คือ

1.1) ความยุติธรรมในองค์การ

- ความยุติธรรมในการแบ่งปัน
- ความยุติธรรมในการปฏิบัติ

- ความยุติธรรมในการปฏิบัติสัมพันธ์

- ความยุติธรรมในระบบ

1.2) ความไว้วางใจในองค์การ

- ความไว้วางใจในองค์การ

- ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา

2) ตัวแปรตาม คือ

2.1) ความผูกพันในองค์การ

- ความผูกพันด้านจิตใจ

- ความผูกพันด้านการคงอยู่

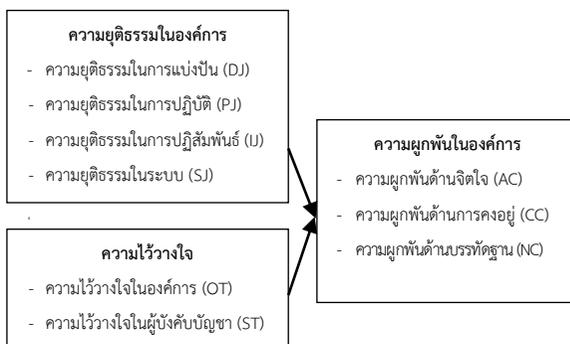
- ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 ความยุติธรรมในองค์การ ความไว้วางใจในองค์การ และความผูกพันในองค์การ ขององค์การภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกัน

1.4.2 ความยุติธรรมในองค์การ และความไว้วางใจในองค์การ มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์การขององค์การภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 ความยุติธรรมในองค์กร

เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2552) ความยุติธรรมในองค์กร หมายถึง การรับรู้ของพนักงานต่อการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมโดยองค์กร ประกอบด้วยความเป็นธรรมในการจัดสรรทรัพยากร และความเป็นธรรมของการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจ และสังคม ที่เกิดขึ้นในองค์กรระหว่างบุคคล เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และองค์กรในภาพรวมทั้งหมด

ปรีดี อธิพิงค์(2552) การรับรู้ความยุติธรรมในองค์กร หมายถึง การรับรู้ความเหมาะสมของผลตอบแทนที่องค์กรมอบให้กับตนเอง และผู้อื่นในองค์กร กระบวนการพิจารณาผลตอบแทนดังกล่าว และการปฏิบัติต่อลูกจ้างในองค์กรอย่างเท่าเทียม

2.2 ความไว้วางใจในองค์กร

Reynolds (1997) ความไว้วางใจเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กรที่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้คน ความไว้วางใจมีความสำคัญเพราะระดับความไว้วางใจในองค์กรเป็นสิ่งที่ทำให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างองค์กรที่ดีกับองค์กรทั่วไป ที่สำคัญระดับความไว้วางใจยังสะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวได้อีกด้วย

เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2552) ความไว้วางใจ หมายถึง ความรู้สึกและการกระทำ(แสดงออก) ของบุคคลที่แสดงถึงความมั่นใจ ความเชื่อมั่น และการสนับสนุนต่อบุคคล(ผู้บังคับบัญชา) และองค์กร

2.3 ความผูกพันในองค์กร

พิชิต เทพวรรณ (2554) ความผูกพันต่อองค์กร คือ ระดับความรู้สึก ความเชื่อ การยอมรับเป้าหมายขององค์กร และเป็นความต้องการของพนักงานที่จะทำงานให้กับองค์กร

เจษฎา นกน้อย (2560) เป็นระดับที่แสดงว่าพนักงานเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และต้องการร่วมงานกับองค์กรต่อไป เป็นตัววัดความตั้งใจเพื่อยังคงอยู่กับ

องค์กรในอนาคต ความผูกพันเป็นสิ่งเชื่อมต่อระหว่างองค์กรและระดับของอารมณ์ความรู้สึกของพนักงาน และมีผลกระทบต่อความตั้งใจของพนักงานที่จะทำงานต่อกับองค์กร

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

จากการวิจัยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบประเมิน โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) และเป็น การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยคัดเลือกจากพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบประเมินในระบบ Google Form และคัดเลือกแบบประเมินที่มีความสมบูรณ์ที่สุดทั้งสิ้น 400 ชุด

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบประเมินของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน(2552) โดยนำไปตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และทำการหาค่าความเชื่อถือได้ ซึ่งแบบประเมินแบ่งออกเป็น แบบประเมินความยุติธรรมในองค์กร 37 ข้อ โดยแบ่งเป็นด้านความยุติธรรมในการแบ่งปัน 9 ข้อ ด้านความยุติธรรมในการปฏิบัติ 9 ข้อ ด้านความยุติธรรมในการปฏิสัมพันธ์ 9 ข้อ และด้านความยุติธรรมในระบบ 10 ข้อ ซึ่งมีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ .961, .926, .968 และ .967 ตามลำดับ แบบประเมินความไว้วางใจในองค์กร 20 ข้อ แบ่งเป็นด้านความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา 5 ข้อ และด้านความไว้วางใจในองค์กร 15 ข้อ มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ .807 และ .964ตามลำดับ และแบบประเมินความผูกพันในองค์กร 24 ข้อ แบ่งเป็น ความผูกพันด้านจิตใจ 8 ข้อ ความผูกพันด้านการคงอยู่ 8 ข้อ และความผูกพันด้านบรรทัดฐาน 8 ข้อ มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ .672, .815 และ .736 ตามลำดับ

3.3 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

4. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของความยุติธรรมในองค์การ และความไว้วางใจในองค์การที่มีต่อความผูกพันในองค์การขององค์การภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า

4.1 ความยุติธรรมในองค์การ ความไว้วางใจในองค์การ และความผูกพันในองค์การ ของบุคลากรในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกัน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความยุติธรรมในองค์การ ความไว้วางใจในองค์การ และความผูกพันในองค์การ ขององค์การภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	DJ	PJ	U	SJ	ST	OT	AC	CC	NC
ความยุติธรรมในการแบ่งปัน (DJ)									
ความยุติธรรมในการปฏิบัติ (PJ)	.840**								
ความยุติธรรมในการสัมพันธ์ (U)	.665**	.779**							
ความยุติธรรมในระบบ (SJ)	.699**	.820**	.770**						
ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา (ST)	.362**	.387**	.510**	.407**					
ความไว้วางใจในองค์กร (OT)	.659**	.742**	.683**	.846**	.456**				
ความผูกพันด้านจิตใจ (AC)	.381**	.395**	.323**	.384**	.289**	.449**			
ความผูกพันด้านการคงอยู่ (CC)	.224**	.247**	.136**	.270**	.133**	.270**	.526**		
ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (NC)	.421**	.459**	.356**	.423**	.247**	.459**	.730**	.591**	
ความผูกพันในองค์การโดยรวม (OC)	.390**	.419**	.307**	.412**	.252**	.448**	.851**	.841**	.892**

**นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่าความยุติธรรมในการแบ่งปันมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับสูง กับความยุติธรรมในการปฏิบัติ ($r = .840$) และมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลางกับความยุติธรรมในการปฏิบัติสัมพันธ์ ($r = .665$) ความยุติธรรมในระบบ ($r = .699$) ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ($r = .362$) ความไว้วางใจในองค์การ

($r = .659$) ความผูกพันด้านจิตใจ ($r = .381$) ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ($r = .421$) และความผูกพันในองค์การโดยรวม ($r = .390$) รวมถึงมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับต่ำกับความผูกพันด้านการคงอยู่ ($r = .224$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความยุติธรรมในการปฏิบัติมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับสูงกับความยุติธรรมในการปฏิบัติสัมพันธ์ ($r = .779$) ความยุติธรรมในระบบ ($r = .820$) และความไว้วางใจในองค์การ ($r = .742$) มีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลางกับความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ($r = .387$) ความผูกพันด้านจิตใจ ($r = .395$) ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ($r = .459$) และความผูกพันในองค์การโดยรวม ($r = .419$) รวมถึงมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับต่ำกับความผูกพันด้านการคงอยู่ ($r = .247$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความยุติธรรมในการปฏิบัติสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับสูงกับความยุติธรรมในระบบ ($r = .770$) มีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลางกับความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ($r = .510$) ความไว้วางใจในองค์การ ($r = .683$) ความผูกพันด้านจิตใจ ($r = .323$) ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ($r = .356$) และความผูกพันในองค์การโดยรวม ($r = .307$) รวมถึงมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับต่ำกับความผูกพันด้านการคงอยู่ ($r = .136$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความยุติธรรมในระบบมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับสูงกับความไว้วางใจในองค์การ ($r = .846$) และมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลางกับความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ($r = .407$) ความผูกพันด้านจิตใจ ($r = .384$) ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ($r = .423$) และความผูกพันในองค์การโดยรวม ($r = .412$) รวมถึงมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับต่ำกับความผูกพันด้านการคงอยู่ ($r = .270$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชามีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลางกับความไว้วางใจในองค์การ

($r=.456$) และมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับต่ำกับความผูกพันด้านจิตใจ ($r=.289$) ความผูกพันด้านการคงอยู่ ($r=.133$) ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ($r=.247$) และความผูกพันในองค์การโดยรวม ($r=.252$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความไว้วางใจในองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลางกับความผูกพันด้านจิตใจ ($r=.449$) ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ($r=.459$) และความผูกพันในองค์การโดยรวม ($r=.448$) และมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับต่ำกับความผูกพันด้านการคงอยู่ ($r=.270$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความผูกพันด้านจิตใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับสูงกับความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ($r=.730$) และความผูกพันในองค์การโดยรวม ($r=.851$) และมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลางกับความผูกพันด้านการคงอยู่ ($r=.526$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความผูกพันด้านการคงอยู่มีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับสูงกับความผูกพันในองค์การโดยรวม ($r=.841$) และมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลางกับความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ($r=.591$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความผูกพันด้านบรรทัดฐานมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับสูงกับความผูกพันในองค์การโดยรวม ($r=.892$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4.2 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์การของบุคลากรองค์การภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ดังตารางที่ 2 ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression) ของความผูกพันในองค์การ ความไว้วางใจในองค์การที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์การ

ตัวแปร	B	Beta	t	R ² change
ค่าคงที่	2.063		15.985***	
ความไว้วางใจในองค์การ	.228	.304	4.594***	.201
ความยุติธรรมในการปฏิบัติ	.137	.194	2.931**	.017
R	.466			
R ²	.217			
Adjust R ²	.214			
F	55.173***			

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 *นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression) ของความยุติธรรมในองค์การ ความไว้วางใจในองค์การ ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์การพบว่าตัวแปรทั้งหมด มีเพียงความยุติธรรมในการปฏิบัติ และความไว้วางใจในองค์การเท่านั้น ที่มีอำนาจในการพยากรณ์ความผูกพันในองค์การ เมื่อตัวแปรความไว้วางใจในองค์การเข้าสู่สมการ สามารถอธิบายความผันแปร หรือมีอำนาจพยากรณ์ความผูกพันในองค์การโดยรวมได้ถึงร้อยละ 20.1 หรือมีค่า R² เท่ากับ .201 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และเมื่อตัวแปรความยุติธรรมในการปฏิบัติเข้าสู่สมการ สามารถอธิบายความผันแปร หรือมีอำนาจพยากรณ์ความผูกพันในองค์การโดยรวมได้ถึงร้อยละ 1.7 หรือมีค่า R² เท่ากับ .017 จึงยอมรับสมมติฐาน

5. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลของความยุติธรรมในองค์การ และความไว้วางใจในองค์การที่มีต่อความผูกพันในองค์การขององค์การภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

5.1 ความสัมพันธ์ระหว่างความยุติธรรมในองค์การ ความไว้วางใจในองค์การ และความผูกพันในองค์การ ขององค์การภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกัน

การศึกษาความสัมพันธ์ของความยุติธรรมในองค์การ ความไว้วางใจในองค์การ และความผูกพันในองค์การขององค์การภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครพบว่า ตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความสัมพันธ์ระหว่างความยุติธรรมในองค์การ และความไว้วางใจในองค์การของงานวิจัยชิ้นนี้พบว่า ความยุติธรรมทั้ง 4 ด้านไม่ว่าจะเป็นความยุติธรรมในการแบ่งปัน ความยุติธรรมในการปฏิบัติ ความยุติธรรมในการปฏิสัมพันธ์ ความยุติธรรมในระบบล้วนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาและความไว้วางใจในองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งยังพบว่าความยุติธรรมในการปฏิบัติ และความยุติธรรมในระบบมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับความไว้วางใจในองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นวิน(2552) ที่ศึกษาเรื่องความไว้วางใจในองค์การของประเทศไทย ศึกษาเปรียบเทียบบริษัทภาครัฐ ภาครัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน พบว่าความยุติธรรมในองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความไว้วางใจในองค์การ และความยุติธรรมในการปฏิบัติและความยุติธรรมในระบบมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับสูงกับความไว้วางใจในองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สามารถอธิบายได้ว่าหากพนักงานในองค์การได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมในทุกด้าน องค์การมีการเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นและซักถามในสิ่งที่ตนสงสัย โดยที่องค์กรสามารถชี้แจงตอบข้อซักถามได้อย่างครบถ้วน มีการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง และข้อมูลนั้น มีความชัดเจน รวมถึงองค์การสามารถชี้แจงถึงเหตุผลของการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ได้อย่างดี ปรากฏจากอดีตมีความโปร่งใสในกระบวนการปฏิบัติ พนักงานทุกคนได้รับการปฏิบัติภายใต้กฎระเบียบเดียวกันไม่มีความเหลื่อมล้ำแบ่งแยกก็จะทำให้พนักงานเกิดความไว้วางใจในองค์การขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่างความยุติธรรมในองค์การและความผูกพันในองค์การของงานวิจัยชิ้นนี้พบว่าความยุติธรรมในองค์การทั้ง 4 ด้านไม่ว่าจะเป็นความยุติธรรมในการแบ่งปัน ความยุติธรรมในการปฏิบัติ ความยุติธรรมในการปฏิสัมพันธ์ ความยุติธรรมในระบบล้วนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันในองค์การรายด้านทุกด้านและความผูกพันในองค์การโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับ รวีวรรณ คงได้, พิมพ์ปวีณ์ วัฒนาทรงยศ และ อภิญญา อิงอาจ(2560) พบว่าการรับรู้ความยุติธรรมในองค์การมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังสอดคล้องกับ ปรีดี อธิพิงค์ (2552) พบว่าการรับรู้ความยุติธรรมในองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์การโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญ จากผลงานวิจัยนี้ทำให้พบว่าเมื่อพนักงานได้รับผลตอบแทน หรือได้รับการปฏิบัติจากองค์การต่อตนเองอย่างเหมาะสมกับสิ่งที่ตนเองได้ทุ่มเทให้กับองค์การ ได้รับการปฏิบัติจากผู้บังคับบัญชาอย่างให้เกียรติ มีความเสมอภาคเท่าเทียม จะส่งผลให้เกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ เพราะรู้สึกว่าการที่ตนได้ทุ่มเทลงไปนั้นไม่สูญเปล่า องค์การหรือผู้บังคับบัญชามองเห็นถึงความทุ่มเทนั้น และตอบแทนกลับมาด้วยบางสิ่งที่ส่งผลต่อความรู้สึกของพนักงาน เช่น ค่าชมเชย การปรับเงินเดือน การเลื่อนขั้น เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ อัจฉรา เนียมหอม(2551) ที่พบว่าเมื่อพนักงานเปรียบเทียบกับสิ่งที่ตนเองได้ทุ่มเทให้กับองค์การกับสิ่งที่ได้รับจากองค์การแล้วรู้สึกพึงพอใจก็ย่อมจะมองว่าองค์การนั้นมีความยุติธรรม เมื่อมองว่าองค์การมีความยุติธรรมแล้วก็จะก่อให้เกิดความรัก ความพึงพอใจ และเกิดความผูกพันขึ้นมา โดยความผูกพันในองค์การที่เกิดขึ้นนั้นปฏิเสธไม่ได้เลยว่ามีผลจากความยุติธรรมในองค์การเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย สิ่งสำคัญในการทุ่มเททำงานให้กับองค์การ คือ มีคนมองเห็นคุณค่าของความทุ่มเทนั้น และการปฏิบัติต่อพนักงานที่ทำให้พนักงานรู้สึกว่าคุณ

มีความสำคัญ และเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จขององค์กร

ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในองค์กรและความผูกพันในองค์กรของงานวิจัยชิ้นนี้พบว่าความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความไว้วางใจในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สามารถอธิบายได้ว่าเมื่อพนักงานเกิดความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ก็จะทำให้เกิดความไว้วางใจในองค์กร และเกิดความรู้สึกผูกพันในองค์กร เพราะความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความไว้วางใจในองค์กร โดยที่ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชายังสามารถพยากรณ์ความไว้วางใจในองค์กรได้ด้วย (Chiaburu and Marinova, 2006 อ้างถึงใน เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2552) เพราะผู้บังคับบัญชาเปรียบเสมือนตัวแทนขององค์กร สอดคล้องกับพุทธชาติ เอี่ยมสะอาด (2552) พบว่าความไว้วางใจในหัวหน้าหรือผู้ช่วยและพฤติกรรมความเป็นสมาชิกขององค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กร ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาเปรียบเสมือนก้าวแรกที่จะทำให้พนักงานเกิดความไว้วางใจในองค์กร ผู้บังคับบัญชาต้องประกอบไปด้วย พระเดช และพระคุณ จึงจะทำให้พนักงานหรือผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความศรัทธา และนำมาซึ่งความยินดีเต็มใจที่จะทุ่มเทในการทำงานและมองเห็นเป้าหมายที่จะพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จร่วมกันกับองค์กร เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2552) พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในองค์กร คือ ความยุติธรรมในองค์กร และความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา จึงก่อให้เกิดความเชื่อมั่นในตัวผู้บังคับบัญชา เพราะผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแทนขององค์กรในการบริหารงาน เมื่อพนักงานเชื่อมั่นในระบบขององค์กรว่ามีระบบการทำงานที่ดี เปิดเผย โปร่งใส เป็นธรรม และสนับสนุนพนักงาน ย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน เกิดความภาคภูมิใจในการทำงานของ

ตนเอง นำมาซึ่งความพึงพอใจในการทำงาน และความผูกพันในองค์กร

ความไว้วางใจในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันในองค์กร เพราะความไว้วางใจส่งผลต่อความผูกพันในองค์กร (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2552) ความไว้วางใจมากทำให้คนจำนวนมากผูกพันต่อภารกิจ เป้าหมายและการสื่อสารจากข้างขึ้นบน หากไม่มีความไว้วางใจ สมาชิกในองค์กรจะไม่สนใจความเสี่ยง ไม่มีความผูกพัน ไม่มีความร่วมมือในทีม ซึ่งความไว้วางใจเป็นศูนย์กลางของการประสานงาน ความร่วมมือ ความผูกพันต่อการตัดสินใจและเป้าหมาย (Gillespie and Dober, 2003 อ้างถึงใน เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2552)

5.2 ความยุติธรรมในองค์กร และความไว้วางใจในองค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กร ขององค์กรภาค รัฐ และ ภาค เอกชน ใน พื้นที่ กรุงเทพมหานคร

พบว่าความยุติธรรมในการปฏิบัติมีอำนาจการพยากรณ์ความผูกพันในองค์กรโดยรวมได้ ร้อยละ 1.7 ในขณะที่ความไว้วางใจในองค์กรมีอำนาจในการพยากรณ์ความผูกพันในองค์กรโดยรวม ร้อยละ 20.1 สามารถอธิบายได้ว่า การที่พนักงานรับรู้ถึงความยุติธรรมในการปฏิบัติจากผู้บังคับบัญชาหรือองค์กร รับรู้ว่าผู้บังคับบัญชาเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตนเอง รับฟังความคิดเห็นของตน และรับรู้ว่าการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ขององค์กรที่จะส่งผลกระทบต่อพนักงานมีความโปร่งใส ชัดเจน และสามารถตรวจสอบได้ ปราศจากอคติหรือการชักจูงจากใคร ซึ่งสอดคล้องกับ เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2552) ที่ให้ความหมายความยุติธรรมในการปฏิบัติ คือ การรับรู้ต่อวิธีการ กลไก หรือกระบวนการต่างๆ ที่ใช้ในการกำหนดผลตอบแทนให้มีความยุติธรรม กล่าวคือ องค์กรมีการควบคุมที่ไม่ถูกครอบงำโดยบุคคลใดบุคคลหนึ่ง พนักงานทุกคนมีโอกาสในการแสดงความคิดเห็น และสามารถตรวจสอบกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นใน

องค์การได้ การนำข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจเพื่อกำหนดผลตอบแทนในองค์การจะต้องมีความถูกต้องเหมาะสม ปราศจากอคติ และสามารถเชื่อถือได้ ซึ่งเมื่อพนักงานมีการรับรู้ด้านผลตอบแทนที่ได้รับจากองค์การว่ามีความเหมาะสมสอดคล้องกับสิ่งที่ตนได้พยายามทุ่มเทให้กับองค์การ จึงทำให้เกิดความผูกพันในองค์การด้านจิตใจ โดยผู้วิจัยเห็นว่าการที่องค์การจ่ายผลตอบแทนให้กับพนักงานอย่างเหมาะสมยุติธรรม และมีความยุติธรรมในกระบวนการให้ผลตอบแทนจะทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจกับผลตอบแทนที่ได้รับจากองค์การ และทำให้พนักงานพอใจกับการทำงานในองค์การแห่งนี้ และเกิดความผูกพันต่อองค์การสอดคล้องกับงานวิจัยของอัจฉรา เนียมหอม(2551) หากพนักงานเปรียบเทียบสิ่งที่ตนเองได้ทุ่มเทให้กับองค์การกับสิ่งที่ได้รับจากองค์การแล้วรู้สึกพึงพอใจย่อมจะมองว่าองค์การนั้นมีความยุติธรรม หากกระบวนการกำหนดผลตอบแทนมีความเที่ยงธรรม โปร่งใส มีเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานย่อมรู้สึกถึงความยุติธรรม เมื่อมองว่าองค์การมีความยุติธรรมแล้วจะก่อให้เกิดความรัก ความพึงพอใจ และเกิดความผูกพันขึ้น

ความไว้วางใจในองค์การมีอำนาจในการพยากรณ์ความผูกพันในองค์การ สามารถอธิบายได้ดังนี้ วรินทร์ รองกลัด(2559) ความไว้วางใจในองค์การหมายถึง ความรู้สึกเชื่อมั่น เชื่อถือ และมั่นใจ ต่อบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การใดองค์การหนึ่ง โดยเต็มใจที่จะร่วมเผชิญความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งเกิดจากความคาดหวังที่มีต่อบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การนั้นๆว่าจะสามารถกระทำ หรือดำเนินการในสิ่งที่จะก่อให้เกิดผลทางบวกต่อบุคคลในทุกภาคส่วนขององค์การ เมื่อพนักงานเชื่อมั่นในองค์การ เชื่อมั่นในระบบการบริหารงานรวมถึงเป้าหมายที่ชัดเจนของผู้บริหารและองค์การว่าจะสามารถประสบความสำเร็จได้ จะก่อให้เกิดการรับรู้การเป็นสมาชิกขององค์การ และรู้สึกถึงความมีส่วนร่วมมองเห็นถึงเป้าหมายเดียวกันกับองค์การทำให้

เกิดความผูกพันในองค์การในที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของ พิเชษฐ ผดุงเพิ่มตระกูล (2554) พบว่าตัวแปรความไว้วางใจในองค์การ และความพึงพอใจในการทำงานด้านสถานะทางอาชีพเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์การของบุคลากรทางการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากบุคลากรเชื่อมั่นในระบบการบริหารว่าองค์การมีวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ทางการบริหารที่ดี มีความยุติธรรม องค์การมีความห่วงใยต่อบุคลากรอย่างเท่าเทียมและองค์การมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมสนับสนุนให้บุคลากรภายในมีความก้าวหน้าในหน้าที่ความรับผิดชอบ บุคลากรได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นด้านความรู้ความสามารถ บุคลากรก็พร้อมที่จะลงทุนในด้านเวลาและสติปัญญา ความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ และเมื่อบุคลากรลงทุนกับองค์การจะเกิดความผูกพันและความจงรักภักดีต่อองค์การในที่สุด เพราะความไว้วางใจในองค์การส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน ความผูกพันในองค์การและการลาออกจากองค์การ (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2552) หากองค์การต้องการให้พนักงานเกิดความไว้วางใจในองค์การ ต้องสร้างคุณธรรมในองค์การให้เกิดขึ้นก่อน สอดคล้องกับเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน(2552) ที่กล่าวว่า การบริหารจัดการองค์การในประเทศไทยเพื่อสร้างความไว้วางใจในองค์การองค์การต่างๆและผู้บริหารจำเป็นต้องสร้างและพัฒนาความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา รวมถึงสร้างและบำรุงรักษาความยุติธรรมในระบบ ความยุติธรรมในการแบ่งปัน ความยุติธรรมในการปฏิบัติ เพราะปัจจัยต่างๆนี้มีอิทธิพลอย่างมากต่อความไว้วางใจในองค์การ

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้

การทำวิจัยครั้งนี้สามารถชี้ให้เห็นว่าตัวแปรแต่ละตัวมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และการสร้างความผูกพันในองค์การให้เกิดขึ้นนั้นประกอบไปด้วยหลายปัจจัย ซึ่งการมุ่งใจให้พนักงานเกิดความผูกพันในองค์การ

นั้น หัวหน้างานต้องตีโจทย์ให้แตกว่าแท้จริงแล้วพนักงานของตนเองมีความต้องการอย่างไร องค์กรอาจคิดเพียงว่าเราให้อะไรกับพนักงาน แต่ไม่ได้มองกลับไปว่าสิ่งที่องค์กรให้กับพนักงาน เป็นสิ่งที่พนักงานของตนเองต้องการหรือไม่ เช่น พนักงานบางคนอาจไม่ได้มองแค่เงินเดือนที่เพิ่มขึ้น แต่เค้าอาจต้องการความก้าวหน้าในสายงาน หรือต้องการผู้บังคับบัญชาที่คอยให้คำปรึกษา คอยช่วยเหลือในทุกๆ เรื่องของการทำงาน เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันสิ่งที่สามารถสร้างความผูกพันในองค์กรได้นั้น ไม่ใช่เรื่องของผลประโยชน์เพียงอย่างเดียวอีกต่อไป ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในองค์กร ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ทัศนคติของผู้บริหาร สิ่งเหล่านี้ย่อมมีผลต่อความผูกพันในองค์กรและการให้ที่เกิดประโยชน์ คือ องค์กรได้ “ให้” ในสิ่งที่พนักงานต้องการ ไม่ใช่ “ให้” ในสิ่งที่องค์กรอยาก “ให้”

6.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- ควรศึกษาเพิ่มเติมว่าความผูกพันในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อบัจจัยอื่นๆ หรือไม่ เช่น ความคิดสร้างสรรค์ ความพร้อมในการเปลี่ยนแปลง การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวที่ยกตัวอย่างมา มีความสำคัญอย่างยิ่งในการพาให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

- ควรศึกษาโดยระบุอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง ให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อศึกษาความผูกพันในองค์กรของแต่ละอาชีพ เนื่องจากแต่ละอาชีพมีลักษณะงาน รวมถึงปัญหา และอุปสรรคในการทำงานที่แตกต่างกัน ย่อมทำให้ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความผูกพันในองค์กรมีความแตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น การศึกษาความผูกพันในองค์กรของแพทย์ ที่ทำงานประจำอยู่ในร.พ.รัฐ เปรียบเทียบกับแพทย์ที่ทำงานประจำในร.พ.เอกชน เพื่อศึกษาเปรียบเทียบในเรื่องของความแตกต่างด้านวัฒนธรรมองค์กร การบริหารงาน สวัสดิการ และสิ่งจูงใจที่สามารถสร้างความผูกพันในองค์กร

7. เอกสารอ้างอิง

- เจษฎา นกน้อย. (2560). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นวิน. (2552). ความไว้วางใจในองค์การของประเทศไทย ศึกษาเปรียบเทียบองค์การภาครัฐ ภาครัฐวิสาหกิจและภาคเอกชน. คุชชินีพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชูชัย สมितिโก. (2557). จิตวิทยาอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: วิ.พันธ์(1991).
- ปรีดี อิทธิพงษ์. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความยุติธรรมในองค์กร คุณภาพชีวิตการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร : กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมเหล็กแห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิชิต เทพวรรณ. (2554). การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ : แนวคิดและกลยุทธ์เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- พิเชษฐ ผงเพิ่มตระกูล. (2554). ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์กร ความพึงพอใจในการทำงาน และความผูกพันในองค์การของบุคลากรทางการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พุทธชาติ เอี่ยมสอาด. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในหัวหน้าหอผู้ป่วย พฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์การ กับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของพยาบาลวิชาชีพกลุ่ม

พนักงานมหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์พยาบาล
ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการ
พยาบาล, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รวิวรรณ คงใต้, พิมพ์ปวีณ์ วัฒนาทรงยศ และ อภิญญา
อิงอาจ. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้
ความยุติธรรมในองค์กร และความผูกพันต่อ
องค์กรของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์
จังหวัดชลบุรี. วารสารวิจัยรำไพพรรณี, 11(3).

วรินทร์ รองกลัด. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างความ
ไว้วางใจในองค์กร การรับรู้การสนับสนุน จาก
องค์กร และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของ
องค์กร ของพนักงานบริษัทผลิตเครื่องดื่มและ
อาหารแห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหา
บัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและ
องค์กร คณะศิลปศาสตร์,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัจฉรา เนียมหอม. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างการ
รับรู้ความยุติธรรมในองค์กร คุณภาพชีวิตการ
ทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร :
กรณีศึกษาธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด
(มหาชน). วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์กร
คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

2020 Global Employee Experience Trends.

(2020). Qualtrics EmployeeXM. Retrieved
September 15, 2020, from
https://www.qualtrics.com/research-center/employee-experience-trends/?utm_lp=resource-card.

Reynolds, L. (1997). **The Trust Effect : Creating
The high trust high performance
organization**. London: Nicholas Brealey.

Psychosis, P. (2017). If your employees aren't
engaged you're losing profits. Retrieved

February 25, 2019, from

<https://www.globalengagementsolutions.com/blog/if-your-employees-arent-engaged-youre-losing-profits>.

การศึกษาปัจจัยการให้บริการเพื่อพัฒนาคุณภาพสู่ความเป็นเลิศ

กรณีศึกษา สำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์

Service Factors for Quality of Service Excellence, Case Study of Provincial Labour Office Nakhonsawan

ประภาพร สิงห์ทอง (Prapaporn Singthong)¹ทัตษภร ศรีสุข (Thatsaporn Srisook)²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ที่มีต่อปัจจัยการให้บริการ ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยการให้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศ และเสนอแนะแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ที่สามารถตอบสนองตรงความต้องการของผู้ใช้บริการเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้มาติดต่องาน จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน เพื่อวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ร่วมกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการ 10 ราย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25 – 34 ปี มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษามัธยมศึกษา อาชีพเกษตรกร/รับจ้าง รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ผลการศึกษาปัจจัยการให้บริการรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านที่สำคัญมากที่สุดคือความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ รองลงมาคือ รู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ซึ่งค่าเท่ากันกับการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ และความเป็นรูปธรรมของการบริการ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยการให้บริการทั้ง 5 ด้าน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศ ด้านที่มีผลมากที่สุดคือรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ด้านที่รองลงมาคือ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ซึ่งมีค่าเท่ากับการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ และความเป็นรูปธรรมของการบริการ ตามลำดับ สรุปผลการวิจัยได้ว่าแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการสู่ความเป็นเลิศคือผู้ให้บริการควรรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการด้วยจิตบริการ ไม่เลือกปฏิบัติ ทำให้ผู้บริการเชื่อถือไว้วางใจโดยให้บริการภายในเวลาที่กำหนดไว้ สามารถตอบสนองผู้รับบริการโดยลดขั้นตอนการปฏิบัติงานและสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการโดยผู้ให้บริการต้องมีความรู้ที่เชื่อถือได้ รวมถึง การอำนวยความสะดวกด้านที่ตั้งสถานบริการที่ใกล้กับส่วนราชการอื่น ๆ ด้วย

คำสำคัญ : ปัจจัยการให้บริการ คุณภาพสู่ความเป็นเลิศ สำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเนชั่น E-mail: prapaporn2851@gmail.com

² หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเนชั่น E-mail : thatsaporn_sri@nation.ac.th

Abstract

This research is a mixed method study of quantitative and qualitative research. The objectives were to 1) study the personal data of service users of the Nakhon Sawan Provincial Labor Office on service factors, 2) study the relationship of service factors to service quality towards excellence, and 3) present guidelines for improving service quality towards excellence of the Nakhon Sawan Provincial Labor Office in order to seek appropriate approach to meet the service recipients' demand in the most effective way. Data were collected through the distributed questionnaires among 400 service recipients. The acquired data were analyzed with statistical application of Frequency, Percentage, Mean, and Standard Deviation. The set hypothesis was tested using Pearson Correlation to analyze the correlation between variables with interviewing 10 of services providers.

The findings suggest that most samples were females, 25-34 years old, married, with Secondary Educational level, making livelihoods by being farmers/contractors and earning incomes not exceeding 10,000 baht. The outcomes from service factors indicated overall results were at the highest level. Majority of samples agreed that service recipients' firm confidence on service received was the most significance item, followed by making acquaintance with the service recipients and understanding their needs. These were items that earned as equal scores as responding to the service recipients' demands, trust and concrete services, respectively. The hypothesis test result found that all five service areas had affected service quality excellence of Provincial Labour Office at Nakhonsawan Province. The most important factor was the service recipient's empathy, followed by reliability, responsiveness having similar results as assurance and tangible, respectively. In conclusion, research results present the guidelines for improving quality of service excellence were making acquaintance with the service recipients and understanding their needs with indiscriminate services, followed by trust that service providers capable of provide timely services. As for the response to the need of service recipients, it is the item on reducing performance procedures, having similar results as service recipients' confidence and trust in service providers' knowledge and visible office location near other government agencies.

Keyword: Service factors; Quality of Service Excellence; Provincial Labour Office Nakhonsawan

วันที่รับบทความ : 10 มีนาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 12 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ เป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาระบบราชการ โดยมีการกำหนดแนวทางหรือมาตรการต่าง ๆ ให้หน่วยงานของรัฐถือปฏิบัติไว้ในพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ.2545 มาตรา 3/1 ให้การบริหารราชการต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจ ของรัฐ ความมีประสิทธิภาพ ความคุ้มค่าในเชิงภารกิจแห่งรัฐ การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน การลดภารกิจและยุบเลิกหน่วยงานที่ไม่จำเป็น การกระจายภารกิจและทรัพยากรให้แก่ท้องถิ่น การกระจายอำนาจการตัดสินใจ การอำนวยความสะดวก และตอบสนองความต้องการของประชาชน และเพื่อประโยชน์ในการดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรานี้ ได้ตราพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ.2546 กำหนดเป้าหมายของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีให้เป็นไปเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน นอกจากนี้ในยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2561 -2580) ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐได้วางเป้าหมาย การยกระดับงานบริการประชาชนและการอำนวยความสะดวกของภาครัฐสู่ความเป็นเลิศเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการทั้งประชาชนและนักธุรกิจเอกชนตลอดช่วงชีวิต รวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ยุทธศาสตร์ที่ 6 การบริหารจัดการภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประทุมิชอบ และธรรมาภิบาลในสังคมไทย โดยมีแผนงานและโครงการที่สำคัญ ข้อ 5.3 การเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพการบริหารงานแห่งรัฐ ซึ่งมีสาระสำคัญ 2 ประการ คือ 1) ส่งเสริมและสนับสนุนหน่วยงานของรัฐในการพัฒนาระบบราชการ ให้บริการให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้หน่วยงานของรัฐมีสมรรถนะองค์การและกลไกภาครัฐที่จำเป็นต่อการแข่งขันของประเทศให้สูงขึ้นสู่ความเป็นเลิศ และ 2) อำนวยความสะดวก

สะดวกให้ภาคเอกชนและภาคส่วนอื่นๆ ได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่ และมีการให้บริการสาธารณะทั้งระบบดีขึ้น ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพที่จะส่งผลให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการให้บริการประชาชนได้อย่างทั่วถึงและเป็นระบบ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2563)

สำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ ปัจจุบันตั้งอยู่ที่ศาลากลางชั้น 3 ถนนสวรรควิถี ตำบลนครสวรรค์ตก อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ อำนาจหน้าที่ในการให้บริการ คือ 1) ปฏิบัติหน้าที่ในฐานะตัวแทนของกระทรวงในภูมิภาค รวมทั้งดำเนินการประสานและสนับสนุนงานในเขตพื้นที่จังหวัดและกลุ่มจังหวัด 2) ศึกษา วิเคราะห์ จัดทำ และปฏิบัติงานตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแรงงาน รวมทั้งกำกับดูแลติดตาม และประเมินผลแผนการปฏิบัติราชการของส่วนราชการสังกัดกระทรวงแรงงานในเขตพื้นที่จังหวัดและกลุ่มจังหวัด 3) ดำเนินการเป็นศูนย์ข้อมูลสารสนเทศด้านแรงงานและประชาสัมพันธ์เผยแพร่ด้านแรงงานในเขตพื้นที่จังหวัดและกลุ่มจังหวัด 4) ประสานการดำเนินงานกับอาสาสมัครแรงงานและเครือข่ายด้านแรงงาน เพื่อนำบริการด้านแรงงานไปสู่ประชาชนในพื้นที่ 5) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย (คู่มือการปฏิบัติงานของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563, 2563)

สำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ ให้บริการประชาชนทั่วไป ด้านข้อมูลข่าวสารด้านแรงงาน การรับเรื่องร้องทุกข์ร้องเรียน การให้ความรู้และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแรงงาน ให้การช่วยเหลือ ดูแลเพื่อให้แรงงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีงานทำ มีรายได้ที่มั่นคง ซึ่งในการให้บริการในบางกระบวนการต้องใช้เอกสารแนบ ประสบการณ์ของเจ้าหน้าที่ รวมทั้งการมีจิตบริการ การพูดจา การให้ความสำคัญกับงานและผู้รับบริการ ความสะดวกรวดเร็ว เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจและไม่พึงพอใจต่อผู้มารับบริการ ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการร้องเรียนจาก

ผู้ใช้บริการทางโทรศัพท์ในเรื่องเกี่ยวกับความล่าช้าในการให้บริการและสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ดังนั้นการให้บริการของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการได้นั้น จึงควรมุ่งพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ ตลอดจนให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านแรงงานที่ครบถ้วนถูกต้อง เป็นธรรม เห็นคุณค่าและให้เกียรติผู้มาใช้บริการอยู่เสมอ ซึ่งจะสะท้อนถึงภาพลักษณ์ขององค์กรคุณภาพที่เป็นเลิศเช่นกัน

จากเหตุผลและสถานการณ์ที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อประชาชน จึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยการให้บริการเพื่อพัฒนาคุณภาพสู่ความเป็นเลิศ กรณีศึกษาสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อนำข้อมูลจากการวิจัยมาปรับปรุงการปฏิบัติงานด้านการบริการให้มีคุณภาพและตอบสนองต่อผู้มาติดต่อใช้บริการ รวมถึงพัฒนาศักยภาพของบุคลากรผู้ให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จะช่วยยกระดับงานบริการประชาชนและการอำนวยความสะดวกของภาครัฐไปสู่ความเป็นเลิศ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1. ศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ที่มีต่อปัจจัยการให้บริการของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์

1.2.2. ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยการให้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศ กรณีศึกษาสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์

1.2.3. เสนอแนะแนวทางการให้บริการเพื่อพัฒนาคุณภาพสู่ความเป็นเลิศของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ซึ่งสามารถตอบสนองตรงความต้องการของผู้มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มาใช้บริการที่สำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และ

รายได้ต่อเดือน และศึกษาปัจจัยการให้บริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองผู้รับบริการ การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ และการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ และศึกษาคุณภาพการบริการที่เป็นเลิศ อันได้แก่ การเข้าถึงบริการ ความพึงพอใจในบริการ ความคาดหวังในบริการ ความพร้อมในการให้บริการ และความถูกต้อง ปลอดภัยในการบริการ จากการประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการบริการของ Zeithaml, Parasuraman and Berry (1990) และแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการประชาชนภาครัฐของ ปิยณัฐ จันทร์เกิด (2560)

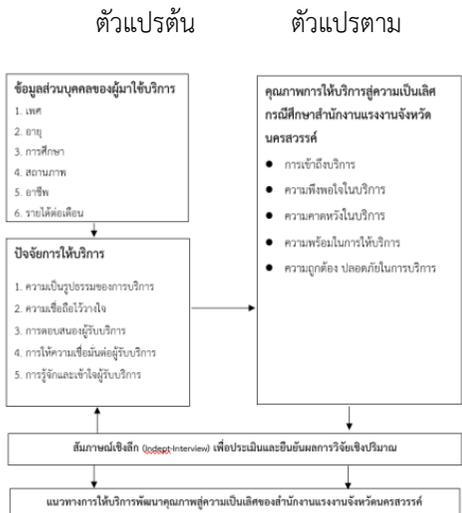
1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยการให้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศ กรณีศึกษาสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์

1.4.2 ปัจจัยการให้บริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองผู้รับบริการ การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ และการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีผลเชิงบวกต่อคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมโดยศึกษาค้นคว้า ตำรา เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อประยุกต์ใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการของ Zeithaml, V. A., Parasuraman, and L. L., Berry (1985, 1990) นิติพล ภูตะโชติ (2551) และนิติพล ภูตะโชติ (2561) แนวคิดการให้บริการประชาชนภาครัฐของ ปิยณัฐ จันทร์เกิด (2560) ซึ่งพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย
ที่มา: พัฒนาโดยผู้วิจัย

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

กุลธน ธนาพงศธร (2530, หน้า 303-304) ได้ชี้ให้เห็นถึงหลักการบริการที่สำคัญ 5 ประการ คือ หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ หลักความสม่ำเสมอ หลักความเสมอภาค หลักความประหยัด และหลักความสะอาด

เกษตพันธ์ ชอบทำกิจ (2546, หน้า 13) ได้วิเคราะห์องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ ไว้ 5 องค์ประกอบ คือ การเข้าถึง ความสะดวกสบายในการไปรับบริการ (Accessibility and convenience) ความไม่ยุ่งยากและง่ายต่อการเข้าใจ (Simplicity) การให้บริการอย่างถูกต้อง (Accuracy) บริการรวดเร็ว (Timeliness) และ การให้การบริการที่ปลอดภัย (Safety)

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) ได้ศึกษาและพบว่าคุณภาพของการบริการที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดประสบการณ์แห่งความสุขและความพึงพอใจในทุกจุดสัมผัสบริการนั้น ประกอบด้วย ความมีตัวตนหรือรูปลักษณะ ทางกายภาพของการบริการที่ดี (Tangibles) ความไว้วางใจได้ (Reliability) ความเชื่อถือได้

(Assurance) การตอบสนองที่ทันใจ (Responsiveness) และความเอื้ออาทรหรือความเอาใจใส่ (Empathy)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะของภาครัฐและคุณภาพบริการในงานภาครัฐ

ปรัชญา เวสารัชช (2523) กล่าวถึงการให้บริการของรัฐที่ต้องคำนึงถึงสิ่งสำคัญ 2 ประการ คือ

1. การให้บริการที่เป็นที่พึงพอใจแก่สมาชิกสังคมซึ่งวัดได้ยาก โดยองค์ประกอบที่ทำให้เกิดความพึงพอใจคือให้บริการที่เท่าเทียมกันแก่สมาชิกสังคมในเวลาที่เหมาะสม ไม่มากหรือน้อยเกินไป และปรับปรุงรูปแบบการให้บริการที่ทันกับความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

2. การให้บริการโดยมีความรับผิดชอบต่อประชาชนเป็นค่านิยมพื้นฐาน สำหรับการบริหารราชการในสังคมประชาธิปไตยจะต้องทำหน้าที่ภายใต้การขึ้นนำทางการเมืองจากตัวแทนของประชาชน และต้องสามารถให้บริการที่มีลักษณะสนองตอบต่อมติมหาชน ต้องมีความยืดหยุ่นที่จะปรับเปลี่ยนลักษณะงานหรือบริการที่สามารถสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงได้มากที่สุด

ชวงค์ ฉายะบุตร (2536, หน้า 11 - 14) เป้าหมายแรกของการจัดบริการแบบครบวงจรก็คือ การมุ่งประโยชน์ของประชาชนผู้รับบริการเป็นสำคัญ ซึ่งผู้ให้บริการต้องถือว่าการให้บริการเป็นภาระหน้าที่ที่ต้องดำเนินการต่อเนื่อง การกำหนดระเบียบวิธีปฏิบัติและการใช้ดุลยพินิจต้องคำนึงถึงสิทธิประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นหลัก ซึ่งเขามีสิทธิที่จะรับรู้หรือโต้แย้งด้วยเหตุผลได้อย่างเต็มที่ การให้บริการต้องเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ที่ผู้รับบริการจะต้องได้รับโดยไม่จำเป็นต้องมาติดต่อบ่อยครั้ง ดังนั้น จึงควรพัฒนาขั้นตอนทั้งก่อนและขณะบริการที่รวดเร็วขึ้น ขณะที่ผู้ให้บริการต้องมีความกระตือรือร้น สุภาพอ่อนน้อม เสมอภาค และให้บริการอย่างถูกต้องตรวจสอบได้ เฉกเช่นที่ สุวัฒน์ บุญเรือง (2545, หน้า 18) ได้สรุปไว้ว่าการบริการสาธารณะเป็นการบริการในฐานะที่เป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่มีอำนาจกระทำเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ

2.3 แนวคิดคุณภาพการบริการสู่ความเป็นเลิศ

เสรี วรพงษ์ (2558) การบริการสู่ความเป็นเลิศ หมายถึง การให้บริการแก่ผู้มารับบริการให้เกิดความประทับใจความพึงพอใจ ในระดับมากที่สุด เกินกว่ามาตรฐานของการให้บริการในระดับปกติของการบริการ โดยทั่ว ๆ ไปซึ่งครอบคลุมทั้งด้านบุคลากรผู้ให้บริการ กระบวนการบริการ และสถานที่ให้บริการ และสภาพแวดล้อมทั่วไปในองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นนั้น ๆ

บุศยมาศ แสงเงิน (2559) การให้บริการสู่ความเป็นเลิศของรัฐนั้นเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของประชาชนทั่วไปทุกคน จึงหลีกเลี่ยงปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นหรืออาจเกิดขึ้นไม่ได้ ข้าราชการมีหน้าที่รองรับความทุกข์และให้ความสุข โดยให้บริการแก่ประชาชนอย่างใกล้ชิด ซึ่งจะเป็นผลดีรัฐบาลอย่างแน่นอน เกี่ยวกับหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของงานบริการที่น่าสนใจ ซึ่งมีกล่าวอ้างไว้ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกพักโรงแรมที่จังหวัดหนองคาย (นิตินพ ภูตะโชติ, 2551) และประยุกต์ใช้ในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น (นิตินพ ภูตะโชติ, 2561) ซึ่งประกอบไปด้วยตัวชี้วัดสำคัญได้แก่ การเข้าถึงผู้ใช้บริการ (Access) โดยคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงการบริการได้ง่ายและรวดเร็ว ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Satisfaction) ที่ผู้ใช้บริการสามารถตอบสนองความต้องการจนเกิดความพึงพอใจได้ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Expectation) ต่อการได้รับการบริการที่แตกต่างกันตามลักษณะของผู้ใช้บริการแต่ละราย ความพร้อมในการให้บริการ (Readiness) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความถูกต้องปลอดภัย (Security) ในการบริการที่ไม่เกิดความเสียหายหรือปัญหาต่าง ๆ ตามมาภายหลัง นอกจากนี้ยังมีเรื่องการติดต่อสื่อสารที่เข้าใจได้ง่าย ผู้ให้บริการควรมีความรู้ สุภาพอ่อนโยน ให้ความสนใจผู้รับบริการ การสร้างคุณค่าของการให้บริการ ความเชื่อถือได้ (Credibility) ความไว้วางใจ (Reliability) การตอบสนอง

ลูกค้า (Response) การรู้จัก และเข้าใจลูกค้า (Understanding the Customer)

ปิยณัฐ จันทร์เกิด (2560) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการของเทศบาลนครนครสวรรค์ ซึ่งพบว่าคุณภาพการให้บริการของเทศบาลนครสวรรค์โดยรวมและรายด้าน มีความแตกต่างกันตามการรับรู้ของประชาชน โดยประชาชนกลุ่มที่มีรายได้ต่ำมีการรับรู้ได้น้อยกว่ากลุ่มที่มีรายได้สูง สะท้อนถึงการส่งมอบคุณภาพการบริการของภาครัฐที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชนได้ทุกระดับรายได้ ดังนั้น จึงควรปรับปรุงการส่งมอบคุณภาพการบริการที่สามารถสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชนทุกระดับรายได้ โดยใส่ใจมากขึ้นต่อหลักความเสมอภาคที่ประชาชนควรได้รับการปฏิบัติและได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่แบ่งแยกถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา เพศ อายุ ความพิการสภาพทางกายหรือสุขภาพสถานะของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ความเชื่อทางศาสนา การศึกษา และอื่น ๆ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาคั้งนี้ คือประชาชนในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวนทั้งสิ้น 1,059,887 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดนครสวรรค์, 2562) โดยผู้วิจัยศึกษาเฉพาะผู้ที่มาใช้บริการของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่างตามสูตรอย่างน้อย 384 ตัวอย่าง แต่เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง เลือกตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มแบบสะดวกจากประชาชนผู้ที่มาติดต่อใช้บริการ ณ สำนักงานแรงงาน

จังหวัดนครสวรรค์ ระหว่างวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ.2563 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2563

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Structural Questionnaires) ที่แบ่งเป็น 4 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยการให้บริการของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองผู้รับบริการ การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ และการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ ได้แก่ การเข้าถึงบริการ ความพึงพอใจในบริการ ความคาดหวังในบริการ ความพร้อมในการให้บริการ และความถูกต้อง ปลอดภัยในการบริการ ทั้งนี้แบบสอบถามในส่วนที่ 2 และ ส่วนที่ 3 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert Rating Scales) และ ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

พัฒนาคุณภาพเครื่องมือโดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของเนื้อหา ซึ่งได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) เท่ากับ 0.92 และนำแบบสอบถามทดลองใช้ (Try out) กับสมาชิกที่มีลักษณะเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach ซึ่งคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นได้เท่ากับ 0.958

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหลายช่องทาง ประกอบด้วยแจกแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ (Google form) โดยส่งแบบสอบถามผ่านทาง Application Line และผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง ส่วนข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีจาก หนังสือ

บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแหล่งข้อมูลทางเว็บไซต์ต่างๆ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล หาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 2 ปัจจัยการให้บริการ 5 ปัจจัยและแบบสอบถามส่วนที่ 3 คุณภาพการให้บริการของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ ส่วนการทดสอบสมมติฐานที่ 1) ข้อมูลส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยการให้บริการ และ 2) ปัจจัยการให้บริการที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ ใช้สถิติวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

4. สรุปผลการวิจัย

4.1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล

4.1.1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-34 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับมัธยมศึกษา อาชีพเกษตรกร/รับจ้าง รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ดังตารางที่ 1 ตารางที่ 1 แสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศหญิง	241	60.3
2. อายุ 25 - 34 ปี	97	24.3
3. สถานภาพสมรส	186	46.5
4. การศึกษาระดับมัธยมศึกษา	177	44.3
5. อาชีพเกษตรกร/รับจ้าง	195	48.8
6. รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท	249	62.3

4.1.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยการให้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศ กรณีศึกษาสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ มีดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน

ลำดับ	ข้อมูลส่วนบุคคล	ปัจจัยการให้บริการ	แปรผล
	รวมทุกข้อ	Sig= 0.175	ไม่มีความสัมพันธ์
1.	เพศ	Sig= 0.682	ไม่มีความสัมพันธ์
2.	อายุ	Sig= 0.001	มีความสัมพันธ์
3.	สถานภาพ	Sig= 0.252	ไม่มีความสัมพันธ์
4.	การศึกษา	Sig= 0.016	มีความสัมพันธ์
5.	อาชีพ	Sig= 0.002	มีความสัมพันธ์
6.	รายได้ต่อเดือน	Sig= 0.097	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตารางที่ 2 พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการให้บริการ (sig=0.682) อายุมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยการให้บริการมากที่สุดในด้านความเชื่อใจไว้วางใจ รองลงมาคือด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (sig= 0.001) สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการให้บริการ (sig=0.252) การศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยการให้บริการมากที่สุดในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ รองลงมาคือด้านความเชื่อใจไว้วางใจ (sig= 0.016) อาชีพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยการให้บริการมากที่สุดด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ รองลงมาคือการตอบสนองผู้รับบริการ (sig= 0.002) และรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการให้บริการ (sig=0.097)

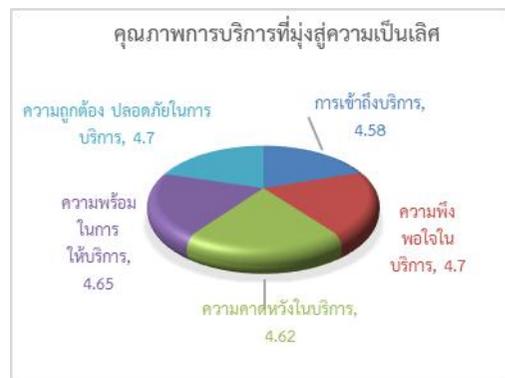
4.2 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยการให้บริการที่มีผลต่อคุณภาพการบริการที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ กรณีศึกษาสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อใจไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ และการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีดังนี้

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการให้บริการที่ ปรากฏดังรูปภาพที่ 2 ต่อไปนี้



ภาพที่ 2 กราฟแสดงค่าเฉลี่ย \bar{x} ตามระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการให้บริการที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ กรณีศึกษา สำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์

จากรูปภาพที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยการให้บริการที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ กรณีศึกษาสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากับ 4.46 เมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (\bar{x} = 4.51) รองลงมาคือ การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (\bar{x} = 4.49) ซึ่งมีค่าเท่ากับการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (\bar{x} = 4.49) ความเชื่อใจไว้วางใจ (\bar{x} = 4.44) และความเป็นรูปธรรมในการบริการ (\bar{x} : 4.37) ตามลำดับ



ภาพที่ 3 กราฟแสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ตามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ กรณีศึกษาสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์

จากรูปภาพที่ 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณภาพการบริการที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ กรณีศึกษาสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากับ 4.65 โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือเท่ากับ 2 ประเด็น ได้แก่ ผู้ใช้บริการได้รับบริการด้วยความพึงพอใจ ($\bar{x} = 4.70$) และ ผู้ใช้บริการได้รับบริการอย่างถูกต้อง ไม่มีความเสี่ยง ($\bar{x} = 4.70$) รองลงมาคือ ความพร้อมในการให้บริการ ($\bar{x} = 4.65$) ความคาดหวังในการให้บริการ ($\bar{x} = 4.62$) และการเข้าถึงบริการ ($\bar{x} = 4.58$) ตามลำดับ

4.2.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน ผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยการให้บริการ ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองผู้รับบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีผลเชิงบวกต่อการให้บริการเพื่อพัฒนาคุณภาพสู่ความเป็นเลิศ กรณีศึกษาสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ มีดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน

ลำดับ	ปัจจัยการให้บริการ	คุณภาพการบริการที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ		แปรมผล
		Pearson	ค่าความสัมพันธ์	
	รวมปัจจัยทุกด้าน	Pearson	0.373**	มีผล
		Sig.	0.000	
1	ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ	Pearson	0.373**	มีผล
		Sig.	0.000	
2	ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ	Pearson	0.326**	มีผล
		Sig.	0.000	
3	ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	Pearson	0.317**	มีผล
		Sig.	0.000	
3	ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ	Pearson	0.317**	มีผล
		Sig.	0.000	
4	ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	Pearson	0.255**	มีผล
		Sig.	0.000	

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยการให้บริการของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์มีผลต่อคุณภาพการบริการที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ ซึ่งมีค่าความสัมพันธ์ภาพรวมในเชิงบวกเท่ากับ $r=0.373$ โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ($r=0.373$) รองลงมาคือ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ($r=0.326$) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการซึ่งมีค่าเท่ากับด้าน การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ ($r=0.317$) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($r=0.255$) ตามลำดับ ดังนี้

ปัจจัยด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการสูงสุดในประเด็นที่ ผู้ให้บริการไม่เลือกปฏิบัติ รองลงมาคือผู้ให้บริการมีความเอาใจใส่ในการให้บริการดี มีการโทรศัพท์ประสานงาน เพื่อแจ้งความคืบหน้าของเรื่องที่รับไว้ และให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มความสามารถ ตามลำดับ

ปัจจัยความเชื่อถือไว้วางใจ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการสูงสุดในประเด็นที่ ผู้ให้บริการสามารถให้บริการภายในเวลาที่กำหนดไว้ รองลงมาคือผู้ให้บริการสามารถตอบคำถามได้ชัดเจน สามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการตั้งแต่ครั้งแรก มีป้ายแผนภูมิบอกขั้นตอนการทำงานชัดเจน และผู้ให้บริการสามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้ท่านได้ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการสูงสุดในประเด็น การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน รองลงมาคือมีการเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น ได้รับบริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว มีการจัดลำดับคิวการให้บริการก่อนหลัง และผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการตามลำดับ

ปัจจัยด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการสูงสุดในประเด็นที่ ผู้ให้บริการมีองค์ความรู้ที่น่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ผู้ให้บริการมีทักษะการทำงานในการให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม ความเป็นกันเอง มีกิริยามารยาทที่สุภาพ แต่งกายสะอาดเรียบร้อย ผู้ให้บริการสามารถจดจำท่านและเรื่องที่เคยรับไว้ และไม่เปิดเผยข้อมูลท่านแก่บุคคลอื่น ผู้ให้บริการพูดจาไพเราะ สุภาพ อ่อนน้อม ถ่อมตน และผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี เหมาะสมกับการให้บริการตามลำดับ

ปัจจัยด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการสูงสุดในประเด็นที่ ผู้ให้บริการมีองค์ความรู้ที่น่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ผู้ให้บริการมีทักษะการทำงานในการให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม ความเป็นกันเอง มีกิริยามารยาทที่สุภาพ แต่งกายสะอาดเรียบร้อย ผู้ให้บริการสามารถจดจำท่านและเรื่องที่เคยรับไว้ และไม่เปิดเผยข้อมูลท่านแก่บุคคลอื่น ผู้ให้บริการพูดจาไพเราะ สุภาพ อ่อนน้อม ถ่อมตน และผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี เหมาะสมกับการให้บริการตามลำดับ

ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการสูงที่สุดเกี่ยวกับเรื่อง ของที่ตั้งสำนักงานใกล้ส่วนราชการอื่น รองลงมาคือมีการ จัดโต๊ะและวัสดุสำนักงานสำหรับกรอกเอกสารเพียงพอ สำนักงานฯ กว้างขวาง ความสะอาดเรียบร้อย มีเอกสาร ประชาสัมพันธ์ไว้บริการ มีบริการน้ำดื่มและหนังสือพิมพ์ ขณะรอรับบริการ มีที่นั่งรอรับบริการเพียงพอ ตามลำดับ

5. อภิปรายผล

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ที่มีต่อปัจจัยการให้บริการของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ พบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐธา เสวกวิหาร (2560) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามาธิบดี ที่พบว่าลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน แต่ผลการศึกษามีความแตกต่างกับงานวิจัยของปิยณัฐ จันทร์เกิด (2560) เรื่องคุณภาพการให้บริการของเทศบาลนครนครสวรรค์ ตามการรับรู้ของประชาชนที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในระดับรายได้มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการของเทศบาลนครนครสวรรค์ แต่ในด้านอาชีพนั้นไม่มีผล

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยการให้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศกรณีศึกษา สำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ พบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยณัฐ จันทร์เกิด (2560) เรื่องคุณภาพการให้บริการของเทศบาลนครนครสวรรค์ตามการรับรู้ของประชาชน ที่พบว่าปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการในจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น การมีหน่วยบริการฉุกเฉิน มีที่นั่งห้องน้ำ สถานที่จอดรถและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อคนพิการและผู้สูงอายุ เช่น มีทางขึ้น-ลงสำหรับวีลแชร์

มีลิฟท์ ซึ่งต้องให้ความสำคัญและเอาใจใส่ในรายละเอียดต่าง ๆ ที่เป็นความสะดวกสบายของประชาชน จึงสมควรต่อส่งมอบสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่าง ๆ ให้แก่ประชาชนอย่างดีที่สุด

ปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจ พบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของโสรัจจะราช เตระพันธ์ (2561) เรื่องคุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดปทุมธานี ที่พบว่าการให้บริการด้วยเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยช่วยสร้างความมั่นใจและเชื่อถือได้ในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ รวมถึงได้รับการเอาใจใส่จากผู้ใช้บริการเป็นอย่างดีส่งผลต่อการได้รับความไว้วางใจจากผู้ใช้บริการ ในขณะที่เครื่องมือสำคัญในการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการในภาครัฐคือเจ้าหน้าที่รัฐที่มีความรู้ความสามารถที่เป็นปัจจุบัน สามารถแก้ปัญหาใหม่ๆ ให้ผู้มาใช้บริการจนเป็นที่ยอมรับและได้รับความไว้วางใจ

ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ พบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของวิโรจน์ ก่อสกุลและคณะ (2562) เรื่องการบริการสาธารณะแนวใหม่ ศึกษาเฉพาะกรณีกรุงเทพมหานคร ที่กล่าวถึงวิธีการให้บริการมีจุดประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ อำนวยความสะดวกในการขอรับบริการด้านต่างๆ ด้วยความคล่องตัว มีความยืดหยุ่น สามารถปฏิบัติงานแทนกันได้ แสดงให้เห็นถึงหน่วยงานมีความพร้อมด้านกระบวนการในการให้บริการแก่ประชาชนผู้มาติดต่อให้ได้รับความสะดวก

ปัจจัยด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของจิรวรรณ บุญพิทักษ์ และกาญจณัระวี อนันต์อัครกุล (2562) เรื่องความคาดหวัง การรับรู้และแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการ ที่พบว่าผู้ใช้บริการที่ให้บริการด้วยความสุภาพและมีมารยาทที่ดี สามารถตอบคำถามข้อสงสัย และให้คำแนะนำในเรื่องต่างๆ ได้ มีการชี้แจงถึงกระบวนการ

การขอรับบริการในเรื่องต่างๆ เพื่อตอบสนองบริการได้ตรงกับความต้องการมากที่สุด ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจหรือประทับใจจากการที่ได้รับบริการเกินความคาดหวังต่อความรวดเร็วทันใจและมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันผู้ให้บริการก็มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีงาม บริการด้วยน้ำใจที่ดี มีความสุภาพและมารยาทดี ช่วยสร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ สร้างความประทับใจและยินดีที่จะกลับมาใช้บริการ

ปัจจัยด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรรัตน์ บุญภา (2557) เรื่องความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลพวา อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี ที่พบว่าการเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการนั้น ช่วยสร้างความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในระดับมาก โดยเฉพาะการให้บริการจนสำเร็จตรงกับความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง และขณะเดียวกันก็มีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์เพื่อชี้แจงขั้นตอนการให้บริการอย่างถูกต้อง มีเอกสารเตรียมไว้บริการ มีตัวอย่างแนะนำประเภทบริการอย่างชัดเจน เป็นแนวทางในการให้บริการที่มีคุณภาพเป็นเลิศ สร้างความประทับใจและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงานบริการที่มีประสิทธิภาพสูง

ผลการศึกษาแนวทางการให้บริการเพื่อพัฒนาคุณภาพสู่ความเป็นเลิศของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ซึ่งสามารถตอบสนองตรงความต้องการของผู้มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ควรเพิ่มจุดบริการโดยเพิ่มการจัดโต๊ะบริการเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการกรอกเอกสาร และเพิ่มบริการน้ำดื่มให้เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของธีรยุทธ ปัตตาเทสัง (2552) เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการรับฝากไปรษณีย์ด่วนพิเศษกรณีศึกษาที่ทำการไปรษณีย์นครราชสีมา ที่แนะนำการขยายพื้นที่จอดรถสำหรับผู้ใช้บริการ เพิ่มจุดน้ำดื่มไว้บริการ จัดห้องสุขาไว้บริการ และจัดเก้าอี้รอรับบริการให้เพียงพอ

2) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ควรมีการแจ้งเวลาหรือกระบวนการทำงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน และไม่เยิ่นเย้อ ผู้รับบริการจะได้ทราบและยินดีที่จะรอคอยได้ มีการให้บริการที่ตรงกับความต้องการและที่ได้สัญญาไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ (2555) เรื่องความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพุลผล จังหวัดภูเก็ต ที่พบว่าความเชื่อถือและความไว้วางใจเป็นความสามารถของธนาคารในการให้บริการได้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ การให้บริการทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ

3) ด้านการตอบสนองผู้รับบริการ ควรลดขั้นตอนการให้บริการและนำเครื่องกวดบัตรคิวมาใช้ในการให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง โดยมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำอย่างชัดเจน เพื่อจะได้ทราบถึงสถิติของงานบริการในแต่ละวัน สอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรินทร์ สาตราคม (2557) เรื่องคุณภาพการให้บริการและความคาดหวังของผู้ประกันตนที่มีต่อสำนักงานประกันสังคมจังหวัดอุบลราชธานี ที่พบว่าในการตอบสนองต่อผู้รับบริการนั้น เจ้าหน้าที่ควรให้บริการด้วยความเสมอภาคและเป็นธรรม ให้ความช่วยเหลือดูแล ให้คำแนะนำเป็นอย่างดีและมีความชัดเจน

4) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ บุคลากรผู้ให้บริการควรสวมใส่ชุดยูนิฟอร์ม อันเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรและศักยภาพของทีมงานบริการ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของพิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล (2553) เกี่ยวกับบริการที่เป็นเลิศจากวัฒนธรรมบริการ ที่กล่าวว่า การสร้างสัญลักษณ์ มาตรฐานบริการ ทั้งรูปแบบการแต่งกาย บุคลิกภาพ ขั้นตอนการบริการที่ง่าย สะดวกถือได้ว่าเป็นการสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมใหม่ ซึ่งเป็นหนึ่งในกระบวนการให้บริการเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น

5) ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ควรเพิ่มการประสานงานให้รวดเร็วเพื่อแจ้งความคืบหน้า

ของเรื่องที่ได้รับไว้ และผู้ให้บริการเพิ่มการให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่และจริงใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพฑูรย์ คุ่มคง (2557) เรื่องความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลนายายอาม อำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี ที่พบว่าความเห็นอกเห็นใจต่อผู้รับบริการนั้นส่งผลให้ประชาชนรู้สึกต่อคุณภาพการบริการในระดับมากเพราะเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลนายายอาม เอาใจใส่ เอื้อเฟื้อ ยิ้มแย้มแจ่มใส ในขณะที่ให้บริการ ช่วยอำนวยความสะดวกอย่างรวดเร็ว อีกทั้งพร้อมรับคำตำหนิไปปรับปรุงแก้ไขด้วยท่าทีที่เต็มใจ

6. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) ควรอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงบริการของผู้ใช้บริการ โดยเพิ่มจุดบริการระดับอำเภอที่ห่างไกลเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายและประหยัดเวลาในการเดินทางเข้ามาติดต่อใช้บริการ

2) ควรสร้างความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการ โดยเพิ่มการให้บริการนอกเวลาราชการ หรือไม่พักเที่ยง เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มลูกจ้าง ซึ่งไม่สะดวกมาใช้บริการในวันเวลาราชการ

3) ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โดยที่ผู้ให้บริการควรให้ความสนใจ และเอาใจใส่ในการแก้ไขปัญหาของผู้ใช้บริการรายบุคคล แสดงกิจกรรมายาทที่สุภาพต่อผู้ใช้บริการ เปิดและปิดการให้บริการตรงตามระยะเวลาที่แจ้งไว้

4) ควรมีความพร้อมในการให้บริการ โดยนำเอาเทคโนโลยีมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการ เช่น ตู้ KIOS ในการค้นหาตำแหน่งงานว่าง ผู้มาใช้บริการสามารถ กดดูข้อมูลได้ด้วยตนเอง เป็นต้น

5) ควรเพิ่มการควบคุมระบบความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลและสิทธิการเข้าถึงข้อมูลในระบบ โดยมีมาตรการในการอนุญาตให้เฉพาะ

เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเท่านั้นที่จะสามารถเข้าถึงข้อมูลในเครื่องคอมพิวเตอร์ รวมทั้งควรมีระบบสำรองข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาคุณภาพการให้บริการของสำนักงานแรงงานจังหวัดอื่น ๆ เพื่อหาแนวทางในการกำหนดนโยบายด้านการให้บริการที่ตรงกันต่อไป

2) ควรศึกษาถึงปัจจัยภายในและภายนอกต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อหาแนวทางในการป้องกันและพัฒนาหน่วยงานต่อไป

3) ควรมีการศึกษาประสิทธิผลจากการให้บริการของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์

4) ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการให้บริการของสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์

7. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ที่ปรึกษาและคณาจารย์ในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเนชั่น คณะกรรมการสอบผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ให้ความอนุเคราะห์ต่อคำปรึกษาและข้อเสนอแนะที่ทำให้งานวิจัยสมบูรณ์ขึ้น ขอขอบคุณผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ตลอดจนเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยเนชั่นที่ให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆ และเป็นกำลังใจแก่ผู้ศึกษาด้วยดีตลอดมา รวมถึงขอขอบพระคุณบุคคลที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนสนับสนุนด้านการจัดเก็บข้อมูลจนสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เหนือสิ่งอื่นใดขอขอบคุณการเกื้อหนุนและกำลังใจจากครอบครัวอันเป็นที่รัก

8. เอกสารอ้างอิง

กุลธน ธนาพงศธร. (2528). การบริหารงานบุคคล.

นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.

เกษตรพันธ์ ขอบทำกิจ. (2546). ประสิทธิภาพในการ

บริหารงานบริการภาครัฐ : ศึกษากรณี

- สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา. ปัญหาพิเศษ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- คู่มือการปฏิบัติงานของสำนักงานแรงงานจังหวัด นครสวรรค์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563. เผยแพร่เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2562.
- จิรวรรณ บุญพิทักษ์ และกาญจณัระวี อนันต์อัครกุล. (2562, พฤษภาคม - สิงหาคม). ความคาดหวัง การรับรู้ และแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการ สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. วารสารวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต, 15(2), 101-119.
- ชลธิชา ศรีบำรุง. (2557). **คุณภาพการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฝ้อ จังหวัด ชลบุรี**. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชวงค์ ฉายะบุตร. (2536, กรกฎาคม). การให้บริการแบบครบวงจรแนวทางการให้บริการเชิงรุกของกรมการปกครอง. วารสารเทศบาล, 88, 11 -14.
- ณัฐธา เสวกวิหารี. (2560). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาล รามาธิบดี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธีรยุทธ ปัตตาเทสสัง. (2560). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการรับฝากไปรษณีย์ด่วนพิเศษ กรณีศึกษา ที่ทำการไปรษณีย์ นครราชสีมา**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- นิติพล ภูตะโชติ. (2551). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกพักโรงแรมที่จังหวัด หนองคาย**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
- หาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- _____. (2561, มกราคม-เมษายน). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี, 12(27), 85-96.
- บุศยมาศ แสงเงิน. (2559). **ข้าราชการยุคใหม่กับการให้บริการสู่ความเป็นเลิศ**. ค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2563, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/408020>
- ปฐม มณีโรจน์. (2538). **ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของ กรุงเทพมหานคร: ศึกษากรณีสำนักงานเขต. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.**
- ปรัชญา เวสารัชช. (2523). **องค์การกับลูกจ้าง**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยณัฐ จันทร์เกิด. (2560). **คุณภาพการให้บริการของเทศบาลนครนครสวรรค์ ตามการรับรู้ของประชาชน**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- พัชรินทร์ สาตราคม. (2557, กรกฎาคม - ธันวาคม). **คุณภาพการให้บริการและความคาดหวังของผู้ประกันตนที่มีต่อสำนักงานประกันสังคมจังหวัดอุบลราชธานี**. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 5(2), 68-80 พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล. (2553). **บริการที่เป็นเลิศ: วัฒนธรรมบริการ**. กรุงเทพฯ. ดิอิมเพรสชั่น คอนซัลแทนท์.
- ไพฑูรย์ คุ่มคง. (2557). **ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลนายายอาม อำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี**. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

- สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ. (2555). **ความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพุดผล จังหวัดภูเก็ต**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วิโรจน์ ก่อสกุล และคณะ. (2562, ตุลาคม-ธันวาคม). การบริการสาธารณะแนวใหม่ : ศึกษาเฉพาะกรณีกรุงเทพมหานคร. **วารสารรัชติภาคย์**, 13 (31), 58-68.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2563). **หลักเกณฑ์การพิจารณารางวัลบริการภาครัฐ ประจำปี พ.ศ. 2563**. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- สำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์. (2563). **ข้อมูลหน่วยงาน**. ค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://nakhonsawan.mol.go.th/>
- สำนักงานสถิติจังหวัดนครสวรรค์. (2562). **ข้อมูลสถิติ**. ค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <http://nksawan.nso.go.th/>.
- สุวัฒน์ บุญเรือง. (2545). **ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลสุนทรภู่: ศึกษาเฉพาะด้านการจัดเก็บรายได้**. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เสรี วรพงษ์. (2558, มกราคม-มิถุนายน). การพัฒนาแนวทางบริการสู่ความเป็นเลิศ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม. **วารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์**, 23(1), 55-73.
- โสรัจจะราช เตระพันธ์. (2561). **คุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และ**
- ความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อมรรัตน์ บุญภา. (2557). **ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลพวา อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี**. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Millet, J. D. (1954). **Management in the Public Service: The quest for effective performance**. New York: McGraw-Hill Book.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research. **Journal of Marketing**, 49(4).
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A and Berry, L. L. (1990). **Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions**. New York : The Free Press.

การพัฒนารูปแบบการจัดการป่าชุมชนตามพระราชบัญญัติป่าชุมชน
:กรณีบ้านร่มฟ้าหลวง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย

Development of the Model for Community Forest Management According to the
Act of Parliament on Community Forest : a case on Ban Rom Fa Lung,
Wieng Kaen, Chiang Rai.

อดิศร ภูสาระ (Adisorn Pusara)¹

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบการจัดการป่าชุมชนตามพระราชบัญญัติป่าชุมชน:กรณีบ้านร่มฟ้าหลวงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนารูปแบบการจัดตั้งป่าชุมชนตามพระราชบัญญัติป่าชุมชน พ.ศ.2562 และ 2) ศึกษาวิธีการจัดการป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย ใช้วิธีวิจัยแบบผสมโดยการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างหัวหน้าครัวเรือนสมาชิกป่าชุมชนจำนวน 35 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์คณะกรรมการป่าชุมชนจำนวน 7 คน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการศึกษาเอกสารและแบบสัมภาษณ์

ผลการวิจัยพบว่าพระราชบัญญัติป่าชุมชนเกิดขึ้นจากชุมชนต้องการจัดการทรัพยากรร่วมป่าชุมชนด้วยวิธีการของตนเองเพื่อให้ได้สิทธิชุมชนในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่อย่างยั่งยืนและกีดกันผู้ที่ไม่ใช่สมาชิกเข้าใช้ประโยชน์ การจัดตั้งป่าชุมชนตามพระราชบัญญัติป่าชุมชนเริ่มจากการรวบรวมสมาชิกป่าชุมชนเลือกตั้งคณะกรรมการป่าชุมชนดำเนินการจัดทำคำขอ กฏระเบียบและแผนการจัดการป่าชุมชนโดยมีหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ให้การสนับสนุนและหน่วยงานภาครัฐในระดับจังหวัดและระดับชาติเป็นผู้พิจารณาอนุมัติ การจัดการป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวงตามแนวคิดการจัดการทรัพยากรร่วมโดยมีวิธีการจัดการตามวิถีความเชื่อของม้งที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ดังนี้ 1)คณะกรรมการป่าชุมชนเป็นผู้กำหนดขอบเขตของผู้ใช้ประโยชน์และขอบเขตของพื้นที่ 2) กฏระเบียบมีความสอดคล้องกับความเชื่อของท้องถิ่นและความสอดคล้องกับการบำรุงรักษาที่สมาชิกป่าชุมชนร่วมกันกำหนด 3) สมาชิกป่าชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจการจัดการป่าชุมชน 4) การกำกับติดตามและการสอดส่องดูแลดำเนินการโดยสมาชิกป่าชุมชน 5) การกำหนดบทลงโทษจากเขาไปหาหนัก 6)การจัดการความขัดแย้งด้วยวิธีการของชุมชน 7) การได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภาครัฐ และ8)การเชื่อมโยงกับภาคีเครือข่ายป่าชุมชนในพื้นที่ต่อเนื่องกัน

คำสำคัญ : ม้ง การจัดการทรัพยากรร่วม พระราชบัญญัติป่าชุมชน

¹ สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

Abstract

Research “Development of the Model for Community Forest Management According to the Act of Parliament on Community Forest : a case on Ban Rom Fa Lung, Wieng Kaen , Chiang Rai ” aims 1) to develop the model for set up community forest according to the Act of Parliament on Community Forest B.E.2562 and 2) to study the method of community forest management at Ban Rom Fa Lung, Wieng Kaen ,Chiang Rai . Mixed methods research was used. Questionnaires were collected from the 35 representative samples which were household leaders of forest community as quantitative data, while 7 of community forest committees were interviewed for qualitative process.

The results revealed that the Act of Parliament on Community Forest starting from the community which need for common pool resource management of community forest by their own method in order to achieve the community's right to use the resources in the area sustainably and deprive non-members to use. The establishment of a community forest under the Act of Parliament on Community Forest begins with collecting community forest members and electing a community forest committee in order to prepare petition, regulations and community forest management plan supporting from local government, while consideration approved by provincial government and national level government. Ban Rom Fah Luang Community Forest Management is based on the concept of shared resource management, with management methods according to the beliefs of the Hmong that have been inherited from their ancestors as follows: 1) determining user boundaries and the boundaries of the area by community forestry committees , 2) believing and preserving community forest members set regulation by community forest members set, 3) participating in decision in community forest management, 4) taking the responsibility as supervisor, 5) imposing penalties from light to heavy, 6) managing conflicts by means of community, 7) accepting from government agencies, and 8) linking with contiguous community forest network partners in the area.

Keywords: Hmong, Common Pool Resource Management, The Act of Parliament on Community Fore

วันที่รับบทความ : 15 มีนาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 2 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

แนวคิดการพัฒนาการทางรัฐประศาสนศาสตร์ด้านการบริหารการปกครองเป็นวิธีการบริหารงานสาธารณะที่เปิดให้ภาคประชาสังคมเข้ามามีบทบาทในการจัดการสินค้าและบริการสาธารณะเพื่อตอบสนองต่อสภาพปัญหาและความต้องการภายใต้สภาพแวดล้อมของตนเองการบริหารการปกครองโดยภาคประชาสังคมเกิดขึ้นและสอดคล้องกับการพัฒนาประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมที่ประชาชนต้องการเข้ามามีบทบาททางการเมืองมากกว่า เพียงการเลือกตั้งตัวแทนเพื่อปฏิบัติหน้าที่แทนตนในรัฐสภาซึ่งการแสดงบทบาทหน้าที่ของผู้แทนราษฎรไม่เพียงพอและไม่สามารถตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมที่มีความหลากหลายได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การกำหนดนโยบายสาธารณะที่ถูกจำกัดเพียงการใช้อำนาจทางสถาบันนิติบัญญัติ ในขณะที่ใช้อำนาจ ผ่านสถาบันบริหาร ถูกกำหนดขึ้นโดยระบบราชการที่มีอำนาจจัดการสาธารณะด้วยกลไกทางกฎหมาย และข้อบังคับที่เข้มแข็งเกินกว่าตัวแทนของประชาชนจะเข้าไปมีบทบาทในการกำหนดนโยบายเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ และสภาพแวดล้อมที่หลากหลายได้อย่างทั่วถึง

การจัดการทรัพยากรร่วม (common-pool resource) เป็นแนวคิดของ Elinor Ostrom นักเศรษฐศาสตร์การเมืองผู้ได้รับรางวัลโนเบล ในปี ค.ศ. 2009 โดยนำเสนอแนวคิดถึงการจัดการทรัพยากรร่วมของชุมชนโดยทรัพยากรร่วมเป็นทรัพยากรสาธารณะที่ผู้คนทั่วไปสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ง่าย เช่น แม่น้ำ ทะเลสาบ หรือป่าไม้ การเข้าถึงได้ง่ายนี้ทำให้ทรัพยากรถูกใช้งานอย่างไม่มีการจำกัดจนเกิดความเสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว จึงควรมีผู้ทำหน้าที่ควบคุมดูแลการใช้ประโยชน์ รวมถึงการฟื้นฟูทรัพยากรเหล่านั้น ให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน โดยมีการกำหนดกฎเกณฑ์การใช้ประโยชน์ สิทธิการใช้ประโยชน์และการ

กีดกันการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรร่วมนั้นซึ่งผู้ทำหน้าที่ดำเนินการจัดการทรัพยากรร่วมได้ดีที่สุดคือประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ของแหล่งทรัพยากรนั้น โดยพวกเขามีความรู้ความเข้าใจถึงธรรมชาติของทรัพยากร มีวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ผูกพันกับทรัพยากร รวมถึงมีวิธีการจัดการทรัพยากรร่วมได้ดีกว่าการกำหนดนโยบายและการจัดการจากภาครัฐ ที่ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรได้ดีกว่าประชาชนในพื้นที่

นโยบายการจัดการป่าไม้ของประเทศไทยถูกกำหนดจากภาครัฐ ตั้งแต่การควบคุมการให้สัมปทานป่าไม้เพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศ การจัดการสัมปทานป่าไม้ที่ผ่านมาส่งผลให้พื้นที่ป่าถูกทำลายจนเสื่อมสภาพส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศของประเทศ จนเกิดแนวความคิดอนุรักษ์พื้นที่ป่า ด้วยการนำหลักการทางวิชาการป่าไม้จากต่างประเทศ ทำการจัดตั้งพื้นที่อนุรักษ์ป่าไม้ ด้วยแนวคิด “ป่าปลอดมนุษย์” นโยบายการจัดการป่าไม้ของประเทศจึงเป็นนโยบายที่ผูกขาดการจัดการป่าไม้โดยใช้ส่วนราชการ ทำหน้าที่ดูแลรักษาป่าไม้ เพื่อให้ป่าไม้เป็นป่าโดยธรรมชาติ ไม่มีมนุษย์เข้าไปอาศัยอยู่พร้อมปลูกฝังความคิดว่าการอนุรักษ์ป่าไม้ในภาพลักษณ์ของความเป็นป่าบริสุทธิ์ สดสวยงดงาม เหมาะสำหรับการสันทนาการของประชาชนในเมือง และมองว่าผู้ที่อาศัยในพื้นที่ป่าเป็นผู้ที่หวังจะตัดถวงหาประโยชน์ส่วนตัว หรือ นายทุน ผู้สนับสนุน การทำลายพื้นที่ป่าของคนเหล่านี้ทำให้เกิดผลเสียต่อระบบนิเวศ ฝนไม่ตกตามฤดูกาล เกิดภาวะภัยแล้ง น้ำในแม่น้ำลำธาร ลดน้อยลงส่งผลต่อเนื่องถึงผู้ที่อาศัยอยู่ส่วนท้ายแหล่งน้ำ

ในขณะที่ชุมชนที่อาศัยในพื้นที่ป่าถูกมองว่าเป็นผู้ร้ายตัวสำคัญในการทำลายป่าไม้ ซึ่งในสภาพความเป็นจริง ชุมชนในพื้นที่ป่าต่างก็มีวิถีชีวิต การดำรงชีพ การใช้ประโยชน์จากพื้นที่ป่าตาม วิถีชีวิต มีวัฒนธรรมประเพณีในการจัดการพื้นที่ป่าด้วยวิธีการของแต่ละชุมชนที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของแต่ละพื้นที่ จนเกิดแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการป่าไม้โดยชุมชน เพื่อให้ชุมชน

ใช้ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการจัดการป่าไม้ที่ถูกถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษเพื่อเข้ามาจัดการพื้นที่ป่า เพื่อแลกกับสิทธิการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ป่า ตามวิธีการจัดการทรัพยากรร่วมของ Ostrom ที่ให้ชุมชนมีสิทธิจัดการทรัพยากรร่วม การเข้าถึงแหล่งทรัพยากร และการกีดกันการใช้ทรัพยากรจากบุคคลภายนอกเพื่อสร้างแรงจูงใจให้ชุมชนดำเนินการจัดการทรัพยากรในลักษณะของป่าชุมชนในประเทศไทย ได้มีการกำหนดพระราชบัญญัติป่าชุมชนพ.ศ.2562 โดยมีสาระสำคัญในการอนุญาตให้จัดตั้งป่าชุมชนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ชุมชน ร่วมกับภาครัฐในการอนุรักษ์ ป่าชุมชน การจัดการบำรุงรักษา ตลอดจนการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ป่าชุมชนอย่างสมดุล และยั่งยืนตลอดไป

การวิจัยเรื่องการพัฒนา รูปแบบการจัดการป่าชุมชนตามพระราชบัญญัติป่าชุมชน พ.ศ.2562 ที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 โดยให้ชุมชนที่มีความประสงค์จัดตั้งป่าชุมชนตามพระราชบัญญัตินี้ต้องดำเนินการตามพระราชบัญญัติ รวมถึงการศึกษาวิธีการจัดการป่าชุมชนโดยชุมชนที่ศึกษาครั้งนี้เป็นชุมชนม้ง บ้านร่มฟ้าหลวง ตำบลปอ อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย มังมีวิถีชีวิตในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ป่า มีข้อขัดแย้งกับเจ้าหน้าที่ในการเข้าใช้ประโยชน์ในพื้นที่ป่าไม้ จนกระทั่งมีกฎหมายให้สิทธิเพื่อการจัดตั้งป่าชุมชนและการจัดการป่าชุมชนได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบการดำเนินการเพื่อดำเนินการตามขั้นตอนการจัดตั้งป่าชุมชนและวิธีการจัดการทรัพยากรร่วม ตามแนวคิดของ Ostrom ในพื้นที่ป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวง เพื่อให้คำแนะนำกับชุมชนให้สามารถจัดตั้งและจัดการป่าชุมชนและเป็นแนวทางในการจัดตั้งและจัดการป่าชุมชนในรูปแบบของเครือข่ายป่าชุมชนในพื้นที่อื่นต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดตั้งป่าชุมชนตามพระราชบัญญัติป่าชุมชน พ.ศ.2562

1.2.2 เพื่อศึกษาวิธีการจัดการป่าชุมชน บ้านร่มฟ้าหลวง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมเพื่อพัฒนา การจัดตั้งป่าชุมชน บ้านร่มฟ้าหลวง และศึกษาวิธีการจัดการป่าชุมชน บ้านร่มฟ้าหลวง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย

2. แนวคิดทฤษฎี

ทรัพยากรร่วม (Common-Pool Resource : CPR) เป็นแนวคิดถึงการจัดการทรัพยากรสาธารณะประเภทที่ใช้แล้วหมดไป แต่สามารถสร้าง พัฒนา อนุรักษ์ ป่าชุมชนให้กลับมาคงเดิมหรือมีสภาพที่ดีกว่าเดิมได้ เช่น ป่าไม้ แหล่งน้ำ แต่ทรัพยากรร่วมจะมีการจำกัดกลุ่มของบุคคลที่มีสิทธิเข้าใช้ประโยชน์จากทรัพยากร ตั้งแต่จำนวนบุคคลที่มีสิทธิ คุณภาพและปริมาณของทรัพยากรที่บุคคลสามารถเข้าไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรนั้น

แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรร่วมเป็นของ Elinor Ostrom นักเศรษฐศาสตร์การเมืองผู้ได้รับรางวัลโนเบลทางเศรษฐศาสตร์ในปี 2552 เป็นผู้นำแนวคิดด้านการจัดการทรัพยากรร่วมโดยชุมชนเพื่อแบ่งปันผลประโยชน์จากทรัพยากรอย่างยั่งยืน Ostrom(2003,P 2-8)ได้กล่าวถึงที่มาของการจัดการทรัพยากรร่วมจากแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายสาธารณะมาตลอด โดยแบบจำลองทั้ง 3 ประกอบด้วย

แบบจำลองที่1 โศกนาฏกรรมของทรัพยากรส่วนรวม (The tragedy of the commons) เป็นการอ้างอิงถึงบทความทางวิชาการของ Garelt Hadin ในปี 1968 มีสาระสำคัญว่า การเปิดให้ประชาชนเข้าใช้

ทรัพยากรธรรมชาติอย่างเสรี (open to all) จะทำให้ผู้คนต่างเข้ามาแย่งชิงการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างไม่มีขีดจำกัดในลักษณะที่เรียกได้ว่า “มือใครยาวสาวได้สาวเอา” จนกระทั่งทรัพยากรเกิดความเสื่อมโทรมลงไปอย่างรวดเร็วไม่อาจฟื้นฟูกลับมาให้คงอยู่ในสภาพเดิมได้

แบบจำลองที่ 2 ทฤษฎีเกม (The prisoner's dilemma game) โดย Dilemma คือสถานการณ์ที่ยากลำบากสำหรับบุคคลสองกลุ่มในการตัดสินใจเลือกอย่างใดอย่างหนึ่งหากบุคคลกลุ่มแรกตัดสินใจเลือกในสิ่งที่ตนคิดว่าจะได้ประโยชน์สูงสุดแต่กลับจะทำให้คนกลุ่มที่สองได้ประโยชน์น้อยที่สุดจนถึงไม่ได้ประโยชน์จากสถานการณ์นั้น ในทางตรงกันข้ามถ้าบุคคลกลุ่มที่สองตัดสินใจเลือกสิ่งที่ตนคิดว่าจะได้ประโยชน์สูงสุด แต่จะกลับทำให้บุคคลกลุ่มแรกได้ประโยชน์น้อยที่สุดจนถึงไม่ได้ประโยชน์จากสถานการณ์นั้นเช่นกัน หากบุคคลทั้งสองกลุ่มได้มีโอกาสเจรจาต่อรองก่อนการตัดสินใจ จะทำให้บุคคลทั้งสองกลุ่มได้รับผลประโยชน์เพียงพอที่ทั้งสองกลุ่มยอมรับได้อันเป็นการได้รับผลประโยชน์ร่วมกันโดยที่ไม่มีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งสูญเสียผลประโยชน์นั้น

แบบจำลองที่ 3 ตรรกะว่าด้วยการกระทำร่วม (The logic of collective actions) เป็นแนวคิดของ Mancur Olson ในปี 1965 ที่มีความเห็นว่าบุคคลพิจารณาการเข้าร่วมกลุ่มหรือไม่จากผลประโยชน์ที่ตนเห็นว่าจะได้รับจำเป็นต้องสร้างแรงจูงใจให้บุคคลเห็นประโยชน์ที่เขาเห็นว่าคุ้มค่าพอที่จะเข้าร่วมกลุ่มนั้น

จากแบบจำลองทั้ง 3 ทำให้เห็นว่าบุคคลทุกคนต้องการแสวงหาผลประโยชน์สูงสุด เมื่อมีโอกาสจะกอบโกยผลประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรสาธารณะจนเกิดความเสื่อมโทรมลงจนมีอาจฟื้นตัวได้ จำเป็นต้องมีการจัดการดูแลการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรส่วนร่วมนั้น จึงควรทำการตกลงเพื่อจัดทำข้อกำหนดในการใช้ทรัพยากรร่วมกัน เพื่อให้ทุกฝ่ายได้รับประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรเพียงพอต่อความต้องการ ซึ่งการรวมกลุ่ม

ของผู้ใช้ประโยชน์จะมีการกำหนดเงื่อนไขหรือแรงจูงใจให้สมาชิกในกลุ่มยอมรับร่วมกันและมีการกีดกันผู้ที่ไม่ใช่สมาชิกในกลุ่มเข้าใช้ประโยชน์จากทรัพยากร Elinor Ostrom จึงได้นำเสนอกรอบแนวคิดสำคัญในการจัดการทรัพยากรร่วม 8 ประการ (สุจิตรา สามัคคีธรรม สมศักดิ์ สามัคคีธรรม และสุวิมล ไชยพันธ์พงษ์, 2561, หน้า 23-24; ธรรมนิตย์ สุมนัตกุล, 2562, หน้า 10-12 และ Daniel Liberto, 2019, website) ประกอบด้วย 1) การกำหนดขอบเขตของทรัพยากร ได้แก่ ขอบเขตของผู้ใช้ประโยชน์ และขอบเขตของพื้นที่ 2) ความสอดคล้องของกฎ ระเบียบ ได้แก่ ความสอดคล้องกับเงื่อนไขท้องถิ่นและความสอดคล้องกับการบำรุงรักษา 3) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 4) การกำกับ ติดตาม และสอดส่องดูแล ได้แก่ การกำกับติดตามผู้ใช้ประโยชน์และการสอดส่องดูแลสภาพของทรัพยากร 5) การกำหนดบทลงโทษ 6) การจัดการความขัดแย้ง 7) การได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ การยอมรับการบัญญัติกฎระเบียบ การใช้ประโยชน์และการบำรุงรักษา และ 8) การเชื่อมโยงกับภาคีเครือข่าย

การจัดการป่าชุมชน การจัดการป่าชุมชน เป็นวิธีการที่ชุมชนเข้ามามีส่วนในการจัดการทรัพยากรร่วมตามวิธีการอยู่ร่วมกันกับป่าที่ถูกถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ โดยกำหนดกฎกติกาที่ชุมชนยอมรับ ซึ่งมีการกำหนดรูปแบบของกระบวนการพัฒนาเชิงสถาบันสำหรับการจัดการทรัพยากรของสังคมในเชิงนิเวศ-วัฒนธรรม การใช้กฎหมาย และระเบียบของทางราชการ การจัดการโดยใช้วิธีการมีส่วนร่วมของชุมชน ผู้ที่สามารถดำเนินการจัดการป่าชุมชนได้ดีที่สุด คือประชาชนที่ตั้งถิ่นฐานอาศัยอยู่ในพื้นที่ป่าชุมชนนั้น เช่นเดียวกับการศึกษาของชนชาติ ฟูมฟัก และนฤมล อนุสนธิ์พัทธ์ (2563, หน้า 138) ที่กล่าวถึงศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในลักษณะเชิงวัฒนธรรมและสังคมท้องถิ่นที่มีการกำหนดกระบวนการจัดการกิจกรรมโดยอาศัยพื้นฐานการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนเป็นหลัก

ในลักษณะของข้อกำหนด การบริหารจัดการโดยชุมชนตนเองและการจัดสรรทรัพยากรอย่างสอดคล้องกับวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นภายใต้ต้นทุนทางสังคม ชุมชนที่เป็นจุดเด่นของตนเอง นอกจากนี้ ชล บุนนาค (2555, หน้า25-27) กล่าวว่า ประชาชนผู้ใช้ทรัพยากรในชุมชนเดียวกันและอยู่กับทรัพยากรมานาน ย่อมมีความรู้เกี่ยวกับสภาพพื้นที่และผู้คนที่มากพอ จะมีแนวโน้มที่จะสามารถจัดการทรัพยากรร่วมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ใช้ทรัพยากรยังมีแนวโน้มที่จะปฏิบัติตาม บรรทัดฐาน (norm) ของชุมชนที่ตนอยู่ด้วย บรรทัดฐานเป็นมาตรการที่กำกับพฤติกรรมของผู้ใช้ทรัพยากร การรับเอาคตินั้นเข้ามาเป็นบรรทัดฐานภายในตัวของเขา (internal norm) อย่างไรก็ดี เป็นความจริงในทุกสังคมย่อมมีทั้งคนดีและคนไม่ดี กลไกการตรวจตรา (monitoring) และการลงโทษทางสังคม (social sanction) จึงมีบทบาทในการทำให้การจัดการทรัพยากรมีประสิทธิภาพ

การจัดการป่าชุมชน จึงมีรูปแบบของการจัดการเชิงวัฒนธรรมภายใต้ชุมชนที่มีลักษณะสังคมวัฒนธรรมแบบเดียวกัน อยู่ร่วมกันมานาน ซึ่งเมื่อมีการอพยพจากกลุ่มบุคคลภายนอกหรือการตั้งชุมชนใหม่ที่มีบุคคลที่มีลักษณะทางสังคมหลากหลาย ก็จะมีการบริหารจัดการโดยคณะกรรมการจากตัวแทนของกลุ่มบุคคล และเมื่อพบปัญหาแรงกดดันจากนโยบายของรัฐ ก็จะมีการสร้างเครือข่ายกับชุมชนอื่นเพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองกับภาครัฐหรือกลุ่มผลประโยชน์อื่นๆ โดยมีองค์กรเอกชนภายนอกร่วมดำเนินการจัดตั้ง และประสานงานกับเครือข่าย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการป่าชุมชนตามพระราชบัญญัติป่าชุมชน กรณีบ้านร่มฟ้าหลวง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี(mixed methods research) ตามรูปแบบ

การวิจัยแบบอธิบาย (explanatory design) ซึ่งมีวิธีการวิจัยที่เริ่มต้นจากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณก่อน จากนั้นตามด้วยการวิจัยคุณภาพ เพื่ออธิบายผลของการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ได้เก็บและวิเคราะห์ข้อมูลที่ทำไว้ในช่วงแรก งานวิจัยนี้ ได้รับการพิจารณาและผ่านการรับรองจาก คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาโดยยึดหลักเกณฑ์ตามคำประกาศเฮลซิงกิ (Declaration of Helsinki)เลขที่ใบรับรอง HE-069-2563

4. สรุปผลการวิจัย

4.1 คณะกรรมการป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวง ตำบลปอ อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงรายได้มีการจัดตั้งป่าชุมชนตามพระราชบัญญัติป่าชุมชน พ.ศ. 2562

4.2 การจัดการป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวงตามแนวคิดการจัดการทรัพยากรร่วมโดยมีวิธีการจัดการตามวิถีความเชื่อของม้งที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษดังนี้ 1)การกำหนดขอบเขตของผู้ใช้ประโยชน์และขอบเขตของพื้นที่ 2) กฎระเบียบมีความสอดคล้องกับความเชื่อของท้องถิ่นและความสอดคล้องกับ การบำรุงรักษา 3) สมาชิกป่าชุมชนมีส่วนร่วมใน การตัดสินใจการจัดการป่าชุมชน 4)การกำกับติดตามและการสอดส่องดูแล 5) การกำหนดบทลงโทษจากเขาไปหาหนัก 6) การจัดการความขัดแย้งด้วยวิธีการของชุมชน 7) การได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภาครัฐ และ 8) การเชื่อมโยงกับภาคีเครือข่ายป่าชุมชนในพื้นที่ต่อเนื่องกัน

5. อภิปรายผล

1. รูปแบบการจัดตั้งป่าชุมชนตามพระราชบัญญัติป่าชุมชน พ.ศ. 2562

การจัดตั้งป่าชุมชนตามพระราชบัญญัติป่าชุมชน พ.ศ. 2562 บ้านร่มฟ้าหลวง ตำบลปอ อำเภอเวียงแก่น

จังหวัดเชียงรายตามพระราชบัญญัติป่าชุมชน พ.ศ. 2562 ได้มีการดำเนินการตามกระบวนการ ดังนี้

1.1 ผู้ใหญ่บ้านร่มฟ้าหลวง ได้รับทราบข้อมูล การดำเนินการจัดตั้งป่าชุมชนหลังจากการประกาศ พระราชบัญญัติป่าชุมชน พ.ศ. 2562 จากการประชุม เครือข่ายผู้นำชุมชนม้ง ดอยผาหม่น

1.2 ผู้ใหญ่บ้านร่มฟ้าหลวง และผู้นำชุมชนม้ง ดอยผาหม่นจัดประชุมคณะกรรมการหมู่บ้านเพื่อสร้างความตระหนักถึงสิทธิชุมชนในการการจัดตั้งป่าชุมชน ตามพระราชบัญญัติป่าชุมชน พ.ศ. 2562

1.3 ผู้ใหญ่บ้านร่มฟ้าหลวง และผู้นำชุมชนม้ง ดอยผาหม่นติดต่อประสานงานผู้วิจัย เพื่อวิเคราะห์ กระบวนการจัดตั้งป่าชุมชนตามพระราชบัญญัติป่าชุมชน พ.ศ. 2562 เนื่องจากพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว เป็นพระราชบัญญัติที่กำหนดขึ้นมาใหม่ ยังไม่มีรูปแบบหรือ การดำเนินการจัดตั้งป่าชุมชนตามพระราชบัญญัติมาก่อน

1.4 ผู้วิจัยได้พัฒนารูปแบบการจัดตั้งป่าชุมชน ตามพระราชบัญญัติป่าชุมชน พ.ศ. 2562 และได้นำเสนอต่อผู้นำชุมชนม้งดอยผาหม่น จำนวน 3 หมู่บ้าน เพื่อนำร่องในการจัดตั้งป่าชุมชน สำหรับชุมชนม้งดอยผาหม่นต่อไป

1.5 ผู้ใหญ่บ้านร่มฟ้าหลวงจัดประชุม ประชาชนในหมู่บ้านเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดตั้งป่า ชุมชน ผลประโยชน์และสิ่งที่สมาชิกป่าชุมชนต้อง เสียสละ เพื่อให้ประชาชนในหมู่บ้านที่มีคุณสมบัติ ตัดสินใจสมัครเข้าเป็นสมาชิกป่าชุมชน บ้านร่มฟ้าหลวง

1.6 การจัดประชุมผู้มีความประสงค์สมัครเข้า เป็นสมาชิกป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวงพร้อมคัดเลือก สมาชิกป่าชุมชนเป็นคณะกรรมการป่าชุมชน

1.7 คณะกรรมการป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวง จัดประชุมเพื่อเลือกประธาน กรรมการ และเลขานุการ ป่าชุมชนจัดทำร่างกฎระเบียบป่าชุมชน โดยยึดถือแนว ปฏิบัติที่เคยปฏิบัติในการใช้พื้นที่ป่าร่วมกันมาตามวิถี

ชีวิตชาวม้งให้มีลักษณะของกฎ ระเบียบที่เป็นลายลักษณ์ อักษร

1.8 คณะกรรมการป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวง จัดประชุมสมาชิกป่าชุมชนเพื่อชี้แจงร่างกฎ ระเบียบที่ จัดทำต่อสมาชิกป่าชุมชน มีการปรับแก้จากคำแนะนำ ของสมาชิกป่าชุมชนจนได้กฎ ระเบียบที่ได้รับการ ยอมรับของทุกฝ่าย

1.9 คณะกรรมการป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวง จัดทำเอกสาร คำขออนุญาตจัดทำโครงการป่าชุมชน ประกอบด้วย เอกสารคำขอจัดตั้งป่าชุมชน แผนการ จัดการป่าชุมชน แผนที่แสดงขอบเขตป่าชุมชน และกฎ กติกาการจัดการป่าชุมชน นำเสนอต่อคณะกรรมการป่า ชุมชนจังหวัดเพื่อดำเนินการในส่วนของคณะกรรมการ ป่าชุมชน จังหวัดเชียงรายต่อไป

2. การจัดการป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวง

บ้านร่มฟ้าหลวงได้มีการจัดการป่าชุมชนมา ตั้งแต่มีการตั้งหมู่บ้านในปี พ.ศ. 2525 โดยที่ประชาชน ต้องเข้าไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ป่าชุมชน จึงมีการจัดการป่าชุมชนโดยใช้กฎระเบียบที่ยึดถือจากวิถี ชีวิตชาวม้งที่มีมาตั้งแต่บรรพบุรุษ เมื่อมีการจัดตั้งป่า ชุมชนตามพระราชบัญญัติป่าชุมชน พ.ศ. 2562 ได้มีการ รวบรวมรายชื่อสมาชิกป่าชุมชนและตั้งคณะกรรมการป่า ชุมชนทำหน้าที่จัดการป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวง ตาม รูปแบบของการจัดการทรัพยากรร่วมตามแนวคิดของ Elinor Ostrom 8 ประการ ได้ดังนี้

1. การกำหนดขอบเขตของทรัพยากร ประกอบด้วย การกำหนดขอบเขตผู้ใช้ประโยชน์จาก ทรัพยากร และการกำหนดขอบเขตของพื้นที่

1.1 การกำหนดขอบเขตผู้ใช้ประโยชน์จาก ทรัพยากร มีการกำหนดชนิดและประเภทของทรัพยากร ในพื้นที่ป่าชุมชนเพื่อการอุปโภคและบริโภคภายใน คริวเรือน โดยไม่มีการตัดทำลายต้นไม้ใหญ่ การให้สิทธิ สมาชิกป่าชุมชนและครอบครัวเข้าใช้ประโยชน์จาก ทรัพยากรในพื้นที่ป่าชุมชน แต่ไม่จำกัดสิทธิ ประชาชน

ในหมู่บ้านใกล้เคียงเข้าใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ป่าชุมชนเพื่อการอุปโภค บริโภคในครัวเรือน

1.2 การกำหนดขอบเขตของพื้นที่ป่าชุมชน บ้านร่มฟ้าหลวงใช้แนวเขตการปกครองท้องที่ กรมการปกครองโดยคณะกรรมการป่าชุมชนร่วมกับเจ้าหน้าที่ของรัฐจากหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงตัวแทนคณะกรรมการป่าชุมชนของหมู่บ้านที่มีพื้นที่ติดต่อกัน ร่วมกันเดินทางสำรวจขอบเขตของพื้นที่ โดยพื้นที่ป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวงมีพื้นที่ประมาณ 1,147 ไร่ คณะกรรมการป่าชุมชนได้แบ่งพื้นที่ตามลักษณะการใช้ประโยชน์ ดังนี้

1.2.1 พื้นที่ป่าต้นน้ำเป็นพื้นที่ป่าที่สิ่งมีชีวิตของเทพผู้คุ้มครองป่าต้นน้ำ (ดงซ่ง) อันเป็นเทพที่มั่งนงถือโดยห้ามเข้าไปทำกิจกรรมทุกชนิดรวมทั้งการละเมิดกฎระเบียบป่าชุมชนที่ได้กำหนดไว้ การกำหนดพื้นที่ป่าต้นน้ำเป็นสิ่งมีชีวิตของเทพผู้คุ้มครองป่าต้นน้ำ (ดงซ่ง) ของชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวง เป็นการนำความเชื่อเข้ามาควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกและเป็นการแสดงความเชื่อมั่นในวิถีความเชื่อที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ

1.2.2 พื้นที่ป่าเพื่อการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร เป็นพื้นที่ป่าที่สมาชิกป่าชุมชนสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเพื่อการอุปโภคและบริโภคเฉพาะภายในครัวเรือน การเลี้ยงสัตว์และการเพาะปลูกกาแฟและโกโก้โดยการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ป่าจะอยู่ในรูปแบบของการเก็บเห็ด พืชผักผลไม้และพืชสมุนไพรที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติในพื้นที่ป่าชุมชน เก็บพินในปริมาณเพียงพอสำหรับการอุปโภคบริโภคภายในครัวเรือน

1.2.3 พื้นที่ป่าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ภูชี้เดือน โดยสมาชิกป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวงได้ร่วมกันพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ภูชี้เดือนพร้อมจัดรถยนต์บริการรับ-ส่งนักท่องเที่ยวเป็นการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจ เกิดจิตสำนึกในการดูแลรักษา

สถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นจุดสำคัญในการจัดการพื้นที่อย่างยั่งยืน

2 ความสอดคล้องของกฎ ระเบียบ ประกอบด้วย ความสอดคล้องกับเงื่อนไขท้องถิ่นและความสอดคล้องกับการบำรุงรักษา

2.1 ความสอดคล้องกับเงื่อนไขของท้องถิ่น พบว่าการกำหนดกฎระเบียบป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวง เริ่มต้นจากการประชุมสมาชิกป่าชุมชน โดยการจัดเวทีประชาคมทำการกระตุ้นความคิดเพื่อสร้างจิตตีสภาธรรมะ และแสดงความคิดเห็นสภาธรรมะนำไปสู่การสร้างกฎ กติกาที่ชัดเจน

2.2 ความสอดคล้องกับการบำรุงรักษา โดยการกำหนดพื้นที่ป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวงตามเขตการปกครองของกรมการปกครองมีพื้นที่ป่าชุมชนเพียงพอต่อการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่เพื่อเก็บผลผลิตสำหรับการอุปโภคบริโภคภายในครัวเรือน การเลี้ยงสัตว์ และการเพาะปลูกกาแฟ และโกโก้ที่ต้องอาศัยร่วมเงาต้นไม้ใหญ่การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการดูแลรักษาป่าชุมชนตามค่าใช้จ่ายของแต่ละกิจกรรม และลักษณะการใช้จ่ายของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละกิจกรรม และการใช้แรงงานบุคคลในครัวเรือนของสมาชิกป่าชุมชนร่วมกันดับไฟป่าในพื้นที่ป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวง และป่าชุมชนในพื้นที่ต่อเนื่อง

3. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ พบว่า การจัดการป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวงมุ่งเน้นให้สมาชิกป่าชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมของป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวง ตั้งแต่การให้ข้อมูลข่าวสาร โดยมีการแจ้งด้วยประกาศเสียงตามสายของหมู่บ้าน การร่วมรับฟังความคิดเห็นจากการประชุมสมาชิกป่าชุมชนในกิจกรรมที่ต้องการรับทราบความคิดเห็นจากสมาชิกป่าชุมชน การเสียสละแรงงานและทุนทรัพย์ จนถึงการมีส่วนร่วมในการเสริมอำนาจแก่สมาชิกป่าชุมชนเนื่องจากการจัดการป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวง จะยึดถือวิถีความเชื่อของม้งที่ได้ปฏิบัติ กันมาตั้งแต่ครั้งบรรพบุรุษทำให้

สมาชิกป่าชุมชนให้การยอมรับพร้อมปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด การใช้กฎ ระเบียบจากวิถีความเชื่อมีงร่วมกับ การรับฟังข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะจากผู้อาวุโสของตระกูล แซ่ จึงเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้สมาชิกป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวงให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมการจัดการป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวง

4. การกำกับติดตามและสอดส่องดูแล ประกอบด้วย การกำกับติดตามผู้ใช้ประโยชน์และการสอดส่องดูแลสภาพทรัพยากร

4.1 การกำกับติดตามผู้ใช้ประโยชน์ พบว่าสมาชิกป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวงกำกับติดตามการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ป่าชุมชน ในลักษณะของการดูแลไม่ให้มีการเก็บเกี่ยวผลผลิตจากป่าชุมชนในปริมาณที่มากเกินไปจนความจำเป็นต่อการอุปโภคบริโภคภายในครัวเรือน แม้ว่ากฎระเบียบป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวงจะจำกัดสิทธิการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ป่าชุมชน เฉพาะสมาชิกป่าชุมชนและครอบครัว แต่ก็จะไม่มีการจำกัดสิทธิ ผู้ที่ไม่ใช่สมาชิกป่าชุมชนที่มาจากหมู่บ้านอื่นที่เป็นมั่งด้วยกันในการเก็บผลผลิตจากป่าชุมชนเพียงแต่คอยดูแลไม่ให้เก็บผลผลิตมากเกินไปจนการอุปโภคบริโภคในครัวเรือน เช่นเดียวกับสมาชิกป่าชุมชนในหมู่บ้านใกล้เคียงที่อนุญาตให้สมาชิกชุมชนหมู่บ้านร่มฟ้าหลวงเก็บเกี่ยวผลผลิตจากป่าชุมชนในปริมาณเพียงพอต่อการอุปโภคและบริโภคภายในครัวเรือนเช่นกัน

4.2 การสอดส่องดูแลสภาพทรัพยากร พบว่าคณะกรรมการป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวงได้ดำเนินการจัดการความรู้ให้กับสมาชิกป่าชุมชนเกี่ยวกับสภาพของทรัพยากร การป้องกันไฟป่าและการสอดส่องดูแลสภาพทรัพยากร ตลอดจนสมาชิกป่าชุมชนที่เข้ารับรถรับ-ส่งนักท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ขึ้นเดือน ที่ต้องรับผิดชอบดูแลนักท่องเที่ยวไม่ให้ทิ้งขยะและทำลายทัศนียภาพอันสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ขึ้นเดือน

สำหรับความสม่ำเสมอในการกำกับติดตามผู้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ป่าชุมชนจะขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่มีผลผลิตตามฤดูกาลจากป่าชุมชน นอกจากนี้กลุ่มสมาชิกป่าชุมชนที่เลี้ยงโคจะผลัดเวรกันไปดูแลวัวของตนเองเพื่อให้มีผู้เข้าไปดูแลทุกๆ วัน ซึ่งการเลี้ยงโคในป่าชุมชนนอกจากจะทำให้มีการกำกับติดตามผู้ใช้ประโยชน์แล้วการเลี้ยงโคยังช่วยในการสร้างความอุดมสมบูรณ์ของป่าชุมชน ลดความหนาแน่นของพรรณไม้พื้นล่าง ทำให้สังเกตสภาพของป่าได้ง่าย และยังสามารถเสริมการป้องกันไฟป่าได้ด้วย

5. การกำหนดบทลงโทษ พบว่าการกำหนดบทลงโทษตามข้อบังคับการจัดการป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวง ถูกกำหนดขึ้นจากวิถีความเชื่อมีงเกี่ยวกับการลงโทษ ผู้ที่กระทำความผิดต่อชุมชนนำมาปรับใช้กับการจัดการป่าชุมชนโดยมีการกำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืนกฎกติกาป่าชุมชน แบ่งออกเป็น 3 ระดับ จากเบาไปหาหนักตั้งแต่การว่ากล่าวตักเตือน การชำระเงินค่าปรับ และการส่งตัวให้เจ้าหน้าที่ของรัฐดำเนินคดีโดยบทลงโทษที่กำหนดเป็นวิธีที่ได้ปฏิบัติกันมาโดยกำหนดบทโทษผู้ละเมิดกฎกติกาป่าชุมชนสำหรับการกำหนดอัตราค่าปรับในการละเมิดกฎกติกาสร้างความเสียหายให้กับป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวง จะไม่มีการกำหนดอัตราค่าปรับที่ตายตัวโดยคณะกรรมการป่าชุมชนจะคิดค่าปรับตามความสามารถ ฐานะทางการเงินของผู้ที่ละเมิด แต่โทษประเภทเดียวที่สมาชิกป่าชุมชนกำหนดให้ต้องนำตัวส่งเจ้าหน้าที่ของรัฐคือการเผาป่า นอกจากนี้แล้วการบังคับใช้กฎกติกาป่าชุมชนด้านการละเมิดยังไม่มี ความเข้มงวดมากนัก การควบคุมจะใช้กระบวนการควบคุมทางสังคม (social sanction) ด้วยจารีตประเพณี และความเชื่อเกี่ยวกับเทพผู้คุ้มครองป่าต้นน้ำ (ดงเซ็ง) มากกว่า

6. การจัดการความขัดแย้ง พบว่า สมาชิกป่าชุมชนมีความขัดแย้งที่เกิดจากการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ป่าชุมชนในระดับน้อยเนื่องจากสมาชิกป่าชุมชนต่าง

ยึดถือกฎกติกาการจัดการป่าชุมชนอันเป็นกฎกติกาที่มี ยึดถือปฏิบัติกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ หากมีความขัดแย้ง ในชุมชนก็เลือกใช้วิธีการจัดการความขัดแย้ง โดยการ เจรจาระหว่างคู่ขัดแย้ง การขอความช่วยเหลือให้ผู้อาวุโส ของกลุ่มตระกูลแซ่เข้าร่วมเจรจา หากไม่สามารถจัดการ ความขัดแย้งได้หรือมีความขัดแย้งกับคู่กรณีที่ไม่ใช่แม่ ก็นจะจัดการความขัดแย้งด้วยกระบวนการทางกฎหมาย

7. การได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภาครัฐ ประกอบด้วยการบัญญัติกฎระเบียบการใช้ประโยชน์ และการบำรุงรักษา

7.1 การได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภาครัฐ ด้านการใช้ประโยชน์ พื้นที่ป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวงถูก ใช้ประโยชน์เป็นพื้นที่ป่าต้นน้ำ (ดงซ่ง) มาตั้งแต่ยุค บรรพบุรุษของสมาชิกป่าชุมชน นอกจากนี้ประชาชนใน หมู่บ้านร่มฟ้าหลวงและประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงยังได้ ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ป่าชุมชน เพื่อการ อุปโภคบริโภค และการเลี้ยงโคมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 อันเป็นปีที่ประชาชนในพื้นที่ซึ่งเคยร่วมกับพรรค คอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทยได้ออกมาร่วมกับ ฝ่ายรัฐบาลเป็นผู้ร่วมพัฒนาชาติไทย โดยไม่มีการออก หลักฐานการรับรองสิทธิชุมชนเพื่อใช้ประโยชน์จาก ทรัพยากรในพื้นที่ป่าไม้แต่อย่างใด การใช้ประโยชน์จาก ทรัพยากรในพื้นที่ป่าไม้จึงอยู่ในลักษณะของการหลบ ซ่อนไม่ให้เจ้าหน้าที่ของรัฐตรวจพบในขณะที่เจ้าหน้าที่ ของรัฐก็จะหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้ากับผู้ที่เข้าไปใช้ ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ป่าไม้ เนื่องจาก เจ้าหน้าที่ของรัฐยังต้องพึ่งพาประชาชนในการดูแลพื้นที่ ป่าไม้ การป้องกันบุคคลภายนอกพื้นที่เข้ามาใช้ประโยชน์ จากทรัพยากรในพื้นที่ป่าไม้เช่น การลักลอบตัดไม้ใน พื้นที่ป่าต้นน้ำ การลักลอบล่าสัตว์ป่า นอกเหนือจากนั้น ประชาชนในพื้นที่ก็ยังเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการควบคุม และ ป้องกัน ปัญหา ไฟป่า เมื่อมีการกำหนด พระราชบัญญัติป่าชุมชน พ.ศ. 2562 ประชาชนบ้านร่ม ฟ้าหลวงจึงดำเนินการขอจัดตั้งป่าชุมชนโดยมีหน่วยงาน

ภาครัฐให้ความช่วยเหลือประสานงาน การให้คำแนะนำ คณะกรรมการป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวง เพื่อจัดการป่า ชุมชนตามที่ได้กำหนดไว้ อันเป็น การประสานความ ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อให้มีการจัดการป่าชุมชน อย่างมีประสิทธิภาพ

7.2 การใช้ประโยชน์จากป่าชุมชน พบว่า สมาชิกป่าชุมชนบ้านร่มฟ้าหลวงใช้ประโยชน์จาก ทรัพยากรในพื้นที่ป่าชุมชนในปริมาณเพียงพอต่อการ อุปโภค บริโภคภายในครัวเรือน ลักษณะของการใช้ ทรัพยากรดังกล่าวอยู่ในปริมาณที่ไม่ทำลายฐานของ ทรัพยากรเดิมคือไม่มีการใช้ประโยชน์จากการทำลาย ทรัพยากรเกินกว่าความสามารถในการสร้างทดแทน

7.3 การได้รับการยอมรับจากหน่วยงาน ภาครัฐด้านการบำรุงรักษา พบว่าการจัดการป่าชุมชน บ้านร่มฟ้าหลวงได้ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของรัฐใน การควบคุมป้องกันการเกิดไฟป่าและการดับไฟป่า การ ดูแลนักท่องเที่ยวที่เที่ยวชมพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชั้ เดือน รวมถึงการเสียสละทรัพย์สินและแรงงานในการ อนุรักษ์พื้นที่ป่าชุมชนอันเป็นการใช้รูปแบบการจัดการ เชิงวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของสมาชิกป่าชุมชนใน การบำรุงรักษาป่าชุมชน

8. การเชื่อมโยงกับภาคีเครือข่าย พบว่า การ จัดการทรัพยากรร่วมป่าชุมชนในพื้นที่ดอยผาหม่น อำเภอเวียงแก่น อำเภอเทิง และอำเภอขุนตาล จังหวัด เชียงราย โดยเฉพาะการจัดการป่าชุมชนของชุมชนม้งที่มี ประวัติความเป็นมาและมีวิธีการจัดการป่าไม้ตามวิถี ความ เชื่อ ของ ม้ง ร่วมกัน เมื่อมีการกำหนด พระราชบัญญัติป่าชุมชนพ.ศ.2562 เครือข่าย ม้งดอย ยาว-ดอยผาหม่น จังหวัดเชียงราย ร่วมกันศึกษาถึง วิธีดำเนินการขอจัดตั้งป่าชุมชน โดยมีหมู่บ้านร่มฟ้าหลวง หมู่บ้านร่มโพธิ์เงินและหมู่บ้านร่มฟ้าทอง ตำบลปอ อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย เป็นหมู่บ้านนำร่องใน การดำเนินการขอจัดตั้งป่าชุมชน ตามพระราชบัญญัติป่า ชุมชน พ.ศ. 2562 โดยหมู่บ้านม้งในพื้นที่ได้ทยอย

ดำเนินการตามรูปแบบการจัดตั้งป่าชุมชนที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น โดยใช้วิธีการจัดการป่าชุมชนด้วยวิถีความเชื่อมโยง

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 การกระจายอำนาจการพิจารณาจัดตั้งป่าชุมชนให้กับคณะกรรมการป่าชุมชน ประจำจังหวัดเป็นผู้อนุญาตจัดตั้งป่าชุมชนโดยส่วนกลางควรทำหน้าที่ดำเนินการทางเอกสาร การประกาศการจัดตั้งป่าชุมชนในราชกิจจานุเบกษา เนื่องจากคณะกรรมการระดับจังหวัดมีความใกล้ชิดกับชุมชนท้องถิ่นที่มีวิธีการจัดการป่าชุมชนที่หลากหลายตามสภาพภูมิประเทศ และลักษณะวัฒนธรรมท้องถิ่น

6.2 การปรับเปลี่ยนบทบาทของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการป่าไม้จากการควบคุมดูแลพื้นที่มาเป็นผู้ประสานงาน ประสานกิจกรรมระหว่างพื้นที่ของป่าชุมชนเพื่อการดูแลรักษาพื้นที่ป่าไม้

7. เอกสารอ้างอิง

ธรรมนิธย์ สุ่มันตกุล. (2562). การจัดการทรัพยากร

ร่วม (Common-Pool Resources : CPRs) กับข้อเสนอของ Elinor Ostrom : การใช้และการดูแลรักษาภายใต้กฎเกณฑ์ร่วมกัน. ค้นเมื่อ 16 มีนาคม 2563, จาก [http:// www.labia.or.th](http://www.labia.or.th) .

ชล บุนนาค. (2555). แนวคิดว่าด้วยการจัดการทรัพยากร

ร่วม : ประสบการณ์จากต่างประเทศและแนวคิดในประเทศไทย” ใน ปกป้อง จันวิทย์, บรรณาธิการ. **ชุดหนังสือการสำรวจองค์ความรู้เพื่อการปฏิรูปประเทศไทย**. นนทบุรี : คณะทำงานเครือข่ายวิชาการเพื่อการปฏิรูป คณะสมัชชาปฏิรูป.

ชเนตตี พุ่มพฤษ และ นฤมล อนุสนธิ์พัทธ์. (2563).

ศักยภาพและความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน

ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. **วารสาร**

วิทยาการจัดการปริทัศน์, 22(1), 133-144.

สุจิตรา สามัคคีธรรม สมศักดิ์ สามัคคีธรรมและ สุวิมล ไชยพันธ์พงษ์. (2561). การจัดการทรัพยากรร่วม : แนวคิด ทฤษฎี และการประยุกต์ใช้.

วารสารร่วมพฤษ มหวิทยาลัยเกริก, 36(2), 9-32.

Liberto, E. (2019). **Elinor Ostrom Method**. from <https://www.investopedia.com/terms/e/elinor-ostrom.asp>

Ostrom, E. (2003). **Governing the Commons**. Cambridge: Cambridge University.

เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Economics of Tourism Behavior in Phranakhon Si Ayutthaya

พินิต ตันศิริ (Pinet Tansiri)¹พรนภา ศรีแก้ว (Ponnapa Srikeaw)²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยทำให้เกิดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้ข้อมูลitudinal ปี 2537 – 2561 โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลอยู่ 2 ลักษณะคือ 1) การวิเคราะห์ทางสถิติพื้นฐานเพื่อสังเกตพฤติกรรมโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่าโดยเฉลี่ยแล้ว ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 76 เปอร์เซ็นต์ และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 24 เปอร์เซ็นต์ ระยะเวลา นำพักเฉลี่ยต่อวันจะเป็นการจองเข้าพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 52 เปอร์เซ็นต์ และนักท่องเที่ยวชาวไทย 48 เปอร์เซ็นต์ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันในการท่องเที่ยว 63 เปอร์เซ็นต์ และนักท่องเที่ยวชาวไทย 37 เปอร์เซ็นต์ 2) การวิเคราะห์ข้อมูลผ่านสมการถดถอยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares Regression หรือ OLS) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้เกิดรายได้จากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สำคัญๆ ได้แก่ รายได้ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นตัวหลัก และ ค่าบริการด้านที่พักโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คำสำคัญ: เศรษฐศาสตร์พฤติกรรม การท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย

¹ อาจารย์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเงินการธนาคาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

E-mail : Archaeobaryonyx@gmail.com

² นักศึกษา สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

E-mail : Cat0616658604@gmail.com

Abstract

This research, a study on the economics of tourism behavior in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province aims to 1) analyze the overall behavior of Thai and foreign tourists visiting Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, and 2) study factors which drive tourist spending in Phranakhon Si Ayutthaya using secondary data from 1994 – 2018. 2 types of data analysis were conducted in this study: 1) using descriptive statistical analysis in order to observe the overall behavior of Thai and foreign tourists visiting Ayutthaya Province. It was found that, on average, most of tourists were 76 percent of Thais and 24 percent of foreigners, while the average daily stay is booked for 52 percent of foreign tourists and 48 percent of Thais. In the average daily expenditure of Thai and foreign tourists, it was found that foreign tourists spend an average of 63 percent per day on tourism, however; Thai tourists for 37 percent, and 2) adopting analysis through the Ordinary Least Squares Regression (OLS)) revealed that the influencing factor contributing to the income from the expenditures of tourists traveling in Phranakhon Si Ayutthaya derived from primarily the income of the incoming and the average accommodation cost of tourists visiting.

Keyword: Behavioral Economics, Tourism, Cost

วันที่รับบทความ : 12 กันยายน 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 24 มกราคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของไทยโดยถือว่าเป็นบริการประเภทหนึ่งที่สามารถทำรายได้ให้กับประเทศ และยังเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตในสาขาอื่น ๆ อีกหลายสาขา และยังเป็นการเพิ่มโอกาสในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่าง ๆ กับนักท่องเที่ยวอีกด้วย โดยอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจำนวน 10 อันดับแรกของจังหวัดที่มีผู้เยี่ยมเยียนประกอบไป

ด้วยกรุงเทพฯ ชลบุรี ภูเก็ต นครราชสีมา เชียงใหม่ กาญจนบุรี เพชรบุรี อยุธยา สงขลา ระยอง ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าจังหวัดพระนครศรีอยุธยาติดอันดับที่ 8 ของจำนวนผู้มาเยี่ยมเยียน ส่วนใหญ่เป็นชาวไทยร้อยละ 70 ชาวต่างชาติร้อยละ 30 และติดอันดับด้านรายได้ อันดับที่ 16 ของประเทศ โดยมีรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด 13,000 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562)

จากข้อมูลของรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จึงทำให้เกิดความสนใจศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเยี่ยมเยียนและพฤติกรรมกรใช้จ่ายต่าง ๆ ของชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อทราบถึงพฤติกรรมกรท่องเที่ยวและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.2.2 เพื่อศึกษารายได้จากการใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวของชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาพฤติกรรมที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยจะใช้ข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2537-2561 มาใช้เป็นข้อมูลหลักในการศึกษา

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีลักษณะความต้องการในด้านบริการความสะดวกที่แตกต่างกัน

1.4.2 พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์กับรายได้ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับทั้งในส่วนของอุปสงค์ นั่นคือรายได้ที่เกิดจากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว จึงได้ทำการประยุกต์รวมแนวคิดทฤษฎีความต้องการของนักท่องเที่ยวและ Gravity Model โดยวิเคราะห์สมการถดถอยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares Regression หรือ OLS) เพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ดังสมการความสัมพันธ์ต่อไปนี้

ตัวแปรต้น

- จำนวนนักท่องเที่ยว (Tourists)
- อัตราค่าครองชีพในประเทศ (Living)
- ค่าบริการที่พักเฉลี่ย (Accommodation)
- รายได้เฉลี่ย (Income)

ตัวแปรตาม

รายได้จากค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว (Income from expenses)

โดยได้ทำการกำหนดตัวแปรไว้ดังต่อไปนี้
ตัวแปรตาม:

Income from expenses = รายได้ที่

เกิดจากค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว ที่ใช้ในการบริโภคอุปโภคในสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ตัวแปรต้น:

Tourists = จำนวนความต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แทนด้วยตัวแปรจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยใช้ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Living = อัตราค่าครองชีพในประเทศ

Accommodation = ค่าบริการด้านที่พักโดยเฉลี่ยของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Income = รายได้เฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. แนวคิดและทฤษฎี

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์และแนวคิดอุปสงค์การท่องเที่ยว ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ที่ใช้จะเป็นเรื่องอุปสงค์ของการใช้เวลาว่างเพื่อการพักผ่อนที่มีค่าจ้างแรงงานเป็นตัวกำหนดที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกกระหนังกการบริโภคกับการพักผ่อนต่อมาเป็นการนำเสนอแนวคิดการพัฒนาอุปสงค์ของเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวซึ่งถูกกำหนดโดยราคาการท่องเที่ยวสุดท้ายเป็นการนำเสนอแนวคิด

การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวภายใต้ข้อจำกัดทางด้านเวลาและรายได้ของนักท่องเที่ยวแต่ละคนและยังมีแนวคิดที่สำคัญ 3 แนวคิดได้แก่ 1) แนวคิดการเลือกระหว่างเวลาในการพักผ่อนกับการบริโภค (Leisure-Consumption) 2) แนวคิดการจัดสรรเวลา ณ แหล่งท่องเที่ยวที่เสนอโดย Morley (1992) ซึ่งใช้อธิบายอุปสงค์ของเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวและ 3) แนวคิดการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่พัฒนาบนพื้นฐานทฤษฎีการบริโภคแนวคิดใหม่ที่เสนอโดย Lancaster (1966) แนวคิดนี้ใช้อธิบายอุปสงค์ของเวลาที่ใช้ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว

ทฤษฎีความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยนำเสนอโมเดลความต้องการในการเดินทางของนักท่องเที่ยว หรือที่เรียกว่า “A simple origin – destination demand model ”

$$D_{ij} = f(Y_i, C_i, P_i)$$

โดยกำหนดให้

D_{ij} = รายได้ที่เกิดจากค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว ที่ใช้ในการอุปโภค บริโภคในสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Y_i = รายได้เฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ถ้านักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวมีรายได้มากก็จะทำให้เกิดการใช้จ่ายมากขึ้น จะทำให้จังหวัดอยุธยามีรายได้จากการท่องเที่ยวมากขึ้นไปด้วย

C_i = ต้นทุนของการเดินทาง จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยจะขึ้นอยู่กับค่าครองชีพในประเทศเป็นหลัก ถ้าค่าครองชีพต่ำก็จะทำให้มีรายได้น้อย ทำให้ความต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวนั้นน่าจะยิ่งต่ำลง

P_i = ราคา หมายถึง ราคาที่พักโดยเฉลี่ยของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยถ้าราคาที่พักเฉลี่ยสูงจะทำให้ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสูงขึ้น และจะทำให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีรายได้สูงขึ้นด้วย

Gravity Model หรือทฤษฎีแรงดึงดูดของ Khadaroo (2008) หนีบอีกทฤษฎีที่ได้ประยุกต์มาจากแนวคิดเรื่องแรงดึงดูดโลกของเซอร์ไอแซค นิวตัน

โดยส่วนใหญ่จะถูกนำมาใช้ในงานวิจัยเกี่ยวกับการรวมกลุ่มทางการค้า ซึ่งเป็นการประมาณค่าโดยใช้ Tobit Model ดังนี้

$$I_{ij} = K \frac{P_i P_j}{D_{ij}}$$

โดยกำหนดให้

I_{ij} = ค่าปฏิสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ i และ j

D_{ij} = ระยะห่างที่กลางระหว่างสถานที่ i และ j

K = ค่าสัมประสิทธิ์ตัววัดกลาง

P_i, P_j = แทนขนาดของมวลหรือขนาดของสถานที่ i และ j

ดังนั้นในการศึกษาความสัมพันธ์การท่องเที่ยว เราได้ให้ความสำคัญกับทั้งในส่วนของอุปสงค์ นั่นคือรายได้ที่เกิดจากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว และส่วนของอุปทาน ได้แก่สิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้แนวคิดทฤษฎีความต้องการของนักท่องเที่ยว และ Gravity Model

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาโดยใช้ cross series data หรือข้อมูลแบบอนุกรมของกลุ่มจังหวัดที่มีคนไปเที่ยวมากที่สุด จากการจัดอันดับของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กำหนดให้เป็นตัวแปรตาม (y) ซึ่งจะทำให้ได้รูปแบบโครงสร้างของจังหวัดที่นักท่องเที่ยวเดินทางไป โดยมีข้อสมมติว่าในกลุ่มจังหวัดเหล่านี้ น่าจะมีรูปแบบแรงจูงใจที่คล้ายๆกัน ส่วนทางด้านของตัวแปรอิสระ (x) จะสะท้อนถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ทั้งจาก ค่าครองชีพ ระยะทางจากแหล่งที่อยู่ของผู้เดินทาง มาจนถึงสถานที่ท่องเที่ยว สถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือสมการถดถอยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares Regression หรือ OLS) เพื่อหาปัจจัยที่มี

อิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ซึ่งมีการประยุกต์แนวคิดของ Mahmoud (2014) ดังสมการความสัมพันธ์ต่อไปนี้

$$Income\ from\ expenses = f(Income, Living, Accommodation, Tourists)$$

Tourists = จำนวนความต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แทนด้วยตัวแปรจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยใช้ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Living = อัตราค่าครองชีพในประเทศ

Accommodation = ค่าบริการด้านที่พักโดยเฉลี่ยของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Income = รายได้เฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4. สรุปผลการวิจัย

1. วิเคราะห์พฤติกรรมโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วตั้งแต่ปี 2537 จนถึงปี 2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เป็นผู้เยี่ยมชม มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในทุกๆปี โดยจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยกับชาวต่างชาติที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ส่วนใหญ่ร้อยละ 76 เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และอีกร้อยละ 24 เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ยกเว้นในปี 2538 และปี 2554 อัตราการนักท่องเที่ยวมีจำนวนลดลงที่เนื่องจากเหตุการณ์น้ำท่วมในปี 2538 ทำให้มีผลกระทบในระยะยาวไปจนถึงปี 2554 จำนวนการจองเข้าพัก ส่วนใหญ่จะเป็นการจองเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 52 และนักท่องเที่ยวชาวไทยอีกร้อยละ 48 เพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวเป็นไปกลับ ในขณะที่ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติตั้งแต่ปี 2537 จนถึงปี 2561 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการใช้

จ่ายเฉลี่ยต่อวันในการท่องเที่ยวร้อยละ 63 และนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 37 แต่เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับรายได้จากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่ารายได้ส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 67 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 33 ซึ่งค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันกับรายได้เป็นไปในทางตรงข้ามกัน เกิดจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จึงทำให้รายได้ส่วนใหญ่เกิดจากนักท่องเที่ยวชาวไทย อีกทั้งพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นไปในรูปแบบการท่องเที่ยวรายวัน (One Day Trip) จึงไม่เสียค่าใช้จ่ายในด้านของที่พัก

ในมุมมองของอุปทานของการท่องเที่ยว โดยทั่วไปนั้นจะมีความหมายมากกว่าสถานที่ท่องเที่ยว แต่จะรวมทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด ซึ่งขยายไปถึงธุรกิจการโรงแรม ผับบาร์ สวนสนุก การขนส่ง ทัวร์ เรือนำเที่ยว รวมไปถึงธุรกิจเล็กๆ สินค้าพื้นเมือง OTOP ร้านขายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งจะเกี่ยวพันกับอาชีพและธุรกิจของคนไทยอย่างมาก ดังนั้นในมุมมอง Supply ของการท่องเที่ยวจึงน่าจะมีความยืดหยุ่นซึ่งมีแรงจูงใจมาจากราคาได้ โดยตามกฎหมายของอุปทาน ถ้าราคาการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาสูงขึ้น ก็น่าจะหมายถึงเมื่อการท่องเที่ยวเป็นที่ต้องการของตลาด การเข้ามาทำธุรกิจต่างๆในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จากข้อมูลปี 2537-2561 ราคาที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีอัตราที่สูงขึ้น ก็น่าจะหมายถึงเมื่อการท่องเที่ยวเป็นที่ต้องการของตลาด การเข้ามาทำธุรกิจโรงแรมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็จะเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

ในมุมมองของอุปสงค์ของการท่องเที่ยว “นักท่องเที่ยว” โดยพฤติกรรมต่างๆไป มักจะมีเป้าหมายหลักในการท่องเที่ยว ก็คือ การพักผ่อนจากการเลือกเดินทางไปยังที่ไกลๆเพื่อเปลี่ยนสถานที่จากที่จำเจ ไปสู่สถานที่ใหม่ๆที่จะสามารถเรียนรู้วัฒนธรรม สังคม และแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆจากที่แปลกตาไปจากเดิมได้ ซึ่งในการตัดสินใจเลือกนั้นมักมาจากสถานที่ท่องเที่ยวที่

เคยได้ยิน มีชื่อเสียง หรือเป็นที่รู้จัก ตามหลักการวิเคราะห์ตามกฎของอุปสงค์นั้น ราคาที่พิกมีอัตราที่เพิ่มขึ้นหรือแพงขึ้นจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเข้าพิกน้อยลง ซึ่งเป็นไปตามกฎของอุปสงค์ (Law of Demand)

ในมุมมองของต้นทุนของการท่องเที่ยวสามารถอธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคและผู้ขายในตลาดการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งจากแนวความคิดทฤษฎีดั้งเดิม จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวจะมีพฤติกรรมการตัดสินใจผ่นไปกับระยะทาง และต้นทุนเสมอ กล่าวคือเมื่อระยะทางเพิ่มขึ้น ต้นทุนในการเดินทางย่อมมีแนวโน้มที่จะสูงเสมอ ทำให้ความเป็นไปได้ในการที่จะเดินทางไปในสถานที่ที่อยู่ไกลๆ นั้นมักจะลดลงตามระยะทาง แต่ในความคิดในทฤษฎีใหม่แล้วเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงที่ซับซ้อนมากขึ้นกว่าเดิม โดยจะเพิ่มแนวคิดของตัวแปร”ระยะทาง” ขยายให้เป็นต้นทุนธุรกรรมต่างๆ การเดินทางไปท่องเที่ยว ส่วนผลจากทางด้าน ต้นทุนอื่นๆ ก็ให้รวมอยู่ในต้นทุนค่าเสียโอกาส

ในมุมมองของตลาดการท่องเที่ยว จากลักษณะตลาดการท่องเที่ยวที่เห็นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทำให้พอสรุปได้ว่าตลาดการท่องเที่ยวน่าจะมีลักษณะเหมือนกับตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ได้ดังนี้

(1) ผู้ซื้อขายในตลาดมีมากมาย โดยในส่วนของผู้ซื้อในตลาดการท่องเที่ยว ก็คือนักท่องเที่ยวในโลกรที่เป็นทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่วนผู้ขายเราอาจจะหมายถึงธุรกิจต่างๆจากสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

(2) สินค้าที่มีนั้นไม่สามารถทดแทนกันได้สมบูรณ์ เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยานั้น ถือเป็นเมืองที่ขึ้นชื่อในเรื่องของการเป็นเมืองมรดกโลก มีการหล่อหลอมวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม สังคม และประวัติศาสตร์ที่หาสิ่งอื่นมาทดแทนได้ยาก จึงถือได้ว่าเป็นสินค้าที่มีความพิเศษในตนเอง

2. วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้จ่ายด้วยสมการถดถอยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด แสดงผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีถดถอยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares Regression หรือ OLS)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	131.6815	101.5600	1.296588	0.2095
ACCOMMODATION	0.878625	0.102541	8.568535	0.0000
INCOME	0.012734	0.016736	0.760874	0.4556
LIVING	-0.248054	0.552230	-0.449187	0.6581
TOURISTS	-1.41E-05	3.56E-05	-0.397158	0.6955
R-squared	0.939440	Mean dependent var	835.6616	
Adjusted R-squared	0.927328	S.D. dependent var	223.0691	
S.E. of regression	60.13457	Akaike info criterion	11.20790	
Sum squared resid	72323.32	Schwarz criterion	11.45168	
Log likelihood	-135.0988	Hannan-Quinn criter.	11.27552	
F-statistic	77.56230	Durbin-Watson stat	1.077952	
Prob(F-statistic)	0.000000			

จากสมการข้างต้นซึ่งเป็นสมการรายได้ที่เกิดจากค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จะเห็นได้ว่าสมการนี้ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวแปร ตามได้ถึงร้อยละ 93 [พิจารณาจากค่า R-squared] และจากการพิจารณาค่า F-statistic ที่เป็นการทดสอบสมมติฐานที่ว่า ค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณทั้งหมดมีค่าเท่ากับศูนย์หรือไม่ ปรากฏว่า ค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้มีค่าแตกต่างไปจากศูนย์ ณระดับความเชื่อมั่นที่ 95 เปอร์เซนต์ [พิจารณาจากค่า F-statistic ซึ่งมากกว่าค่าวิกฤต ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% หรือ $prob.<\alpha$ และค่า $prob$ ไม่ควรเกิน 0.05] แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าค่า Durbin-Watson stat มีค่า 1.07 ต่ำกว่า DL และ DU [ปกติค่า Durbin-Watson stat ที่ดีควรมีค่าใกล้เคียง 2]

แต่ในกรณีนี้ เกิดปัญหาขึ้นโดย มีค่า Prob. มีค่าเกิน 0.05 และมีค่า Durbin-Watson stat 1.07 [ปกติค่า Durbin - Watson stat ที่ดีควรมีค่าใกล้เคียง 2]

ทำให้ต้องมีการปรับข้อมูลโดยการใส่ค่า log เข้าไป ทำให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์ต่อดังตาราง

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีถดถอยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares Regression หรือ OLS)

โดยการใส่ค่า log

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.625406	0.607161	5.971081	0.0000
LOGACCO MMODATIO N	0.480904	0.082648	5.818705	0.0000
LOGINCOM E	0.666440	0.102532	6.499847	0.0000
LOGLIVING	-0.269257	0.074475	-3.615383	0.0017
LOGTOURI STS	-0.607107	0.120341	-5.044893	0.0001
R-squared	0.982119	Mean dependent var		2.904931
Adjusted R-squared	0.978543	S.D. dependent var		0.129161
S.E. of regression	0.018920	Akaike info criterion		-4.920360
Sum squared resid	0.007159	Schwarz criterion		-4.676584
Log likelihood	66.50449	Hannan-Quinn criter.		-4.852747
F-statistic	274.6304	Durbin-Watson stat		1.915537
Prob(F-statistic)	0.000000			

จากตารางที่ 2 วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้จ่ายด้วยสมการถดถอยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้เกิดรายได้จากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สำคัญๆ ได้แก่ Income หรือรายได้ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นตัวหลัก และ Accommodation หรือค่าบริการด้านที่พักโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งจากผลที่ได้จากการประมาณค่าสมการ

ถดถอยนี้ พบว่า Income หรือรายได้ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปลี่ยนแปลงไป 0.66 จะส่งผลให้ *Income from expenses* หรือ รายได้ที่เกิดจากค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ภายใต้ความเชื่อมั่น 97 เปอร์เซ็นต์ ในส่วนของ Accommodation หรือค่าบริการด้านที่พักโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปลี่ยนแปลงไป 0.48 จะส่งผลให้ *Income from expenses* หรือ รายได้ที่เกิดจากค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ภายใต้ความเชื่อมั่น 97 เปอร์เซ็นต์ โดยตัวแปรตาม Income from expenses จะมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ Income และ Accommodation ภายใต้ความเชื่อมั่น 97 เปอร์เซ็นต์ สมการตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวแปร ตามได้ถึงร้อยละ 98 [พิจารณาจากค่า R-squared] และจากการพิจารณาค่า F-statistic ที่เป็นการทดสอบสมมติฐานที่ว่า ค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณทั้งหมดมีค่าเท่ากับศูนย์หรือไม่ ปรากฏว่าค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้มีค่าแตกต่างไปจากศูนย์ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 97 เปอร์เซ็นต์ [พิจารณาจากค่า F-statistic ซึ่งมากกว่าค่าวิกฤต ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 97%] และมีค่า Durbin-Watson stat = 1.91 [ปกติค่า Durbin-Watson stat ที่ดีควรมีค่าใกล้เคียง 2] ซึ่งในสมการนี้สามารถบอกได้ว่าแบบจำลองที่กำลังพิจารณานี้ไม่มีปัญหา Autocorrelation (Prob.= 0.00)

ตารางที่ 3 แสดงปัญหาทางสถิติ Autocorrelation

Date: 06/18/20 Time: 11:34

Sample: 125

Included observations: 25

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1 0.031	0.031	0.0264	0.871
		2 -0.156	-0.157	0.7390	0.691
		3 -0.033	-0.024	0.7731	0.856
		4 -0.407	-0.441	6.0928	0.192
		5 0.108	0.154	6.4836	0.262
		6 0.079	-0.123	6.7063	0.349
		7 0.019	0.087	6.7203	0.459
		8 0.040	-0.209	6.7839	0.560
		9 -0.018	0.190	6.7974	0.658
		10 -0.041	-0.198	6.8744	0.737
		11 -0.122	0.008	7.5874	0.750
		12 -0.093	-0.308	8.0399	0.782

5. อภิปรายผล

โดยเฉลี่ยแล้วตั้งแต่ปี 2537 จนถึงปี 2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เป็นผู้เยี่ยมชม นักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น แต่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยกับชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวไม่ค้อยแตกต่างกันมากนัก ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 76 เปอร์เซ็นต์ และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 24 เปอร์เซ็นต์ จะมีปี 2538 และปี 2554 ที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวที่ไปในทางลบซึ่งสาเหตุที่ทำให้มีนักท่องเที่ยวน้อยลงคือเหตุการณ์น้ำท่วมในปี 2538 ทำให้มีผลกระทบในระยะยาวไปจนถึงปี 2554 ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวเข้ามาพักในจำนวนที่ไม่ค้อยแตกต่างกันมากนัก ส่วนใหญ่เป็นการจองเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 52 เปอร์เซ็นต์ และนักท่องเที่ยวชาวไทย 48 เปอร์เซ็นต์ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ตั้งแต่ปี 2537 จนถึงปี 2561 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันในการท่องเที่ยว 63 เปอร์เซ็นต์ และนักท่องเที่ยวชาวไทย 37 เปอร์เซ็นต์ แต่เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับรายได้จาก

นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่ารายได้ส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยวชาวไทย 67 เปอร์เซ็นต์ และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 33 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันกับรายได้ เป็นไปในทางตรงข้ามกัน เพราะอาจเกิดจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงทำให้รายได้ส่วนใหญ่เกิดจากนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากผลการศึกษาพฤติกรรมโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันกับรายได้ เป็นไปในทางตรงข้ามกัน เกิดจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงทำให้รายได้ส่วนใหญ่เกิดจากนักท่องเที่ยวชาวไทย อีกทั้งพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นไปในรูปแบบการท่องเที่ยวรายวัน (One Day Trip) จึงไม่ได้เสียค่าใช้จ่ายในด้านของที่พักร

และการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้เกิดรายได้จากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สำคัญๆ ได้แก่ Income หรือรายได้ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นตัวหลัก และ Accommodation หรือค่าบริการด้านที่พักโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากรายได้เป็นปัจจัยกำหนดที่สำคัญเพราะในการตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคือรายได้ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากจะมีการท่องเที่ยวมากเป็นปกติทางเดียวกัน นอกจากนี้ปัจจัยด้านการบริการก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ เพราะค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวจ่ายไปเพื่อแลกกับความสะดวกสบายในการพักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ จุฑารัตน์ เพ็ชรประคอง และคณะ (2561) ได้ศึกษา แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เป็นการศึกษาในระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัย คือ

แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมี แรงจูงใจในการมาเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการมาเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา แตกต่างกัน

6. ข้อเสนอแนะ

5.1 จากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติก็ยังคงมองถึงความสะดวกสบาย ความคุ้มค่าในการใช้จ่าย ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆเป็นหลัก ซึ่งถ้ามีการนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวได้มากพอแล้วจะช่วยให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากยิ่งขึ้น

5.2 ปัจจุบันตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวในเรื่องของวัดโบราณ สถานที่ต่างๆที่เกี่ยวกับความเชื่อ ซึ่งเป็นจุดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีการโปรโมท จุดเด่นให้นักท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและยังเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกด้วย

5.3 จากการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จึงอยากให้มีโปรโมชั่นหรือส่วนลดต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

7. เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). จำนวน

นักท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2537-2561. ค้นเมื่อ 29

พฤษภาคม 2563, จาก www.tat.or.th

จุฑารัตน์ เพ็ชรประคอง และคณะ. (2561). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา. วารสารปริทัศน์, 31(3), 178-184.

เจตน์สฤกษ์ สักขพันธ์ และคณะ (2559, มกราคม – มิถุนายน). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

ตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. วารสารวิทยาการจัดการ, 33(1), 25-50.

นัฐพร เกิดกลาง, ชมพูนุท โกสลากร เพิ่มพูนวิวัฒน์ และพิศมัย จารุจิตติพันธ์. (2553, มกราคม).

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย. วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา, 2(1), 78-88.

ปราณี ดันประยูร และกิติมา ทามาตี. (2561, กันยายน-ธันวาคม). การจัดการการท่องเที่ยวอยุธยาเมืองมรดกโลก. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 8(3), 171-184.

วรรณชน จันทิษฐ์. (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.

วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สิริรัตน์ นาคแป้น. (2555). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยว เกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานี.

วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

อมรินทร์ ดันติเมธ. (2550). เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยพฤติกรรมนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาการตัดสินใจเลือกเดินทางมายังประเทศไทยของชาวต่างชาติ. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

อุมาพร บุญเพชรแก้ว และคณะ. (2561, กันยายน – ธันวาคม). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนเกาะหมาก จังหวัดตราด. **Veridian E-Journal, Silpakorn University สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ**, 11(3), 2686-2703.

Abdel-Aal, M. (2014). Calibrating a trip distribution gravity model stratified by the trip purposes for the city of alexandria. **Alexandria engineering journal**, 53 (3). Retrieved from doi: 10.1016/j.aej.2014.04.

Khadaroo, J. (2008). The role of transport infrastructure in international tourism development: A gravity model approach. **Tourism management**, 29(5), 831-840.

การปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนในสภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 Adaptation of Community Enterprises in The Epidemic Conditions of Coronavirus Infection in 2019

พัฒนังมล อ่อนสำลี (Patkamol Onsamlee)¹

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ผู้เขียนมีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ให้เห็นถึงการปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนในสภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในประเทศไทย วิธีการศึกษาเรียบเรียงจากแนวคิดวิสาหกิจชุมชน สภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทฤษฎีการปรับตัวและการปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนในสภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งพบว่าซึ่งวิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่นๆ ที่เกิดจากการนำเอาแนวทางเศรษฐกิจชุมชนหรือแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินงาน จึงทำให้วิสาหกิจชุมชนเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจพื้นฐาน ซึ่งจะทำให้เศรษฐกิจมหภาคขับเคลื่อนไปได้ ถึงแม้ว่าจะเกิดวิกฤติการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่วิสาหกิจชุมชนก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน หากแต่ถ้ามีการปรับตัว วิสาหกิจชุมชนจะเป็นผู้รอด และอาจกลายเป็นผู้พุงเศรษฐกิจระดับมหภาคได้อีกด้วยการปรับตัวดังกล่าว เริ่มจากการลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็น การเปลี่ยนทรัพย์สินที่ไม่ใช้มาเป็นรายได้ การปรับตัวทางการตลาด โดยวิสาหกิจชุมชนต้องหันมาทำการตลาดแบบออนไลน์ และการตลาดแบบ Delivery ซึ่งตอบโจทย์ได้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายในขณะที่ทุกคนต้องเว้นระยะห่าง Social Distancing เช่นนี้

คำสำคัญ : การปรับตัว วิสาหกิจชุมชน สภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

Abstract

The study aims to demonstrate the adaptation of community enterprises in the epidemic conditions of coronavirus disease 2019 (COVID-19) in Thailand. The methodology of this study was composed of the concepts of community enterprises, the epidemic conditions of coronavirus disease 2019, the adaptation of community enterprises in the epidemic conditions of coronavirus disease 2019, as well as the theory of adaptation. The study revealed that community enterprises are related to the production of goods, services, and others which arising from the adoption approaches of the community economic or the sufficiency economy in their operation. Thus, community enterprises are fundamental economic drivers and enable macroeconomics to be driven even after the outbreak of the coronavirus disease 2019 crisis, community enterprises are affected as well. If adaptation is

¹ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา E-mail : mojilovelygril@gmail.com

used, community enterprises are able to survive and may also be macroeconomic supporters. The adaptations mentioned above would start from the reduction of unnecessary expenditures, the conversion of unused assets into income, as well as the marketing adjustments in which online and delivery models must be adopted, being the effective choices for both buyers and sellers while keeping social distance.

Keyword: Adaptation, Community enterprises, The epidemic conditions of coronavirus infection in 2019

วันที่รับบทความ : 8 กันยายน 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 9 มกราคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

1. บทนำ

วิสาหกิจชุมชนเป็นการประกอบการหรือกิจการของชุมชนที่กลุ่มคนในชุมชนเป็นเจ้าของและร่วมกันดำเนินการ โดยการใช้ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เทคโนโลยีที่เหมาะสม และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบและทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน ด้วยการผลิตสินค้าหรือบริการตอบสนองการพึ่งตนเองและการสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชนตามแนวทางของเศรษฐกิจพอเพียง โดยกลุ่มคนหรือคณะบุคคลที่ดำเนินการ อาจเป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคลก็ได้ ซึ่งมีองค์ประกอบอยู่ 7 ประการ คือ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเอง 2) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน 3) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่เป็นนวัตกรรมของชุมชน 4) มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล 5) มีการดำเนินการแบบบูรณาการ 6) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจหลัก และ 7) มีการพึ่งตนเอง (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2556, หน้า 10 - 11) ซึ่งจะเห็นได้ว่าการประกอบการวิสาหกิจชุมชนไม่ได้เน้นเพื่อกำไรสูงสุด แต่จะเน้นที่การลดค่าใช้จ่าย การสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกและคนในชุมชนให้พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ตามแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนหรือแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีความ

เหมาะสม และเป็นประโยชน์ สำหรับปัจจุบันที่ทั้งโลกรวมถึงประเทศไทยที่ได้รับผลกระทบจากภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เช่นนี้

ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (2019-nCoV) หรือที่ทุกคนรู้จักในนาม โควิด-19 (COVID-19) คือ เชื้อไวรัสสายพันธุ์ที่สามารถติดต่อได้จากคนสู่คน ก่อโรคปอดอักเสบ (Pneumonia) พบการระบาดครั้งแรกในเมืองอู่ฮั่น (Wuhan) มณฑลหูเป่ย์ (Hubei) ประเทศจีน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม ค.ศ. 2019 จนถึงปัจจุบัน เนื่องจากเป็นโรคอุบัติใหม่ ทำให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสาธารณสุขทั่วโลกมีความกังวล เพราะยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับไวรัสชนิดใหม่นี้ ยังไม่มียา และวัคซีนที่ใช้ในการป้องกันและรักษาได้โดยตรง ดังนั้นแต่ละประเทศจึงต้องมีมาตรการเพื่อป้องกัน และหยุดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งแนวทางส่วนใหญ่ คือ การสวมหน้ากากอนามัย การล้างมือ และมาตรการเว้นระยะห่าง หรือ Social Distancing ที่ส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับทุกคนทั้งผลกระทบต่อจิตใจ ผลกระทบต่อสังคม และผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยคาดการณ์ว่า การหัตถ์ของการท่องเที่ยว และส่งออกอาจทำให้เศรษฐกิจปีนี้

โตได้เพียงร้อยละ 1.3 จากที่เคยคาดว่าจะโตได้ถึงร้อยละ 2.8 ด้านกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาคาดการณ์ว่าประเทศจะสูญรายได้จากนักท่องเที่ยว 2.5 แสนล้านบาท ในปีนี้ ความเสียหายอาจจะอยู่ในระดับ 500-700 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา หรือราว 1.56 - 2.18 หมื่นล้านบาท หรือคิดเป็นประมาณ ร้อยละ 0.09-0.13 ของจีดีพี ทั้งปีของไทย (BBC News, 2020, เว็บไซต์) นอกจากนี้ยังกระทบถึงภาคการผลิตอุตสาหกรรมห่วงโซ่อุปทานโลก ภาคส่งออก ภาคเกษตรกรรม ภาคการเมือง และภูมิรัฐศาสตร์ของโลกมีความซับซ้อนมากขึ้นจากปัญหาดังกล่าวด้วย (อนุสรณ์ ธรรมใจ, 2563, เว็บไซต์)

วิกฤติจากการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กำลังเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของโลก และประเทศไทยอย่างถึงรากถึงโคน โลกจะไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป ดังที่เรียกว่า นิวนอร์มอล (New normal) ไม่เว้นถึงวิสาหกิจชุมชนก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน หากแต่ยังไม่มีผู้กล่าวถึงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมากนัก สมชาย หาญหิรัญ (2020, เว็บไซต์) ให้ทัศนะที่น่าสนใจสำหรับการปรับตัวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไว้ว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนก็เจอสถานการณ์เหมือนๆ ทุกคน ไม่ว่าจะรายได้ลด ออกจากงาน รายได้ทีเลี้ยวปากต้องลดฮวบหรือหายไปเฉยๆ และในขณะที่หลายกลุ่มหลายส่วน อาจกำลังบ่น สบประสาบ โศกเศร้า และคนอื่นๆ แต่สิ่งเหล่านี้ไม่ได้ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบางกลุ่มยอมแพ้กับความโชคร้ายครั้งนี้ แต่หันมาจับมือร่วมกันคิดและทำ เพื่อหาทางรอดให้กับตัวเอง ครอบครัว และกลุ่มตัวเองในยามยากลำบากครั้งนี้ และพร้อมที่จะเดินหน้าอย่างเข้มแข็งในวันข้างหน้า ตลาดชุมชนบางแห่งมีการปิดตัวลงตามนโยบายของรัฐบาล จำนวนลูกค้าที่มาเยี่ยมลดลง ค่าสั่งซื้อพืชผักผลไม้ที่ปลูกลดลง รายได้ธุรกิจต่อเนื่องลดลง จำนวนคนที่เข้ามาอบรมดูงานที่ศูนย์ OTOP หายไป ส่งผลกระทบต่อรายได้ทุกส่วนลดลงอย่างมาก ทำให้กลับมาตั้งหลักก่อนว่ารายได้มาจากไหนและรายจ่ายไปที่ไหน จากนั้นก็ค่อยๆ เริ่มปรับตัวมาตลอด และตอนนี้ที่พวกเขา กำลังทำ คือ การลดรายจ่ายที่ไม่

จำเป็น ให้พนักงานเข้าร่วมมาตรการช่วยเหลือของรัฐ รวมถึงการลดค่าใช้จ่ายให้พนักงาน เช่น การช่วยกันปลูกผัก หรือการซื้ออาหาร ไข่ไก่ และผลิตภัณฑ์ของศูนย์ในราคาถูก เป็นต้น การเปลี่ยนทรัพย์สินที่ไม่ใช้มาเป็นรายได้ หรือก็คือการขายของที่ไม่ว่าจำเป็นต้องใช้ออกไป เพื่อนำเงินมาหมุนเวียนในช่วงจำเป็น และข้อสำคัญที่สุดคือ การตลาดที่ต้องปรับตัวเป็นอย่างมาก วิสาหกิจชุมชนต้องหันมาทำการตลาดแบบออนไลน์ โดยผู้ประกอบการสามารถประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เข้ามาเป็นช่องทางเสริม เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าในภาวะวิกฤติได้ อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) อินสตาแกรม (Instagram) นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังสามารถเรียนรู้บนออนไลน์ไลฟ์สตรีม ภายใต้โครงการ “ปั้น SMEs คำออนไลน์สู้วิกฤติโควิด19” จากทาง กสอ. โดยเปิดคอร์สการอบรมหลากหลาย อาทิ การกระตุ้นยอดขายด้วยกูเกิ้ลแอดเวิร์ด (Google Adwords) การขายสินค้าผ่านยูทูป (You Tube) และเทคนิคกระตุ้นยอดขายด้วยภาพถ่ายและวิดีโอ เพื่อเพิ่มทักษะด้านการตลาดแพลตฟอร์มออนไลน์ และสร้างยอดขายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งตอบโจทย์ได้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ในขณะที่ทุกคนต้องเว้นระยะห่าง Social Distancing เช่นนี้ รวมไปถึงการตลาดแบบ Delivery เช่น การเอาตลาดไปหาลูกค้าของรถพุ่มพวง หรือการส่งสินค้าผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ เช่น ไลน์แมน ฟู้ดแพนด้า ฯลฯ ส่วนในต่างจังหวัดที่การบริการแอปพลิเคชันเข้าไม่ถึงก็สามารถใช้หลักการแบบเดียวกันได้ คือ การโทรศัพท์สั่งของและมีบริการส่งถึงหน้าประตูบ้านได้เช่นกัน ก็ไม่แน่ว่าการปรับตัวครั้งนี้ อาจทำให้วิสาหกิจชุมชนกลายเป็นผู้อยู่รอด และอาจกลายเป็นผู้พุงเศรษฐกิจระดับมหภาคได้อีกด้วย

2. เนื้อหา

2.1 วิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นจากการนำเอาแนวทางเศรษฐกิจชุมชนหรือแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมา

ประยุกต์ใช้อย่างเป็นระบบ และมีการพัฒนาเรื่อยมา โดยมีความหมาย องค์ประกอบ ความสำคัญและประเภท ดังนี้

ความหมายของธุรกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) มาจากคำว่า “วิสาหกิจ” (Enterprise) ซึ่งแปลว่า การประกอบการ หรือกิจการ รวมกับคำว่า ชุมชน (Community) ซึ่งหมายถึง กลุ่มคนที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน อาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกัน และมีผลประโยชน์ร่วมกัน เมื่อรวมคำว่า “วิสาหกิจ” กับคำว่า “ชุมชน” เป็น “วิสาหกิจชุมชน” จึงมีความหมายตรงตัวว่าเป็นกิจการหรือการประกอบการที่ดำเนินการโดยกลุ่มคนในชุมชนเพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2562 ก, หน้า 6) ส่วนพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ให้ความหมายของ “วิสาหกิจชุมชน” ไว้ว่า วิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า หรือการให้บริการ มีการรวมตัวกันประกอบกิจการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน เป็นนิติบุคคล หรือไม่เป็นนิติบุคคลก็ได้ เพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2562 ข, หน้า 2)

ดังนั้น วิสาหกิจชุมชน จึงหมายถึง การประกอบการหรือกิจการของชุมชน ที่กลุ่มคนในชุมชนเป็นเจ้าของและร่วมกันดำเนินการ โดยการใช้ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เทคโนโลยีที่เหมาะสม และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบและทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน ด้วยการผลิตสินค้าหรือบริการตอบสนอง การพึ่งตนเองและการสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชนตามแนวทางของเศรษฐกิจพอเพียง โดยกลุ่มคนหรือคณะบุคคลที่ดำเนินการ อาจเป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคลก็ได้

องค์ประกอบวิสาหกิจชุมชน

กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร(2556, หน้า 10) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบวิสาหกิจชุมชน แสดงดังภาพประกอบ 1



ภาพที่ 1 องค์ประกอบวิสาหกิจชุมชน
ที่มา : กรมส่งเสริมการเกษตร, 2556, หน้า 10-11.

จากภาพประกอบ 1 กรมส่งเสริมการเกษตร (2556, หน้า 10 - 11) อธิบายไว้ว่าวิสาหกิจชุมชนมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 7 ประการ คือ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเอง 2) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน 3) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่เป็นนวัตกรรมของชุมชน 4) มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล 5) มีการดำเนินการแบบบูรณาการ 6) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจหลัก และ 7) มีการพึ่งตนเอง

ความสำคัญของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนมีความสำคัญในแง่มุมมองต่าง ๆ ดังนี้ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2556, หน้า 9)

1. วิสาหกิจชุมชนเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจพื้นฐาน ทำให้ชุมชนมีความมั่นคงในการผลิต

การบริโภค การออม การลงทุนจะทำให้เศรษฐกิจมหภาคขับเคลื่อนไปได้

2. วิสาหกิจชุมชนเป็นเงื่อนไขสำคัญในการเรียนรู้ ฟังตนเอง และพลิกฟื้นพลังสำคัญ 3 เรื่อง ให้กลับคืน คือ ความเชื่อมั่นในตนเองของผู้คนในชุมชน ความสำคัญระหว่างคนกับธรรมชาติ และระบบการบริหารจัดการของชุมชน

3. คุณค่าของวิสาหกิจชุมชนจึงไม่ใช่แค่การสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มรายได้ แต่เป็นการฟื้นความสัมพันธ์ทางสังคมแบบพึ่งพาอาศัยกันกลับคืนมา ฟันอำนาจในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและผลผลิตของชุมชนโดยชุมชน ซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรเอง และเป็นการฟื้นการพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจของชุมชน ทำให้ชุมชนเป็นอิสระจากระบบพึ่งพาทภายนอก

ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่มีความสำคัญในการยกระดับรายได้ ชีวิตความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน หากคนในชุมชนเหล่านี้มีรายได้สูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยในการประกอบธุรกิจชุมชนควรมุ่งเน้นสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีชีวิตในชุมชน โดยคนในชุมชนเพื่อคนในชุมชน

ประเภทของวิสาหกิจชุมชน

ในการแบ่งประเภทของวิสาหกิจชุมชน สามารถมองได้หลายมิติ กล่าวคือ แบ่งตามลักษณะการประกอบการเป็นหลัก และแบ่งตามการจัดระดับและขั้นตอนการพัฒนาการประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

การแบ่งตามลักษณะการประกอบการเป็นหลัก สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน เป็นการผลิตเพื่อการใช้ในท้องถิ่นเป็นหลัก ซึ่งมีอยู่ 5 อย่าง คือ ข้าว อาหารสมุนไพร ของใช้ ปุ๋ย ซึ่งอยู่ในขีดความสามารถของชาวบ้านทั่วไปจะทำได้ เป็นของต้องกินต้องใช้ประจำวัน มีมูลค่ามากกว่าครึ่งของค่าใช้จ่ายทั้งปีของแต่ละครัวเรือน แต่

ชาวบ้านทั่วไป ไม่ว่าจะอยู่ใกล้เมืองหรือไกลเมืองต่างก็ซื้อกินซื้อใช้

2. วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า เป็นวิสาหกิจชุมชนที่สามารถนำออกสู่ตลาดใหญ่ได้ เพราะมีลักษณะเฉพาะตัว มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น บางอย่างอาจมีสูตรเด็ดเคล็ดลับหรือคุณภาพดีในระดับมาตรฐาน สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไปได้ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ก็คือหนึ่งในวิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า

ส่วนการแบ่งตามการจัดระดับและขั้นตอนการพัฒนาการประกอบการของวิสาหกิจชุมชน สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. ระดับครอบครัว คือ วิสาหกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง เป็นการประกอบกิจการเพื่อกินใช้ในครอบครัว เพื่อทดแทนการพึ่งพาทจากภายนอก เช่น การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรไว้ใช้กินในครอบครัว

2. ระดับชุมชนและเครือข่าย คือ วิสาหกิจชุมชนแบบพอเพียง เป็นการประกอบกิจการ โดยกลุ่มเพื่อตอบสนองการอุปโภคบริโภคในชุมชนและเครือข่าย ซึ่งสามารถที่จะพัฒนาให้เป็นวิสาหกิจชุมชนแบบก้าวหน้าได้ เพื่อที่จะแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไปได้

จากแนวคิดเบื้องต้นของวิสาหกิจชุมชนที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่า การประกอบการวิสาหกิจชุมชนไม่ได้เน้นเพื่อกำไรสูงสุด แต่จะเน้นที่การลดค่าใช้จ่าย การสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกและคนในชุมชนให้พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ตามแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนหรือแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีความเหมาะสม และเป็นประโยชน์ สำหรับปัจจุบันที่ทั้งโลก รวมถึงประเทศไทยที่ได้รับผลกระทบจากสภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

2.2 สภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

ข้อมูลทั่วไปของไวรัสโคโรนา 2019

ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (2019-nCoV) หรือที่ทุกคนรู้จักในนาม โควิด-19 (COVID-19) คือ เชื้อไวรัสสายพันธุ์ที่สามารถติดต่อได้จากคนสู่คน ก่อโรคปอด

อักเสบ (pneumonia) พบการระบาดครั้งแรกในเมืองอู่ฮั่น (Wuhan) มณฑลหูเป่ย์ (Hubei) ประเทศจีน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม ค.ศ. 2019 จนถึงปัจจุบัน (คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล, 2563, เว็บไซต์) เนื่องจากเป็นโรคอุบัติใหม่ทำให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสาธารณสุขทั่วโลกมีความกังวลเพราะยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับไวรัสชนิดใหม่นี้ ยังไม่มียาและวัคซีนที่ใช้ในการป้องกันและรักษาได้โดยตรง ดังนั้นแต่ละประเทศจึงต้องมีมาตรการเพื่อป้องกัน และหยุดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งแนวทางส่วนใหญ่ คือ การสวมหน้ากากอนามัย การล้างมือ และมาตรการเว้นระยะห่าง หรือ Social Distancing ที่ส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับทุกคน ทั้งผลกระทบต่อจิตใจ ผลกระทบต่อสังคม และผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลก

ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กับเศรษฐกิจโลก

เสาวณี จันทะพงษ์ และทศพล ต้องหุ้ย (2563, เว็บไซต์) ได้วิเคราะห์ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กับเศรษฐกิจโลกไว้นว่า นักเศรษฐศาสตร์ทั่วโลกออกมาวิเคราะห์ถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกว่าจะมีผลกระทบผ่านห่วงโซ่อุปทานโลก จากปัญหาการขาดแคลนแรงงานและวัตถุดิบ เนื่องจากจีนซึ่งเป็นโรงงานผลิตและส่งออกสินค้าชั้นกลางรายใหญ่ของโลก จำเป็นต้องหยุดการผลิตตามที่ทางการจีนมีมาตรการควบคุมอย่างเข้มงวดอย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน หลายสถาบันคาดว่า COVID-19 จะสร้างมูลค่าความเสียหายทางเศรษฐกิจสูงกว่ากรณีของโรคซาร์สที่มีจุดกำเนิดที่จีนเช่นกัน โดยครั้งนั้นมีการประเมินว่าทำให้ GDP โลกลดลง 54,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา (USD) หรือคิดเป็นร้อยละ 0.14 สำหรับผลกระทบครั้งนี้ ในด้านการค้าโลก รายงานของ UNCTAD (2020) ชี้ว่าดัชนีภาคการผลิต (PMI) ของจีนเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ลดลงต่ำสุดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 และประเมินว่าจะสร้างความเสียหายต่อการส่งออกในห่วงโซ่อุปทาน 50,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา โดยมีผลกระทบมาก

สุดใน EU (15,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา) รองลงมาคือ สหรัฐฯ (5,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา) ญี่ปุ่น (5,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา) เกาหลี (3,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา) เวียดนาม (2,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา) ขณะที่ไทยติดมีมูลค่าความเสียหาย 700 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา โดยอุตสาหกรรมผลิตยางและพลาสติก เครื่องมือเครื่องจักร เคมีภัณฑ์ อุปกรณ์สื่อสาร ยานยนต์ ในไทยเป็นสาขาที่จะได้รับผลกระทบมากที่สุด ส่วนด้านการท่องเที่ยว สมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) ประเมินว่ากรณีที่มีการแพร่ระบาดอยู่ในวงจำกัด รายรับการท่องเที่ยวโลกจะลดลง 63,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา โดยเอเชียจะได้รับผลกระทบสูงสุด รองลงมาคือ ยุโรปอื่น ญี่ปุ่น อิตาลี และเยอรมนี ซึ่งล้วนเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของนักท่องเที่ยวจีน

ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กับเศรษฐกิจของประเทศไทย

ธนาคารแห่งประเทศไทยคาดการณ์ว่า การหดตัวของการท่องเที่ยว และส่งออกอาจทำให้เศรษฐกิจปีนี้อยู่ได้เพียงร้อยละ 1.3 จากที่เคยคาดว่าจะได้ถึงร้อยละ 2.8 ด้านกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาคาดการณ์ว่าประเทศจะสูญเสียรายได้จากนักท่องเที่ยว 2.5 แสนล้านบาท ในปีนี้ ความเสียหายอาจจะอยู่ในระดับ 500-700 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา หรือราว 1.56 - 2.18 หมื่นล้านบาท หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 0.09-0.13 ของจีดีพีทั้งปีของไทย (โคโรนา : เศรษฐกิจไทย, 2563, เว็บไซต์) นอกจากนี้ผลกระทบของการแพร่ระบาดของไข้หวัดสายพันธุ์ใหม่โคโรนาไวรัสได้ลุกลามสู่ภาคเศรษฐกิจ อื่น ๆ ภาคการผลิตอุตสาหกรรมห่วงโซ่อุปทานโลก ภาคส่งออก ภาคเกษตรกรรม ภาคการเมือง และภูมิรัฐศาสตร์ของโลกมีความซับซ้อนมากขึ้นจากปัญหาดังกล่าว ค่อนข้างชัดเจนว่าผลกระทบไม่ได้จำกัดเฉพาะภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจเกี่ยวเนื่องของเอเชียและไทยเท่านั้น หลังจากมีการปิดเมือง ปิดโรงงาน ปิดสำนักงานของบริษัทต่าง ๆ ทั้งบริษัทจีนและบริษัทข้ามชาติในจีน ทำให้ส่งผลกระทบต่อภาคการผลิตอุตสาหกรรมห่วงโซ่

อุปทานโลก โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ อุตสาหกรรมอุปกรณ์ไฮเทคต่าง ๆ ที่มีฐานผลิตส่วนประกอบสำคัญในจีน เช่น การออกตัวไอโฟนรุ่นใหม่ต้องเลื่อนออกไปก่อน เป็นต้น (อนุสรณ์ ธรรมใจ, 2563, เว็บไซต์)

2.3 ทฤษฎีการปรับตัว

ทฤษฎีการปรับตัวที่ใช้อยู่ในปัจจุบันมีต้นกำเนิดจากสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ ซึ่งเป็นการอธิบายถึงพฤติกรรมที่ช่วยให้สิ่งมีชีวิตสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมได้ ต่อมาทฤษฎีการปรับตัวถูกนำมาประยุกต์ใช้ในศาสตร์อื่น ๆ เช่น การแพทย์ การศึกษา เศรษฐศาสตร์ รวมถึงการบริหารธุรกิจด้วย ซึ่งทฤษฎีการปรับตัวที่เป็นที่รู้จักมากที่สุด คือ ทฤษฎีการปรับตัวของรอย (Roy, 1976, p. 22) ที่เสนอรูปแบบการปรับตัวไว้ 4 แบบ ด้วยกัน คือ

1. การปรับตัวด้านร่างกาย (Physiologic mode) เป็นรูปแบบความต้องการพื้นฐานสำหรับการดำรงชีวิต ได้แก่ อากาศ น้ำ สารอาหาร กิจกรรม การพักผ่อนนอนหลับ รวมถึงการทำงานของระบบต่าง ๆ ในร่างกาย

2. การปรับตัวด้านอัตมโนทัศน์ (Self-concept mode) เป็นการผสมผสานความรู้สึก ความเชื่อเกี่ยวกับตนเองทั้งด้านภาพลักษณ์ ความคิด บุคลิกภาพ จิตวิญญาณ ความเชื่อรวมถึงศาสนา

3. การปรับตัวด้านบทบาทหน้าที่ (The role function mode) บทบาทหน้าที่ของบุคคล แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ บทบาทปฐมภูมิ (Primary role) เช่น บทบาททางเพศ ต่อมาคือ บทบาททุติยภูมิ (Secondary role) เป็นบทบาททางสังคมของบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับบทบาทปฐมภูมิ เช่น บทบาทการเป็นมารดา บทบาทการเป็นครู บทบาทการเป็นลูกที่ดี บทบาทเหล่านี้บุคคลต้องทำหน้าที่ตามบทบาทตลอดเวลา และสุดท้ายคือ บทบาทตติยภูมิ (Tertiary role) เป็นบทบาทชั่วคราวที่เกิดขึ้นในบางช่วงของชีวิตที่บุคคลต้องทำหน้าที่ตามบทบาทนั้น เช่น การดำรงบทบาทของนายกรัฐมนตรี การดำรง

บทบาทประธานศาล เป็นต้น บทบาทที่กล่าวมานี้มีผลต่อการปรับตัวของบุคคลทั้งสิ้น เพื่อให้สามารถทำหน้าที่ได้ตามบทบาทของตนเอง

4. การปรับตัวด้านการพึ่งพาอาศัย (Interdependence mode) การปรับตัวด้านนี้ให้ความสำคัญกับการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การให้ความสำคัญกับสัมพันธภาพ ซึ่งเป็นไปตามบริบททางสังคมของบุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกับบุคคลเอง กลุ่มของบุคคล และสังคม

ดังนั้น พฤติกรรมการปรับตัวจึงเป็นผลลัพธ์ของการปรับตัว เป็นการแสดงออกหรือตอบสนองของบุคคล เมื่อได้รับสิ่งเร้าจากสิ่งแวดล้อม แบ่งได้เป็น 2 แบบ ได้แก่ พฤติกรรมการปรับตัวสำเร็จ (Adaptive response) เป็นพฤติกรรมการตอบสนองในเชิงบวก ส่งเสริมให้เกิดความแข็งแกร่งของบุคคล มุ่งสู่การบรรลุเป้าหมาย การมีชีวิตอยู่รอด (Survival) การเจริญเติบโต (Growth) สามารถสืบเผ่าพันธุ์ให้คงอยู่ มีความก้าวหน้า สามารถปรับเปลี่ยนสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามที่ต้องการได้ (Mastery) และพฤติกรรมการปรับตัวที่ไม่มีประสิทธิภาพ (Ineffective responses) เป็นการตอบสนอง/พฤติกรรมต่อสิ่งเร้าในแบบที่ไม่ส่งเสริมให้เกิดความแข็งแกร่งของระบบ แต่ทำให้ระบบเสียสมดุล ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายของการปรับตัวอย่างหนึ่งอย่างใดได้ (สุจิตรา อู่รัตนมณี, 2556, เว็บไซต์)

จากทฤษฎีการปรับตัวของรอยนี้ แสดงให้เห็นว่าเมื่อมีสิ่งเร้ากระทบต่อบุคคล บุคคลย่อมมีการปรับตัวโดยแสดงพฤติกรรมที่ทำให้ตนเองอยู่รอดได้ ในทางธุรกิจก็เช่นกัน เมื่อสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไปผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจะต้องมีการปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้

2.4 การปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนในสภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

วิกฤติจากการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กำลังเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของโลกและประเทศไทยอย่างถึงรากถึงโคน โลกจะไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป ดังที่เรียกว่า นิวนอร์มอล

(New normal) นักนโยบาย นักวิชาการ ต่างพากันคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงเชิงมหภาค หรือมองเป็นผลกระทบชั่วคราวในภาคเมือง แม้จะเริ่มสนใจคนจนในเมือง แต่ก็เป็น การเน้นการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า หากแต่ผลกระทบดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อถึงชนบท ซึ่งยังไม่มี การทำความเข้าใจถ่องแท้ว่า ชุมชนท้องถิ่นกำลังเผชิญอะไรในวิกฤติจากการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พวกเขาตั้งรับปรับตัวอย่างไร ภาวะ นิวนอร์มอลของชุมชนจะเป็นอย่างไร และพวกเขาจะมีส่วนกำหนดอนาคตข้างหน้าได้เพียงไหน (กฤษฎา บุญชัย, 2563, เว็บไซต์)

สมชาย หาญหิรัญ (2563, เว็บไซต์) ให้ทัศนะเกี่ยวกับวิกฤติจากการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ครั้งนี้ว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมากมักมีผู้กล่าวถึงไม่มากนัก แต่วันนี้พวกเขาก็เจอสถานการณ์เหมือน ๆ ทุกคน ไม่ว่าจะรายได้ลด ออกจากงาน รายได้ที่เลี้ยงปากท้องลดฮวบหรือหายไปเฉย ๆ และในขณะที่หลายกลุ่ม หลายส่วนอาจกำลังบ่น ก่นด่า สาบแช่ง โชคชะตาและคนอื่น ๆ แต่สิ่งเหล่านี้ไม่ได้ทำให้คนบางกลุ่มยอมแพ้กับความโชคร้ายครั้งนี้ แต่หันมาจับมือร่วมกันคิดและทำ เพื่อหาทางรอดให้กับตัวเอง ครอบครัว และกลุ่มตัวเองในยามยากลำบากครั้งนี้ และพร้อมที่จะเดินหน้าอย่างเข้มแข็งในวันข้างหน้า ตลาดชุมชนบางแห่งมีการปิดตัวลงตามนโยบายของรัฐบาล จำนวนลูกค้าที่มาเยี่ยมลดลง คำสั่งซื้อพืชผักผลไม้ที่ปลูกลดลง รายได้ธุรกิจต่อเนื่องลดลง จำนวนคนที่เข้ามาอบรมดูงานที่ศูนย์ OTOP หายไปส่งผลกระทบต่อรายได้ทุกส่วนลดลงอย่างมาก ทำให้กลับมาตั้งหลักก่อนว่ารายได้มาจากไหน และรายจ่ายไปที่ไหน จากนั้นก็ค่อย ๆ เริ่มปรับตัวมาตลอด และตอนนี้ที่พวกเขา กำลังทำ คือ

1. ลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นลงในทุกส่วน ทั้งในส่วนตัวของพนักงานและขององค์กร ปิดตลาดและลดกิจกรรมศูนย์บางกิจกรรมที่ไม่มีลูกค้า เพื่อให้พนักงานบางส่วนหยุดงานบางวันเพื่อลดค่าใช้จ่ายองค์กรด้านนี้ แต่หารายได้ให้พนักงานอย่างอื่น

2. ให้พนักงานบางส่วนที่ลดการทำงานลงนั้น เข้าร่วมมาตรการช่วยเหลือของรัฐ เพื่อมีรายได้มาชดเชย และให้พนักงานที่หยุดงานหารายได้พิเศษจากทรัพยากรที่มีอยู่ เช่น ใช้ที่ดินที่มีของตลาดและของศูนย์มีอยู่ให้แต่ละคนปลูกพืชผักขายตามที่ตนเองต้องการเพื่อจำหน่าย

3. ลดค่าใช้จ่ายให้พนักงาน ของกินของใช้ โดยเฉพาะพืช ผัก ที่พวกเขาช่วยกันปลูกในศูนย์นั้น สามารถเก็บกลับไปทานที่บ้านได้ และสามารถซื้ออาหารไข่ไก่ และผลิตภัณฑ์ของศูนย์ในราคาถูก

4. พวกเขาเปลี่ยนทรัพย์สินที่ไม่ใช้สำหรับการสร้างรายได้ในช่วงนี้ เปลี่ยนให้เป็นเงินสดให้มากที่สุด ทรัพย์สินเหล่านี้หามาได้ตอนที่ศูนย์มีรายได้มากและไม่เป็นพัสดุภัณฑ์นั้น สักวันหนึ่งเมื่อมีรายได้เข้าในอนาคตก็หาใหม่ได้

5. หันมาหารายได้จากออนไลน์และจัดส่งมากขึ้น พ่อค้าแม่ค้าในตลาดแต่ละรายเริ่มจัดส่งสินค้า เน้นในพื้นที่จังหวัดและสถานที่ใกล้ ๆ เพราะเป็นอาหาร ของสด ผักสด เป็นส่วนมาก

6. เอาตลาดไปหาลูกค้า เพราะที่ตลาดทุกวันนี้มีผลไม้ ผักสดที่ปลูกเอง และมีสินค้าที่ได้มาตรฐานปลอดภัย เลยคิดที่จะทำ “รถพุ่มพวงพรีเมียม” คัดเอาของดี ๆ ที่ได้มาตรฐาน ใส่รถเหมือนรถพุ่มพวงที่เคยเห็นทั่วไป แต่ออกแบบให้ทันสมัย ไปขายเจาะลูกค้าในแต่ละจุด เช่น หมู่บ้าน สถานที่ทำงาน บริษัทใหญ่ ๆ ฯลฯ แต่ปัญหาเรื่อง Social distancing รวมทั้งความระแวงด้านไวรัส ทำให้พวกเขาต้องคิดนานหน่อย เพราะต้องดูทั้งด้านคุณภาพ การจัดการที่ต้องมีมาตรฐานที่คนซื้อและคนขายสบายใจและปลอดภัยทั้งสองฝ่าย

ส่วนกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) กล่าวถึงการปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนในสภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ไว้ว่า การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 (COVID-19) ถือเป็นปรากฏการณ์ที่สร้างผลกระทบต่อผู้คนทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ซึ่งมีสถานประกอบการและ

ผู้ประกอบการได้รับความเสียหายด้านรายได้ และว่างเว้นจากการทำงานจากการปิดบริการชั่วคราว โดยครอบคลุมสถานประกอบการ 35,068 แห่ง และผู้ประกอบการ 644,136 คน ดังนั้นเพื่อเป็นการผลักดันให้กลุ่มผู้ประกอบการเอสเอ็มอี วิชาทักซุมซัน และผู้ว่างงานอยู่รอด กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้วางแนวทางการดำเนินงานสร้างรายได้เยียวยาผู้ประกอบการ เอสเอ็มอี วิชาทักซุมซัน ตลอดจนผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบ สามารถสร้างอาชีพทำเงินได้ด้วย 5 อุตสาหกรรมครัวเรือนครอบคลุมประเภทสมุนไพร อาหาร เครื่องดื่ม แพชั่น และของใช้ ภายใต้แนวคิด “ปั้น ปรง เปลี่ยน เอสเอ็มอีให้ดีพร้อม (DIProm)” โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. กลุ่มสมุนไพรแปรรูป การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อผู้คนทั่วโลก แต่อย่างไรก็ดี ยังนับเป็นโอกาสที่ดีของอุตสาหกรรมสมุนไพรไทย ซึ่งจากปีที่ผ่านมามูลค่าทางเศรษฐกิจไม่ต่ำกว่า 18,200 ล้านบาท และปีนี้คาดว่าจะมีโอกาสดำเนินมูลค่าทางเศรษฐกิจกว่า 20,000 ล้านบาท จึงถือเป็นหนึ่งในธุรกิจครัวเรือนที่น่าสนใจ ด้วยการสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้ภูมิปัญญาที่มีอัตลักษณ์อย่างการนำพืชสมุนไพร หรือพืชที่ไม่ใช่พืชเศรษฐกิจหลัก มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล อาทิ สบู่เหลวล้างมือ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย แชมพู และอาหารเสริมสุขภาพ ฟัทละลายไขมัน น้ำขิงสำเร็จรูป อย่างไรก็ตามการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ควรสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น และตราสินค้าให้มีความแตกต่างเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2. กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร แม้ปัจจุบันภาคการเกษตร ยังคงได้รับผลกระทบหนักจากข้อจำกัดด้านการกระจายผลผลิตและการส่งออก อีกทั้งปัญหาการตกต่ำจากสินค้าล้นตลาด ดังนั้น การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรสู่ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่สามารถเก็บรักษาได้นานในอุณหภูมิปกติ และคงรสชาติ สี กลิ่นเดิมของอาหารนั้น ๆ จึงเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์สร้างรายได้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการ อาทิ การใช้เทคโนโลยี ฟรีซดราย

(Freeze Drying) ในเมนูอาหาร ผัก หรือผลไม้ และเทคโนโลยีอบแห้ง โดยในปี พ.ศ. 2563 กสอ. เตรียมงบประมาณ 5 ล้านบาท สำหรับโครงการเสริมสร้างศักยภาพอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปแบบครบวงจร เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการ 160 ราย และพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอาหาร 5 ผลิตภัณฑ์

3. กลุ่มแปรรูปผลไม้ ในช่วงที่คนไทยตื่นตระหนกกับการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโควิด-19 หนึ่งในวิธีลดความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ คือ การดื่มเครื่องดื่มที่มีวิตามินซี ดังนั้น ธุรกิจครัวเรือน ที่สามารถดำเนินการได้และเป็นการสร้างรายได้เสริม ด้วยการนำผลไม้ที่มีวิตามินซีสูงนำมาแปรรูปเป็นน้ำผลไม้พร้อมดื่ม อาทิ น้ำส้ม น้ำฝรั่ง น้ำกีวี น้ำสตอเบอรี่ น้ำมะนาว ลูกหม่อน และผักผลไม้หลากสี ล้วนเป็นเครื่องดื่มเสริมการทำงานของเซลล์ในระบบภูมิคุ้มกันทั้งสิ้น สำหรับกลุ่มธุรกิจแปรรูปผลไม้ถือว่าเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพ โดยในปี พ.ศ. 2563 กสอ.เตรียมงบประมาณเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปกว่า 28 ล้านบาท เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการ 1,400 ราย และพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป 200 ผลิตภัณฑ์

4. กลุ่มสิ่งทอ ในภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวจากการแพร่ระบาด ผู้ประกอบการสิ่งทอสามารถต่อยอดวัตถุดิบผ้าอย่างผ้าผืนลินินสู่หน้ากากผ้าได้ เนื่องจากผ้างดังกล่าว มีประสิทธิภาพในการป้องกันละอองฝอยได้ดี นอกจากนี้ ด้วยกระแสของผลิตภัณฑ์จากเส้นใยธรรมชาติ ที่ได้รับความนิยมและเป็นเทรนด์สิ่งทอในอนาคต จึงเป็นโอกาสสำคัญของผู้ประกอบการสิ่งทอในการพัฒนานวัตกรรมสิ่งทอสีเขียว อาทิ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ผ้าทอจากธรรมชาติที่ให้คุณค่าทางวัฒนธรรม กระเป๋าแฟชั่นจากเส้นใย การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลผลิตทางการเกษตร ด้วยความคิดสร้างสรรค์

5. กลุ่มงานคราฟต์รักษ์โลก แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดในไทยยังไม่คลี่คลาย แต่กระแสกรีนมาร์เก็ต (Green Market) ที่เน้นการเลือกใช้วัสดุ หรือการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ยังเป็น เทรนด์ที่มาแรงใน

ปีนี้และอีกหลายปีข้างหน้า ดังนั้น อุตสาหกรรมหัตถกรรมสามารถระดมสมองต่อยอดแนวคิด ปั้นวัตถุดิบท้องถิ่นสู่งานคราฟต์รักษ์โลกที่สอดรับกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ แต่คงความโดดเด่นทางวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ อาทิ กระเป๋ากระจุดไข่มณี ดีไซน์เก๋ สำหรับใส่สมาร์ตโฟน หรือหน้ากากอนามัย ฯลฯ ทั้งนี้อุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรม ถือเป็นหนึ่ง ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพสูงและน่าจับตามอง โดยปีที่ผ่านมามีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงถึง 8.7 หมื่นล้านบาท

อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการสามารถประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เข้ามาเป็นช่องทางเสริม เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าในภาวะวิกฤตได้ อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) อิน스타그램 (Instagram) ตลอดจนการขนส่งแบบเดลิเวอรี่ (Delivery) นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังสามารถเรียนรู้บนออนไลน์ไลฟ์สตรีม ภายใต้โครงการ “ปั้น SMEs คำออนไลน์สู้วิกฤตโควิด 19” จากทาง กสอ. โดยเปิดคอร์สการอบรมหลากหลาย อาทิ การกระตุ้นยอดขายด้วยกูเกิ้ล แอดเวิร์ด (Google Adwords) การขายสินค้าผ่านยูทูป (You Tube) และเทคนิคกระตุ้นยอดขายด้วยภาพถ่ายและวิดีโอ เพื่อเพิ่มทักษะด้านการตลาดแพลตฟอร์มออนไลน์ และสร้างยอดขายได้เพิ่มขึ้น (กสอ. ซีซีช่องเอสเอ็มอี, 2563, เว็บไซต์)

3. บทสรุป

บทความนี้จึงชี้ให้เห็นว่า วิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่เกิดจากการนำเอาแนวทางเศรษฐกิจชุมชนหรือแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินงาน ทั้งการมีส่วนร่วมจากคนในชุมชน การนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาใช้ การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การดำเนินงานแบบบูรณาการ การเรียนรู้ และการพึ่งตนเอง ซึ่งเป็นเป้าหมายอันดับแรกและสำคัญที่สุดของวิสาหกิจชุมชน ทั้งหมดนี้จึงทำให้วิสาหกิจชุมชนเป็นตัวขับเคลื่อน

เศรษฐกิจพื้นฐานที่ทำให้ชุมชนมีความมั่นคงในการผลิต การบริโภค การออม การลงทุนซึ่งจะทำให้เศรษฐกิจมหภาคขับเคลื่อนไปได้ ถึงแม้ว่าจะเกิดวิกฤติที่มีผลกระทบกับคนทั่วโลก อย่างการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 วิสาหกิจชุมชนก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน หากแต่ถ้ามีการปรับตัว วิสาหกิจชุมชนจะเป็นผู้อยู่รอดและอาจกลายเป็นผู้พ่วงเศรษฐกิจระดับมหภาคได้อีกด้วยการปรับตัวดังกล่าว ได้แก่

1. การลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็น ให้พนักงานเข้าร่วมมาตรการช่วยเหลือของรัฐ รวมถึงการลดค่าใช้จ่ายให้พนักงาน เช่น การช่วยกันปลูกผัก หรือการซื้ออาหารไข่ไก่ และผลิตภัณฑ์ของศูนย์ในราคาถูก เป็นต้น
2. การเปลี่ยนทรัพย์สินที่ไม่ใช้มาเป็นรายได้ หรือก็คือการขายของที่ไม่จำเป็นต้องใช้ออกไปเพื่อนำเงินมาหมุนเวียนในช่วงจำเป็น
3. การปรับตัวทางการตลาด โดยวิสาหกิจชุมชนต้องหันมาทำการตลาดแบบออนไลน์ โดยผู้ประกอบการสามารถประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เข้ามาเป็นช่องทางเสริม เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าในภาวะวิกฤตได้ อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) อิน스타그램 (Instagram) นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังสามารถเรียนรู้บนออนไลน์ไลฟ์สตรีม ภายใต้โครงการ “ปั้น SMEs คำออนไลน์สู้วิกฤตโควิด 19” จากทาง กสอ. โดยเปิดคอร์สการอบรมหลากหลาย อาทิ การกระตุ้นยอดขายด้วยกูเกิ้ลแอดเวิร์ด (Google Adwords) การขายสินค้าผ่านยูทูป (You Tube) และเทคนิคกระตุ้นยอดขายด้วยภาพถ่ายและวิดีโอ เพื่อเพิ่มทักษะด้านการตลาดแพลตฟอร์มออนไลน์ และสร้างยอดขายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งตอบโจทย์ได้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ในขณะที่ทุกคนต้องเว้นระยะห่าง Social Distancing เช่นนี้
4. การตลาดแบบ Delivery เช่น การเอาตลาดไปหาลูกค้าของรถพุ่มพวง หรือการส่งสินค้าผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ เช่น ไลน์แมน ฟู้ดแพนด้า ฯลฯ ส่วนในต่างจังหวัดที่การบริการแอปพลิเคชันเข้าไม่ถึง

ก็สามารถใช้หลักการแบบเดียวกันได้ คือ การโทรศัพท์สั่งของและมีบริการส่งถึงหน้าประตูบ้านได้เช่นกัน

4. เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2556). **ถอดบทเรียน**

วิสาหกิจชุมชนดีเด่น. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

_____. (2562ก). **คู่มือการดำเนินงานกิจการวิสาหกิจ**

ชุมชน. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

_____. (2562ข). **คู่มือส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน**.

กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

กฤษฎา บุญชัย. (2563). **วิกฤติโควิดกับจุดเปลี่ยน**

ของชุมชนท้องถิ่น. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2563,

จาก <https://thaipublica.org/2020/04/kritsada-boonchai-14/>.

กสอ.ชี้ช่องเอสเอ็มอี-วิสาหกิจชุมชนรุก 5 อุตฯ

ครัวเรือน ปีมรายได้ที่บ้าน สู้โควิด-19. (2563).

สยามรัฐออนไลน์. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2563,

จาก

<http://miu.isit.or.th/News.aspx?id=4599>.

คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล.

(2563). **ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (novel**

coronavirus 2019,

2019-nCoV). ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2563, จาก

[https://www.si.mahidol.](https://www.si.mahidol.ac.th/th/healthdetail.asp?aid=1410)

[ac.th/th/healthdetail.asp?aid=1410](https://www.si.mahidol.ac.th/th/healthdetail.asp?aid=1410).

โคโรนา : เศรษฐกิจไทยจะไปได้แค่ไหนในไตรมาส 1

หลังไวรัสโควิด-19 ทำท่องเที่ยวอ่วม. (2563).

BBC News. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2563,

จาก [https://www.bbc.com/thai/thailand-](https://www.bbc.com/thai/thailand-51500412)

[51500412](https://www.bbc.com/thai/thailand-51500412).

สมชาย หาญหิรัญ. (2563). **วิสาหกิจชุมชน**

เปลี่ยน เพื่ออยู่. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2563,

จาก

<https://www.thansettakij.com/content/>

[col umnist/429519](https://www.thansettakij.com/content/).

สุจิตรา อู่รัตนมณี. (2556). **ทฤษฎีการปรับตัวของ**

รอย. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2563, จาก

http://www.elnurse.ssruc.ac.th/sujitra_ur/

[pluginfile.php](http://www.elnurse.ssruc.ac.th/sujitra_ur/pluginfile.php).

เสาวณี จันทะพงษ์ และทศพล ต้องหุ้ย. (2563).

ผลกระทบวิกฤต COVID-19 กับเศรษฐกิจโลก:

This Time is Different. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน

2563, จาก [https://www.bot.or.th/Thai/](https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_18Mar2020.aspx)

[ResearchAndPublications/articles/Pages](https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_18Mar2020.aspx)

[/Article_18Mar2020.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_18Mar2020.aspx).

อนุสรณ์ ธรรมใจ. (2563). **จับตาประเมินไวรัสโคโร**

นากระทบเศรษฐกิจไทย. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน

2563, จาก [https://www.tcijthai.com/](https://www.tcijthai.com/news/2020/2/watch/9839)

[news/2020/2/watch/9839](https://www.tcijthai.com/news/2020/2/watch/9839).

โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 (COVID-19) กับโอกาสในการปรับตัวทางเศรษฐกิจ

ของอุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทย

The Coronavirus Disease 2019 (Covid-19) and Economic Adaptation Opportunities of the Hotel Industry of Thailand

กวิณภพ สายเพชร (Kawinpob Saiphet)¹

บทคัดย่อ

วิกฤตโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ได้กระตุ้นให้เกิดความจำเป็นเร่งด่วนในการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานและยกระดับหลาย ๆ เงื่อนไขที่ไม่ใช่เฉพาะเพียงด้านราคาในการบริการเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องถึงความสามารถในธุรกิจการที่มีแนวโน้มลดลงตามอุปสงค์ของผู้บริโภค และก่อให้เกิดการค้นพบกระบวนการสร้างสมดุลทางเศรษฐกิจของธุรกิจโรงแรมในต่างประเทศจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) นั้น มีการวิจัยถึงผลกระทบของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ต่อการตลาดและการจัดการโรงแรม โดยวางแผนกระบวนการสร้างสมดุลทางเศรษฐกิจด้วยปัจจัยด้านสามมิติ การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และการใช้หุ่นยนต์หุ่นแรง นอกจากนี้ อุตสาหกรรมโรงแรมยังปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตามหลักการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (STP) โดยหันมามุ่งเป้าหมายในตลาดความงามและการดูแลสุขภาพ (Wellness) ในประเทศไทยยังนับว่ามีความต้องการของผู้บริโภคจำนวนมากอยู่ และยังผู้ผลิตมีจำนวนน้อย รวมไปถึงการปรับตัวโดยใช้ระบบดิจิทัลเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในงานบริการ เพื่อลดการสัมผัสระหว่างลูกค้ากับพนักงานให้บริการ

คำสำคัญ : โรคไวรัสโคโรนา-2019 โอกาสในการปรับตัวทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทย

Abstract

The Coronavirus Disease 2019 (Covid-19) crisis has prompted an urgent need to transform operations and enhance a number of conditions not only in terms of service prices but also on the Business capacities that tend to decline in line with consumer demand and contribute to the discovery of the process of balancing the economy of overseas hotel businesses due to the epidemic of coronavirus disease 2019 (Covid-19). This has resulted in widespread research into the impact of coronavirus disease 2019 (Covid-19) on marketing and hotel management by planning the economic equilibrium process with three dimensional factors Artificial intelligence (AI) and robot. In addition, the hotel industry has shifted its

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการธุรกิจโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

strategy based on the Segmentation Targeting Positioning (STP) strategy, focusing the beauty and wellness. However, consumer demand is still high and manufacturers are fewer in Thailand, including adapting to use digital technology in service work to reduce contact between customers and service staff.

Keyword : Coronavirus-2019, Opportunity for economic adjustment, Hotel Industry in Thailand

วันที่รับบทความ : 15 มีนาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 13 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

1. บทนำ

ปี 2563 เป็นอีกปีหนึ่งที่เศรษฐกิจไทยเข้าสู่สภาวะการถดถอยต่ำสุดรวมไปถึงเศรษฐกิจอีกหลายประเทศทั่วโลกล้วนได้รับผลกระทบหลักที่สำคัญจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ที่ทำให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจเกือบทั้งหมดต้องหยุดชะงักลงซึ่งเป็นไปตามมาตรการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของแต่ละประเทศ สำหรับประเทศไทยถือว่าประสบความสำเร็จในแง่ของการควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดจากมาตรการล็อกดาวน์ที่เข้มข้น ส่งผลชัดเจนถึงจำนวน ผู้ติดเชื้อที่อยู่ในระดับไม่สูงมากนัก แต่ในมิติของเศรษฐกิจแน่นอนว่าการใช้มาตรการล็อกดาวน์ที่เข้มข้นของรัฐบาลในช่วงไม่กี่เดือนที่ผ่านมาได้สร้างความเสียหายกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563ก, หน้า 4-7) จากการเปิดเผยรายงานแนวโน้มเศรษฐกิจโลก (World Economic Outlook) กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (ไอเอ็มเอฟ) โดยคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2563 จะขยายตัว -7.7% และประเทศกลุ่มอาเซียนขยายตัว -2% เป็นผลจากผลกระทบโควิด ทำให้เศรษฐกิจฟื้นตัวช้า กว่าที่คาด โดยการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยที่ระดับ -7.7% นั้น น่าจะเป็นอัตราที่ต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับประเทศในเอเชีย ที่คาดว่าปีนี้เศรษฐกิจจีนขยายตัว 1%, อินเดีย -4.5%, ญี่ปุ่น -5.8%

และเกาหลีใต้ -2.1% รวมทั้งน่าจะขยายตัวได้ต่ำสุดในกลุ่มประเทศอาเซียน 5 ประเทศ โดยอินโดนีเซีย-0.3% มาเลเซีย -3.8% และฟิลิปปินส์ -3.6% มีเพียงเวียดนามไม่ได้แจ้งตัวเลขคาดการณ์ไว้ รวมถึงการประเมินผลกระทบที่สำคัญของโรคไวรัสโคโรนา-2019 (Covid-19) ต่อเศรษฐกิจไทยของธนาคารโลกได้ที่คาดการณ์ว่าภาพรวมเศรษฐกิจในปี 2563 อาจหดตัวกว่า 5% และน่าจะใช้เวลามากกว่า 2 ปีที่จะกลับไปสู่ระดับการเติบโตของจีดีพีในช่วงก่อนจะประสบปัญหาการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา-2019 (Covid-19) (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563ข, หน้า 1)

นอกจากนั้นผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา-2019 (Covid-19) ทำให้สถานประกอบการบริการ อาทิ เช่น สถานประกอบการเพื่อความงามและสุขภาพอย่างร้านนวดแผนไทยและสปาได้รับผลกระทบโดยตรงและจำเป็นต้องปิดบริการชั่วคราวตามมาตรการของรัฐบาล เนื่องจากเป็นการให้บริการที่พนักงานจะต้องสัมผัสร่างกายของผู้ใช้บริการ ซึ่งใช้เวลาตามรูปแบบของการบริการ ในขณะที่ช่วงเวลาเดียวกันอาจมีผู้ใช้บริการเข้ารับบริการเป็นจำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันภายใต้มาตรการผ่อนปรนหลังจากสถานการณ์คลี่คลายแล้ว ทำให้กลุ่มสถานประกอบการประเภทนี้ยังคงต้องมีมาตรการที่เข้มงวดอย่างมากในการดูแลสภาพแวดล้อม โดยรัฐบาลได้กำหนดมาตรฐาน

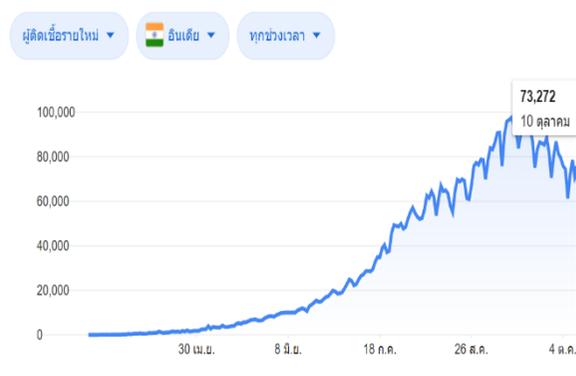
ข้อปฏิบัติสำหรับผู้ให้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการต้องผ่านการประเมินความพร้อมก่อนจึงจะสามารถกลับมาให้บริการได้เพื่อความเชื่อมั่นและความปลอดภัยต่อสุขอนามัยของผู้ใช้บริการ และจากข้อปฏิบัติด้านการจัดการสถานที่โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ได้มุ่งเน้นที่ความปลอดภัยลดการสัมผัส การคัดกรอง เว้นระยะห่างระหว่างบุคคล

2. เนื้อหา

2.1 ปัญหาทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมโรงแรมจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19)

การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ที่เกิดขึ้นนั้นกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างหนัก ซึ่งจากสภาพที่เป็นอยู่ในเอเชียส่วนใหญ่สะท้อนให้เห็นในความล่าช้าของการขนส่งสินค้าความหลากหลายและการเจรจาต่อรองอื่น ๆ ซึ่งเกิดขึ้นในลักษณะของเหตุสุดวิสัย (Maher, Hoang and Hindery, 2020, p. 646-647) วิกฤตโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ได้กระตุ้นให้เกิดความจำเป็นเร่งด่วนในการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานและยกระดับหลาย ๆ เงื่อนไขที่ไม่ใช่เฉพาะเพียงด้านราคาในการบริการเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องถึงความสามารถในธุรกิจการที่มีแนวโน้มลดลงตามอุปสงค์ของผู้บริโภค (Ason, 2020, p.6) เจ้าของธุรกิจจำนวนมากในอุตสาหกรรมบริการต่างยอมรับว่าขณะนี้ธุรกิจผลประกอบการของธุรกิจลดลงอย่างรวดเร็วเนื่องจากการยกเลิกการจองหรือไม่มี การจอง สำหรับอนาคตผู้ที่อยู่ในบริการการท่องเที่ยวและบริการสนับสนุนการท่องเที่ยวกำลังประสบกับปัญหาการขาดแคลนอย่างสิ้นเชิงจากสถานประกอบการถูกปิดเนื่องจากกฎระเบียบของรัฐบาลกลางและของรัฐในช่วงเวลาที่ไม่แน่นอนเช่นนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในสถานะที่เปราะบางอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจขนาดเล็กมีความเสี่ยงสูง (Hartman and Nickerson, 2020, p.6) เป็นที่ทราบดีว่าอุตสาหกรรมภาคบริการเป็นภาคส่วนที่ได้รับ

ผลกระทบทางลบมากที่สุดโดยมาตรการกีดกันทางสังคมเมื่อวิเคราะห์เชิงลึกของอุตสาหกรรมภาคบริการในมุมมองของห่วงโซ่คุณค่าแสดงให้เห็นว่าความต้องการที่ลดลงในสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายและการบริการสิ้นสุดของห่วงโซ่คุณค่าจะส่งผลเสียต่อปริมาณกิจกรรมในที่สุดภาคส่วนต่าง ๆ ที่ดำเนินงานบนห่วงโซ่คุณค่านี้ให้ก้าวไปสู่จุดตกต่ำสุดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Özatay and Sak, 2020, p.5) ซึ่งผลกระทบของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) รุนแรงกว่าที่ผู้เชี่ยวชาญประเมินไว้ ดังจากรายงานสถานการณ์ของประเทศอินเดีย ซึ่งเป็นประเทศที่มีประชากรหนาแน่นและมีที่อยู่อาศัยหนาแน่น และพบความรุนแรงของการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ณ วันที่ 10 ตุลาคม 2563 พบว่ามีผู้ติดเชื้อรายใหม่เพิ่มขึ้น 73,272 คน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ของประเทศอินเดีย

ที่มา : กรมควบคุมโรค, 2563

ประเทศอินเดียมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการเดินทางเป็นส่วนหนึ่งในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่ใหญ่ที่สุด ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวและภาคบริการในประเทศอินเดียเกิดความยากลำบากในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากการปิดประเทศและผู้คนกลัวการเดินทางและความจำเป็นในการรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) รวมถึงปิดสนามบินระหว่างประเทศ

ภายใต้พระราชกำหนดการบริหารราชการแผ่นดินในสถานการณ์ฉุกเฉินเพื่อการปิดกั้นเมืองและประเทศ สถานการณ์รุนแรงในขณะที่ทั่วโลกกำลังดำเนินล็อกดาวน์ หรืออยู่ภายใต้การรักษาระยะห่างทางสังคม (Khanna, Ganguly, Mukherjee and Mukherjee, 2020, p. 4-5)

2.2 การปรับตัวทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรม โรงแรมและสปาจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัส โควิด-19 (โควิด-19)

การระบาดของโรคไวรัสโควิด-19 (Covid-19) นับเป็นวิกฤตการณ์ระดับโลกที่ไม่สามารถพบเห็นได้ในศตวรรษที่ผ่านมาโดยการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วทั่วโลกและภาวะการเสียชีวิตที่เกี่ยวข้องซึ่งนำไปสู่ผลกระทบทางเศรษฐกิจอย่างลึกซึ้ง ในสถานการณ์ที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน สถานประกอบการส่วนใหญ่ไม่พร้อมที่จะรับมือกับการกักกวนขนาดใหญ่ที่เกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ความท้าทายสำหรับสถานประกอบการในภาคการผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่จำเป็นเป็นเรื่องเร่งด่วนที่สุด ซึ่งจากการตรวจสอบพฤติกรรมองค์กรของ Parmon Spa ประเทศอิตาลี ซึ่งเป็นองค์กรขนาดกลาง พบว่า ในช่วงวิกฤตนี้ เมื่อมีการปรับเปลี่ยนสายการผลิตในกลุ่มผลิตภัณฑ์มาสก์ ผิวหน้าใหม่ โดยเน้นการดำเนินการที่โดดเด่นด้วยแนวคิดด้านจริยธรรม นำมาสู่ศักยภาพของของกระบวนการผลิตที่ตอบสนองเป้าหมายหลักองค์กรก่อให้เกิดผลดีร่วมกัน นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่าค่านิยมทางจริยธรรมของความเป็นผู้นำและการเชื่อมโยงอย่างต่อเนื่องกับระบบนิเวศของผู้ประกอบการการรักษาวินัยธรรมเชิงบวกในนั้นมีส่วนทำให้เกิดทางเลือกที่ดีร่วมกัน (Giovanna Centorrino, 2020, p.1-23) สำหรับประกอบการ สปา ในประเทศสวีเดนได้มีการออกแบบการปรับสมดุลการควบคุมการติดต่อของโรคอาศัยวิเคราะห้กระบวนการจากความเสียหายทางเศรษฐกิจโดยพยายามรักษารูธุรกิจและสังคมไว้ ซึ่งแนวทางนี้เกิดขึ้นมาจากวัฒนธรรมของชาวสวีเดนในการปฏิบัติตามแนวทางสมัครใจมากกว่ามาตรการบีบบังคับ (Montemurro, Hedén, Adams, Vita and Pellegatta, 2020, p.454-455) ในภูมิภาค

เอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีการตรวจสอบการระบาดการแพร่กระจายของโรคไวรัส โควิด-19 (โควิด-19) เริ่มจากสถานบริการสปาในชุมชนท้องถิ่นในประเทศเกาหลี ซึ่งมีลักษณะเป็นสถานที่ที่มีอุณหภูมิและความชื้นสูงพบว่า จำนวนผู้เยี่ยมชมที่ใช้บริการสปาสำหรับผู้หญิงคือ 58 คนรวมทั้งผู้ป่วยที่ได้รับการยืนยันแล้ว 3 รายส่งผลให้มีอัตราการระบาดทุติยภูมิ 5.9% (Han, 2020) และยังมีการจัดทำแอปพลิเคชันวารีบำบัดแบบการแช่น้ำพุร้อนธรรมชาติ (Balneotherapy) ซึ่งรวบรวมองค์ความรู้ที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงระบบภูมิคุ้มกันของมนุษย์จากผลกระทบของไวรัสและการแพร่กระจายของไวรัสเอาไว้ (Guvene, 2020, p.1) อย่างไรก็ตามผลกระทบของมาตรการปิดกั้นที่นำมาใช้เพื่อตอบสนองต่อการแพร่กระจายของโรคโควิด-19 ไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ต่อภาวะเศรษฐกิจและสังคมของชาวอิตาลี การใช้ประโยชน์จากชุดข้อมูลการเคลื่อนที่ของมนุษย์ที่ใกล้เคียงใหม่จำนวนมากและการจำลองข้อ จำกัดด้านการเคลื่อนที่ว่าเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภายนอกเช่นเดียวกับภัยธรรมชาติพบว่ามาตรการปิดกั้นมีผลสองเท่า คือ ประการแรกผลกระทบต่อความคล่องตัวนั้นแข็งแกร่งกว่าในเขตเทศบาลที่มีความสามารถทางการคลังสูงกว่า ประการที่สองก่อให้เกิดผลการแบ่งแยกการหดตัวของภาคการเคลื่อนที่มีความแข็งแกร่งมากขึ้นในพื้นที่เขตเทศบาลที่ความไม่เท่าเทียมกันสูงขึ้นและรายได้ต่อหัวต่ำกว่าจึงเน้นถึงความจำเป็นของมาตรการทางการคลังที่อธิบายถึงผลกระทบเหล่านี้โดยกำหนดเป้าหมายไปที่ความยากจนและการลดความเหลื่อมล้ำเป็นหลัก (Giovanni Bonaccorsi, Francesco Pierri, Matteo Cinelli, Andrea Flori, Alessandro Galeazzi, Francesco Porcelli, Ana Lucia Schmidt, Carlo Michele Valensise, Antonio Scala, Walter Quattrocchi, and Fabio Pammolli, 2020, p.1)

2.3 การค้นพบสมดุทางเศรษฐกิจของธุรกิจโรงแรมจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)

การค้นพบกระบวนการสร้างสมดุทางเศรษฐกิจของธุรกิจโรงแรมในต่างประเทศจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) นั้น มีการวิจัยถึงผลกระทบของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ต่อการตลาดและการจัดการโรงแรม โดยวางแผนกระบวนการสร้างสมดุทางเศรษฐกิจด้วยปัจจัยสามมิติ หลักการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) การใช้หุ่นยนต์ช่วยอำนวยความสะดวกเพื่อสร้างสุขอนามัยและสุขภาพ และการดูแลสุขภาพที่ดี ซึ่งการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ประเภทต่าง ๆ จัดเป็นกลไกทางความคิดและความรู้สึก อาจสร้างกระแสการวิจัยที่แตกต่างขึ้นจากวิกฤตสุขภาพและการจัดการโรงแรมในแง่ของการระบาดของโรคโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) เป็นเพื่อเจาะลึกการรับรู้ของผู้เข้าพักเกี่ยวกับความสะดวกของพื้นที่ภายในโรงแรมโดยเฉพาะ นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างมาตรฐานด้านสุขอนามัยที่เกี่ยวข้องจากความร่วมมือของสถานประกอบการโรงแรมกับหน่วยงานทางสาธารณสุขในการพัฒนาด้านการดูแลสุขภาพอนามัย (Jiang & Wen, 2020, p.2563-2573) จากข้อมูลของ Kristalina Georgieva กรรมการผู้จัดการกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ผลกระทบทางเศรษฐกิจของการระบาดใหญ่จะส่งผลให้เกิดภาวะเศรษฐกิจถดถอยอย่างน้อยก็เลวร้ายเท่ากับในช่วงวิกฤตการเงินโลกหรือแย่ลง ผลที่ตามมาของวิกฤตที่ผ่านมาคือหลายองค์กรกำลังมองหาวิธีที่จะแก้ไขผลกระทบของการแพร่ระบาดที่มีต่อธุรกิจของตน ทางเลือกหนึ่งที่เปิดให้บางธุรกิจคือการขอความช่วยเหลือจากกรมธรรม์ประกันภัยของตนและความคุ้มครองที่สำคัญที่สุดที่เจ้าของธุรกิจจะหันมาใช้คือการประกันภัยการหยุดชะงักของธุรกิจ การกำหนดขอบเขตการเรียกร้องประกันซึ่งอาจมีผลกับเจ้าของธุรกิจที่ได้รับการประกันในการเผชิญกับการแพร่ระบาดครั้งล่าสุดและขอบเขตของความมีชีวิตภายใต้กรอบกฎหมายประกันภัย

ของไนจีเรีย (Muobuikwu, 2020) ในขณะที่ความพยายามส่วนใหญ่ในสหรัฐอเมริกายังคงดำเนินต่อไปเพื่อลดการแพร่กระจายของไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) สายพันธุ์ใหม่นี้และพัฒนาแผนการที่จะกลับสู่การดำเนินงานตามปกติอย่างปลอดภัยขององค์กรรัฐและองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรแสดงการตอบสนองทางการเงินและการจัดการที่แตกต่างกันในการรับมือกับผลกระทบทางการเงินจากการระบาดครั้งนี้ โมเดลของเรามีเป้าหมายเพื่อช่วยเหลือผู้จัดการภาครัฐและองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรในการรับมือกับวิกฤตนี้โดยเน้นที่ขั้นตอนการตอบสนองในขณะที่ก้าวข้ามสถานการณ์ปัจจุบันและคิดไปข้างหน้าเพื่อฟื้นฟู เราแบ่งประเภทของการกระทำขององค์กรออกเป็นสี่ขั้นตอนของแบบจำลอง RISE (ความยืดหยุ่น ความตั้งใจ ความยั่งยืน ความอดทน) ซึ่งแบบจำลอง Rise ตามที่อธิบายในองค์กรจากกรอบระบบเปิด (Maher, THoang and Hindery, 2020, p.644-645) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ขั้นตอนที่หนึ่ง (ความยืดหยุ่น) เน้นความสามารถทางการเงินและความยืดหยุ่นขององค์กรในการตอบสนองต่อแรงสั่นสะเทือนจากภายนอกและรักษาการดำเนินงานในปัจจุบัน ขั้นตอนที่สอง (ความตั้งใจ) มุ่งเน้นไปที่การดำเนินการในทันที รวมถึงการจัดการการลดทอนเพื่อลดผลกระทบทางการเงินและเพื่อลดทรัพยากรขององค์กรให้ราบรื่น ขั้นตอนที่สาม (ยั่งยืน) เน้นการดำเนินการระยะสั้นต่อรอบงบประมาณถัดไปตลอดจนการเปลี่ยนแปลงด้านการดำเนินงานและการเงินเพื่อการรักษาเสถียรภาพเมื่อผลกระทบจากภายนอกเปิดเผยจุดอ่อนขององค์กรและเปิดโอกาสให้องค์กรปรับตัวและปรับตัวขั้นที่สี่ (ความอดทน) กระตุ้นให้ผู้แนวคิดใหม่และปฏิรูปกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างการดำเนินงานและคว้าโอกาสใหม่ ๆ (Maher, Hoang and Hindery, 2020, p.644-645) ดังนั้นจึงควรพิจารณาบริบทตามมาตรการจัดการภัยพิบัติที่ดำเนินการเพื่ออุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวในช่วงที่มีการระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (SARS) ที่เคยเกิดขึ้นมา สร้าง

ข้อกำหนดเฉพาะเจาะจงสำหรับการต่อต้านโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของอุตสาหกรรมโรงแรม ประกอบด้วยขั้นตอนหลักการและกลยุทธ์ อีกทั้งพิจารณาถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโรงแรมทั้งหมด เช่น นักลงทุนเจ้าของทรัพย์สินลูกค้าพนักงานชุมชนและรัฐบาล (Hao, Xiao, & Chon, 2020, p.10) สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งของอุตสาหกรรมโรงแรมคือการกำหนดกลยุทธ์ในบทความนี้ได้หยิบยกแนวคิดของ McKinsey (เกริกยศ ชลาชนน, 2562, หน้า 25-28) นำเสนอกกลยุทธ์ 5 ขั้นตอน 1) Resolve การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นจากโควิด ที่เกิดขึ้นกับพนักงาน ลูกค้า และ คู่ค้า 2) Resilience หรือทำให้องค์กรมีความสามารถที่จะอยู่รอดได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารกระแสเงินสด และรักษาสภาพคล่องขององค์กร เพื่อความอยู่รอดขององค์กร 3) Return หรือการวางแผนเพื่อให้การดำเนินงานของธุรกิจสามารถกลับไปสู่ภาวะปกติหรือใกล้เคียงได้อย่างรวดเร็วที่สุด 4) Reimagination เนื่องจากเมื่อธุรกิจเริ่มเคลื่อนสู่ภาวะปกติแล้วการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเนื่องจากโควิดย่อมนำไปสู่ความปกติใหม่ (New normal) ซึ่งผู้บริหารควรที่จะต้องสามารถจินตนาการและมองหาโอกาสทางธุรกิจจากความผิดปกติใหม่นี้ให้ได้ และ 5) Reform เนื่องจากโควิดจะทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนในเชิงโครงสร้างและนโยบายในระดับมหัพภาค ซึ่งภาคธุรกิจควรจะต้องมองเห็นและสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงให้ได้

2.4 โอกาสการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมโรงแรมหลังการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (Dhurakij Pundit University Research Development and Innovation : DPURDI) ได้ทำการสำรวจในหัวข้อ ร้านนวดสปาต้องทำอะไร เพื่อให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ซึ่งได้ทำการสำรวจลูกค้าที่เคยใช้บริการร้านนวดสปาและผู้สนใจ นวดสปาโดยผลสำรวจพบว่ามากกว่า

ร้อยละ 80 จะกลับมาใช้บริการร้านนวดสปาอีกครั้ง (มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2563, เว็บไซต์) นอกจากนี้ยังพบอีกว่า เกือบร้อยละ 50 จะไปใช้บริการในวันแรก ๆ ที่เปิดให้บริการ เมื่อพิจารณาในด้านการเข้ารับบริการของลูกค้า พบว่าประเด็นสำคัญ 5 อันดับแรกที่ใช้บริการให้ความสำคัญคือ 1) การทำความสะอาด ทั้งอุปกรณ์ในการให้บริการ ได้แก่ ผ้าคลุม ปลอกหมอน ผ้าปูที่นอน 2) ทำความสะอาดจุดที่ลูกค้าทุกคนมีโอกาสสัมผัสร่วมกัน ได้แก่ กลอนประตู โต๊ะรับผู้เข้าพัก ลูกบิด ราวบันได ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อโรค และพ่นสเปรย์ยาฆ่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอ 3) จัดผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เช่น อ่างล้างมือพร้อมสบู่ เจลล้างมือแอลกอฮอล์และหน้ากากอนามัยประจำจุดที่ใช้ร่วมกัน เช่น ห้องน้ำ ห้องอาหาร ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า ห้องพักผ่อนบริเวณโซนต้อนรับ 4) สถานประกอบการได้รับการตรวจและผ่านมาตรฐานการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข 5) บรรยากาศดี ผ่อนคลาย สงบ และปลอดภัย ในขณะที่การดูแลบุคลากร ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีการตรวจวัดอุณหภูมิของเจ้าหน้าที่ทุกคนก่อนเริ่มงาน 2) พนักงานแต่งกายสะอาด รัดกุม สวมหน้ากากอนามัย อุปกรณ์บังหน้า (Face shield) ตลอดเวลาขณะปฏิบัติหน้าที่ และ 3) พนักงานได้ผ่านการอบรมจากกระทรวงสาธารณสุข (กระทรวงสาธารณสุข, 2563, หน้า 26-27) แม้ที่ผ่านมาประเทศไทยจะประสบความสำเร็จในการชะลอการระบาดของโรคโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2019 (Covid-19-19) ภายในระยะเวลา 3 เดือน แต่ผลกระทบที่มีต่อเศรษฐกิจนั้นรุนแรง เพราะความเปิดกว้างทางการค้าของไทย และความเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ทำให้คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจไทยจะติดลบ 5% ในปีนี้ และคาดว่าจะเป็นการหดตัวมากที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงและแปซิฟิก ซึ่งเป็นผลมาจากการชะลอตัวอย่างรุนแรงของการส่งออก โดยเฉพาะรายรับจากการท่องเที่ยวและการค้าในตลาดโลกที่อ่อนแอลง รวมถึงการชะลอตัวของอุปสงค์ในประเทศ ที่สะท้อนได้ชัดเจนจากการจำกัดการเดินทางและคำสั่งปิดสถานประกอบการ (ธนิต จึงดำรงกิจ และ ศรีดาราทิเพียร, 2563, เว็บไซต์)

ทั้งนี้อุตสาหกรรมโรงแรมและสปาเป็นอีกหนึ่งในธุรกิจเป้าหมายแรกที่ถูกสั่งปิด เนื่องจากไม่มีนักท่องเที่ยวไม่มีผู้เข้าพักเข้าใช้บริการและหลังจากที่พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินประกาศใช้ สถานการณ์ยิ่งนับเป็นการตอกย้ำสถานะของอุตสาหกรรมโรงแรมเสมือนการปิดแบบสิ้นเชิง และหากเปลี่ยนวิกฤตครั้งนี้เป็นโอกาสอาจพบว่าการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่แน่นอนว่านโยบายหนึ่งของภาครัฐและหน่วยงานสาธารณสุขในประเด็นการสนับสนุนให้คนอยู่กับบ้าน อย่าพยายามออกไปข้างนอกเพราะจะตกอยู่ในภาวะเสี่ยงต่อการติดเชื้อ (ศิริศักดิ์ เทพจิต, 2563) และแน่นอนว่าเมื่ออยู่บ้านปัจจัยหนึ่งที่สำคัญคืออาหารในแต่ละมื้อ เมื่อคนออกจากบ้านไม่ได้จึงเป็นโอกาสของผู้ให้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ (Food Delivery) ต่าง ๆ ซึ่งผลสำรวจพบว่าจากมาตรการ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” ทำให้ออเดอร์ส่งอาหารผ่านระบบออนไลน์ (Online) นั้นเพิ่มสูงขึ้นกว่าปกติ ตัวอย่างจากกรณีของ Grab Food ที่มีออเดอร์ใช้บริการรับส่งอาหาร (Delivery) เพิ่มขึ้นถึง 3 เท่า (กระทรวงสาธารณสุข, 2563, หน้า 26-27) ในช่วงก่อนหน้าวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) บางอุตสาหกรรมโรงแรมเริ่มมีแนวคิดในการขยายตลาดอาหารของโรงแรมไปสู่การขายผ่านผู้ให้บริการรับส่งอาหาร (food Delivery) ต่าง ๆ อยู่บ้างแล้ว แต่อาจยังไม่เน้นให้ความสำคัญมากนัก และอยู่ระหว่างเริ่มทำการทดลองซึ่งวัตถุประสงค์ในขณะนั้นเพื่อใช้เป็นช่องทางการสร้างรายได้ให้อุตสาหกรรมโรงแรมเพิ่มขึ้น ซึ่งช่วงก่อนวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) อุตสาหกรรมโรงแรมและในส่วนของห้องพักต่างประสบกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงจากกระแสเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy) ทั้งจาก Airbnb และห้องเช่ารายวันต่าง ๆ ที่ปรับตัวทั้งด้านคุณภาพการให้บริการและราคาที่ถูกกว่าโรงแรม (ธีรศานต์ สหัสสพาศน์ และประกาย ชีระวัฒนากุล, 2563, เว็บไซต์) แต่หลังจากที่เกิดวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) นั้น ทำให้อุตสาหกรรมโรงแรมได้รับผลกระทบโดยตรง เหตุการณ์นี้จึงเป็นตัวเร่งให้อุตสาหกรรมโรงแรม

หันมาให้ความสนใจกับการทำตลาดอาหารของโรงแรมผ่านผู้ให้บริการรับส่งอาหาร (Food delivery) อย่างจริงจังมากยิ่งขึ้นเพื่อขยายฐานลูกค้าของโรงแรมให้เข้าถึงกลุ่มผู้ใช้งาน (User Data) ที่มีจำนวนมหาศาลของผู้ให้บริการรับส่งอาหาร (Food Delivery) เหล่านั้น มีการจัดโครงการร่วมกันในส่วนของโรงแรมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตัวอย่าง เช่น GET ผู้ให้บริการ Food Delivery ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และสมาคมโรงแรมไทยเปิดโครงการ “Flavors from Top Hotels” ให้บริการส่งอาหารจากร้านอาหารของโรงแรมสมาชิกให้กับผู้ใช้บริการ GET เป็นต้น ซึ่งนี่คืออีกหนึ่งในโอกาสที่ไม่จำเป็นต้องรอเวลาแต่สามารถทำได้ทันทีและจะสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคตที่จะคุ้นชินกับการสั่งอาหารออนไลน์ (Online Food Delivery) มากยิ่งขึ้นถือเป็นอีกหนึ่งของทางการหารายได้ของโรงแรมในอนาคต (สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า, 2563, หน้า 2-4) อีกโอกาสหนึ่งในส่วนของอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรม คือ “การขายบุคคลทั่วไป” จากวิกฤตนี้หลายโรงแรมมี การปรับตัวด้านอาหารและเครื่องดื่มที่น่าสนใจ ผู้บริหารและพนักงานทำอาหารที่เป็นเมนูต่าง ๆ ของโรงแรมออกมาขายให้กับบุคคลทั่วไปในราคาที่จับต้องได้ซึ่งหลายๆ โรงแรมได้รับผลตอบแทนที่ดีสามารถสร้างรายได้เพื่อหล่อเลี้ยงบุคลากรของโรงแรมในช่วงภาวะวิกฤตเช่นนี้ ตัวอย่างที่น่าสนใจดัง ตัวอย่างโรงแรมทั่วประเทศ ดังนี้

1. โรงแรมเอเชีย กรุงเทพมหานคร เปิดบริการขายข้าวกล่องเมนูหลากหลายเมนู ราคา 80 บาทพร้อมบริการรับส่งอาหาร (Delivery) ผ่าน Lineman มีการปรับกลยุทธ์การตลาดเป็นการนำเสนอการบริการขายอาหารเหล่านี้พร้อมกันด้วย



ภาพที่ 1 โรงแรมเอเชีย กรุงเทพมหานคร เปิดบริการขายข้าวกล่องเมนูหลากหลายเมนู ราคา 80 บาทพร้อมบริการรับส่งอาหาร (Delivery) ผ่าน Lineman
ที่มา : โรงแรมเอเชีย กรุงเทพมหานคร, 2563, เว็บไซต์.

2. โรงแรมดุสิต สวีท ราชดำริ โรงแรมดุสิต ปริ๊นเซส ศรีนครินทร์ และบ้านดุสิตธานี ในกลุ่มบริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) กรุงเทพมหานคร เปิดให้บริการรับส่งอาหาร (Delivery) อาหารของโรงแรมเจาะกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปและกลุ่มผู้ที่ทำงานจากที่บ้านตามโครงการอยู่บ้านหยุดเชื้อเพื่อชาติ (Work from Home : WFH)



ภาพที่ 2 อาหารภายใต้บริการรับส่งอาหาร (Delivery) แปรนด์ “ดุสิตธานี”
ที่มา : EDTguide, 2563, เว็บไซต์

3. โรงแรมลายทอง จ.อุบลราชธานี ปรับตัวขายอาหารในราคาเริ่มต้นที่ 20 บาท



เปิดขายทุกวัน เวลา 15:00 - 19:00 น.
ด้านหลังโรงแรมลายทอง
FACEBOOK : เชฟ5ดาว

ภาพที่ 3 การปรับตัวขายอาหารของโรงแรมลายทอง
ที่มา : การปรับตัวขายอาหารของโรงแรมลายทอง, 2563,เว็บไซต์

นอกจากนั้นโอกาสในการปรับโมเดลทางธุรกิจใหม่จากกระแสการทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) ซึ่งก่อนหน้าที่จะเกิดวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัส โควิด-19 (Covid-19) มีเติบโตของภาคอสังหาริมทรัพย์ในส่วนของธุรกิจอาคารสำนักงานซึ่งเป็นผลจากการเติบโตของเศรษฐกิจภายในประเทศโดยข้อมูลจากบริษัทไนท์แฟรงค์ ประเทศไทย จำกัด ระบุว่า ตลาดอาคารสำนักงานในกรุงเทพมหานครไตรมาสที่ 3 ปี 2562 มีพื้นที่อาคารสำนักงานเพิ่มขึ้น 49,800 ตารางเมตร รวมพื้นที่ทั้งหมด 5.12 ล้านตารางเมตร สำหรับอาคารสำนักงานให้เช่าเกรด A มีอัตราค่าเช่าที่ 1,129 บาท/ตารางเมตร แต่ด้วยสถานการณ์ โรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ระบาดพร้อมกับมาตรการส่งเสริมให้บริษัทและหน่วยงานราชการทำงานจากที่บ้าน (Work From Home : WFH) เพื่อลดการติดเชื่อทำให้บริษัทและพนักงานได้เรียนรู้ถึงข้อดีของ WFH มากขึ้นและปรับ

พฤติกรรมการทำงานใหม่ ซึ่งเมื่อสถานการณ์กลับมาเป็นปกติองค์กรต่าง ๆ เหล่านี้ อาจมีมุมมองใหม่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการทำงานประกอบด้วย (อายุพร บุรณะกุล, 2563, Online)

2.5 แนวโน้ม

ในอนาคตเมื่อสถานการณ์กลับมาสู่ภาวะปกติแล้วไม่แน่ว่าโอกาสในการขายอาหารให้กับกลุ่มบุคคลทั่วไปในราคาที่จับต้องได้อาจเป็นอีกหนึ่ง การแบ่งส่วนตลาด (Market Segment) และเป็นหนึ่งในแบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model) หลัก นอกเหนือจากการขายห้องพักของธุรกิจโรงแรมได้เช่นกัน ซึ่งจากวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กับโอกาสในการปรับตัวทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทย ก่อให้เกิดมุมมองใหม่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมโรงแรม ประกอบด้วย

1. การลดขนาดพื้นที่ โดยอาจพิจารณาหาสถานที่พื้นที่ขนาดเล็กเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายและหากพิจารณาในอีกแง่มุมหนึ่งองค์กรธุรกิจอาจตัดสินใจไม่เช่าอาคารสำนักงานเพียงแต่อาศัยใช้การจัดหาสถานที่เฉพาะในบางครั้งเพื่อจัดให้มีการพบปะพูดคุยเรื่องงานกันบ้าง เป็นรายอาทิตย์หรือรายเดือนและใช้ที่ตั้งสำนักงานในลักษณะสำนักงานเสมือน (Virtual Office) เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งนับเป็นโอกาสของอุตสาหกรรมธุรกิจโรงแรมในการปรับสถานที่และขายความเป็นสถานที่พบปะพูดคุยธุรกิจหรือประชุมขนาดเล็กเพื่อรองรับลูกค้าองค์กรที่จะมีพฤติกรรมในการหาสถานที่ทำงานและลักษณะการทำงานที่เปลี่ยนไปทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ รวมถึงอาจมีการปรับพื้นที่บางส่วนให้เป็นลักษณะของสำนักงาน (Office) ให้เช่าที่มีการออกแบบและตกแต่งที่ทันสมัยและน่าสนใจบวกกับการนำเสนอประเด็นให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ต่าง ๆ ของโรงแรม เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส สปาศา ห้องอาหาร ด้วยปัจจัยนี้จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจและดึงดูดให้ผู้ที่ต้องทำงานจากที่บ้าน (Work from Home : WFH) กลับมาใช้บริการโรงแรมมากขึ้นเมื่อต้องเทียบกับ

สำนักงานให้เช่า (Office Building) และสถานที่นั่งทำงานร่วมกับผู้อื่น (Co-Working Space)

2. การลดค่าใช้จ่ายของพนักงาน ภายใต้การอนุญาตให้พนักงานทำงานในลักษณะที่ต้องทำงานจากที่บ้าน (Work from Home : WFH) นับเป็นบรรทัดฐานใหม่ในการทำงาน นั่นหมายถึงพนักงานจะสามารถลดค่าใช้จ่ายลงไปได้พอสมควร เช่น ค่าเดินทางด้วยรถไฟฟ้า รถไฟใต้ดิน เรือโดยสาร จักรยานยนต์รับจ้าง เป็นต้น รวมทั้งไม่ต้องเผชิญกับปัญหาโรคติดต่อหรือปัญหาจากมลภาวะทางอากาศค่าฝุ่นละออง PM 2.5 โดยสิ่งที่เป็นโอกาสของธุรกิจโรงแรม เป็นการปรับโรงแรมให้เป็นสถานที่ทำงาน สำหรับพนักงานที่องค์กรอนุญาตให้ทำงานแบบทำงานจากที่บ้าน (Work from Home : WFH) นับเป็นได้เพราะโดยธรรมชาติมนุษย์ไม่มีใครชอบอยู่กับที่ไปเป็นเวลานาน โดยไม่ไปไหนทั้งนี้คนส่วนใหญ่ชอบที่จะแสวงหาสิ่งใหม่อยู่เสมอ ดังนั้น การหาแพ็คเกจ (Package) ห้องพักแบบรายชั่วโมง (Hours Use) รายวัน (Day Use) เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการขายให้กับโรงแรมและช่วยขับเคลื่อนรายได้ (Drive Revenue) ให้กับอุตสาหกรรมโรงแรมได้ ซึ่งอาจเป็นช่วงเวลาที่โรงแรมต้องหันมาคิดนอกกรอบ (Lateral Thinking or Think out of the box) เป็นแนวคิดที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบและวางแผนการทำงานได้อย่างหลากหลาย (Edward, 2004 อ้างถึงใน ชาตรี บัวคล, 2557) นอกเหนือจากการให้บริการในรูปแบบห้องพักค้างคืนอย่างเดียวเพื่อสร้างความหลากหลายและสร้างการบริการที่หลากหลาย (Multi Service) ให้กับอุตสาหกรรมโรงแรมเกิดความดึงดูดความน่าสนใจและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น

3. การสร้างโอกาสในอุตสาหกรรมโรงแรมที่ตัวไปสู่อุตสาหกรรมความงามและการดูแลสุขภาพ (Wellness Industry) ซึ่งจากในรายงานของ Global Wellness Trends Report (2020) กล่าวถึงการเร่งปรับตัวในอุตสาหกรรมเพื่อสุขภาพ ซึ่งมีมูลค่ามากถึง 4.5

ล้านล้านเหรียญสหรัฐ โดยตั้งแต่ปี 2558-2560 อุตสาหกรรมด้านสุขภาพระดับโลกขยายตัว 12.8% จาก 3.7 ล้านล้านดอลลาร์สู่ 4.2 ล้านล้านดอลลาร์ โดยเฉลี่ยต่อปีขยายตัวถึง 6.4% ซึ่งเร็วกว่าการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกเกือบสองเท่า (นุชนาถ คุณความดี, 2562, หน้า 1) ประกอบกับแนวโน้ม (Trend) การดูแลสุขภาพของคนทั่วไปซึ่งมุ่งเน้นความใส่ใจในสุขภาพและระมัดระวังในการใช้ชีวิตมากขึ้นและจากความต้องการดังกล่าวจึงถือเป็นโอกาสของอุตสาหกรรมโรงแรมที่ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของโรงแรมตามหลักการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (Segmentation Targeting Positioning : STP) (ณัฐพล อัสสะรัตน์, 2562, หน้า 3-4) ของโรงแรมใหม่หันมามุ่งเป้าหมายในตลาดความงามและการดูแลสุขภาพ (Wellness) ในประเทศไทยยังนับว่ามีความต้องการของผู้บริโภคจำนวนมากอยู่ และยังผู้ผลิตมีจำนวนน้อย โดยไม่ต้องให้ความสนใจต่อคู่แข่งมากเกินไป (Blue Ocean) (พสุเดชะรินทร์, 2550 อ้างถึงในจอมขวัญ อุทัยรักษา, ปมพ., หน้า 2-3) ด้วยเหตุนี้ยังมีผู้ประกอบการในลักษณะ Wellness Hotel/Resort ไม่มากนักโดยอาจเริ่มต้นในการปรับโรงแรมแนวคิด (Concept) เป็นสถานที่ทำงานที่มุ่งเน้นความงามและการดูแลสุขภาพ (Wellness Working Place) รองรับแนวโน้ม (Trend) การทำงานจากที่บ้าน (Work from Home : WFH) ซึ่งยังคงความนิยมต่อไปเรื่อย ๆ อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมโรงแรมอาจมีความจำเป็นต้องแสวงหาข้อมูลและองค์ความรู้ที่หลากหลายเพื่อการปรับตัวจากธุรกิจอื่นควบคู่กันไป อาทิ เช่น วิสาหกิจชุมชน ซึ่งในปัจจุบันพบว่า จากการศึกษาวิสาหกิจชุมชนมีการดำเนินงานและกำหนดตัวชี้วัดศักยภาพการดำเนินงานระหว่างวิสาหกิจชุมชนในลักษณะเชิงวัฒนธรรมและสังคมท้องถิ่นกับวิสาหกิจชุมชนที่มีมุ่งแสวงหาผลกำไรและส่งเสริมอาชีพแก่กลุ่มสมาชิกในชุมชน ในด้านการกำหนดประสิทธิภาพของเป้าหมายและผลที่เกิดจากการร่วมมือภายใต้วัตถุประสงค์เดียวกัน (ชเนตติ พุ่มพุกษ์และณฤมล อนุ

สนธิพัฒน์, 2563, หน้า 138) เป็นส่วนสำคัญที่อุตสาหกรรมโรงแรมสามารถนำมาปรับใช้ได้อย่างต่อเนื่องแม้ภายหลังวิกฤตจะสงบลงแล้วก็ตาม อีกทั้งต่อยอดไปสู่การปรับโรงแรมให้รองรับการทำงานแบบทำงานจากที่บ้าน (Work from Home : WFH) โดยเพิ่มการดูแลด้านสุขภาพเข้าไปอาจเป็นอีกหนึ่งตลาดที่น่าสนใจและหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดโรงแรมปกติ

3. สรุป

ผลกระทบจากวิกฤติโรคไวรัสโคโรนา-2019 สามารถสร้างโอกาสในการปรับตัวทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทยในหลากหลายมิติ ซึ่งผู้เรียบเรียงสามารถสรุปพอสังเขปได้ดังต่อไปนี้

1. โอกาสในการปรับเปลี่ยนองค์กรสู่การเป็นอุตสาหกรรมโรงแรม 4.0 (Hotel 4.0) ในช่วงก่อนวิกฤติโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) บางโรงแรมเล็งเห็นถึงความพยายามนำเทคโนโลยีมาใช้ในการโรงแรมกันบ้างแล้วทั้งการนำระบบอินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (Internet of Things : IoT) มาประยุกต์ใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าพักหรือแม้แต่การเริ่มการตลาดให้บริการโดยใช้หุ่นยนต์ (Robot) ก็ตามรวมถึงการนำระบบปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI) มาใช้ในงานบริการผู้เข้าพักผู้เข้าพัก (มหศักดิ์ เกตุฉ่ำ, 2563, หน้า 3-6) แต่ถึงกระนั้นก็เป็นการพัฒนาแบบค่อยเป็นค่อยไปซึ่งหลังวิกฤติโรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) จบลงคาดว่าอุตสาหกรรมโรงแรมส่วนใหญ่ทั้งในระดับสากล (International) หรือระดับท้องถิ่น (Local) อาจพัฒนาโรงแรมไปสู่ความเป็นอุตสาหกรรม โรงแรม 4.0 (Hotel 4.0) มากยิ่งขึ้น เนื่องจากในหลายบริการของอุตสาหกรรมโรงแรมนั้นต้องปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับชีวิตวิถีความปกติใหม่ (New Normal) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1.1 ระบบการลงทะเบียนเข้าพักในโรงแรม (Check In) ซึ่งโดยปกติใช้วิธีการรับบัตรประชาชน

หนังสือเดินทาง (Passport) และนำมาถ่ายเอกสารหรือสแกน (Scan) เพื่อเก็บเข้าระบบเป็นฐานข้อมูลของโรงแรมในลักษณะของเอกสาร (Paper) ตามระเบียบราชการซึ่งจะเกิดการสัมผัสระหว่างพนักงานและผู้เข้าพักพอสมควรแต่ในอนาคตอาจมีการนำระบบการลงทะเบียนเข้าพักด้วยตนเอง (Self Service Check-in) เข้ามาใช้บริการมากขึ้นทั้งการลงทะเบียนเข้าพัก (Check In) ผ่าน แอปพลิเคชันมือถือ (Mobile Application) หรือลงทะเบียนเข้าพัก (Check In) โดยระบบลงทะเบียนเข้าพักแบบอัตโนมัติ (Kiosk check-in) ที่โรงแรมจัดเตรียมไว้ โดยจะมีการเพิ่มอุปกรณ์สำหรับใช้บันทึกการยืนยันตัวตนของผู้เข้าพักจากบัตรประชาชนหรือหนังสือเดินทาง (Passport) ซึ่งถือเป็นการช่วยลดขั้นตอนการทำงานและประหยัดทรัพยากรจากการใช้วิธีการเดิม แต่วิธีการนี้มีข้อจำกัดที่สามารถทำได้ในบางประเทศเท่านั้น เนื่องจากในบางประเทศผู้เข้าพักผู้เข้าพักจำเป็นต้องยืนยันตัวตนกับพนักงานก่อนเข้าพักเสมอและในบางประเทศการส่งข้อมูลผู้เข้าพักให้กับหน่วยงานราชการยังไม่มีกฎหมายอนุญาตให้จัดส่งในรูปแบบดิจิทัลไฟล์ (File Digital) ซึ่งอาจต้องใช้เวลาสักพัก แต่ท้ายที่สุดด้วยแนวโน้ม (Trend) ที่เป็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของโลก (Mega Trend) ย่อมถูกนำมาใช้ได้ในที่สุด

1.2 ระบบการลงทะเบียนออกจากการเข้าพัก (Check Out) ก่อนหน้าที่จะเกิดวิกฤต โรคไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) นี้ มีบางธุรกิจรวมทั้งโรงแรมทดลองใช้วิธีการลงทะเบียนออกจากการเข้าพัก (Check Out) แบบลงทะเบียนออกจากการเข้าพักออนไลน์ (Online Check Out) ซึ่งนับเป็นการลดขั้นตอนการติดต่อพนักงานและอำนวยความสะดวกให้ผู้เข้าพักไม่ต้องลงมารอคิวติดต่อเพื่อลงทะเบียนออกจากการเข้าพัก (Check Out) บริเวณพื้นที่รับรองผู้เข้าพัก (Lobby) โดยโรงแรมจะส่งใบแจ้งหนี้การเข้าพัก (Guest Folio) ให้กับผู้เข้าพักทางอีเมล (E-Mail) แล้วผู้เข้าพักสามารถชำระเงินโดยการโอนเงิน การชำระผ่านบัตรเครดิต หรือกระเป๋าเงินออนไลน์ (E-Wallet) และอื่น ๆ ได้ทันทีตั้งแต่อยู่บน

ห้องพัก นับเป็นการลดความแออัดบริเวณพื้นที่รับรองผู้เข้าพัก (Lobby) วิธีการนี้อาจเป็นอีกหนึ่งวิธีการที่จะช่วยยกระดับมาตรฐานด้านสุขอนามัยให้กับอุตสาหกรรมโรงแรมและอำนวยความสะดวกให้ผู้เข้าพักผู้เข้าพักได้มากขึ้น

1.3 การลดการใช้เงินสด (Cashless) จะถูกนำมาใช้อย่างจริงจังโดยการพยายามให้ผู้เข้าพักชำระค่าบริการโดยการโอนเงิน การชำระผ่านบัตรเครดิตหรือกระเป๋าเงินออนไลน์ (E-Wallet) และอื่น ๆ ทดแทนการใช้เงินสดซึ่งจะช่วยลดการสัมผัสและลดความเสี่ยงจากการจัดเก็บรายได้แบบเป็นเงินสดของโรงแรม อีกทั้งยังช่วยป้องกัน การทุจริตในองค์กรได้อีกด้วย (มัทยา ศรีพนา, 2562, หน้า 8-9)

4. เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมโรค. (2563). รายงานสถานการณ์โรคโควิด-19 ทั่วโลก. จาก <https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/index.php>
- กระทรวงสาธารณสุข. (2563). แนวทางปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อการจัดการภาวะระบาดของโรคโควิด-19 ในข้อกำหนดออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 1). กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- การปรับตัวขายอาหารของโรงแรมหลายทอง. (2563). ค้นเมื่อ 12 กันยายน 2563, จาก <https://ibusiness.co/detail/9630000036>
- เกริกยศ ชลาชนเดช. (2562). การนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: โรงพยาบาลยูนี.
- จอมขวัญ อุทัยรักษา. (ม.ป.ป.). Blue Ocean Strategy vs Red Ocean Strategic. จาก <http://utcc2.utcc.ac.th/localuser/brandt/haicenter>

- ชนคดี พุ่มพฤษ และณฤมล อนุสนธิ์พัฒน์. (2563, มกราคม – มิถุนายน). ศักยภาพและความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารวิทยาการจัดการ **ปริทัศน์**, 22(1), 138.
- ชาติรี บัวคล. (2557, มกราคม – เมษายน). การประยุกต์ใช้แนวคิดของ Dr. Edward de Bono เพื่อการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่น่าสนใจ. **Veridian E-Journal**, 7(1).
- ณัฐพล อัสสระรัตน์. (2562). สรุปเนื้อหาจากงานสัมมนา หัวข้อ The Future Trend of Aging Society 2021-22. ณ ออดิทอเรียม หอศิลป์วัฒนธรรม แห่งกรุงเทพมหานคร, กรุงเทพฯ.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563ก). ทิศทางเศรษฐกิจไทยปี 2563 ชะลอตัวต่ำกว่าที่คาดและต่ำกว่าศักยภาพ. BOT MAGAZINE. จาก <https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256301CoverStory.aspx>
- _____. (2563ข). ผลการประชุมคณะกรรมการนโยบายการเงิน ครั้งที่ 4/2563. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563ค). เศรษฐกิจโลก เศรษฐกิจไทยหลังโควิด ฉบับที่ 3 พฤษภาคม – มิถุนายน 2563. กรุงเทพฯ : พระสยามแม่กกาซีน.
- ธนิต จึงดำรงกิจ และศรีดาราทิเพียร. (2563). ร้านนวด-สปาไทย ยุค New Normal กับแนวคิดสีเขียวใหม่เพื่อความปลอดภัยเพิ่มความมั่นใจของผู้ใช้บริการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธีรศานต์ สหัสสพาศน์ และประกาย ธีระวัฒนากุล. (2563). คอลัมน์คิดอนาคต: โอกาสของธุรกิจโรงแรมหลังวิกฤต COVID-19. **กรุงเทพธุรกิจ**, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/650027>
- นุชนาถ คุณความดี. (2562). **Wellness Tech...ตลาดใหญ่ที่น่าสนใจสำหรับสตาร์ทอัพ (ไทย)**. กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. (2563). **เปิดโมเดลร้านนวด-สปายุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- มหศักดิ์ เกตุฉ่ำ. (2563). **Internet of Things (IoT)**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- มัทยา ศรีพนา. (2562). **สถานการณ์สังคมไร้เงินสดของประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.
- โรงแรมเอเชีย กรุงเทพมหานคร เปิดบริการขายข้าวกล่องเมนูหลากหลายเมนู ราคา 80 บาท พร้อมบริการรับส่งอาหาร (Delivery) ผ่าน Lineman. (2563). ค้นเมื่อ 12 กันยายน 2563, จาก <https://positioningmag.com/1272864>
- ศิริศักดิ์ เทพจิต. (2563). COVID-19 Pandemic : การตอบสนองเชิงนโยบายสาธารณะในการรับมือกับปัญหาพายุศ, จาก <http://www.setthasarn.econ.tu.ac.th/bl og/detail/59/>
- สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า. (2563). **เปิดพฤติกรรมการแข่งขันในธุรกิจบริการส่งอาหารที่อาจผิดกฎหมายการแข่งขันทางการค้า**. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- อายุพร บุรณะกุล. (2563). โน้ตแฟรงค์เผยโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อภาคตลาดอสังหาริมทรัพย์ทั่วโลก. จาก <https://thailand-property-news.knightfrank.co.th/2020/05/2>
- Ason, A. (2020). **Scenarios for Asian long-term LNG contracts before and after COVID-19**. UK: University of Oxford.

- Bonaccorsi, G. et al. (2020, July). Economic and social consequences of human mobility restrictions under COVID-19. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 2020, 117 (27). 15530-15535, from DOI: 10.1073/pnas.2007658117
- Guvene, O. (2020). Balneotherapy in the era of COVID-19 : should it be recommended or not. **International Journal of Biometeorology**. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs00484-020-01943-8>
- Han, T. (2020). Outbreak investigation: transmission of COVID-19 started from a spa facility in a local community in Korea. **Epidemiol health**, 42, Retrieved from <https://doi.org/10.4178/epih.e2020056>
- Hao, F., Xiao, Q. and Chon, K. (2020, September). COVID-19 and China's hotel industry: impacts, a disaster management framework, and post-pandemic agenda. **International journal of hospitality management**, 90, from doi: 10.1016/j.ijhm.2020.102636.
- Hartman, G. and Nickerson, N.P. (2020). **COVID-19 impacts on tourism-related businesses: Thoughts and concerns**. Montana: University of Montana.
- Jiang, Y. and Wen, J. (2020). Effects of COVID-19 on hotel marketing and management: a perspective article. **International journal of contemporary hospitality management**, 32(8), p.2563-2573.
- Khanna, P.P., Ganguly, S., Mukherjee, M. and Mukherjee, S. (2020). *Hospitality and Tourism Industry: Post Pandemic Challenges and Opportunities*. India: Bharti Publications.
- Maher, C. S., Hoang, T. and Hindery, A. (2020). Fiscal responses to COVID-19: Evidence from local governments and nonprofits. **Public administration review**. from <https://doi.org/10.1111/puar.13238>
- Montemurro, P., Hedén, P., Adams, W. P., Vita, R. de and Pellegatta, T. (2020, June). Effects of COVID-19 on plastic surgery practices and Medi-Spas in different countries. **Aesthetic surgery journal**, 40(8), N453–N456, from <https://doi.org/10.1093/asj/sjaa104>.
- Muobuikwu, C. (2020). An appraisal of the business interruption insurance coverage in nigeria in the face of the recent COVID-19 pandemic. from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3677248
- Özatay, F. and Sak, G. (2020). What if the Covid-19 outbreak lasts more than one quarter. **Economic policy research foundation of Turkey**. from https://www.tepav.org.tr/upload/files/1589717743-5.What_if_the_COVID_19_outbreak_last_more_than_one_quarter.pdf

การตลาดอัตโนมัติ : เครื่องมือสู่ความสำเร็จในธุรกิจสำหรับนักการตลาดยุคดิจิทัล Marketing Automation: The Business Success Tool for Digital Marketers

ชเนตตี พุ่มพฤษ (Chanattee Poompruk)¹
นันทนธิ์ เอ็บอิม (Nanthanit Erb-im)²

บทคัดย่อ

ยุคดิจิทัลสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับโลกในปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง จากการพัฒนาทางเทคโนโลยีส่งผลให้ผู้คนเปลี่ยนแปลงวิธีการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องโลกแห่งยุคดิจิทัลเพื่อ การสื่อสารและสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้คนบนโลกออนไลน์มากขึ้น กระบวนการทางการตลาดในยุคดิจิทัลมีบทบาทมากยิ่งขึ้นในการสร้างการรับรู้ในสินค้าและบริการเพื่อก่อให้เกิดการเข้าถึงความรู้สึกแบบมีส่วนร่วมกับลูกค้า เสริมสร้างเพิ่มยอดขายโดยใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ผ่านสื่อดิจิทัล กระบวนการการทำงานต่าง ๆ อาศัยการวัดผลเชิงตัวเลข ทำให้กระบวนการทางการตลาดเกิดการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้พัฒนาจากการจำหรือการจด กลายมาเป็นการใช้ซอฟต์แวร์ประยุกต์ช่วยจัดการให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามภายใต้กระบวนการทางเทคโนโลยีก็ยังคงต้องอาศัยแรงงานคนเป็นหลักในแทบทุกขั้นตอน และด้วยการเติบโตแบบก้าวกระโดดของเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต ซึ่งก้าวไปพร้อมกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ภายใต้แนวคิดการตลาดอัตโนมัติ (Marketing Automation) ซึ่งส่งผลให้ระบบบริหารจัดการทางการตลาดจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อตอบสนองความซับซ้อนของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น ในทุกมิติ อีกทั้งยังก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในยุคดิจิทัลเช่นปัจจุบัน โดยการนำซอฟต์แวร์มาประยุกต์ใช้เพื่อการบริหารจัดการกิจกรรมทาง การตลาดแบบอัตโนมัติ ช่วยทุ่นแรง ทุ่นเวลา เพิ่มกำไรให้แก่ธุรกิจได้มากขึ้น รวมไปถึงการสร้างช่องทางตลาดรูปแบบใหม่เพื่อลดความเสี่ยงในวิกฤตโรคไวรัสโคโรนา 2019 ทั้งหมดนี้ นับเป็นการสร้างประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินธุรกิจได้อีกทางหนึ่ง

คำสำคัญ : การตลาดอัตโนมัติ เครื่องมือสู่ความสำเร็จในธุรกิจ นักการตลาดยุคดิจิทัล

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

E-mail: chanattee.m@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

E-mail: nanthanit78@gmail.com

Abstract

The digital age continuously creates change in today's world as technological developments have resulted in people changing the way they shop for goods or services. Most consumers spend their time exploring the digital world to communicate and interact with more people online. The marketing process in the digital age plays a very important role in creating awareness of products and services in order to reach engagement with customers, and strengthen sales by using various strategies through digital media. Processes rely on numerical measurements. make the marketing process change. Different work processes rely on numerical measurement to transform the marketing process. This has evolved from memorization or writing becoming more systematic to use of software applications to help manage more systems. However, under the technological process, it still relies on human labor at almost every step, and with the exponential growth of technology and the Internet, along with the increasingly complex consumer behavior under Marketing Automation Concept, which results in the need for marketing management systems to adapt to meet the increasing complexity of consumers in all dimensions. It also generates the greatest benefits in the digital era as it is today by applying software to manage marketing activities automatically for saving energy, saving time and increasing profits for the business, as well as creating a new marketing to reduce the risk of the 2019 coronavirus crisis, all of which are considered to be the most efficient way of doing business.

Keywords: Marketing Automation, The Business Success Tool, Digital Marketers

วันที่รับบทความ : 15 มิถุนายน 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 12 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

1. บทนำ

การตลาดมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และยกระดับความเป็นอยู่ของมนุษย์ในสังคม ทำให้เกิดการพึ่งพาอาศัยกันอย่างเป็นระบบในสังคมมนุษย์แต่ละคน สามารถประกอบ อาชีพที่ตนเองถนัดและได้ใช้ความรู้ความสามารถของแต่ละบุคคลได้อย่างเต็มกำลังความสามารถ และการตลาดมีบทบาทอย่างใหญ่หลวงต่อความเจริญเติบโต และพัฒนาการทางเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากการตลาดเป็นตัวกระตุ้น

ให้เกิดการวิจัย และพัฒนาหาสิ่งแปลกใหม่มาสนองความต้องการของตลาดและสังคม ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการได้หลายทางและผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค จึงมีผลทำให้เกิดการจ้างงาน เกิดรายได้กับแรงงาน และธุรกิจ ทำให้ประชาชนมีกำลังการซื้อ และสามารถสนองความต้องการในการบริโภค ซึ่งทำให้มาตรฐานการครองชีพของบุคคลในสังคมมีระดับสูงขึ้น

และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ความสำคัญ ของการตลาดอาจกล่าวได้ดังนี้ (นันทสารี สุขโต และคณะ, 2558)

1. การตลาดเป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยน การดำเนินการตลาดของธุรกิจจะทำให้ผู้ผลิตกับผู้บริโภคเข้ามาใกล้กัน และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคด้วยการเสนอผลิตภัณฑ์ ที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค จนทำให้เกิดการ แลกเปลี่ยนในระดับผู้ซื้อและผู้ขาย

2. การตลาดเป็นตัวเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค การดำเนินการทางการตลาดทำให้ผู้เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองและสร้างความ พึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้ ด้วยการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับภาวะการณ์ สถานภาพ ของผู้บริโภคด้วยการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในปริมาณ ในเวลา ในสถานที่ที่ผู้บริโภคต้องการ ในราคาที่ผู้บริโภคมีกำลังการซื้อ และโอนความเป็นเจ้าของได้

3. การตลาดเป็นตัวผลักดันให้มีการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ด้วยแนวคิดของการตลาดในการมุ่งสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ตลอดจนมุ่งใจผู้บริโภคด้วยการเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอ

4. การตลาดเป็นกลไกในการเสริมสร้างระบบเศรษฐกิจ ด้วยการก่อให้เกิดการบริโภคและการพึ่งพากันอย่างเป็นระบบมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กับระบบเศรษฐกิจทั้งระบบ เกิดการจ้างงาน เกิดรายได้ เกิดการบริโภค และเกิดการใช้จ่ายแรงงาน ทำให้การดำรงชีวิตของมนุษยชาติในสังคมอยู่ในระดับที่มีการกินดีอยู่ดี มีความเป็นอยู่อย่างมีความสุข

การตลาดที่ผ่านมา หลายคนอาจจะเห็นการทำงานที่ซ้ำและซ้ำเดิม ทำให้การเข้าถึงลูกค้าไม่เพียงพอและซ้ำจนเกินไป แต่ด้วยเทคโนโลยีปัจจุบันนั้น พัฒนารวดเร็วขึ้น เครื่องมือต่าง ๆ ในการทำการตลาดที่นำเทคโนโลยีมาใช้ก็มีเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ต้องการซื้อสินค้าก็จะซื้อผ่านช่องทางออนไลน์มากกว่า

การเข้าไปหน้าร้าน ดังนั้น การตลาดในยุคปัจจุบันจึงต้องมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย เพื่อให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและตรงใจลูกค้ามากกว่าเดิม รวมทั้งทำให้ธุรกิจของเราเป็นที่รู้จักในวงกว้าง เพราะถ้าการตลาดของเรามีเนื้อหาที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ก็จะทำให้เกิดกระแสของการบอกต่อ ๆ กัน จึงทำให้คนรู้จักเราได้ง่ายขึ้น

2. เนื้อหา

2.1 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)

ในยุคที่ผู้คนให้ความสนใจกับเวลาและการดำเนินกิจกรรมที่มีความซับซ้อนมากขึ้น การทำการตลาดแบบเดิม ๆ อาจไม่เพียงพอและไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อีกต่อไป การตลาดในยุคดิจิทัลไม่ใช่แค่การทำให้คนรู้จักสินค้าเรา หากแต่ต้องเป็นการนำเสนอสินค้าที่ตรงใจลูกค้า และเสนอได้อย่างถูกที่ถูกเวลา สะดวกและรวดเร็ว โดยเฉพาะในปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้ “โทรศัพท์มือถือ” ในการทำทุกอย่าง จนเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ดังนั้น ธุรกิจในยุคดิจิทัลจึงต้องพัฒนาสินค้าและบริการให้รองรับการใช้งานบนมือถือด้วย การที่ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจกับมือถือจะเป็นเรื่องดีและง่ายต่อการทำการตลาด เป็นที่มาที่ทำให้การตลาดแบบเดิม ๆ ถึงทางตัน และก่อให้เกิดการตลาดดิจิทัล เพราะโลกของเทคโนโลยีการตลาดดิจิทัลและโซเชียลมีเดียกำลังส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อวิถีการปฏิบัติทางสังคม

2.1.1 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)

การตลาดดิจิทัล (Digital marketing) เป็น การทำการตลาดรูปแบบหนึ่งโดยโปรโมทสินค้าหรือบริการผ่านทางสื่อดิจิทัล และสามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภค เพื่อเพิ่มยอดขายโดยใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ทางสื่อดิจิทัล ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสื่อเหล่านี้ได้ง่าย และสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา นอกจากนี้

การตลาดดิจิทัลยังเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับธุรกิจแบรนด์ใหม่ ทำให้เกิดการรับรู้ในวงกว้างสามารถทำได้ง่ายขึ้น อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ในจำนวนมากได้โดยตรง ธุรกิจแบรนด์ใหม่จึงมีโอกาที่จะเป็นที่รู้จัก และเติบโตได้อย่างรวดเร็วในช่องทางต่าง ๆ ของการตลาดแบบดิจิทัล (Digital Marketing, 2020, website)

2.1.2 ประโยชน์ของการตลาดดิจิทัล

1. สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงได้ทันที สามารถคาดเดาพฤติกรรมผู้บริโภคได้ว่ามีความสนใจในช่องทางออนไลน์แบบไหน เช่น กลุ่มผู้ชายที่อยู่ในวัย 20 – 25 คือ กลุ่มวัยรุ่น – กลุ่มทำงานที่นิยมการเล่น Facebook ผ่านสมาร์ทโฟน เป็นต้น

2. ค่าการตลาดไม่สูงนัก แต่รับรู้ได้ในวงกว้าง การทำการตลาดออนไลน์มีข้อดีคือ สามารถควบคุมงบประมาณได้แม่นยำ และมีค่าการตลาดต่ำกว่า การทำการตลาดทั่วไป เช่น การเช่าพื้นที่ออกบูธ หรือ การซื้อโฆษณาผ่านป้ายบิลบอร์ด

3. มีช่องทางการตลาดมากขึ้น นักการตลาดสามารถใช้ช่องทางออนไลน์ได้หลากหลายช่องทางในการติดต่อกับกลุ่มเป้าหมาย จึงเพิ่มโอกาสในการสร้างแบรนด์ สร้างลูกค้าผู้จงรักภักดี และกระตุ้นยอดขายที่มากขึ้นได้

4. ช่วยสร้าง Traffic ธุรกิจสามารถสร้างยอด View และผู้เข้าชมเว็บไซต์ได้ง่าย ๆ ด้วยการแปะลิงค์ข้อมูลต่าง ๆ ที่ต้องการนำเสนอแก่กลุ่มเป้าหมายลงไปในเครื่องมือออนไลน์ต่าง ๆ เช่น อีเมล Facebook Twitter เป็นต้น

5. อัปเดตเนื้อหาที่ตรงกับสถานการณ์ได้ตลอดเวลา นักการตลาดสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาที่ตรงกับสถานการณ์ปัจจุบัน และตรงกับความสนใจของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว เช่น การสร้างโพสต์ลงโซเชียลมีเดียให้ตรงกับช่วงเทศกาล หรือตามกระแสที่กำลังฮิตอยู่ตอนนั้น

6. สร้างความรู้สึกมีส่วนร่วม สร้างกิจกรรมสนุก ๆ แบบทันทีทันใดกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นการสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วมและความเป็นกันเองกับกลุ่มเป้าหมาย

ดังนั้นจากประโยชน์ของการทำการตลาดแบบดิจิทัล นักการตลาดจำเป็นต้องมีเครื่องมือที่ช่วยในการทำการตลาดแบบใหม่ที่สามารถนำเสนอสินค้าได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ตรงเวลา และตรงใจลูกค้าได้มากที่สุด นั่นคือการทำการตลาดอัตโนมัติ (Marketing Automation) (InterLoop Solutions and Consultancy, 2019)

2.1.3 แนวโน้มของการตลาดดิจิทัล

การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) มีแนวโน้มการเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง เห็นได้จาก ความก้าวหน้าในการวางกลยุทธ์การปรับตัวของแบรนด์และบริษัทต่าง ๆ กันมาตลอดในช่วงที่ผ่านมา ปัจจุบันนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ เริ่มเข้ามามีบทบาทในการทำการตลาดรูปแบบดิจิทัล ซึ่งมี แนวโน้ม 3 แนวทางดังต่อไปนี้

1. เกิดการผสมผสานระหว่างสื่อดั้งเดิมและสื่อออนไลน์ในช่วงที่ผ่านมา โทรศัพท์มือถือ สิ่งพิมพ์ถูกลดความนิยมลงแตกต่างจากสื่อออนไลน์ที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้สื่อดั้งเดิมมีการปรับตัวนำสื่อออนไลน์มาเพิ่มประสิทธิภาพในการโฆษณา เช่น รายการโทรทัศน์ มีการถ่ายทอดผ่านสื่อออนไลน์ รายการวิทยุสามารถรับฟังผ่านสื่อออนไลน์ได้

2. จากซอฟต์แวร์สู่ฮาร์ดแวร์ การตลาดออนไลน์ในอดีตมุ่งเน้นไปที่การใช้งานผ่านเว็บไซต์ และโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ที่เป็นซอฟต์แวร์ แต่ในอนาคตการตลาดออนไลน์จะเริ่มมีการใช้ฮาร์ดแวร์มากขึ้น โดยใช้เทคโนโลยี (VR) ต้องใช้แว่นวีอาร์ในการเข้าดู สร้างความแปลกใหม่ในการตลาดดิจิทัลมากขึ้น

3. นอกเหนือจากหน้าจอ การประสบความสำเร็จของเกมส่ Pokemon Go แสดงให้เห็นว่าดิจิทัลคอนเทนต์สมัยใหม่ ไม่จำเป็นต้องขึ้นอยู่กับหน้าจอเพียงเท่านั้น สามารถออกไปข้างนอกได้โดยมี แปรนต์สินค้าจำนวนมากเข้าร่วมการตลาดกับเกมส์นี้ ซึ่งล่าสุดเว็บไซต์

อาลีบาบาได้ผลิตเกมส์บน สมาร์ทโฟนที่มีเทคโนโลยี AR เพื่อตามหาอั่งเปาให้เป็นส่วนลดในการซื้อสินค้า เป็นการ พัฒนาการตลาด แบบใหม่เพื่อดึงดูดความน่าสนใจจาก ผู้บริโภค (นเรศ เหล่าพรรณราย, 2560, เว็บไซต์)

2.2 การตลาดอัตโนมัติ (Marketing Automation) เครื่องมือในยุคดิจิทัล

การตลาดอัตโนมัติ (Marketing Automation) เป็นการใชซอฟต์แวร์หรือเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือเพื่อ ทำกิจกรรมทางการตลาด ในการช่วยวิเคราะห์พฤติกรรม ของลูกค้า ทำความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าที่ นำไปสู่การส่งสารให้กับลูกค้าได้อย่างตรงจุด เป็นการ ทำการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และช่วยให้การทำงานนั้นง่าย และรวดเร็วขึ้น (Denis, 2020, website) ปัจจุบันเป็น ยุคแห่งเทคโนโลยีด้านการตลาดดิจิทัล ดังนั้น การนำ ระบบการตลาดอัตโนมัติมาใช้ในการดำเนินธุรกิจนั้น นักการตลาดส่วนใหญ่จึงสนใจในการนำเทคโนโลยีมา บูรณาการร่วมกับแนวคิดการตลาดมาสู่การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) ที่เป็นการนำอินเทอร์เน็ตและ เทคโนโลยีทางดิจิทัลมาใช้เป็นประโยชน์ร่วมกันกับการ สื่อสารทางการตลาดแบบดั้งเดิมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ทางการตลาดผ่านการใช้สื่อและเทคโนโลยีทาง ดิจิทัล (Chaffey and Ellis-Chadwick, 2016) ทำให้ กิจการสามารถประสบความสำเร็จได้ โดยมีวัตถุประสงค์ หลักก็คือ การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการขายผ่านทาง ดิจิทัลและออนไลน์ สามารถให้ข้อมูลที่เจาะลึก เพื่อทำ ให้สินค้าเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นโดยใช้วิธีต่าง ๆ โดย ช่องทางดิจิทัล นั้น สามารถทำได้หลายช่องทาง ดังนี้

1. Search Engine Marketing เป็นการทำให้ สินค้าของเราติดอันดับการค้นหาในลำดับแรกๆ ซึ่งจะ ทำให้เราถูกค้นพบได้ง่ายและถูกคลิกได้บ่อยกว่าเว็บไซต์ที่ อยู่ด้านล่างหรืออยู่ในหน้าถัดไป

2. Email Marketing คือ การตลาดที่ทำผ่าน อีเมล เพื่อส่งข่าวสาร โปรโมชันต่าง ๆ ถึงลูกค้าที่เป็น กลุ่มเป้าหมาย เป็นการตลาดที่ต้นทุนต่ำที่สุดเมื่อเทียบ กับการตลาดในรูปแบบอื่น ๆ อีกทั้งยังเป็นการทำ

การตลาดที่ตรงกลุ่ม และสามารถเข้าถึงผู้รับภายในเวลา อันรวดเร็ว

3. Social Marketing คือ การตลาดที่ทำผ่าน Social Network ต่าง ๆ เช่น Facebook Twitter Instagram Pinterest เป็นต้น ซึ่ง Social Marketing กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะมีสถิติการใช้งาน สูงกว่าแหล่งออนไลน์ประเภทอื่น

2.2.1 ความสำคัญของการตลาดอัตโนมัติ

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เติบโตก้าวกระโดดไป มากพร้อม ๆ กับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความ หลากหลายในการเสพสื่อ เพราะผู้บริโภคมีทางเลือก มากมายที่จะรับสาร และในขณะที่เดียวกันสารที่สื่อออกมา นั้น ต้องมีความเหมาะสมกับผู้บริโภคนั้น ๆ ด้วยนักการ ตลาดจึงจำเป็นต้องมีเครื่องมือที่คอยช่วยให้สามารถทำงาน ได้ง่ายขึ้น และมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้น การทำ การตลาดแบบอัตโนมัติจึงเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญกับ นักการตลาดในยุคดิจิทัล ดังนี้ (Thai Business Search, 2019)

1. ช่วยประหยัดค่าแรง ทำให้ลดทรัพยากร บุคคลลงไปได้มาก ตั้งแต่ขั้นตอนการค้นหาลูกค้า การเสนอขาย กระทั่งการปิดการขาย ซึ่งถ้าไม่ใช้ การตลาดแบบอัตโนมัติจะทำให้ต้องมีกรจ้างคนจำนวนมากเพื่อทำงานดังกล่าว และยิ่งเกิดโอกาสที่จะผิดพลาด ได้สูงด้วย

2. ช่วยประหยัดเวลา ในการค้นหาคอนน์ที่มีความ สนใจในสินค้าและบริการได้ง่าย โดยการประเมินและ จัดลำดับความสนใจของลูกค้าผ่านพฤติกรรมบนเว็บไซต์ หรือโซเชียลมีเดีย

3. ทำให้การตลาด และการขายทำงานด้วยกัน ง่ายขึ้น เมื่อฝั่งการตลาดมีข้อมูลของลูกค้าพร้อมสำหรับ การเสนอขายแล้ว ซอฟต์แวร์จะทำการส่งอีเมลหรือคอน เทนต์เสนอขายให้ลูกค้าโดยอัตโนมัติ

4. ลดภาระงานที่ไม่จำเป็นต้องใช้การวิเคราะห์ งาน เช่น การคีย์ข้อมูล การส่งอีเมล หรือการปฏิสัมพันธ์ กับลูกค้าโดยตรง ถ้าใช้การตลาดแบบอัตโนมัติจะช่วยลด

ภาระงานด้านนี้ได้มาก โดยซอฟต์แวร์แต่ละตัวก็จะมีการทำงานและความสามารถที่แตกต่างกัน ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ให้บริการให้เลือกหลากหลาย

5. ลดข้อผิดพลาด การใช้ระบบอัตโนมัติทำแทน สามารถช่วยลดปัญหาในการเกิดข้อผิดพลาดจากคน เช่น การกรอกข้อมูลผิด

6. เก็บข้อมูลอัตโนมัติ ระบบสามารถเก็บข้อมูลและพฤติกรรมต่าง ๆ ของลูกค้า ทำให้สามารถวิเคราะห์และดูแลลูกค้าทั้งใหม่และเก่าไม่ให้หลุดหายไปไหนได้

ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการหันมาทำการตลาดบนโลกออนไลน์มากขึ้น การทำการตลาดอัตโนมัติ (Marketing Automation) เป็น เรื่อง สำคัญ มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจ E-Commerce เพราะช่วยลดต้นทุนได้มาก และทำการตลาดได้ตรงจุด เพิ่มโอกาสในการขายยอดขายได้มากขึ้น และแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ในตลาดได้ ซึ่งหากวางแผนระบบการตลาดอัตโนมัติที่สร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลไว้อย่างเป็น ที่ประจักษ์เชิงพาณิชย์แล้วนั้น ผลลัพธ์ดังกล่าวอาจส่งผลให้กลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่โดยเฉพาะกลุ่ม Start Up ที่ใกล้จบการศึกษาในระดับอุดมศึกษาย่อมเกิดแนวคิดและเล็งเห็นถึงความสามารถในการประกอบธุรกิจด้วยตนเองมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้มีการวิจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา (ชเนตติ จาตุรณตรีศรี, 2559, หน้า 201) โดยอธิบายไว้ว่ากลุ่มนักศึกษาเริ่มให้ความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการภายหลังเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้ว 1. เป็นอาชีพอิสระ ไม่เป็นลูกจ้างใคร 2. เป็น อาชีพที่ใช้ความอดทนสูง 3. เป็นอาชีพที่สามารถใช้ความรู้ความสามารถได้อย่างเต็มที่ 4. เป็นอาชีพที่ควร สนใจเพราะปัญหาการว่างงานเพิ่มสูงขึ้น และ 5. เป็นการสืบทอดในลักษณะทายาทธุรกิจผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย (Social Media) และระบบ อีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) ก็ย่อมทำให้กลไกการตลาดอัตโนมัติสามารถสร้างการเติบโตให้กับธุรกิจได้หลายประเภทมากขึ้น จนในที่สุดกลายเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์

การตลาดที่นักการตลาดในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องใช้อย่างปฏิเสธไม่ได้ในธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce)

2.2.2 เทคนิคการใช้งานการตลาดอัตโนมัติกับธุรกิจ E-Commerce

สำหรับนักการตลาดหรือผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ E-Commerce จำเป็นจะต้องทราบและเข้าใจถึงเทคนิคการใช้กลยุทธ์การตลาดอัตโนมัติให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด และสร้างยอดขายให้ได้มากที่สุด ดังนี้ (The growth master, 2020)

เทคนิคที่1: การแบ่งกลุ่มลูกค้าตามพฤติกรรมการซื้อ นักการตลาดจะทราบอยู่แล้วว่าลูกค้าไม่ได้สนใจสินค้าทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่บนหน้าเว็บไซต์ ดังนั้น เราจะต้องทำการแบ่งกลุ่มลูกค้าออกมา เช่น ถ้าลูกค้ากลุ่ม A เคยมีการสั่งซื้อสินค้าประเภทอุปกรณ์ครัวเกิน 2 ครั้งขึ้นไป นั่นแสดงว่าลูกค้ากลุ่ม A อาจเป็นกลุ่มที่สนใจเกี่ยวกับการทำอาหาร ดังนั้นเราต้องใช้ซอฟต์แวร์ ส่งข่าวสารเพื่อแจ้งส่วนลด โปรโมชันเกี่ยวกับสินค้าประเภทอุปกรณ์ครัวต่าง ๆ ผ่านอีเมล ที่ลูกค้ากลุ่ม A ได้กรอกไว้เมื่อตอนทำการซื้อสินค้านั่นเอง ซึ่งการใช้เทคนิคดังกล่าว นอกจากจะทำให้ให้นักการตลาดส่งสารได้ถูกกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เพิ่มโอกาสในการปิดการขาย สร้างรายได้ให้กับธุรกิจแล้ว ยังไม่สร้างความรำคาญให้กับลูกค้าคนอื่น ๆ ที่ไม่ได้มีความสนใจในสินค้าบนหน้าเว็บ เพราะได้ทำการแบ่งกลุ่มเป้าหมายไว้ชัดเจนแล้ว

เทคนิคที่ 2 : สร้าง Welcome E-mail Workflow ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการทำ E-mail Marketing ที่มีความสำคัญต่อการทำการตลาดอัตโนมัติเป็นอย่างมาก การทำ Welcome E-mail เปรียบเสมือนการต้อนรับลูกค้าใหม่ เพราะหลังจากที่ลูกค้ากดสมัครสมาชิก ก็ต้องมีการกรอกอีเมล เพื่อรับข่าวสารต่าง ๆ ดังนั้น Welcome E-mail จึงเป็นการแสดงข้อความขอบคุณที่สนใจ และมอบโปรโมชันหรือส่วนลดต่าง ๆ สำหรับลูกค้าใหม่ที่กดสมัครสมาชิกโดยเฉพาะ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเริ่มทำการซื้อสินค้าได้ทันที ดังนั้นถ้าธุรกิจ E-Commerce มีระบบสมัครสมาชิก และการ

สมัครสมาชิกก็ต้องมีการกรอกอีเมล ธุรกิจนั้นก็
สามารถทำให้ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าของเราได้ทันที

เทคนิคที่ 3: การทำ Retargeting คือการทำ
โฆษณาออนไลน์ในรูปแบบการติดตามกลุ่มเป้าหมายหรือ
ลูกค้าที่เข้ามาในเว็บไซต์ของเรา แต่ยังไม่ได้ซื้อสินค้า เช่น
ระหว่างผู้ใช้งานเข้าเว็บไซต์ Lazada Shopee รวมถึง
เว็บไซต์ขายสินค้าหรือบริการจองห้องพัก เช่น Agoda
รวมทั้งเว็บไซต์ให้บริการอื่น ๆ โดยที่เราเข้าไปแค่เพียงดู
สินค้าหรือบริการ แต่ยังไม่ได้ซื้อ จากนั้นเราไปเว็บไซต์
อื่น ๆ ต่อ จะพบว่าโฆษณาของเว็บก่อน ๆ หน้าที่เราเข้า
ไปมาจะตามไปยังเว็บไซต์อื่น ๆ ด้วยซึ่งการทำการตลาด
ลักษณะแบบนี้ เรียกว่า Retargeting คือการพยายามให้
เรากลับไปเข้าเว็บไซต์นั้นอีกครั้ง

เทคนิคที่ 4: การใช้ Chatbot เป็นบอทที่
สามารถโต้ตอบกับเราได้ผ่านการพิมพ์หรือการพูด ตอบ
ปัญหาทั่วไปต่าง ๆ ตามสถานการณ์ที่กำหนดไว้ล่วงหน้า
สามารถใช้เชื่อมต่อแอปพลิเคชัน ส่งข้อความ
เช่น Facebook Messenger หรือเพิ่มไปยังเว็บไซต์ได้
เพื่อเป็นการประหยัดเวลา และลดค่าใช้จ่ายในการจ้าง
พนักงาน

2.2.3 ตัวอย่างซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการทำ การตลาดอัตโนมัติ

ในการทำการตลาดอัตโนมัติจำเป็นต้องใช้
ซอฟต์แวร์เข้ามาช่วยในการทำงาน เพราะซอฟต์แวร์ จะ
เป็นตัวที่มาทำงานในส่วนของ Automation ให้กับ
การตลาดของธุรกิจ ทั้งในด้านของการเก็บข้อมูลลูกค้า
การส่งคอนเทนต์ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ถูกกลุ่มและถูก
เวลา ซึ่งซอฟต์แวร์นั้นมีหลายประเภทให้เลือกใช้ แต่
ประเภทหลัก ๆ จะมี 2 ประเภท คือ ประเภทสำหรับ
SME และประเภทสำหรับองค์กรที่ใช้งานได้ง่ายและ
เหมาะสมกับผู้ใช้งานในประเทศไทย (Supattra
Ammaranon, 2020) ได้แก่

1. Salesforce เป็นแพลตฟอร์มการจัดการ
ลูกค้าสัมพันธ์ โดยทำงานอยู่บนระบบ Cloud ทำให้
ธุรกิจไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงสำหรับการติดตั้ง ใช้งานง่าย

เหมาะกับองค์กรขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ทำงานบน
อุปกรณ์ใดก็ได้ที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ซอฟต์แวร์นี้
จะช่วยในการจัดการและตอบโต้ลูกค้าหรือผู้ที่กำลังจะ
เป็นลูกค้า เข้าใจความต้องการของลูกค้า สร้างความพึง
พอใจให้ลูกค้า ซึ่งข้อดีของการใช้ Salesforce คือ

- ช่วยให้สามารถจัดการลูกค้า โดยสามารถรู้ได้
ว่าจะทำอะไรต่อกับลูกค้าแต่ละคน ติดตามลูกค้าได้
อย่างสะดวกและรวดเร็ว

- ลดเวลาในการทำรายงานให้เร็วขึ้น

- สามารถวางแผนการทำตารางนัดหมาย
เพื่อออกตลาดร่วมกับทีมขายได้

2. MailChimp เป็น ระบบ การทำ Email
Marketing เป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมในทั่วโลก
เพราะใช้งานง่ายและวัดผลลัพธ์ได้อย่างชัดเจน ส่งอีเมล
ไปหาหลาย ๆ คนได้ภายในครั้งเดียว เหมาะกับธุรกิจที่
ต้องการโฆษณาธุรกิจเพิ่มเติม ส่งต่อข่าวสาร โปรโมชัน
พิเศษ และยังสามารถเชื่อมต่อกับการทำโฆษณาทั้งหลาย
ได้ เช่น Facebook Ads และ Instagram Ads
เป็นต้น ซึ่งข้อดีของการใช้ MailChimp คือ

- สามารถส่งอีเมลออกไปยังผู้รับได้ที่ละ
หลาย ๆ คน

- ใสโปรโมชันโค้ดหรือส่วนลดไปบนอีเมลได้ทันที

- ใช้งานง่ายและสามารถวัดผลลัพธ์ได้ผ่าน
แพลตฟอร์มทันที.

3. HubSpot เป็นแพลตฟอร์มที่มีฟังก์ชันที่
หลากหลายรูปแบบ เป็นระบบที่ให้ข้อมูลทางธุรกิจที่
ต้องการการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ทางการตลาด การขาย
และการบริการลูกค้า เพื่อสร้างผลประโยชน์สูงสุดของ
ธุรกิจ และส่งเสริมให้ธุรกิจเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้
ผู้ประกอบการรุ่นใหม่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างก้าว
กระโดด ทั้งด้านต้นทุนและทรัพยากรบุคคลในแต่ละ
องค์กร สามารถบริหารจัดการได้อย่างมืออาชีพด้วย
ระบบที่วางไว้เป็นขั้นตอนและอัตโนมัติ สามารถทำงาน
ได้ง่ายตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนจบขั้นตอนการขาย และยัง
สามารถต่อยอดบริการหลังการขายให้ลูกค้าเกิดความ

ประทับใจได้ ตลอดจนการสร้งฐานข้อมูลลูกค้าสามารถนำมาวิเคราะห์แนวโน้มทางการตลาด เพื่อสร้างโอกาสและประเมินผลทางการตลาดแบบคุ่มค่าให้กับธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยข้อดีของ HubSpot คือ

- ทีมขายและทีมการตลาดสามารถทำงานร่วมกันได้ ภายใตแพลตฟอร์มตัวเดียว

- ใช้งานง่าย

- สามารถดูรายงานได้สะดวก

- มีเครื่องมือสำหรับการทำการตลาดอัตโนมัติ

โดยเฉพาะ

- เหมาะสำหรับธุรกิจที่ทำการตลาด การขาย และการให้บริการที่ตั้งจุดลูกค้าด้วยการสร้างคอนเทนต์ที่มีคุณค่าด้วยการให้ความรู้ ให้ข้อมูล ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกเป็นอันดับแรก ๆ

2.2.4 ตัวอย่างการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการตลาดอัตโนมัติ

การตลาดในยุคดิจิทัล จะต้องทำให้คนรู้จักสินค้าหรือบริการของเรา และต้องมีการนำเสนอสินค้าที่ตรงใจลูกค้า และเสนอได้อย่างถูกที่ ถูกเวลา สะดวกและรวดเร็ว โดยเฉพาะในปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้ “โทรศัพท์มือถือ” ในการทำทุกอย่าง จนเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ดังนั้นการตลาดอัตโนมัติ จึงเป็นการใช้เทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือในการช่วยวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า ทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้า ที่นำไปสู่การส่งสารให้กับลูกค้าได้ตรงจุด (พชร อารยะการกุล, 2562) ซึ่งเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่นิยมใช้ได้แก่

1. การใช้เทคโนโลยี IoT (Internet of Thing) ผสมผสานกับ 5G ทำให้เกิดกลยุทธ์การตลาดที่นำไปสู่การขายรูปแบบใหม่ เช่น การจับตำแหน่งลูกค้าแบบเรียลไทม์เพื่อเสนอบริการที่เหมาะสม เช่น สายการบินที่มีการวางระบบอัตโนมัติติดตามให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้ามีแนวโน้มที่จะตกเครื่อง โดยวิเคราะห์จากพฤติกรรมลูกค้าที่เช็คอินสายการบินเป็นประจำ และการ

ติดตามการเดินทางของลูกค้าผ่านตำแหน่งที่อยู่ ทำให้ทราบว่าลูกค้ายังมาไม่ถึงสนามบิน จากนั้นระบบจะทำการส่งข้อเสนอบริการที่เหมาะสมกับลูกค้า ณ เวลานั้น ให้ลูกค้าสามารถซื้อ Fast Track สำหรับเช็คอินได้ วิธีการดำเนินกลยุทธ์ลักษณะนี้นับเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยแก้ปัญหาเฉพาะบุคคลได้เป็นอย่างดี และยังสามารถเพิ่มยอดขายให้ธุรกิจได้ในเวลาเดียวกัน

2. การใช้ AI (Artificial Intelligence) ควบคู่กับ Big Data วิเคราะห์ข้อมูลจากเส้นทางการเดินของลูกค้า เพื่อสังเกตพฤติกรรมของลูกค้าในแต่ละช่วงเวลา และวินิจฉัยสาเหตุที่ลูกค้าหลุดหายไประหว่างทาง เช่น ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ใช้ AI และ Big Data ในการคำนวณ พร้อมวิเคราะห์ถึงสิ่งที่แฝงอยู่ในการเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของลูกค้า หรือสามารถทำให้ลูกค้าที่ไม่ซื้อบ้านกลับมาซื้อได้จากการวินิจฉัยว่าลูกค้าหลุดหายไปเพราะอะไร แล้วนำเสนอโปรโมชั่นที่ถูกจุด และตรงใจลูกค้ามากที่สุด

3. การใช้ Voice Chatbot ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีและความเป็นมนุษย์ เช่น การใช้เสียงสังแทนการพิมพ์คุยกับบอท ที่ทำให้ลูกค้าไม่จำเป็นต้องอยู่กับบริการนั้นเพียงอย่างเดียว สามารถทำสิ่งอื่น ๆ ไปพร้อมกับการคุยได้ และสามารถตอบโต้ด้วยเสียงแบบทันทีทันใด รวมทั้งสามารถเข้าถึงความเป็นมนุษย์ได้มากกว่าการสื่อสารผ่านตัวอักษร

3. บทสรุป

เมื่อผู้คนให้ความสนใจกับเวลา และมีความต้องการที่ซับซ้อนมากขึ้น การทำการตลาดแบบเดิม อาจไม่เพียงพอและไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อีกต่อไป การตลาดในยุคดิจิทัลไม่ใช่แค่การทำให้คนรู้จักสินค้าเรา หากแต่ต้องเป็นการนำเสนอสินค้าที่ตรงใจลูกค้า และเสนอได้อย่างถูกที่ ถูกเวลา สะดวกและรวดเร็ว โดยเฉพาะในปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือในการทำทุกอย่าง จนเป็นส่วนหนึ่งของ

ชีวิต ดังนั้น ธุรกิจในยุคดิจิทัลจึงต้องพัฒนาสินค้าและบริการให้รองรับการใช้งานบนมือถือด้วย การที่ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจกับมือถือจึงเป็นเรื่องดีและง่ายต่อการทำการตลาด แต่กลับมีความยากที่ซ่อนอยู่ นั่นคือพฤติกรรมของลูกค้าที่จัดจ้านกับข้อมูลต่าง ๆ สันลงต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น รวมไปถึงคาดหวังให้ธุรกิจรู้จักตัวตนของลูกค้าโดยไม่ต้องบอกรายละเอียดนำเสนอสินค้าที่ต้องการในเวลาที่กำลังมองหาพฤติกรรมดังกล่าวทั้งหมด จึงเป็นที่มาที่ทำให้การตลาดแบบเดิม ๆ ถึงทางตัน และก่อให้เกิดเครื่องมือทำการตลาดแบบใหม่ที่สามารถนำเสนอสินค้าได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ตรงเวลา และตรงใจลูกค้าได้มากที่สุด นั่นก็คือการตลาดอัตโนมัติ แต่อย่างไรก็ตามสิ่งที่สำคัญกว่าเครื่องมือก็คือ ผู้ใช้เครื่องมือ หรือนักการตลาด ต้องมีความรู้ในเรื่องของการตลาดดิจิทัลที่ดีแผนการตลาดที่เหมาะสม และรู้จักใช้ข้อมูลที่มีอยู่ให้เป็นประโยชน์ สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวเสริมให้การใช้งานการตลาดอัตโนมัติเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งในภายภาคหน้าประเทศไทยอาจได้เห็นกลไกการตลาดอัตโนมัติที่เพิ่มสูงขึ้นและนำไปประยุกต์ใช้เพิ่มขึ้นกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (ขเนตตี พุ่มพุกษ์และนฤมล อนุสนธิ์พัทธ์, 2563, หน้า 141) เพื่อเสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนให้เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะวิสาหกิจชุมชนในลักษณะเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการชุมชน ซึ่งมีความต้องการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนจากการศึกษาในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เห็นเป็นตัวอย่างที่ชัดเจน โดยมีสัญญาณในการแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของชุมชนและต่อผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องโดยอาศัยทุนทางสังคมผนวกกับการใช้ทรัพยากรพื้นฐานจากในชุมชนอีกด้วยเช่นเดียวกับธุรกิจอื่นต่อไป

4. เอกสารอ้างอิง

- ขเนตตี จาตุรนต์รัศมี. (2559). ทักษะคิดที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. ใน รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มศรีอยุธยาครั้งที่ 7 “วิจัย สร้างองค์ความรู้ใหม่ รับผิดชอบต่อสังคม” (หน้า 198-204). 7-8 กรกฎาคม พ.ศ. 2559. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, พระนครศรีอยุธยา.
- ขเนตตี พุ่มพุกษ์ และนฤมล อนุสนธิ์พัทธ์. (2563, มกราคม – มิถุนายน 2563). ศักยภาพและความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 22(1), 133-144.
- นเรศ เหล่าพรรณราย. (2560). แนวโน้ม Digital Marketing ปี 2017, ค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://www.sanook.com/money/451083/>
- นันทสารี สุขโต และคณะ. (2558). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- เพชร อารยะการกุล. (2562). ค้นเมื่อ 13 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2019/>
- Chaffey, D. and Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (6 th ed.). Pearson: United Kingdom.
- Denis. (2020). Retrieved 2020, 9 September, from [https:// www.iplandigital.co.th/ author/iplandigit2/](https://www.iplandigital.co.th/author/iplandigit2/)
- Digital Marketing. (2020). Retrieved October,

17 2020, from

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

[blog/business/](http://www.vtacecommerce.com/blog/business/)

InterLoop Solutions & Consultancy Co.,Ltd.

(2019). Retrieved October, 21 2020,

from <https://inlps.com/>

[2019/07/22/digital- marketing-tools/](https://inlps.com/2019/07/22/digital-marketing-tools/)

Supattra Ammaranon. (2020).

Digital Blog – Ourgreenfish. Retrieved

October, 26 2020, from

<http://blog.ourgreenfish.com/>

Thai Business Search. (2019). Marketing

Automation. Retrieved

September, 16 2020, from

<https://www.thaibusinesssearch.com/>

[marketing/marketing-automation/](https://www.thaibusinesssearch.com/marketing/marketing-automation/)

The growth master. (2020). Retrieved,

September, 16 2020, from

<https://thegrowthmaster.com/blog/>

[marketingautomation#C3](https://thegrowthmaster.com/blog/marketingautomation#C3)

พุทธวิธีการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในวัดเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจแบบองค์รวม

A Buddhist Tactic of Environmental Restoration in Temple for Holistic Economy Promotion

พระเจริญ บุญทศ (Phra charoen Boontote)¹สุวารีย์ ศรีบุญณะ (Suwaree Sripoonsa)²ผมหอม เชิดโกดา (Pomhom cheardgotha)³

บทคัดย่อ

ปัญหาสิ่งแวดล้อมมีความรุนแรงขึ้นทุกด้าน กลุ่มคนและองค์กรต่างๆต้องหาวิธีการช่วยกันแก้ไข พระสงฆ์เป็นผู้นำสังคมทางจิตวิญญาณ มีหน้าที่หลักคือสืบทอดพระพุทธศาสนา แต่ธรรมะกับธรรมชาติคือสิ่งเดียวกัน พระสงฆ์ส่วนหนึ่งจึงมุ่งมั่นรักษาฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและมลภาวะจากสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยเหลือมนุษย์ได้สำเร็จ บทความนี้จึงมุ่งเสนอพุทธวิธีการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในวัดเพื่อส่งเสริมการสร้างเศรษฐกิจแบบองค์รวมตามหลัก BCG Model ซึ่งพุทธวิธีการที่พระสงฆ์ใช้ดำเนินการ แตกต่างกันตามปัญหาและภูมิเเวศของวัดและภูมิสังคมรอบวัดแต่โดยรวมพระสงฆ์ได้รับยกย่องเป็นผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงในการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ ใช้หลักอหิที่ปัจจัยตาที่ชี้ให้เห็นกฎธรรมชาติเป็นหลักการและยึดพุทธวิธีตามแบบของท่านพุทธทาสภิกขุในการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม 3 วิธี คือใช้การถ่ายทอดหลักธรรมใช้การทำให้อุดูแลร่วมกันทำและการให้ได้รับประโยชน์ร่วมกันเป็นพุทธวิธีที่ใช้ได้เป็นรูปธรรมจากการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในวัดสวนแก้ว จังหวัดนนทบุรี โดยพระราชธรรมนิเทศ หรือ พระพยอม กัลยาโณ โดยใช้พุทธวิธี 3 ขั้นตอน คือ 1) การเทศน์อบรมสั่งสอนด้วยหลักธรรมตามกฎธรรมชาติของมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมว่าต้องอยู่ร่วมกัน ไม่แบ่งแยก ไม่เอาชนะ ละอิตตา ใ้กฎแห่งกรรมและมีความเมตตากรุณาต่อกัน 2) การลงมือปฏิบัติให้อุดูแลร่วมกันทำด้วยจิตอาสาด้วยสโลแกน “ดวงตาเห็นทำ” ตั้งมูลนิธิสวนแก้วโดยใช้เครือข่ายผู้มีจิตศรัทธาพัฒนาฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติดิน น้ำ ป่าและความหลากหลายทางชีวภาพในวัดและพื้นที่วัดสาขาทั่วประเทศอีก 11 แห่ง ฟื้นฟูดินโดยบำรุงดินด้วยน้ำเศษพืชผักผลไม้มาถมผิวดินในพื้นที่ปลูกไม้ยืนต้นและผลไม้ ใช้น้ำหมักชีวภาพและปุ๋ยคอกจากโค-กระบือที่ไล่ชีวิตให้อยู่สบายโดยพลิกกลับผิวดินทุก 6 เดือนจนได้ผิวดินสูงชันจัดการน้ำให้เพียงพอและสะอาดโดยทำแอ่งเก็บน้ำและคลองไส้ไก่ ทำน้ำตกและรหัสวิดน้ำเติมอากาศแบบพื้นบ้าน ปลูกพืชพื้นถิ่นเพิ่มความหลากหลายทั้งสายพันธุ์และประโยชน์จัดการขยะมูลฝอยตามหลัก 3R คือการนำกลับมาใช้ใหม่ การใช้ซ้ำและแปรรูปเพิ่มมูลค่าและ 3) การให้รับประโยชน์ร่วมกันโดยจัดแหล่งจำหน่ายสินค้าในวัด

¹ อาจารย์สังกัดหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ E-mail : boontote123@gmail.com

² อาจารย์สังกัดหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ E-mail : suwarees@hotmail.com

³ อาจารย์สังกัดหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ E-mail : pomhom07@gmail.com

และรอบวัดเพื่อขายผลผลิตจากในวัด จากสาขาและเครือข่ายในราคาถูกและแจกฟรี ทั้งผักผลไม้และพันธุ์ไม้ สร้างงานสร้างรายได้ให้แก่คนยากไร้ คนรอบวัด ส่งผลให้เกิดระบบเศรษฐกิจแบบองค์รวม โดยที่เชื่อมโยงจากผลิตผลทางชีวภาพ (Biology) การแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นสินค้า (Circular) เกิดเศรษฐกิจสีเขียว (Green) จากวัดสู่ครัวเรือนและชุมชน สอดคล้องตามหลักBCG Model ที่มุ่งสร้างสมดุลให้เศรษฐกิจให้เติบโตไปควบคู่กับสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : พุทธวิธี การฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม อิทัปปัจจยตา

Abstract

Environmental problems are becoming more severe in all areas. Different groups of people and organizations have to find ways to help each other out to solve those problems. Monks in Buddhism are the social and soul leaders who inherit Buddhism, however; religion and nature are the same thing. Some monks are therefore determined to preserve and restore natural resources and environmental pollution to help humans successfully. This article therefore aims to propose a Buddhist method for restoring the environment in the temple in order to promote the creation of a holistic economy according to the BCGModel principle. The Buddhist methods used by monks differ according to the problems and ecology of the temple and the social landscape around the temple. Most of the monks who have been regarded as leaders of change in environmental remediation, most of them use Conditionality (Atipatayata) Principal to point out the natural rules and adhere to the Buddhist methods according to the Buddhadasa Indapanno's style in reviving the environment in 3 ways: using the transmission of dharma principles, using visualization, and sharing benefits as Buddhist methods that can be used as concrete results from environmental restoration in Suan Kaew Temple, Nonthaburi Province by Phra Pihisal Dhammaphadi (Phra Payom Kalayano) who has used the Buddhist method in 3 steps: 1) to preach and teach with the principles of the natural rules of man and the environment that must coexist, use the rules of karma, and have compassion for others, 2) to take action and work together by volunteering with the slogan "Seeing and Doing", also set up 11 branches Suan Kaew Foundation by using a network of believers to develop and restore natural resources; soil, water, forests and biodiversity in temples and surroundings across the country, as well as, rehabilitate the soil by nourishing the soil by bringing vegetable and fruit scraps to fill the soil surface in the perennial and fruit growing areas. Including the use of bio-fermented water and manure from redeemed life cattle to decompose by turning the soil surface every 6 months until the surface is raised, and then manage water to be sufficient and clean by making water reservoirs. In addition, cultivation of native plants to increase the diversity of both species and the benefits of waste management according to the 3R principle; reuse, recycle, and value-added processing were also conducted, and 3) 3) to give mutually beneficial by arranging distribution centers in the temple and

surrounding areas to sell produce from the temple to branches and networks at a cheap price and distribute free vegetables, fruits and plants in order to create jobs and generate income for the poor, resulting in a holistic economic system that is linked by biological products, the transformation of products into commodities (Circular) to Green economy from temples to households and communities in accordance with the BCG Model that aims to balance the economy to grow in harmony with the sustainable environment.

Keyword: Buddha's methods, Revival, Atipatayata.

วันที่รับบทความ : 10 มีนาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 9 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

1. บทนำ

ปัญหาสิ่งแวดล้อมมีความรุนแรงขึ้นทุกด้าน และเกิดขึ้นทุกแห่งในประเทศไทย เกิดทั้งน้ำท่วม ป่าเสื่อมโทรม ดินมีสารเคมีตกค้าง อุณหภูมิสูงขึ้น น้ำเสีย อากาศเป็นพิษและอื่นๆ สาเหตุหลักเกิดจากการบริโภคของมนุษย์มากเกินไปจนขีดจำกัด (สุวรรณีย์ ศรีบุญณะ, 2562) และการพัฒนาเศรษฐกิจที่เน้นภาคอุตสาหกรรมเป็นหลัก ก่อให้เกิดมลพิษจากการผลิตสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ปี 2560 มีขยะมูลฝอยเพิ่มขึ้น 27.06 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 0.21 ล้านตัน มีอัตราการผลิตต่อคน 1.14 กิโลกรัมต่อคนต่อวัน มีการนำกลับมาใช้ประโยชน์ 5.81 ล้านตัน (ประวรดดา โภชนจันทร์ และคณะ, 2562) ป่าไม้ลดลงจากปี 2551 มีพื้นที่ป่าคิดเป็นร้อยละ 33.44 ของพื้นที่ทั้งประเทศ หรือ 107.2 ล้านไร่ และปี 2561 คงเหลือร้อยละ 31.68 หรือจำนวน 102.4 ล้านไร่ (กรมป่าไม้, 2561) จึงจำเป็นที่คนไทยต้องเร่งคืนสภาพ และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้ทันสถานการณ์ ภาครัฐที่มีหน้าที่ดูแลทรัพยากรธรรมชาติมีหลายกระทรวง ได้แก่ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงมหาดไทย กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงพลังงาน เป็นต้น ดำเนินการอนุรักษ์และจัดการสิ่งแวดล้อมจากระดับประเทศถึงระดับชุมชน โดยมี

เทศบาลและองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่รับผิดชอบระดับท้องถิ่นมีภาคประชาชนดำเนินการในรูปแบบกลุ่ม ชมรมและสมาคมต่างๆโดยใช้วิธีการแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสภาพปัญหา บริบทชุมชนภูมินิเวศ ภูมิสังคม และความพร้อมทั้งด้านคน งบประมาณ สถานที่และวัสดุอุปกรณ์ แต่ปัญหาสิ่งแวดล้อมก็ยังคงรุนแรงเพิ่มขึ้นทั้งมลพิษทางอากาศ ภาวะแห้งแล้งขาดแคลนน้ำ ทำให้ขาดแคลนอาหารและคนยากจนเพิ่มขึ้น การฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมจึงต้องเกื้อกูลต่อการดำรงชีวิตที่ดีขึ้นของประชาชนบนฐานของการมีจริยธรรม มีจิตสำนึกสาธารณะและมีความร่วมมือเสียสละอย่างต่อเนื่อง จึงจะฟื้นฟูองค์ประกอบของสิ่งแวดล้อมในพื้นที่หนึ่งๆให้เกิดความสมดุลและสมบูรณ์อย่างเป็นองค์รวมได้ วัดเป็นศูนย์รวมหลักธรรม วัฒนธรรมและความดีงาม จึงเป็นองค์กรหนึ่งที่ช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมทั้งในพื้นที่วัดและพื้นที่ชุมชนใกล้วัดมาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันวัดในประเทศไทยมีจำนวนทั้งหมด 41,252 วัด (สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, 2562) หากวัดซึ่งมีพระสงฆ์และพุทธศาสนิกชนได้ร่วมกันทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางและต้นแบบของการอนุรักษ์ฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมจริงจังก้จะส่งผลต่อการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมของชุมชนและยกระดับคุณภาพเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนและคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้นได้

พระสงฆ์มีความสำคัญต่อการดำรงอยู่และกิจการต่างๆของวัด และเป็นผู้นำสังคมทางจิตวิญญาณ มีหน้าที่หลักคือสืบทอดพระพุทธศาสนา แต่ธรรมะกับธรรมชาติคือสิ่งเดียวกัน พระสงฆ์ส่วนหนึ่งจึงมุ่งมั่นรักษาฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและผลภาวะจากสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยเหลือมนุษย์ได้สำเร็จ บทความนี้จึงมุ่งเสนอพุทธวิธีในการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในวัดเพื่อส่งเสริมการสร้างเศรษฐกิจแบบองค์รวมตามหลัก BCG Model โดยใช้หลักธรรมที่สนับสนุนการเกื้อกูลระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติเป็นเสมือนเข็มทิศนำทางและนำแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมการสร้างเศรษฐกิจแบบองค์รวม รวมทั้งตัวอย่างของการใช้พุทธวิธีฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในวัดที่ประสบความสำเร็จมาสังเคราะห์เป็นข้อเสนอต่อไป

2. เนื้อหา

2.1 หลักธรรมและแนวคิดพื้นฐานของพุทธวิธีการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในวัดให้ส่งผลต่อเศรษฐกิจองค์รวม

พุทธวิธีฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม จากหลักคำสอนของพระพุทธเจ้าทรงให้แก่ปัญหาต่างๆด้วยการเริ่มแก้จากภายในตัวมนุษย์เป็นลำดับแรก โดยทรงสอนว่า “ให้พิจารณาตัวเอง ตักเตือนตัวเอง แก้ไขตัวเอง” เพื่อความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งที่มีมนุษย์เกี่ยวข้องที่มีองค์ประกอบ 3 อย่างคือ ตัวมนุษย์ สังคม และสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศที่ต้องประสานสัมพันธ์เกื้อกูลซึ่งกันและกันให้เกิดความสมดุล พระพุทธเจ้าได้ทรงห้ามพระภิกษุกระทำการที่ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมไว้มาก แต่ในที่นี้จะกล่าวเฉพาะที่บัญญัติไว้ในพระไตรปิฎก ในส่วนของปฐวรขณสิกขาบทไว้เพื่อมุ่งรักษาชีวิตสัตว์ สภาพดิน รวมทั้งศรัทธาของประชาชน ด้วยเชื่อว่าดินมีชีวิต และทรงบัญญัติกฎคัมภีร์สิกขาบทไว้เพื่อรักษาพันธุ์พืช 5 ชนิด ได้แก่ พืชพันธุ์ที่เกิดจากเหง้า พืชพันธุ์ที่เกิดจากลำต้น พืชพันธุ์ที่เกิดจากตาหรือข้อ พืชพันธุ์ที่เกิดจากยอด พืชพันธุ์ที่เกิดจากเมล็ด ห้ามตัดต้นไม้อายุไฟผิง ห้ามถ้ำยอจจาระ ปัสสาวะ บ้วนน้ำลาย

ลงน้ำและพืช (พระไตรปิฎกภาษาไทยฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2557 อ้างถึงใน พิษศาล พันธุ์วัฒนา, 2559) ในปัจจุบันยุคที่สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมจากหลายสาเหตุ พระสงฆ์และปุถุชนทั้งหลายจึงต้องช่วยกันฟื้นฟูธรรมชาติ โดยนำข้อห้ามของพระพุทธองค์ มาเป็นแนวทางใช้เป็นพุทธวิธีให้มนุษย์ทำการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมทั้งดิน น้ำ ป่า พืช สัตว์ที่หลากหลายไปพร้อมกับแบบองค์รวม

ปรัชญาพุทธศาสนาที่เกี่ยวกับมนุษย์และสิ่งแวดล้อมในพุทธปรัชญามองว่ามนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ ขณะที่นักวิชาการต่างประเทศที่แยกมนุษย์ออกจากสิ่งแวดล้อมโดยระบุว่าสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่อยู่รอบตัวมนุษย์ การดำรงชีวิตของมนุษย์ต้องพึ่งพาสิ่งแวดล้อมธรรมชาติหรือสินทรัพย์ทางนิเวศวิทยา (Ecology Assets) ที่มาจากทั้งสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมทางชีวภาพ เพื่อใช้เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานในการดำรงชีพ (Life-Support System) เช่น ดิน ใช้เพาะปลูก เป็นที่ทำมาหากิน ที่อยู่อาศัย น้ำ ใช้อุปโภคบริโภคและหล่อเลี้ยงการเกษตร ป่าไม้ ใช้สร้างที่อยู่อาศัยและหุงต้ม เป็นต้น พระพุทธเจ้าจึงตรัสสอนให้กตัญญูคือรู้คุณธรรมชาติ และกตเวทิตือตอบแทนคุณธรรมชาติ ผู้ใดได้ประโยชน์จากธรรมชาติแล้วยั้งคิดทำลายธรรมชาติ ผู้นั้นเป็นคนทรยศ (พิษศาล พันธุ์วัฒนา, 2559) ปรัชญาพุทธศาสนาจึงเป็นสอดคล้องกับปรัชญา Ecocentric Approach ที่เชื่อว่ามนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของสิ่งแวดล้อม ซึ่งต่างจากปรัชญา Anthropocentric Approach ที่เชื่อว่ามนุษย์เป็นศูนย์กลางของสิ่งแวดล้อม (Schultz, 2000) กลุ่มที่ยึดหลัก Ecocentric Approach จึงแสดงออกด้วยการปกป้องรักษาธรรมชาติสิ่งแวดล้อมด้วยชีวิต เพื่อให้สิ่งแวดล้อมปลอดภัยยอมสละผลประโยชน์และความสุขทางวัตถุและยอมสละแม้ชีวิตเพื่อรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จึงเรียกคนกลุ่มนี้ว่านักนิเวศวิทยาแนวลึก (Deep ecologist) ส่วนกลุ่มที่ยึดหลัก Anthropocentric Approach มีวิธีการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยใช้การอนุรักษ์ด้วยการแบ่งเขตเก็บรักษาสิ่งที่เหลือน้อยจะสูญเสียพันธุ์ ยอมให้ใช้ประโยชน์จาก

ธรรมชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ และใช้การจัดการฟื้นฟู และพัฒนาให้คงอยู่ต่อไปเพื่อให้มนุษย์ได้ใช้ประโยชน์ ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ในสังคม ซึ่งเรียกคนกลุ่มนี้ว่า นักนิเวศวิทยาแนวตื้น (Shallow ecologist) แต่เพื่อ ประนีประนอมทั้งสองหลักความเชื่อมาใช้รักษาฟื้นฟู ธรรมชาติอย่างเหมาะสมกลมกลืน ที่ประชุมองค์การ สหประชาชาติ (UN) จึงมีมติให้ใช้หลักการพัฒนาอย่าง ยั่งยืน (Sustainable Development) เพื่อการพัฒนา โลกโดยให้ดำเนินการพัฒนาทั้งมิติสังคม เศรษฐกิจและ สิ่งแวดล้อมไปพร้อมกันอย่างสมดุล ทั้งนี้เพื่อการอยู่ ร่วมกันอย่างเกื้อกูลระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมตลอดไป (สุวารีย์ ศรีบุญณะ, 2562) ดังนั้นปรัชญาพุทธศาสนา กับ ปรัชญาสิ่งแวดล้อมจึงมีเป้าหมายเดียวกันคือการเลือก สายกลางของการอยู่ร่วมกันเพื่อประโยชน์ร่วมกันทั้ง 2 ฝ่าย ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ โดยมนุษย์ต้องร่วมกัน ฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรมให้กลับฟื้นคืนองค์ประกอบ ในระบบธรรมชาติให้อยู่อย่างเกื้อกูลและสมดุลกันแบบ องค์กรรวมในแต่ละพื้นที่ ทั้ง ดิน น้ำ ป่า ความหลากหลาย ทางชีวภาพของพืชและสัตว์ และมนุษย์ จึงจะเกิดผลสู่ การพัฒนาที่ยั่งยืนได้จริง

พุทธวิธีการถ่ายทอดหรือการสอนแบบบูรณา การของพระพุทธเจ้า ได้ทรงใช้การปฏิบัติจริง ให้สามารถ นำไปใช้แก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นระบบ สมเหตุสมผล มีการใช้หลักธรรมหลายหลักธรรมมาใช้ ควบคู่กันได้อย่างกลมกลืน ทั้งศาสตร์ทางโลกียธรรมให้ สามารถเปลี่ยนจากมิจฉาทิฐิขึ้นมาเป็นสัมมาทิฐิขึ้นได้ และศาสตร์ทางโลกุตระธรรม ที่เป็นธรรมจากพระไตรปิฎก สำหรับบรรพชิตให้สามารถเปลี่ยนจากปุถุชนให้บรรลุ ธรรมเป็นอริยะบุคคลได้ การบูรณาการหลักธรรมได้ทำให้ บุคคลนำไปพัฒนาตนเอง สร้างคุณค่าต่อการพัฒนาชีวิต นำความสงบสุขมาสู่ครอบครัว ชุมชน และสร้างสังคมให้ มีภูมิคุ้มกันได้ (จินตกาญจน์ ธัมมะรักขิตา, 2561)

แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม เป็นแนวทางการพัฒนาประเทศไทยสู่ความสำเร็จของการ เป็นไทยแลนด์ 4.0 ของแท้ โดยมุ่งที่จะพัฒนาเศรษฐกิจ

3 มิติไปพร้อมกัน ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจ หมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว ที่เรียกว่า BCG Model ที่เป็นการสร้างสมดุลให้เศรษฐกิจสามารถเติบโตไปควบคู่ กับสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน โดยการนำองค์ความรู้มา บริหารจัดการ นำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาต่อยอด ความเข้มแข็ง นั่นคือการนำความหลากหลายทางชีวภาพ และวัฒนธรรมมาแปลงเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ เป็นการนำผลผลิตทางการเกษตรที่อุดมสมบูรณ์มา ปรับเปลี่ยนระบบการบริโภคและการผลิต ที่นำไปสู่ กระบวนการที่ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อรักษาสมดุล และตอบโจทย์การพัฒนาที่ยั่งยืน BCG Model มีองค์ประกอบสำคัญ โดย B: Bio economy คือ การนำ ทรัพยากรชีวภาพมา “ผลิตให้คุ้มค่ามากที่สุด” โดยใช้ เทคโนโลยีเข้ามาช่วย C: Circular economy คือระบบ เศรษฐกิจหมุนเวียนเป็น “การใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด” โดยการนำกลับมาใช้ใหม่ และ G : Green economy คือ ระบบเศรษฐกิจสีเขียว ที่เป็นการ “สร้างนวัตกรรม รวมถึงการจัดการสภาพสังคม” ให้กระทบต่อสิ่งแวดล้อม ให้น้อยที่สุด (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2562)

2.2 พุทธวิธีฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในวัดที่ส่งเสริม เศรษฐกิจแบบองค์รวมตามหลัก BCG Model

พุทธวิธีที่พระสงฆ์ไทยใช้ดำเนินการจัดการ อนุรักษ์ฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในวัดมีความหลากหลายแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัญหาวิกฤติสิ่งแวดล้อม การปฏิสัมพันธ์เกื้อกูลกัน ระหว่างคนในชุมชนกับทรัพยากรธรรมชาติและผลกระทบ ของมลภาวะสิ่งแวดล้อมกับพฤติกรรมของมนุษย์ในท้องถิ่น นั้น รวมทั้งความแตกต่างของภูมิณีเวศของวัดและวัฒนธรรม วิธีการดำรงชีวิตหรือภูมิสังคมของชุมชนที่ตั้งอยู่รอบวัด แต่โดยบทบาทในสังคมไทยพระสงฆ์ที่ได้รับยกย่องเป็นผู้นำ การเปลี่ยนแปลงทางจิตวิญญาณและรวมไปถึงการชี้แนะ แนวทางการดำเนินชีวิตของมนุษย์ให้ก่อเกิดประโยชน์ต่อ สรรพสิ่งในโลกซึ่งหมายถึงการคุ้มครองดูแลรักษาฟื้นฟู ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในฐานะที่มนุษย์ เป็นส่วนหนึ่งของสิ่งแวดล้อมด้วย (สุวารีย์ ศรีบุญณะ, 2562) ด้วยเหตุนี้พระสงฆ์จึงควรมีหน้าที่ประยุกต์ใช้หลักธรรม

คำสอนของพระพุทธเจ้า มาเป็นวิธีการดำเนินการเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหรือเรียกว่า “พุทธวิธี” อย่างไรก็ตาม ใน การ อนุรักษ์ สิ่ง แวด ล้อม (Environmental conservation) เป็นคำสำคัญที่ครอบคลุมองค์ประกอบตามความหมายแบ่งเป็น 3 ประการ ได้แก่ การเก็บรักษา (Preservation) การฟื้นฟูและพัฒนา (Restoration and development) และการรู้จักใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Wise use) (สุวรรณีย์ ศรีบุญนะ, 2549) แต่ในยุคปัจจุบันที่สังคมไทยเป็นสังคมวัตถุนิยมและบริโภคนิยม จึงไม่สามารถทำการเก็บรักษาทรัพยากร ทั้งดิน น้ำ ป่าและความหลากหลายทางชีวภาพ ในพื้นที่ชุมชนทั่วไปโดยเฉพาะชุมชนเมืองให้คงความสมบูรณ์ ตามธรรมชาติดั้งเดิมไว้ได้ ยิ่งประชากรมากขึ้นยิ่งถูกนำมาใช้ประโยชน์อย่างมากจนเกินความสามารถที่ธรรมชาติจะยอมรับได้ (Carrying capacity) (สุวรรณีย์ ศรีบุญนะ, 2562)

ดังนั้นคนและองค์กรต่างๆในชุมชนจึงควรต้องร่วมกันฟื้นฟูทรัพยากรและใช้สิ่งแวดล้อมให้เกิดประโยชน์สูงสุดมากกว่าที่จะมุ่งการเก็บรักษาโดยห้ามแตะต้องหรือห้ามใช้ประโยชน์โดยเฉพาะทรัพยากรดินและน้ำ ยกเว้น การเก็บรักษาพืชพันธุ์พื้นถิ่นดั้งเดิมที่สามารถเก็บรักษาโดยนำมาเพาะปลูกขยายพันธุ์ไว้ได้ การฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติจึงเป็นภารกิจหลักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่คนทั่วไปและองค์กรต่างๆในชุมชนสามารถช่วยกันทำได้ (พระครูสิทธิธรรมาภรณ์, 2559) บทความนี้ จึงให้ความสำคัญกับพระสงฆ์ในการใช้พุทธวิธีฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้เกิดผลสู่การใช้สิ่งแวดล้อมให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่สอดคล้องกับหลักการพัฒนายั่งยืนและการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวมที่ใช้ BCG model เป็นกลไกของประเทศสู่การพัฒนาไทยแลนด์ 4.0 (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2562)

พุทธวิธีที่ พระสงฆ์ ใช้ ดำเนิน การ ฟื้นฟู ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในวัด มีความแตกต่างหลากหลายวิธีขึ้นอยู่กับแนวคิด จริยธรรมและหลักธรรมคำสอนที่พระสงฆ์แต่ละรูปหรือแต่ละกลุ่มใช้เป็นหลักการใน

การฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม พระสงฆ์ให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมตามหลักการพัฒนายั่งยืน ที่มุ่งสร้างความยั่งยืนระหว่างเศรษฐกิจกับสิ่งแวดล้อมหรือระหว่างทุนทางทรัพยากรกับทุนทางการผลิต จึงออกแบบการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมโดยใช้โลกทัศน์ทั้งมิติด้านจริยธรรม (Ethical dimension) ที่ยึดธรรมชาติเป็นศูนย์กลาง (Bio-centric ethic) และ มิติ เศรษฐกิจ (Economic dimension) พร้อมกับคุ้มครองสิทธิของมนุษย์ในการดำรงชีวิตอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี (Environmental rights) ได้แก่ สิทธิในการอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี สะอาด ปราศจากมลพิษ มีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ ได้ใช้ประโยชน์อย่างเพียงพอแก่ความจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต ทุกคนมีสิทธิที่จะสงวน รักษาและควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อมตามสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษย์และสิทธิมนุษยชน การจัดการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม จึงต้องจัดการแบบองค์รวม (Holistic) ที่ใช้มุมมองหลากหลายมิติ ทั้งมิติทางธรรมชาติ นิเวศวิทยา เศรษฐกิจและสังคม เพื่อสร้างพฤติกรรมที่เป็นวิถีชีวิตแบบใหม่ (สุวรรณีย์ ศรีบุญนะ, 2562) หรือพระสงฆ์ที่มีหัวใจสีเขียวส่วนใหญ่นิยมใช้พุทธวิธีการสอนของพระพุทธเจ้า ที่ท่านพุทธทาสภิกขุ แห่งสวนโมกขพลาราม ได้นำมาใช้เป็นพุทธวิธีสอนพุทธศาสนิกชนที่นำมาปรับใช้เป็นพุทธวิธีในการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมมาอย่างต่อเนื่องโดยมี 3 วิธี คือ 1) การถ่ายทอดหลักธรรม 2) การทำให้อุแล้วร่วมกันทำ 3) การจัดให้ได้รับประโยชน์ร่วมกันโดยพุทธวิธีดังกล่าวนำมาจากการใช้หลักอหิงสาที่ปัจเจกเป็นแก่นธรรม และใช้หลักธรรมอื่นๆ ร่วมด้วย

หลักอหิงสาที่ปัจเจก เป็นกฎธรรมชาติที่เป็นกฎสากล ที่พระพุทธเจ้าทรงกล่าวถึงสภาวะธรรมให้ยึดหลักแห่งการพึ่งพาว่า “เมื่อสิ่งนี้มี สิ่งนี้จึงมี เมื่อสิ่งนี้เกิดขึ้น สิ่งนี้จึงเกิดขึ้น เมื่อไม่มี สิ่งนี้จึงไม่มี เพราะสิ่งนี้ดับไป สิ่งนี้จึงดับไป” เมื่อนำมาปรับใช้เป็นพุทธวิธีการจัดการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม จึงต้องใช้วิธีการสร้างจิตสำนึกทางบวก เพื่อให้สิ่งแวดล้อมอยู่รอดได้โดยไม่ถูกทำลายและได้รับการฟื้นฟูด้วยความเข้าใจตามหลักอหิงสาที่ปัจเจก เพื่อให้เกิดการร่วมมือกันฟื้นฟูระบบนิเวศในพื้นที่ แม่น้ำ

ลำคลอง อากาศที่บริสุทธิ์ ดินที่อุดมสมบูรณ์ให้เป็นที่เจริญเติบโตของพืชและสัตว์ที่หลากหลาย ให้เกิดสมดุลทางธรรมชาติที่เกื้อกูลกับเป็นองค์รวม พืชและป่าจะช่วยชะลอการไหลของน้ำและดูดซับน้ำให้ความชุ่มชื้นแก่ผิวดิน ทำให้พืชและสัตว์เจริญเติบโต อากาศสะอาดและมีความชุ่มชื้นพอเหมาะ แล้วสิ่งต่างๆที่จะตอบสนองการอยู่รอดของมนุษย์ก็ย่อมเกิดตามมา ทั้งความเพียงพอและความมั่นคงทางอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัยและยารักษาโรค และหลักอิทัปปัจจัยตา ยังเป็นธรรมสายกลางตามหลักปฏิจางสมุปาบาทที่แสดงความจริงของธรรมชาติว่าสิ่งทั้งหลายมีลักษณะไตรลักษณ์ เป็นไปตามกระบวนการแห่งเหตุปัจจัย ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับสิ่งที่มีอยู่จริงหรือไม่มีอยู่จริง หลักสายกลางจึงทำให้เข้าใจหลักอนัตตา เมื่อนำมาปรับใช้เป็นพุทธวิธีฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมจึงเป็นการสร้างเข้าใจและลงมือปฏิบัติจัดการดิน น้ำ พืช สัตว์ และมนุษย์ที่อยู่ร่วมกันในพื้นที่ ให้เกิดขึ้นครบองค์ประกอบและมีความสัมพันธ์เกื้อกูลกันของสรรพสิ่งในพื้นที่นั้น โดยยอมรับว่าทุกส่วนประกอบย่อมตั้งอยู่เชื่อมโยงสัมพันธ์กันไปและสลายไปได้โดยต้องอาศัยปัจจัยซึ่งกันและกัน คุณค่าของหลักอิทัปปัจจัยตาต่อสิ่งแวดล้อม จึงเป็นหลักธรรมที่นำมาปรับใช้เพื่อฟื้นฟูวิถีการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมที่ทำให้มนุษย์และธรรมชาติต่างก็ได้รับประโยชน์ร่วมกัน โดยใช้การสร้างความเข้าใจกัน ปรับตัวอยู่ร่วมกัน โดยไม่แบ่งแยกแต่แบ่งปัน ไม่เอาชนะ ละอิตตา แก้ปัญหาด้วยปัญญาและยึดหลักกฎแห่งกรรม เพราะหากธรรมชาติถูกทำลาย มนุษย์ก็ทำลายตนเอง เมื่อมนุษย์ฟื้นฟูธรรมชาติ มนุษย์ก็ฟื้นฟูตนเองเช่นกัน (กรมวิชาการ, 2551) จึงต้องใช้คุณธรรมเหล่านี้เป็นหลักยึดในการฟื้นฟูทรัพยากรในวัดเพื่อเป็นพื้นที่ต้นแบบของการเรียนรู้และนำไปขยายผลโดยพุทธศาสนิกชนในพื้นที่ต่างๆต่อไป รวมทั้งส่งผลดีต่อประชาชนทั่วไปและชุมชนรอบวัด นักเรียนนักศึกษา รวมทั้งนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ และส่งผลกระทบต่อการบินตัวในการใช้ชีวิตเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมและสังคมเศรษฐกิจควบคู่กันไปอย่างสมดุล

2.3 ตัวแบบพุทธวิธีในการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในวัดเพื่อส่งเสริมการสร้างเศรษฐกิจแบบองค์รวมตามหลัก BCG Model ที่ประสบความสำเร็จ

สำหรับตัวแบบพุทธวิธีที่ใช้ดำเนินการในวัดสวนแก้ว จังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นวัดร้างเก่าแก่ที่มีอายุกว่า 80 ปีก่อนที่หลวงพ่อดำเทียน จิตตสุโก ได้นำพระสงฆ์ 3-4 รูปเข้ามาบูรณะ จน พ.ศ. 2521 พระพยอม กัลยาโณซึ่งเดินทางมาจากสวนโมกขลาราม ไชยา พร้อมกับพระภิกษุอีก 2 รูปมาขอทำโครงการบวชนเณรภาคฤดูร้อน พ.ศ.2522 หลวงพ่อดำเทียนจึงมีดำริที่จะเดินทางกลับไปจังหวัดเลย และได้มอบหมายให้พระพยอม กัลยาโณและเพื่อนพระภิกษุเป็นผู้ดูแลวัด จนปัจจุบัน พระราชาธรรมนิเทศหรือพระพยอม กัลยาโณ เป็นพระผู้นำการเปลี่ยนแปลงฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในวัดได้สำเร็จมานานกว่า 40 ปี โดยได้รับความร่วมมือของพระสงฆ์ พุทธศาสนิกชนและผู้ศรัทธาในวัตรปฏิบัติจัดตั้งมูลนิธิสวนแก้ว เมื่อ พ.ศ. 2529 เป็นองค์การสาธารณประโยชน์เพื่อให้สืบสานพระพุทธศาสนาให้เกื้อกูลแก่มนุษย์และธรรมชาติสิ่งแวดล้อม จัดตั้งกองทุนธนาคารน้ำ กองทุนสัมมาชีพ กองทุนชุบชีวิตยามตกอับ โครงการจัดการสิ่งปฏิกูลตามแนวพระราชดำริมีผลงานจนได้รับการยกย่องและรางวัลมากมาย มีรางวัลเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม เช่น โล่เกียรติคุณบารมี “พระผู้มีคุณต่อแผ่นดินและสังคม” จากสมเด็จพระสังฆราช พ.ศ.2535 โล่รางวัลสนับสนุนโครงการจัดการสิ่งปฏิกูลตามแนวพระราชดำริ จากกรมอนามัย พ.ศ. 2545 โล่รางวัล PCD Awards 2002 ด้านบุคคลดีเด่นด้านการจัดการขยะมูลฝอย จากกรมควบคุมมลพิษ พ.ศ.2546 พุทธวิธีที่พระราชธรรมนิเทศ หรือ พระพยอม กัลยาโณ ท่านใช้ในการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในวัดเพื่อส่งเสริมการสร้างเศรษฐกิจแบบองค์รวมที่สอดคล้องตามหลัก BCG Model ทั้งให้เกิดประโยชน์ต่อวัด ต่อชุมชนต่อพุทธศาสนิกชนคนทั่วไป และนักท่องเที่ยวจากในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งคนยากไร้และคนด้อยโอกาส พุทธวิธีที่ใช้ดำเนินการมี 3 วิธีตามลำดับขั้นตอนต่อเนื่องกันให้ครบวงจร ดังนี้

1) การเทศน์สั่งสอนพุทธศาสนิกชนด้วยหลักธรรมให้เกิดคุณธรรมจากการเข้าใจกฎธรรมชาติในการอยู่ร่วมกัน

ของมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม ไม่แบ่งแยก ไม่เอาชนะ ละอิตตา แก่ปัญหาด้วยปัญญา ใช้กฎไตรลักษณ์ กฎแห่งกรรม ความเมตตากรุณา มีฉันทะ ความใฝ่รู้ ใฝ่ดีงาม ใฝ่กระทำ ให้มีความเพียร ความขยัน อุตทน เสียสละ สงบและมีสมาธิ จนเข้าใจว่าธรรมะกับธรรมชาติคือสิ่งเดียวกัน และเห็นคุณค่าธรรมชาติและมนุษย์ที่มีต่อกันทั้งทางตรงและทางอ้อม

2) ลงมือปฏิบัติให้ดูและร่วมกันทำด้วยจิตอาสา ตามสโลแกน “ดวงตาเห็นทำ” ตั้งมูลนิธิสวนแก้วโดยใช้เครือข่ายผู้มีศรัทธาต่อศาสนาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน วางรากฐานการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติแบบองค์รวมทั้งดิน น้ำ ป่าและความหลากหลายทางชีวภาพในวัดและพื้นที่ของสาขาทั่วประเทศอีก 11 แห่ง โดยให้พุทธศาสนิกชนฟื้นฟู ดินด้วยการนำเศษพืชผักผลไม้มาถมผิวดินในพื้นที่ปลูกไม้ยืนต้นและผลไม้ ใช้น้ำหมักชีวภาพปุ๋ยคอกจากโคและกระบือที่ไล่ชีวิตเพื่อเพิ่มคุณค่าและช่วยย่อยสลายโดยพลิกกลับผิวดินทุก 6 เดือน ยกระดับผิวดินให้สูงขึ้นทุกปี จัดการน้ำให้เพียงพอและสะอาดโดยทำแอ่งเก็บน้ำและใส่ไก่กระจายน้ำ ทำระบบน้ำตกและรหัสวิดน้ำเติมอากาศด้วยเทคโนโลยีพื้นบ้าน ปลูกพืชพื้นถิ่นเพิ่มความหลากหลายทั้งสายพันธุ์และประโยชน์ จัดการขยะมูลฝอยตามหลักการ 3R คือนำกลับมาใช้ใหม่ ด้วยการใช้ซ้ำและแปรรูปเพิ่มมูลค่า และจัดโครงการ Reuse สิ่งของจากผู้บริจาค โดยมีสโลแกนว่า “คุณไม่ใช่...เราขอ” และกิจกรรมอบรมให้ความรู้ เรื่องกำจัดขยะอย่างไรให้ปลอดภัยจากโรคจัดกิจกรรมให้ทางมูลนิธิวัดสวนแก้วนำรถมาขนส่งของบริจาคและของเก่าที่ไม่ใช้แล้วจากทั่วประเทศ สิ่งของที่ได้จากโครงการ “คุณไม่ใช่...เราขอ” เป็นเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องมือ สิ่งของที่ชำรุด เพื่อนำไปซ่อมแซม อาทิ โทรทัศน์รุ่นเก่า พัดลม หม้อหุงข้าว ฯลฯ (ไทยรัฐออนไลน์. 2563). ซึ่งการดำเนินโครงการเป็นสะพานบุญจากผู้เหลือเจือจานผู้ขาด และจากศรัทธาของประชาชนที่มีกุศลเข้าร่วมบริจาคปัจจัย และเครื่องอุปโภคบริโภค แก่มูลนิธิ ทำให้มีสิ่งของมากขึ้นซึ่งท่านก็ได้จัดแจกให้แก่ผู้ยากไร้ต่างๆ และทำให้เกิดโครงการอื่นๆ ตามมาอีกมาก เช่น โครงการซูเปอร์มาร์เก็ตผู้ยากไร้ โดยให้นำเสื้อผ้า

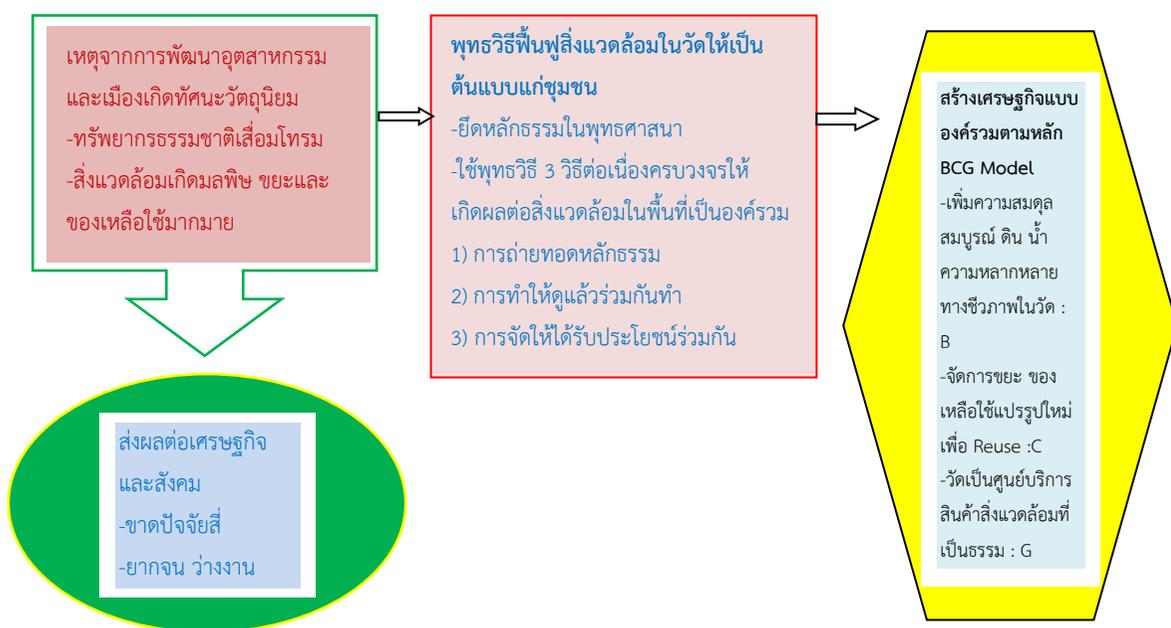
และสิ่งของเบ็ดเตล็ดที่ได้รับบริจาคมาขายให้แก่ผู้ยากไร้ในราคาถูก และโครงการเพื่อการเกษตรและสิ่งแวดล้อมที่มุ่งเน้นไปที่การผลิตปุ๋ยน้ำชีวภาพจากขยะเศษอาหารจากโรงครัวและพืชผักใบไม้จากสวนภายในวัด ซึ่งทำให้มูลนิธิสวนแก้วสามารถขยายการรับบริจาคได้มากและเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น

3) ให้รับประโยชน์ร่วมกันโดยจัดแหล่งจำหน่ายในพื้นที่วัดและรอบวัดเพื่อขายผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ในวัด จากสาขาและเครือข่ายในราคาถูก ทั้งพืชผักผลไม้ที่ปลอดภัย พันธุ์ไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูปทั้งจากวัดและจากชุมชน และส่งหน่อไม้จำหน่ายต่างประเทศ ช่วยสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่คนยากไร้ คนรอบวัดและพุทธศาสนิกชนที่เหลืออีกแจกฟรีให้หมดทุกวัน ส่งผลให้เกิดระบบเศรษฐกิจแบบองค์รวมที่เชื่อมโยงจากการผลิตพืชผักผลไม้ที่หลากหลาย การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากของเหลือใช้มาเป็นสินค้าที่ปลอดภัยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและสร้างความเป็นธรรมแก่สังคมบทฐานสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนและโครงการซูเปอร์มาร์เก็ตผู้ยากไร้ โดยให้นำเสื้อผ้าและสิ่งของเบ็ดเตล็ดที่ได้รับบริจาคมา โดยนำมาซ่อมแซมปรับปรุงเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่คนว่างงาน แล้วนำผลผลิตนั้นไปจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตแก่ผู้ยากไร้และคนทั่วไปในราคาถูกจึงเป็นพุทธวิธีฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมอย่างครบวงจร จากการสร้างผลผลิตที่เป็นพืชผลต่างๆบนฐานการฟื้นฟูธรรมชาติ เป็น Bio economy สู่การแปรรูปสิ่งของเหลือใช้ให้กลับมาใช้ใหม่ได้ทั้งเพิ่มคุณค่าและมูลค่า ลดปัญหาขยะและของเหลือทิ้ง จัดเป็น Circular economy และจัดการแลกเปลี่ยนผลผลิตและผลิตภัณฑ์ต่างๆสู่คนทุกกลุ่มในราคาถูกอย่างกว้างขวางโดยทุกคนสามารถมีส่วนร่วมและเข้าถึงได้อย่างเป็นธรรม จัดเป็น Green economy ทั้งนี้ได้ดำเนินการโดยใช้พื้นที่วัดเป็นฐานและศูนยรวมในการปฏิบัติตามพุทธวิธีทั้ง 3 ขั้นตอน โดยมีพื้นที่และสาขาทั้งประเทศเป็นเครือข่ายด้วยความศรัทธาในวัตรปฏิบัติของพระสงฆ์ผู้เป็นแกนนำที่มีอุดมการณ์ตามหลักธรรมของพระพุทธเจ้าอย่างจริงจัง ผลงานการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมจากวัดสู่ชุมชนจึงส่งผลดีต่อด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมไป

พร้อมๆกัน เริ่มจากวัดสุครีวเรือนและสังคม วัดสวนแก้วจึงเป็นวัดต้นแบบของการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมแบบครบวงจรที่สอดคล้องตามหลัก BCG Model ซึ่งเป็นเป้าหมายของการพัฒนาไทยแลนด์ 4.0 ที่มุ่งสร้างสมดุลให้เศรษฐกิจสามารถเติบโตไปควบคู่กับสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน หากนำพุทธวิธีนี้ไปขยายผลสู่การดำเนินงานในวัดต่างๆอย่างน้อยปีละ 1 เปอร์เซนต์ของจำนวนวัดที่มีอยู่ในประเทศไทย วัดก็จะเป็นที่พึ่งของสังคมไทยได้อย่างยั่งยืน หรือองค์กรและชุมชนอื่นๆก็สามารถนำตัวแบบนี้ไปประยุกต์ใช้ได้ในพื้นที่หนึ่งๆที่องค์กรหรือชุมชนนั้นๆตั้งอยู่ เพื่อให้สามารถพึ่งตนเองได้

และสังคมพึ่งพาได้บนฐานการดำรงอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่สมดุลและสมบูรณ์ต่อไป

ทั้งนี้ผู้เสนอบทความได้สรุปภาพรวมการใช้พุทธวิธีในการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในวัดส่งเสริมเศรษฐกิจแบบองค์รวมตามหลัก BCG Model เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์ความรู้และขยายผลต่อไป พุทธวิธีต้องมีองค์ประกอบดังนี้



ภาพที่ 1 สรุปองค์ประกอบพุทธวิธีฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในวัดเพื่อส่งเสริมการสร้างเศรษฐกิจแบบองค์รวมตามหลัก BCG Model

3. บทสรุป

พุทธวิธีที่พระสงฆ์ใช้ดำเนินการในการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม แตกต่างกันไปปัญหาและภูมินิเวศของวัดและภูมิสังคมรอบวัด แต่โดยรวมพระสงฆ์ที่ได้รับยกย่องเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงในการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมส่วน

ใหญ่ ใช้หลัก อิทัปปัจจยตา เป็นแก่นหลักธรรมเพื่อชี้ให้เห็นกฎธรรมชาติเป็นหลักการ และยึดพุทธวิธีตามแบบของท่านพุทธทาสภิกขุในการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม 3 วิธี คือ ใช้การถ่ายทอดหลักธรรมใช้การทำใหญ่และร่วมกันทำ และการให้ได้รับประโยชน์ร่วมกันเป็นพุทธวิธีที่ใช้ได้เป็นรูปธรรมจากการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในวัดสวนแก้ว จังหวัดนนทบุรี โดยพระราชธรรมนิเทศ หรือ พระพยอม กัลยาโณ โดยใช้พุทธวิธี 3 ขั้นตอน คือ 1) การเทศน์อบรมสั่งสอนด้วยหลักธรรมตามกฎธรรมชาติของมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมว่าต้องอยู่ร่วมกัน

ไม่แบ่งแยก ไม่เอาชนละอัตตา ใช้กฎแห่งกรรมและมีความเมตตากรุณาต่อกัน 2) การลงมือปฏิบัติให้ดูและร่วมกันทำด้วยจิตอาสาด้วยสโลแกน “ดวงตาเห็นทำ” ตั้งมูลนิธิสวนแก้วโดยใช้เครือข่ายผู้มีจิตศรัทธาพัฒนาพื้นที่พุทธพยากรณ์ธรรมชาติดิน น้ำ ป่าและความหลากหลายทางชีวภาพในวัดและพื้นที่วัดสาขาทั่วประเทศอีก 11 แห่ง พื้นที่ผืนดินโดยบำรุงดินด้วยน้ำเศษพืชผักผลไม้มาถมผิวดินในพื้นที่ปลูกไม้ยืนต้นและผลไม้ ใช้น้ำหมักชีวภาพและ ปุ๋ยคอกจากโค-กระบือที่ไล่ชีวิตให้ย่อยสลายโดยพลิกกลับ ผิวดินทุก 6 เดือนจนได้ผิวดินสูงขึ้น จัดการน้ำให้เพียงพอและสะอาดโดยทำแอ่งเก็บน้ำและคลองไส้ไก่ทำน้ำตกและรหัสวิดน้ำเติมอากาศแบบพื้นบ้าน ปลูกพืชพื้นถิ่นเพิ่มความหลากหลายทั้งสายพันธุ์และประโยชน์จัดการขยะมูลฝอยตามหลัก 3R คือการนำกลับมาใช้ใหม่ การใช้ซ้ำและแปรรูปเพิ่มมูลค่า และ 3) การให้ประโยชน์ร่วมกันโดยจัดแหล่งจำหน่ายสินค้าในวัดและรอบวัดเพื่อขายผลผลิตจากในวัด จากสาขาและเครือข่ายในราคาถูกและแจกฟรี ทั้งผักผลไม้และพันธุ์ไม้ สร้างงานสร้างรายได้ให้แก่คนยากไร้ คนรอบวัด ส่งผลให้เกิดระบบเศรษฐกิจแบบองค์รวม โดยที่เชื่อมโยง จากผลิตผลทางชีวภาพ (B : Biology) การแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นสินค้า (C : Circular) เกิดเศรษฐกิจสีเขียว (G : Green) จากวัดสู่ครัวเรือนและชุมชนสอดคล้องตามหลัก BCG Model ที่มุ่งสร้างสมดุลให้เศรษฐกิจให้เติบโตไปควบคู่กับสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน ข้อเสนอแนะเพื่อฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมด้วยพุทธวิธีต่อไป 1. ควรขยายผลพุทธวิธีนี้สู่วัดอื่นๆและพระสงฆ์รุ่นใหม่ฯ 2. ควรค้นหาพุทธวิธีการอนุรักษ์และจัดการสิ่งแวดล้อมในรูปแบบอื่นๆ จากภูมิภาคต่างๆ 3. ควรวิจัยและสร้างสื่อตัวอย่างที่เกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมในวัดต่างๆ เพื่อเผยแพร่สู่ชุมชนทุกพื้นที่ต่อไป

4. เอกสารอ้างอิง

- กรมวิชาการ. (2551). **หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.
- กรมป่าไม้. (2561). สำนักจัดการป่าชุมชน. ค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <http://new.forest.go.th./community-forest-bill/>
- คุณไม่ใช่...เราขอ” ทน.ระยองก่าจัดขยะ. (2563). **ไทยรัฐออนไลน์**. ค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.thairath.co.th/news/local/east/1631421>.
- ฉันทกัญจน์ อัมมะรักขิตา. (2561). การบูรณาการหลักธรรมในพระไตรปิฎกตามหลักพุทธวิธีการสอนของพระพุทธเจ้า. **วารสารมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอภัยภูเบศร์**, 8(1), 179-187
- ประวรดา โภชนจันทร์, สุวารี ศรีบุญและปณณรภัส ถกภักดี. (2562). รูปแบบการจัดการขยะมูลฝอยประเภทบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนตัวในครัวเรือนของชุมชนนิเวศขานเมือง จังหวัดนนทบุรี. **วารสาร วิทยาศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต**, 41 (1), 114-129
- พระครูสิทธิธรรมารมณ์. (2559). บทบาทพระสงฆ์กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสังคมอาเซียน. **วารสารพุทธอาเซียนศึกษา**, 1(1), 1-12
- พิชศาล พันธุ์วัฒนา. (2559). พุทธวิธีการแก้ปัญหาความเสื่อมโทรมด้านสิ่งแวดล้อม. **วารสารวิชาการแพรวากาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์**, 3(1), 100-116
- สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ. (2562). ข้อมูลพื้นฐานทางพระพุทธศาสนา ปี 2561-2563. ค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2563, <https://www.onab.go.th//ebook/category/detail/id/1/iid/2>

- สุวารีย์ ศรีปุณณะ. (2549). การอนุรักษ์และการพัฒนา
สิ่งแวดล้อมในชุมชน. (เอกสารประกอบการ
สอน). เลย: คณะมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- _____. (2562). สิ่งแวดล้อมศึกษากับการจัดการ
สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน . ปทุมธานี :
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรม
ราชูปถัมภ์.
- สุวิทย์ เมสสินทรีย์. (2562). BCG Model. สำนักงาน
พัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ
สวทช. ค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2563, จาก
www.nstda.or.th
- Schultz, P.W. (2000). New environmental
theories: empathizing with nature: the
effects of perspective taking on concern
for environmental issues. **Journal of
Social Issues**, 56(3), 391-406. from
<https://doi.org/10.1111/0022-4537.00174>

แนวคิดตัวชี้วัดแบบสมดุลกับปัจจัยความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการในประเทศไทย

The Concept of Balanced Scorecard Indicators with the Competitive Factors of Entrepreneurs in Thailand

เบญจมาส เปาะทอง (Benjamas Pohthong)¹

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มุ่งเสนอแนวคิดตัวชี้วัดแบบสมดุลกับปัจจัยความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการในประเทศไทย โดยเป็นบทความนี้เป็นงานวิจัยเอกสาร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งเอกสารทุติยภูมิ ได้แก่ งานวิจัย บทความ และดัชนีพิมพ์ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาสังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดตัวชี้วัดแบบสมดุล ซึ่งประกอบด้วย มุมมองด้านลูกค้า ด้านการเงิน ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเติบโต บทความนี้นำเสนอ 1) แนวคิดตัวชี้วัดแบบสมดุลกับความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ ได้ข้อค้นพบว่า ปัจจัยทั้งสี่ประการ ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเติบโต เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการในประเทศไทย และ 2) การนำแนวคิดตัวชี้วัดแบบสมดุลไปประยุกต์ใช้ในอนาคต พบว่า สามารถนำไปเชื่อมโยงและปรับใช้ได้อย่างแพร่หลาย สำหรับผู้ประกอบการในประเทศไทย ควรปรับใช้ให้มีความเหมาะสมกับความสามารถของตนและสถานการณ์ของประเทศ บทความวิชาการนี้จึงเป็นองค์ความรู้ใหม่ในวงวิชาการที่น่าสนใจศึกษา รวมทั้งให้แนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการนำแนวคิดตัวชี้วัดแบบสมดุลไปพัฒนาธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

คำสำคัญ : แนวคิดตัวชี้วัดแบบสมดุล ความสามารถทางการแข่งขัน ผู้ประกอบการ

Abstract

This academic paper focused on the concept of Balanced Scorecard (BSC) indicators with the competitive factors of entrepreneurs in Thailand. This article is a documentary research. Data were collected from secondary sources: research papers, academic papers, dissertation, and related documents. These data were then used to synthesize knowledge about the BSC concept of indicators which consisted of customer view, finance, internal processes, and in the field of learning and growth. This article presented 1) the metric concept of BSC entrepreneurs' competitiveness. It was discovered that the four factors, namely financial perspective, internal processes, learning, and growth, affecting the competitiveness of entrepreneurs in Thailand, 2) the implementation of the BSC

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

indicators in the future was found to be relevant and widely applicable. For entrepreneurs in Thailand, they should be adapted to suit their abilities and the country's situation. This academic article is therefore a new contribution of knowledge for Thai academics in studying BSC and enterprises in Thailand, as well as to provide guidelines for entrepreneurs to apply the concept of balanced indicators to business development to gain competitive advantages.

Keywords: Balance Scorecard, Competitiveness, Entrepreneurs

วันที่รับบทความ : 10 มีนาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 9 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

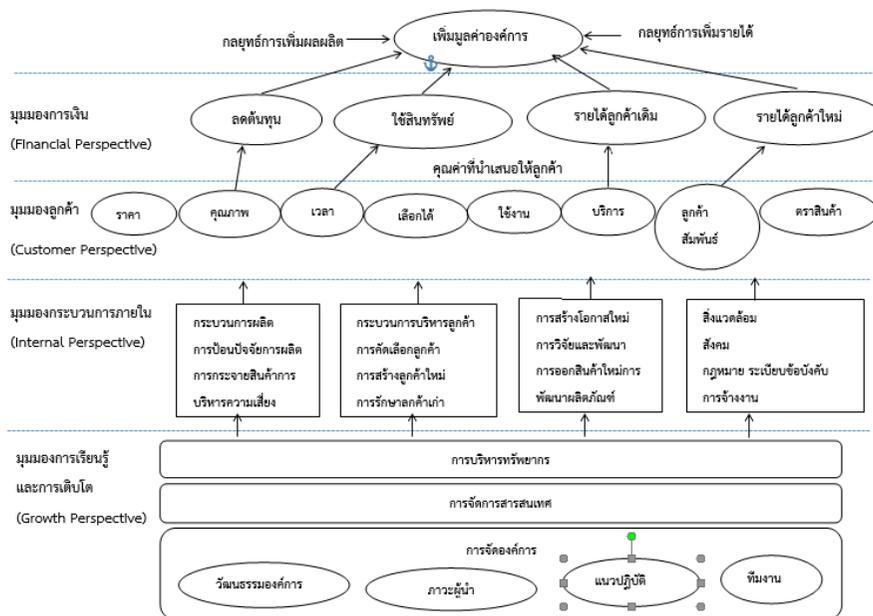
1. บทนำ

การสร้างผู้ประกอบการรายใหม่หรือพัฒนารายเดิมในประเทศไทยส่วนใหญ่มักจะเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นเป็นกลไกขับเคลื่อนความเติบโตของเศรษฐกิจ สร้างการกระจายรายได้และเกิดความมั่นคงในระยะยาว United Nation Industrial Development Organization (2000) สอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560) ที่กล่าวถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 ที่มุ่งสร้างยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ แต่จะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด จะมีอะไรเป็นตัวชี้วัดเครื่องมือชนิดหนึ่งซึ่งเป็นแนวคิดของการวัดความสามารถทางการแข่งขัน เครื่องมือนั้นเป็นทั้งกระจกสะท้อนตลอดจนใช้ในการวัดผลและประเมินผลการประกอบการของผู้ประกอบการ เครื่องมือนั้นมีชื่อว่า แนวคิดตัวชี้วัดแบบสมดุล (Conceptual Foundation of the Balanced Scorecard) เรียกว่า BSC เป็นการวัดผลการดำเนินงานระดับบริษัทเป็นแนวคิดของ Kaplan and Norton จาก Harvard Business School ที่คิดและพัฒนาในช่วงปี 1996 และนิยมใช้รวมทั้งในประเทศไทยด้วย แต่เหตุใดยังมีได้มีการสรุปเป็นทฤษฎี หรือว่าแนวคิดนี้ยังไม่

มีที่สิ้นสุดในเชิงประจักษ์อย่างแท้จริง อีกทั้งยังมีนักวิชาการและนักวิจัยยังคงมุ่งหมายที่จะค้นหาว่ามีตัวชี้วัดใดบ้างที่ผู้ประกอบการจะนำไปใช้ในการประเมินผลการประกอบธุรกิจเพื่อพิชิตความสำเร็จและสร้างความสามารถในการทำกำไรอย่างแท้จริงให้แก่ธุรกิจ ผู้เขียนจึงได้ทบทวนวรรณกรรมจาก Kaplan and Norton (1996; 2000; 2006) Wheelen and Hunger (2012) David (2011) สูดใจ ดิลกพรพรรณ (2558) บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ (2556) สรุปว่า แนวคิด BSC เป็นควบคุมกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติใช้วัดในหลายมุมมองที่สำคัญต่อความสำเร็จของการวัดประเมินผลธุรกิจ จุดเริ่มต้น คือ Kaplan and Norton (1996) เสนอแนวคิด ดังนี้ (1) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) มุ่งความพึงพอใจแก่ลูกค้า ยอดขาย เป็นต้น ผู้สนับสนุนแนวคิดได้แก่ Porter (1990) Xing (2010) Yu, Perera and Crowe (2008) Wegmann (2007) Wang, Lu and Chen (2010) Speckbacher, Bischof and Pfeiffer (2003) (2) มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) มุ่งตอบคำถามผู้ถือหุ้น ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งวัดได้จาก กำไร ต้นทุน และอัตราทุนหมุนเวียน เป็นต้น ผู้สนับสนุนแนวคิด

Porter (1990) Xing (2010) Albergley (2018) Yu, Perera and Crowe (2008) Yongvanich and Guthrie (2009) Wang, Lu and Chen (2010) Speckbacher, Bischof and Pfeiffer (2003) (3) มุมมองด้านการดำเนินงานภายในธุรกิจ (Internal Business Perspective) ตัวชี้วัด ได้แก่ ระยะเวลาผลิต คุณภาพ เป็นต้น ผู้สนับสนุนแนวคิด ได้แก่ Porter (1990) Xing (2010) Le (2018) Angela (2012) Yu, Perera and Crowe (2008) Wegmann (2007) Wang, Lu and Chen (2010) Speckbacher, Bischof and Pfeiffer (2003) (4) มุมมองด้านการเรียนรู้และ

การเติบโต (Learning and Growth Perspective) ได้แก่ ฝึกอบรมและทรัพยากรปัญหา เป็นต้น โดยมี ผู้สนับสนุนแนวคิด ได้แก่ Porter (1990) Xing (2010) Angela (2012) Yu, Perera and Crowe (2008) Wegmann (2007) Wang, Lu and Chen (2010) Thompson and Mathys (2008) Speckbacher, Bischof and Pfeiffer (2003) ดัง ภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การวัดผลแบบสมดุลทั้งสี่มิติ

ที่มา : The Balanced Scorecard. Boston : Harvard Business School Press (p.22), by Kaplan and Norton, 1996

ผู้ประกอบการในประเทศไทยจำเป็นต้องมีความเข้าใจในแนวคิดแนวคิดตัวชี้วัดวัดแบบสมดุลว่าจะนำไปใช้วัดความสามารถทางการแข่งขันอย่างไร เพราะตัวชี้วัดนี้จะเป็นภาพสะท้อนผลการดำเนินงานทั้งในมุมมองที่เป็นตัวเงินอันเกี่ยวข้องกับต้นทุน เช่น แนวคิดของ Yeoman and Beattie (2011) และมองในรูปที่ไม่ใช่ตัวเงิน เช่น การศึกษาของมนัสนันท์ พงศ์ประเสริฐชัย (2550) ที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้า หรือ

อาจจะให้ความสำคัญทั้งสองตัวชี้วัด เช่น การศึกษาของ Kallan, Bozkurt and Arman (2014) คือ ในรูปตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน แต่ในส่วนของ Kaplan and Norton (1996) จะมองตัวชี้วัดเป็นสี่ด้าน ได้แก่ การเงิน ลูกค้า กระบวนการภายในตลอดจนการเรียนรู้และการเติบโต ซึ่งผู้เขียนคิดเห็นว่าเป็นการมุ่งเน้นตัวชี้วัดในทุกปัจจัยต่างมุ่งหมายที่จะนำไปสู่แนวทางประยุกต์ใช้ได้จริงในการประกอบธุรกิจและควรปรับใช้ให้เข้ากับสถานการณ์

ทางการแข่งขันของธุรกิจในช่วงระยะเวลาโดยคาดหวังว่าองค์ความรู้ที่ได้จะเป็นประเด็นที่เป็นประโยชน์เพื่อพัฒนาให้ธุรกิจพร้อมรับทันต่อทุกสถานการณ์ของการเปลี่ยนแปลงแข่งขันในปัจจุบันนี้ สำหรับแนวคิดความสามารถทางการแข่งขันนั้น Davol, Mayor Luisa and Hera (2011) กล่าวว่า มีระดับองค์การ ระดับอุตสาหกรรมและระดับประเทศ สำหรับงานวิจัยในต่างประเทศ เช่น ประเทศจีน งานวิจัยของ Li and Xie (2013) ศึกษาการแข่งขันของธุรกิจพบว่าตัวชี้วัดทางการเงิน เช่น อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ ตัวชี้วัดกระบวนการภายใน เช่น การลดต้นทุนการผลิต ผลกำไร ตลอดจนการเติบโตของยอดขายในปีที่ผ่านมาสะท้อนผลของธุรกิจและส่งผลต่อการพัฒนาประเทศ ในการจัดอันดับการแข่งขันในระดับประเทศ มีสองหน่วยงาน ได้แก่ World Economic Economic Forum หรือ WEF และอีกหน่วยงานหนึ่งได้แก่ International Institute for Management Development หรือ IMD และ เมื่อย้อนกลับมามองในประเทศไทยสมาคมจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (2562) สรุปการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศปี พ.ศ. 2562 จาก 63 ประเทศทั่วโลกพบว่า สามอันดับ ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ ฮังการี สหรัฐอเมริกา สำหรับประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 25 จึงเป็นสิ่งที่น่าสังเกตว่าผู้ประกอบการไทยยังมีศักยภาพและความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในอันดับที่ยอมรับได้และควรสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ผู้เขียนจึงทบทวนวรรณกรรมจาก Porter (1990) ซึ่งเป็นแบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบแห่งชาติซึ่งปัจจัยที่ได้รับการยอมรับไปทั่วโลกเรื่อง Diamond Model of Nation Advantage ของ Porters (1990) ว่าเป็นส่วนสำคัญที่นำมาใช้ในการบริหารประเทศและบริหารธุรกิจให้ผู้ประกอบการมีชัยชนะเหนือคู่แข่งโดยนักวิชาการที่มาสสนับสนุนแนวคิดนี้ได้แก่ Kiran, Baloch and Khan (2019) Wijnands et. al (2015) Anggoro (2015) Gawad, Alkhateeb and Intezar (2014) Jasson (2010) Wang (2010) Balcarova (2013) ได้แก่ 1) ปัจจัย

ในการดำเนินงาน (Factor Endowment) 2) เงื่อนไขความต้องการของตลาด (Demand Condition) 3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Related and Supporting Industries) 4) กลยุทธ์องค์การ (Firm Strategy) โครงสร้าง (Structure) และการแข่งขัน (Rivalry) 5) โอกาส (Chance) และ 6) บทบาทภาครัฐ (Role of Government)

2. เนื้อหา

2.1 แนวคิดตัวชี้วัดแบบสมดุลกับความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ

นักวิชาการมีแนวคิดสอดคล้องกันในปัจจุบันที่ได้รับการยอมรับไปทั่วโลกเรื่อง Diamond Model of Nation Advantage ของ Porters (1990) ว่าเป็นส่วนสำคัญที่นำมาใช้ในการบริหารประเทศและบริหารธุรกิจให้ผู้ประกอบการมีชัยชนะเหนือคู่แข่งโดยนักวิชาการที่มาสสนับสนุนตัวแปรนี้ได้แก่ Kiran, Baloch and Khan (2019); Wijnands et. al (2015); Anggoro (2015); Gawad, Alkhateeb and Intezar (2014); Jasson (2010); Wang (2010) และ Balcarova (2013) ดังนั้นจากการศึกษาตัวชี้วัดแบบสมดุลนำมาสังเคราะห์วรรณกรรมร่วมกับความสามารถทางการแข่งขัน จึงได้แนวคิดการวัดแบบสมดุล (The Balanced Score Card : BSC) ที่สอดคล้องกับความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) ซึ่งมีนักวิชาการ ได้แก่ Porter (1990); Stoneman (1995); Prahalad and Hamel (1990); Cho and Moon (2005); Freeman (2008); Robert (2004); Robert and Lei (2003); Case, Jacobs and Aquilano (2001); Russell and Taylor (2020) และตรีทศ เหล่าศิริหงษ์ทอง (2553) มีแนวคิดในทิศทางเดียวกันสรุปแนวคิดการวัดแบบสมดุล (The Balanced Score Card : BSC) สอดคล้องการแข่งขัน (Competitiveness) โดยแสดงไว้ในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 การวัดแบบสมดุกับการแข่งขัน

BSC	ความสามารถในการแข่งขัน	ผู้สนับสนุนแนวคิด
มุมมองด้านลูกค้า	(1) ความสามารถเข้าถึงตลาด (2) ประโยชน์เห็นชัดเจนเมื่อลูกค้าได้รับสินค้า (3) สินค้าเน้นต้องยกต่อการลอกเลียนแบบ (4) การสร้างความแตกต่าง (5) สนองตามลูกค้าต้องการ (6) ส่วนแบ่งทางการตลาด (7) ความเชื่อมั่นจากลูกค้า (8) ส่งทันทีลูกค้าต้องการ (9) มีบริการหลังการขาย (10) มีบริการด้านเทคนิค (11) แก้ปัญหาจนลูกค้าพอใจ (12) ลดราคาสินค้า	Kaplan and Norton (1996) Xing (2010) Yu, Perera and Crowe (2008) Wegmann (2007) Wang, Lu and Chen (2010) Speckbacher, Bischof and Pfeiffer (2003) Prahald and Hamel (1990) Robert and Lei (2003) Freeman (2008) Case, Jacobs and Aquilano (2001) ตรีทศ เหล่าศิริหงส์ทอง (2553)
มุมมองด้านการเงิน	(1) มีกำไรต่อหุ้นดี (2) มีอัตราการเติบโตของยอดขาย (3) มีความสามารถทำกำไร (4) มีกำไรต่อหุ้น (6) มุ่งเน้นประโยชน์และค่าใช้จ่าย (7) มุ่งเน้นต้นทุน	Kaplan and Norton (1996) Xing (2010) Albergley (2018) Yu, Perera and Crowe (2008) Yongvanich and Guthrie (2009) Wang, Lu and Chen (2010) Speckbacher, Bischof and Pfeiffer (2003) Russell and Taylor (2020) Freeman (2008) Robert and Lei (2003) Case, Jacobs and Aquilano (2001)
มุมมองด้านกระบวนการภายใน	(1) ผลิตตามนโยบายบริษัท (2) ผลิตสอดรับกับหน้าที่ (3) การปรับตัวของธุรกิจ (4) ปรับเทคโนโลยีผลิต (5) การเป็นผู้นำต้นทุน (6) คุณภาพสินค้า (7) การส่งมอบรวดเร็ว (8) การส่งมอบน่าเชื่อถือ (9) ยืดหยุ่นในเรื่องปริมาณ (10) นำสินค้าใหม่สู่ตลาดเร็ว	Kaplan and Norton (1996) Xing (2010) Le (2018) Angela (2012) Wegmann (2007) Yu, Perera and Crowe (2008) Wang, Lu and Chen (2010) Speckbacher, Bischof and Pfeiffer (2003) ตรีทศ เหล่าศิริหงส์ทอง (2553) Stoneman (1995) Robert and Lei (2003)

ตารางที่ 3 การวัดแบบสมดุกับการแข่งขัน (ต่อ)

BSC	ความสามารถในการแข่งขัน	ผู้สนับสนุนแนวคิด
มุมมองด้านปริมาณการภายใน	(14) ลดค่าใช้จ่ายในการผลิต (15) เป็นผู้นำตลาด (16) ลดเวลาวิจัยและพัฒนา (17) ค้นหาช่องทางการตลาด (18) ลดความสูญเสียเปล่า (19) ยืดหยุ่น/เปลี่ยนแปลงได้	Case, Jacobs and Aquilano (2001) Russell and Taylor (2020) ตรีทศ เหล่าศิริหงส์ทอง (2553)
มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต	(1) นวัตกรรมใหม่ (2) ออกแบบสินค้า (3) ฝึกอบรม (4) สร้างผลตอบแทนพนักงาน (5) พัฒนาทักษะพนักงาน (6) พัฒนาเทคโนโลยี (7) ขยายตลาดไปต่างประเทศ (8) ลดเวลาช่วงวิจัยพัฒนาให้สั้นลงและนำสินค้าสู่ตลาดได้เร็ว (9) สร้างความร่วมมือเป็นทีม (10) พัฒนาวัฒนธรรมองค์กร	Kaplan and Norton (1996) Xing (2010) Angela (2012) Yu, Perera and Crowe (2008) Wegmann (2007) Wang, Lu and Chen (2010) Thompson and Mathys (2008) Speckbacher, Bischof and Pfeiffer (2003) Porter (1990) Stoneman (1995) ตรีทศ เหล่าศิริหงส์ทอง (2553) Cho and Moon (2005)

จากตารางที่สองขอยกตัวอย่างการศึกษาซึ่งได้สรุปประเด็นเป็นสี่มุมมอง ดังนี้

1) มุมมองด้านลูกค้า มีตัวอย่างการศึกษา เช่น Xing (2010) ศึกษาการบริหารลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งของ BSC ใช้วัดความสำเร็จของธุรกิจใหม่ ผู้ประกอบการใช้ตัดสินใจของได้จริงและเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ การศึกษาของ Prahald and Hamel (1990) กล่าวถึงความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้น (1) การเข้าถึงตลาด (2) ประโยชน์ที่เห็นชัดเจนเมื่อลูกค้ารับสินค้า (3) สินค้ายกต่อการลอกเลียนแบบ การศึกษาของ Freeman (2008) กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการแข่งขันขององค์กรซึ่งมีทรัพยากร กำลังซื้อในตลาด ความสามารถในการตอบสนองลูกค้า ความสามารถในการสร้างตลาดใหม่ นโยบายสิ่งแวดล้อมและการสนับสนุนการบริการ Rane and Jens (2008) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันพบ 3 ปัจจัย (1) การส่งออก (2) การขาย (3) ส่วนแบ่งทางการตลาด

2) มุมมองด้านการเงิน มีตัวอย่างการศึกษาที่มาสสนับสนุนตัวอย่าง เช่น การศึกษาของ Albergley (2018) ใช้การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 63 ท่านพบว่า BSC ใช้ในรูปแบบแตกต่างกันในแต่ละองค์กรและวัดประสิทธิภาพมีหลายมิติทั้งที่วัดด้วยตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน ขึ้นกับสิ่งแวดล้อมและกลยุทธ์ทางธุรกิจในแต่ละธุรกิจ การศึกษาของ Yongvanich and Guthrie (2009) ศึกษาบริษัทที่จดทะเบียนในประเทศไทยที่นำ BSC ไปใช้พบว่า มีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน โดยเกี่ยวข้องอย่างมีนัยสำคัญกับผลการดำเนินงานการเงินของบริษัท การศึกษาของ Wegmann (2007) วิจัยเชิงปริมาณบริษัท ประกันภัยในประเทศฝรั่งเศส พบว่า ผู้ประกอบการใช้ BSC วางแผนและควบคุมธุรกิจโดยไม่ใช้ตัวชี้วัดทางการเงินมา แต่ใช้จัดการที่อยู่ภายใต้การกำกับของผู้บริหารบริษัท การศึกษาของ Speckbacher, Bischof and Pfeiffer (2003) วิจัยการใช้ BSC ในเยอรมันนี ออสเตรียและสวิตเซอร์แลนด์ พบว่านำไปใช้ปฏิบัติได้ทุกมิติทั้งที่เป็นตัวชี้วัดทางการเงินและไม่ใช้ทางการเงิน และเชื่อมโยงกับระบบการให้รางวัลได้โดยยอมรับร้อยละ 87 การศึกษาของ Robert and Lei (2003) ให้นิยามความสามารถในการแข่งขันว่า มี 3 วิธีการแข่งขันของหน่วยธุรกิจ (1) ผู้นำด้านต้นทุนต่ำ (2) การสร้างความแตกต่าง (3) การมุ่งเน้นประโยชน์และค่าใช้จ่าย การศึกษาของ Case, Jacobs and Aquilano (2001) กล่าวถึงการแข่งขันระดับบริษัท วัดจากต้นทุน ความเชื่อมั่น คุณภาพ ความเร็วในการส่งมอบ ความน่าเชื่อถือในการส่งมอบ ความยืดหยุ่น การนำสินค้าใหม่สู่ตลาด จัดส่งตามความต้องการของลูกค้า บริการหลังการขายและการแก้ปัญหา

3) มุมมองด้านกระบวนการภายใน มีตัวอย่างการศึกษาที่มาสสนับสนุนตัวอย่าง เช่น การศึกษาของ Yu, Perera and Crowe (2008) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุในการนำ BSC ไปใช้ในประเทศออสเตรเลียพบว่า การสำรวจขององค์กรการผลิตขนาดกลางและขนาดใหญ่มีกับระดับบริหารและระดับปฏิบัติยอมรับว่านำ BSC ไป

ใช้ได้ในระดับสูง การศึกษาของ Le (2018) ศึกษาการวิจัยและพัฒนาเพื่อวัดประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัทพบผลตอบแทนที่วัดได้ทั้งในรูปตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงินสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Bigliardi และ Dormio (2010) ที่วิจัยและพัฒนาเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผลที่ได้จาก BSC จาก 35 ตัวตัวชี้วัดมี 22 ตัวที่ความสัมพันธ์กัน การศึกษาของ Angela (2012) วิจัย BSC ด้วยวิธีเชิงคุณภาพจากร่วมสัมภาษณ์เป็นผู้จัดการร้อยละ 47 และไม่ใช้ผู้จัดการร้อยละ 53 ในธุรกิจการผลิตในประเทศฝรั่งเศสพบความแตกต่างในวัฒนธรรมรูปแบบการจัดการ กฎหมายจ้างงาน และไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงแม้จะมีประสบการณ์ทำงานกว่า 20 ปี การศึกษาของ Wang, Lu and Chen (2010) ศึกษาบริษัทจาก 16 แห่ง พบว่า 8 แห่งใช้ BSC ทั้งสี่ด้าน ได้แก่ การเงิน ลูกค้า กระบวนการภายในและการเรียนรู้และการเติบโต เพื่อวัดผลการปฏิบัติงานและควบคุมประสิทธิภาพการผลิตด้วยใช้เทคโนโลยีขั้นสูง การศึกษาของ Case, Jacobs and Aquilano (2001) กล่าวว่าความสามารถในการแข่งขันคือการปรับปรุงกลยุทธ์ การจัดทำแผน การออกแบบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ตลอดจนกระบวนการผลิตการบริการที่มีคุณภาพดี การศึกษาของ Porter (1990) กล่าวว่าการแข่งขันคือการนำปัจจัยการผลิต การบริหารความเสี่ยงและการเพิ่มมาตรฐานคนในชาติ ความสามารถในการผลิตเกิดจากคุณภาพและลักษณะของสินค้าที่อยู่คู่กับประสิทธิภาพการผลิต การทำธุรกิจให้สำเร็จและได้เปรียบคู่แข่งให้เน้นนวัตกรรมใหม่ เทคโนโลยี การออกแบบ การตลาด การฝึกอบรมตลอดจนการสร้างผู้เชี่ยวชาญ การศึกษาของ Robert and Lei (2003) ศึกษาการแข่งขัน 3 ประการ ได้แก่ (1) การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (2) การสร้างความแตกต่าง (3) การมุ่งเน้นประโยชน์และค่าใช้จ่าย Russell and Taylor (2020) ศึกษาความสามารถระดับบริษัท คือ การควบคุม ส่วนแบ่งการตลาด กำไรต่อหุ้น อัตราการเติบโตของยอดขาย การทำกำไร การบริหารความเสี่ยง การมีโครงสร้างบริษัทที่ ตรีทศ เหล่าศิริ

หงส์ทอง (2553) กล่าวว่าความเหนือกว่าคู่แข่ง คือ (1) สินค้าตรงตามต้องการ (2) ลูกค้ำพึงพอใจ (3) ความเชื่อมั่นในการเสนอสินค้า (4) รักษาความเหนือกว่าคู่แข่ง (5) คุณภาพสินค้าหรือบริการ (6) ลดค่าใช้จ่ายผลิต (7) เป็นผู้นำตลาด (7) ลดระยะเวลาวิจัยและพัฒนา (8) คั้นช่องทางการตลาด (9) ลดความสูญเปล่า (10) ความยืดหยุ่น (11) ปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต (12) การปรับปรุงบริการลูกค้ำให้สูงขึ้น (13) การสร้างความร่วมมือ (14) พัฒนาทักษะพนักงาน (15) พัฒนาวัฒนธรรม (16) ทำงานเป็นทีม (17) ความก้าวหน้าในงานบริหาร (18) การวางแผนเป็นระบบ (19) เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด Neslihan and Huseyin (2012) ศึกษาการแข่งขันในระดับนานาชาติพบว่า (1) ความต้องการพื้นฐาน (2) การเพิ่มประสิทธิภาพ (3) นวัตกรรมและความซับซ้อนทางธุรกิจ Kwasi and Moses (2007) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการผลิตกับกลยุทธ์ทางการแข่งขันว่ามีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงาน พบว่า (1) ผู้ประกอบการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (2) การสร้างความแตกต่าง Chan, Thomas and Theresa (2002) ศึกษาความสามารถหลักของผู้ประกอบการ SMEs พบว่า (1) ความสามารถของผู้ประกอบการ (2) ประสิทธิภาพในการทำงาน (3) ความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ (4) สร้างศักยภาพการแข่งขัน

4) มุมมองด้านด้านการเรียนรู้และการเติบโต มีตัวอย่างการศึกษาที่มาสสนับสนุนตัวอย่างเช่น การศึกษาของ Thompson and Mathys (2008) ศึกษาการใช้ BSC ศึกษาประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานพบว่าบรรลุเป้าหมายสำคัญทั่วทั้งองค์การ เพิ่มขึ้นร้อยละ 40 ด้วยวิธีการพัฒนาระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพสูงและการนำไปประยุกต์ใช้ การศึกษาของ Stoneman (1995) กล่าวถึงความสามารถในการแข่งขันของบริษัทว่าการผลิตต้องสอดคล้องกับ การตลาด การเงิน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ปรับทรัพยากรเข้ากับสภาพแวดล้อม โครงสร้างภายใน ระบบผลตอบแทน พัฒนาทักษะพนักงานอย่างต่อเนื่อง การศึกษาของ Cho and Moon

(2005) กล่าวถึงการแข่งขันในระดับชาติไว้ (1) ประเทศต้องพัฒนาเศรษฐกิจคู่เมือง (3) รัฐบาลต้องเข้าใจการทำธุรกิจ (4) แต่ละประเทศมุ่งพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อขยายไปยังต่างประเทศ การศึกษาของRobert (2004) กล่าวถึงความสามารถในการแข่งขันของบริษัทเป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขันกันในตลาดซึ่งเป็นที่มาของรายได้โดยมีตัวชี้วัดความสามารถ ได้แก่ ส่วนแบ่งทางการตลาด การเติบโตความสามารถในการทำกำไรและการพัฒนา Mladen, Milica and Dijana (2012) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันกันทางธุรกิจที่ยั่งยืนค้นพบ (1) เทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ (2) สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ Perter Elmare and Elroy (2014) ศึกษาปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกจากแบบสอบถามจำนวน 383 ชุดด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงพบว่ากิจกรรมเพื่อสังคมมีผลต่อการแข่งขันในธุรกิจ Cao, Berkeley and Finlay (2014) วิจัยบริษัทเสื้อผ้าของประเทศจีนพบว่าทรัพยากรที่ขาดต่อการเลียนแบบยากต่อทดแทน จะได้เปรียบการแข่งขันที่ยั่งยืน ด้วยตัวชี้วัดทางการเงินด้วยวิธีการสร้างแบบจำลองโดยใช้สมการโครงสร้างทดสอบความสัมพันธ์ Arif, Tri and Narya (2013) วิเคราะห์การแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศอินโดนีเซียจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 100 ราย พบว่า (1) ลดค่าใช้จ่ายในการประกอบธุรกิจ (2) เข้าถึงทรัพยากรด้านเงินทุนหมุนเวียน (3) การเข้าตลาดโดยสร้างบรรยากาศของธุรกิจที่เป็นนวัตกรรมใหม่

ตารางที่ 3 การสังเคราะห์วรรณกรรม BSC

นักวิชาการ	The Balanced Scorecard			
	ลูกค้ำ	การเงิน	กระบวนการภายใน	เรียนรู้เติบโต
Kaplan and Norton (1996)	✓	✓	✓	✓
Stoneman (1995)	-	-	✓	✓
Porter (1990)	✓	✓	✓	✓
Prahalad and Hamel (1990)	✓	-	-	-
Case, Jacobs and Aquilano (2001)	✓	✓	✓	-

Speckbacher, Bischof and Pfeiffer (2003)	✓	✓	✓	✓
Robert and Lei (2003)	✓	✓	✓	-
Russell and Taylor (2020)	-	✓	✓	-
Cho and Moon (2005)	-	-	-	✓
Wegmann (2007)	✓	✓	✓	✓
Freeman (2008)	✓	-	-	-
Yu, Perera and Crowe (2008)	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 3 การสังเคราะห์วรรณกรรม BSC (ต่อ)

นักวิชาการ	The Balanced Scorecard			
	ลูกค้า	การเงิน	กระบวนการภายใน	เรียนรู้เติบโต
Yongvanich and Guthrie (2009)	-	✓	-	-
Thompson and Mathys (2008)	-	-	-	✓
Xing (2010)	✓	✓	✓	✓
Wang, Lu and Chen (2010)	✓	✓	✓	✓
Angela (2012)	-	-	✓	✓
Albergley (2018)	-	✓	-	-
Le (2018)	-	✓	-	-
Arif, Tri and Narya (2013)	✓	✓	✓	✓
Neslihan and Huseyin (2012)	-	-	✓	✓
ตรีศ เหล่าศิริหงส์ทอง (2553)	✓	-	✓	✓

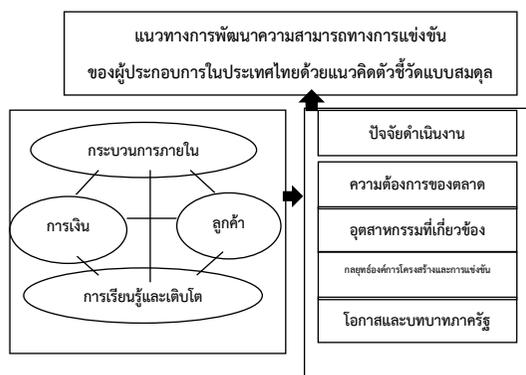
สำหรับแนวคิดของความสามารถทางการแข่งขันนั้น Porter (1990) เสนอแบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบแห่งชาติ 4 ข้อ (1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor Endowment) คือปัจจัยการผลิตที่จำเป็น (2) เงื่อนไขความต้องการของตลาด (Demand Condition) (3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Related and Supporting Industries) ได้แก่ ความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผลิตและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (4) กลยุทธ์องค์การ (Firm Strategy) โครงสร้าง (Structure) และการแข่งขัน (Rivalry) (5) โอกาส (Chance) กับบทบาทภาครัฐ (Role of Government) มีวิจัยที่มาสสนับสนุน เช่น Anggoro (2015) ศึกษาการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมยานยนต์และโลจิสติกส์ ค้นพบ (1) ปัจจัยในการดำเนินงาน ได้แก่ ทรัพยากรมนุษย์ ศักยภาพของทรัพยากรในพื้นที่ ความรู้ (2) เงื่อนไขความต้องการ ได้แก่ เศรษฐกิจ ผู้ซื้อ อัตราการ

ว่างงาน (3) กลยุทธ์ของบริษัทโครงสร้างและการแข่งขัน ได้แก่ สภาพการแข่งขันในประเทศ (4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ได้แก่ ความสามารถจ้างงาน Jasson (2010) การศึกษาการแข่งขันในประเทศอาร์เจนตินา พบว่า (1) ปัจจัยดำเนินงาน ได้แก่ ทรัพยากรการแปรรูป การพัฒนาเทคโนโลยีสินค้าเพื่อส่งออก และโครงสร้างพื้นฐานเสริมการแข่งขัน (2) นโยบายภาครัฐมีส่วนสนับสนุนทางอ้อมด้วย (3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนการแข่งขันในระดับสากลไม่ประสบผลสำเร็จมากนัก Wang (2010) ศึกษาการแข่งขันของบริษัทในประเทศกำลังพัฒนาพบว่า (1) ทรัพยากรมนุษย์ช่วยสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีวิจัยและพัฒนา (2) การสร้างเครือข่าย (3) ผลของนวัตกรรมจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (4) สร้างเครือข่ายผู้ป้อนปัจจัยการผลิต (5) การยื่นขอสิทธิบัตร (6) ความต้องการในประเทศ Kiran, Baloch and Khan (2019) พบปัจจัยความได้เปรียบการแข่งขัน ได้แก่ (1) ปัจจัยดำเนินงาน ได้แก่ ทรัพยากรมนุษย์ ศักยภาพของทรัพยากรในพื้นที่ ความรู้ (2) เงื่อนไขความต้องการ ได้แก่ เศรษฐกิจ ผู้ซื้อ อัตราการว่างงาน (3) กลยุทธ์โครงสร้างการแข่งขัน (4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (5) บทบาทของภาครัฐ Wijnands et. al (2015) ศึกษาการแข่งขันของภาคเกษตร พบว่า (1) ปัจจัยในการดำเนินงาน ได้แก่ กำลังแรงงาน ผลิตภัณฑ์ พื้นที่เกษตร งบวิจัยพัฒนา เงินทุนโครงสร้างพื้นฐาน การใช้อินเทอร์เน็ต (2) เงื่อนไขความต้องการของตลาด ได้แก่ ค่าตอบแทน ต้องการของลูกค้า (3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น ประสิทธิภาพการผลิตผู้ประกอบการมีเป้าหมายชัดเจน (4) ศักยภาพการแข่งขันภายในประเทศ Gawad, Alkhteb and Intezar (2014) ศึกษาปัจจัยความได้เปรียบการแข่งขันของตลาดออกอินทผาลัมในประเทศซาอุดีอาระเบียพบว่า (1) ปัจจัยดำเนินงาน ได้แก่ พื้นที่เกษตร (2) ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน ผู้ประกอบการมุ่งสู่ชัยชนะเหนือคู่แข่ง (3) ปัจจัยกลยุทธ์ของสำคัญรองลงมา Balcarova (2013) ค้นหาความสามารถในการแข่งขันของสาธารณรัฐ

เช็ก สโลวาเกียและฮังการีซึ่งสถาบัน WEF ได้ยอมรับและยืนยันทรัพยากรด้านความรู้ที่สนับสนุนปัจจัยในการดำเนินงานเป็นสำคัญ

2.2 การนำแนวคิดตัวชี้วัดแบบสมดุลไปใช้ใน

อนาคต



ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดผู้เขียน

การสังเคราะห์วรรณกรรมและนำแนวคิดตัวชี้วัดแบบสมดุล Kaplan and Norton (1996) และแบบจำลองเพชรความได้เปรียบของชาติของ Porter (1990) ดังภาพที่ 3 ขอเสนอแนวทางพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการของประเทศไทยในอนาคต

1) ผู้ประกอบการในประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับการลดต้นทุน Yeoman and Beattie (2011) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการทำให้ตัวชี้วัดทางการเงินโดยเฉพาะอัตราส่วนในการทำกำไรจะมีสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด การลดต้นทุนการขนส่ง การส่งมอบ เป็นต้น สอดคล้องกับมุมมองด้านการเงินของ Kaplan and Norton (1996) ; Albergley (2018); Yu, Perera and Crowe (2008); Yongvanich and Guthrie (2009) และ Wang, Lu and Chen (2010)

2) ผู้ประกอบการในประเทศไทยควรใช้การจัดการนวัตกรรมใหม่ซึ่งรวมถึงการค้าในระบบออนไลน์เพื่อการเรียนรู้และการเติบโตของธุรกิจ ในมุมมองของ Kaplan and Norton (1996) ซึ่งเป็นสิ่งท้าทายธุรกิจซึ่งสอดคล้อง

กับแนวคิดที่จะคิดว่าลดเวลาช่วงวิจัยพัฒนาให้สั้นลงและนำสินค้าสู่ตลาดเร็วด้วยการพัฒนาทักษะพนักงานด้วยทีมงานที่เข้มแข็งรองรับการส่งออก สอดคล้องกับ Porter (1990); Stoneman (1995); Cho and Moon (2005) และตรีทศ เหล่าศิริหงส์ทอง (2553)

3) ผู้ประกอบการควรเน้นกระบวนการบริหารธุรกิจภายในที่ปรับโครงสร้างการบริหาร พัฒนาวัฒนธรรมองค์กรให้มีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงเป็นผู้นำต้นทุน สร้างความน่าเชื่อถือ ในขณะเดียวกันก็สามารถบริหารความเสี่ยงในการปรับตัวของธุรกิจเพื่อให้ทุกหน้าที่ยังสอดประสานและขับเคลื่อนธุรกิจต่อไปได้ ภายใต้มุมมองด้านกระบวนการภายในของ Kaplan and Norton (1996) และปัจจัยดำเนินงานของ Porter (1990) ซึ่งสนับสนุนความคิดโดย Robert and Lei (2003) Case, Jacobs and Aquilano (2001) Russell and Taylor (2020) ซึ่งกระบวนการภายในดังกล่าวจะเชื่อมโยงไปยังความพึงพอใจของลูกค้าที่จะได้รับทั้งสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสนองความต้องการทุกสถานการณ์ทุกยุคสมัยแห่งความนิยมท้ายที่สุดลูกค้าจะยอมรับเชื่อมั่น และเกิดความภักดีในสินค้าของผู้ประกอบการไทยที่มีทั้งเอกลักษณ์และยากต่อการลอกเลียนแบบซึ่งเป็นมุมมองด้านลูกค้าที่สอดคล้องกับเงื่อนไขความต้องการของตลาดของ Portor (1990) และสนับสนุนความคิดโดย Prahalad and Hamel (1990); Robert and Lei (2003); Freeman (2008); Case, Jacobs and Aquilano (2001) และ Wang, Lu and Chen (2010)

4) นักวิชาการและภาครัฐและเอกชนให้การสนับสนุนผู้ประกอบการในประเทศไทย และผู้ประกอบการควรใช้โอกาสและศักยภาพผสานความร่วมมือที่มองการณ์ที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุนก็จะทำให้ตัวชี้วัดทางการเงินไม่ว่าจะการช่วยเหลือในการกู้ยืมเพื่อมาดำเนินธุรกิจ สถานการณ์วิกฤตหรือต้องการขยายตลาดเชื่อมโยงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับ Kaplan and Norton (1996) Porter (1990) และ สำนักงาน

คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560) เพื่อรองรับการขยายตลาดไปยังต่างประเทศซึ่งได้ทั้งผลตอบแทนที่อยู่ในรูปตัวเงินและความมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าซึ่งไม่อยู่ในรูปตัวเงินซึ่งผลดีทั้งสองด้านสอดคล้องกับแนวคิดของ Kallan, Bozkurt and Arman (2014)

3. บทสรุป

แนวคิดตัวชี้วัดแบบสมดุลของ Kaplan and Norton (1996) และแบบจำลองความได้เปรียบของชาติของ Porter (1990) การศึกษาครั้งนี้ได้ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) แนวคิดตัวชี้วัดแบบสมดุลกับความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ ได้ข้อค้นพบว่า ปัจจัยทั้งสี่ประการ ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเติบโต เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการในประเทศนอกจากนี้ยังมีปัจจัยสนับสนุนได้แก่ ปัจจัยดำเนินงาน เจือจางความต้องการของตลาด อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง กลยุทธ์องค์กรโครงสร้างและการแข่งขันตลอดจนโอกาสและบทบาทภาครัฐ และการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2) การนำแนวคิดตัวชี้วัดแบบสมดุลไปประยุกต์ใช้ในอนาคต พบว่า สามารถนำไปเชื่อมโยงและปรับใช้ได้อย่างแพร่หลาย สำหรับผู้ประกอบการในประเทศไทยควรปรับใช้ให้มีความเหมาะสมกับความสามารถของตนและสถานการณ์ของประเทศขึ้นอยู่กับว่าผู้ประกอบการจะกำหนดน้ำหนักสัดส่วนและตัดสินใจเลือกใช้ตัวชี้วัดใดมาประยุกต์ให้เข้ากับธุรกิจของตนตามแต่สถานการณ์ในช่วงระยะเวลานั้น ซึ่งควรใช้ตัวชี้วัด ทุกตัวชี้วัดในสัดส่วนที่เหมาะสมกับการประกอบการและต้องเชื่อมโยงแต่ละตัวชี้วัดตามความเหมาะสมให้สอดคล้องกับศักยภาพและความสามารถขององค์กรธุรกิจเพื่อให้ผู้ประกอบการได้มีชัยชนะเหนือคู่แข่งอย่างแท้จริง

4. เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564**. กรุงเทพฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี.
- ตรีทศ เหล่าศิริหงษ์ทอง. (2553). **กลยุทธ์การผลิตการปฏิบัติการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ. (2556). **การจัดการยุทธศาสตร์สำหรับ CEO**. กรุงเทพฯ : พีเพรส.
- มนัสนันท์ พงศ์ประเสริฐชัย. (2550). **การศึกษาความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ตามแนวคิดฐานทรัพยากร : กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทอาหารเพื่อการส่งออก**. ปรังญาดุขภูมิบัณฑิตบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุตใจ ดิลกพรตชนนธ์. (2558). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- สมาคมจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย. (2562). **ผลการจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ประจำปี 2562**. ค้นเมื่อ 29 พฤษภาคม 2562, จาก <http://thailandcompetitiveness.org>
- Albergley, M. H. (2018). **Balanced scorecard implementation and financial effect from the perspective of the contingency theory : Multiple-case study in libya**. ProQuest Dissertations & Theses Global. from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/balanced-scorecard-implementation-financial/docview/2341755669/se-2?accountid=31098>

- Anggoro, Y. (2015). Automotive and logistics clusters to drive economic competitiveness in java, indonesia. Unc Charlotte Electronic Theses And Dissertations. from <https://repository.uncc.edu/islandora/object/etd%3A691>
- Balcarova, P. (2013). **The comparison of nine-factor model and dimond Model : Application for the Czech Republic, Slovakia and Hungry.** Mendel University in Brno, Faculty of Business and Economic, Zeme-delska.
- Bigliardi, B., and Dormio, A. I. (2010). A Balanced Scorecard Approach for R & D. **European Journal of Innovation Management**, 11(2), 241-281.
- Cao, D., Berkeley, N., and Finlay, D. (2014). Measuring Sustained Competitive Advantage From Resource based View : Survey of Chinese Clothing Industry. **Journal of Sustainable Development**, 7(2), 89.
- Chan, K. F., Thomas, W. Y. and Theresa, L. (2002). **The Competitiveness of Small and Medium Enterprises : A Conceptualization with Focus on Entrepreneurial Competencies.**
- Chase, R. B., Aquilano, N. J. and Jacobs, F. R. (2001). **Operations Management for Competitive Advantage.** New York: McGraw-Hill.
- Cho, dong sung and Moon, Hwy-Chang. (2005). Nation competitiveness implications for different groups and strategies. **International Journal of Global Business and Competitiveness**, 1(1), 1-11.
- Davol, N. B., Mayor, M.G., Luisa, M. and Hera, B. D. (2011). Emperical analysis of technological innovation capacity and competitiveness in EU-15 countries. **African Journal of Business Management**. 5(14), 5753-5765.
- Freeman, N.J. (2008, June). **On corporate sector development in Viet Nam: addressing the elusive middle.** Asia Policy Briefs, Maxwell School at Syracuse University, Executive Education Programs,.
- Gawad, G.M.M., Alkhteeb,T.T. and Intezar, M.T. (2014). Determinants of competitive advantage of dates exporting: An applied study on Saudi Arabia. **International Journal of Economics and Finance**, 6(4), 79-87.
- Jasson, E. M. V. (2010). A study of argentine competitiveness: An extension of porter's diamond model. **ProQuest Dissertations & Theses Global; ProQuest One Business.** from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/study-argentine-competitiveness-extension-porters/docview/748284669/se-2?accountid=310>
- Kalkan, A., Bozkurt, Ö. Ç. And Arman, M. (2014). The Impacts of Intellectual Capital, Innovation and Organizational Strategy on Firm Performance. **Procedia Social and**

- Behavioral Sciences**, (150), 700-707.
- Kaplan, R.S. and Norton, D. P. (1996). **The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action**. Boston: Havard Business School.
- _____. (2000). **The Strategy Focused Organization**. Boston: Havard Business School.
- _____. (2006, March). **How to Implement a New Strategy without Disruping Your Organization**. Boston : Havard Business School.
- Kemp, R. and Horbaeh, J. (2008). Measurement of Competitiveness of eco innovation. from https://www.researchgate.net/publication/254655518_Measurement_of_competitiveness_of_eco-innovation.
- Kiran, S., Baloch, Q. B., and Khan, I. (2019). An application of porter's Diamond model : A case of pakistani selected industries. **City University Research Journal**, 9(2), 387-403.
- Kwasi, A.G. and Moses A. (2007). Manufacturing strategy, competitive strategy and firm performance: An empirical study in a developing economy environment. **International Journal of production Economics**, 111, 575-592.
- Li, Y. and Xie, W. (2013). Study on the Comparison of competitiveness of Heilongjiang SMEs based on factor analysis method. **Contemporary Logistics**, (10), 42.
- Man, Thomas W. Y. & Lau, Theresa and Chan, K. F. (2002, March.). The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. **Journal of Business Venturing, Elsevier**, 17(2), 123-142.
- Mladen, R., Milica, T. and Dijana, T. (2012). Business intelligence as a force of better business competitiveness in Bosnia and Herzegovina. **International Journal of Innovations in Business**, 1 (5), 362.
- Neslihan, A. and Huseyin, T.(2012). Defining and Measuring competitiveness: A Comparative analysis of turkey With 11 potential rivals. **International Journal of Basic & Applied Sciences**, 12(2), 31-43.
- Peterson-McCaskill, A. (2012). Exploring the feasibility of implementing the balanced scorecard in french manufacturing companies. **ProQuest Dissertations & Theses Global**. from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/exploring-feasibility-implementing-balanced/docview/1013718202/se-2?accountid=31098>
- Porter, M.E. (1990, March–April). The Competitive Advantage of the Nation. **Harvard Business Review**, 72-91
- Prahalad, C.K. and Hamel, G. (1999, May-June). The core competence of the Corporation. **Harvard Business Review**, 1-15.

- Roberts, J. (2004). **The Modern firm: Organizational design for performance and growth**. New York: Oxford University.
- Robert, A. P. and Lei, D. (2003). **Strategic Management**. Australia: South-Western.
- Russell S. Roberta and Bernard W. T. (2020). **Operation Management : Creating Along Value the Supply Chain** (7th ed.). Massachusetts: John Wiley and Sons.
- Speckbacher, G., Bischof, J., and Pfeiffer, T. (2003). A descriptive analysis on the implementation of balanced scorecards in German-speaking countries. **Management Accounting Research**, 14(4), 361-387.
- Stoneman, P. (1995). **Hanbook of the Economic of Innovation and Technological Change**. Cambridge: Blackwell.
- Thompson, A. A. et al. (2012). **Crafting and Executing Strategy: Text and Readings**. New York: McGrawHill/Irwin.
- Turyakira, P., Venter, E. and Smith, E. (2014). The impact of corporate social Responsibility factors on the Competitiveness of small and medium sized enterprises. **South African Journal of Economic and Management Sciences**, 17(1), 157-172.
- United Nation Industrial Development Organization. (2000). **Coporate Social Responsibility: Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries**. Vienna: Author.
- Wijnands, J.H.M., Berkum, S.V. and Verhoog, A.D. (2015). Competitiveness of CIS and EU-agri food chains Qualifying Porter's diamond. from doi:10.13140/RG.2.1.3657.7360
- Ying, J. M. (2010). Based on the balance scorecard of a corporation's strategy appraisal research. **ProQuest Dissertations & Theses Global**. from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/based-on-balance-scorecard-corporations-strategy/docview/1868789135/se-2?accountid=31098>
- Yeoman, I and McMahon-Beattie, U. (2011). **Revenue Management: A practical pricing perspective**. New York: CPI Antony Row.
- Yongvanich, K. and Guthrie, J. (2009). Balanced Scorecard practices amongst Thai companies: performance effects. **Pacific Accounting Review**, 21(2), 132-149.
- Yu, L., Perera, S., and Crowe, S. (2008). Effectiveness of the balanced scorecard: The impact of strategy and causal link. **Journal of Applied Management Accounting Research**, 6(2), 37-55.
- Tai-Yue, W., & Shih-Chien Chien. (2007). The influences of technology development on economic performance--the example of ASEAN countries. **Technovation**, 27(8), 471-488. from <https://www.proquest.com/scholarly->

journals/influences-technology-
development-on-economic/docview/
195872603/se-2?accountid=31098

Wang, V. W. L. (2010). Promoting balanced competitiveness strategies of firms in developing countries. **ProQuest Dissertations & Theses Global**. from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/promoting-balanced-competitiveness-strategies/docview/816337694/se-2?accountid=31098>

Wegmann, G. (2008). The balanced scorecard as a knowledge management tool: A french experience in a semi-public insurance company. from <https://www.proquest.com/working-papers/balanced-scorecard-as-knowledge-management-tool/docview/1698443474/se-2?accountid=31098>

Wheelen, T. L. and Hunger, J.D. (2012). **Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability** (13 th ed.). Boston: Pearson.

ภาคผนวก

บทความที่จะลงตีพิมพ์ในวารสาร

1. บทความที่เสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ใดมาก่อนและต้องไม่อยู่ระหว่างการเสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารฉบับอื่น
2. บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการจัดการปริทัศน์ จะต้องผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อย 2 ท่าน ก่อนการตีพิมพ์ โดยผลการพิจารณาจากกองบรรณาธิการถือเป็นการสิ้นสุด
3. ผู้เขียนต้องยินยอมปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กองบรรณาธิการวารสารวิชาการจัดการปริทัศน์กำหนด และผู้เขียนต้องยินยอมให้กองบรรณาธิการแก้ไขความสมบูรณ์ของบทความได้ในขั้นสุดท้ายก่อนการตีพิมพ์เผยแพร่

การจัดเตรียมต้นฉบับ

1. บทความวิชาการ/บทความวิจัย มีความยาว 8-15 หน้ากระดาษ B5 (รวมตาราง รูปภาพ และเอกสารอ้างอิง) พิมพ์ด้วย Microsoft Word for Windows การตั้งหน้ากระดาษ เว้นระยะห่างจากขอบกระดาษด้านละ 0.59 ซม.
2. ใช้ตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK
 - 1.1 ชื่อบทความวิชาการ/บทความวิจัยภาษาไทย ใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวหนา ภาษาอังกฤษ ตัวอักษร 14 หนา
 - 1.2 ชื่อผู้เขียนและหัวข้อหลัก ใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวหนา
 - 1.3 สาขาวิชา คณะ มหาวิทยาลัย ใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวปกติ
 - 1.4 หัวข้อย่อย บทคัดย่อใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวหนา
 - 1.5 เนื้อเรื่อง ใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวปกติ

การเรียงลำดับเนื้อหา

1. ชื่อเรื่อง ควรกะทัดรัด มีทั้งชื่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ต้นฉบับภาษาไทยให้พิมพ์ชื่อเรื่องภาษาไทยก่อนแล้วตามด้วยภาษาอังกฤษ
2. ชื่อผู้เขียนและที่อยู่ ให้ระบุชื่อเต็ม-นามสกุลเต็ม ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ระบุตำแหน่งทางวิชาการ หน่วยงานหรือสถาบันที่สังกัด
3. บทคัดย่อ (Abstract) ให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ความยาวไม่เกิน 200 คำ
4. คำสำคัญ (Keyword) กำหนดคำสำคัญทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อย่างละไม่เกิน 5 คำ
5. เนื้อหา
 - 5.1 บทความวิชาการ ประกอบด้วย บทนำ เนื้อหา และบทสรุป
 - 5.2 บทความวิจัย ประกอบด้วย บทนำ ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย วัตถุประสงค์ ขอบเขตของการวิจัย สมมติฐานการวิจัย(ถ้ามี) กรอบแนวคิดในการวิจัย (ถ้ามี) แนวคิดทฤษฎี วิธีดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) 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 อาภาวิชชุต์. (2547). อาการกบตัม (สูก). ใน มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และชัยชนะ ปันเงิน (บก.).

นพีสี่เสียงใหม่. (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 ปุณญวิจิตร. (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 สำรวจเส้นทางสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ
หาสู่ทางการค้าท่องเที่ยว, **มติชน**, หน้า 34.

▶ การสัมภาษณ์

การพิมพ์อ้างอิง

(ผู้ให้สัมภาษณ์, //ปี, //วัน/เดือน.)

(บุรพาทิศ พลอยสุวรรณ, 2552, 8 มิถุนายน.)

การพิมพ์บรรณานุกรม

ผู้ให้สัมภาษณ์.// (ปี, //วัน/เดือน).// ตำแหน่งผู้ให้สัมภาษณ์.//หน่วยงานของผู้ให้สัมภาษณ์.//สัมภาษณ์.

บุรพาทิศ พลอยสุวรรณ. (2552, 8 มิถุนายน). 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.)

(รัตนไชย วาสุกี, 2550, เว็บไซต์.)

การพิมพ์บรรณานุกรม

¹ชื่อผู้แต่ง.// (ปีที่ผลิตหรือปีที่สืบค้น).//ชื่อเรื่อง.//ค้นเมื่อ/วัน/เดือน/ปี, //จาก/URL

²รัตนไชย วาสุกี. (2550). **ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นย่านหัวแหลม**. ค้นเมื่อ 1 มกราคม 2557,
จาก www.ayutthayastudies.aru.ac.th/history.html

▶ ภาพนิ่ง ภาพถ่ายทางอากาศ แผนที่ 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

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
เลขที่ 96 ถนนประดิษฐมนยงค์ ตำบลประตูชัย อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000
สำนักงานคณบดี คณะวิทยาการจัดการ โทร/โทรสาร 0-3532-2085

Faculty of Management Sciences
Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

