



วารสาร

วิทยาการจัดการปริทัศน์

JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE REVIEW



ปีที่ 25 ฉบับที่ 2

เดือนพฤษภาคม-สิงหาคม

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา



วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์

สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์

Journal of Management Science Review

Humanities and Social Sciences

ปีที่ 25 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2566

ISSN:1513-1149

เจ้าของ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

วัตถุประสงค์

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

นโยบายการจัดพิมพ์

วารสารเปิดรับบทความวิจัยเต็มรูปแบบ (Full Paper) และบทความวิชาการ (Academic Article) จากภายใน และภายนอกมหาวิทยาลัย โดยบทความดังกล่าวจะต้องไม่เคยเผยแพร่ในวารสารอื่นใดมาก่อน และเป็นข้อคิดเห็นของผู้ส่งบทความเท่านั้น โดยบทความจะต้องผ่านการตรวจสอบการลอกเลียนวรรณกรรมทางวิชาการไม่เกิน 10%

เกณฑ์การพิจารณาบทความ

บทความจะผ่านการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาไม่น้อยกว่า 3 ท่าน ซึ่งกองบรรณาธิการอาจให้ผู้เขียนปรับปรุงให้เหมาะสมยิ่งขึ้น และทรงไว้ซึ่งสิทธิในการตัดสินใจตีพิมพ์ให้หรือไม่ก็ได้

ระยะเวลาเผยแพร่

วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เป็นวารสารที่เผยแพร่เป็นประจำ ปีละ 3 ฉบับ คือ เดือนมกราคม – เมษายน เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม และเดือนกันยายน – ธันวาคม

ประเภทของบทความ

บทความวิชาการ (Academic Article) บทความวิจัย (Research Article) โดยวารสารจะรับบทความทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ บทความที่น่าสนใจในวารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ ประกอบด้วย ศาสตร์ทางด้านบริหารธุรกิจ การจัดการ เศรษฐศาสตร์ บัญชีการเงิน การท่องเที่ยว ทรัพยากรมนุษย์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ และศาสตร์อื่น ๆ ที่สัมพันธ์กับบริหารธุรกิจ

การนำส่งบทความ

บทความที่จะตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ จะต้องส่งบทความผ่านระบบออนไลน์ได้ที่เว็บไซต์ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/msaru> เพื่อลงตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ กรณีที่บทความได้รับการพิจารณาให้ตีพิมพ์บรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้นำเสนอตรวจสอบสถานะของบทความในการพิจารณาให้เผยแพร่โดยมีรายละเอียดขั้นตอนการนำส่งดังนี้

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

กำหนดการส่งบทความออนไลน์	
1 พ.ค. - 30 มิ.ย. 2566	เปิดระบบรับบทความออนไลน์
1 มิ.ย. - 30 มิ.ย. 2566	บรรณาธิการพิจารณารับบทความเบื้องต้น (Received Date)
1 ก.ค. - 31 ก.ค. 2566	จัดส่งผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ
1 ก.ค. - 31 ก.ค. 2566	แก้ไขบทความตามผู้ทรงคุณวุฒิ (Revised Date)
15 ก.ค. - 31 ก.ค. 2566	ตอบรับบทความตีพิมพ์เผยแพร่ (Accepted Date)
1 ส.ค. - 15 ส.ค. 2566	ตรวจคุณภาพบทความคัดย่อและรูปแบบการอ้างอิง
15 ส.ค. - 31 ส.ค. 2566	ตรวจคุณภาพความสมบูรณ์ของเล่มวารสารก่อนตีพิมพ์
26 ส.ค. - 31 ส.ค. 2566	ตีพิมพ์เผยแพร่เล่มวารสาร

รูปแบบการพิมพ์บทความ

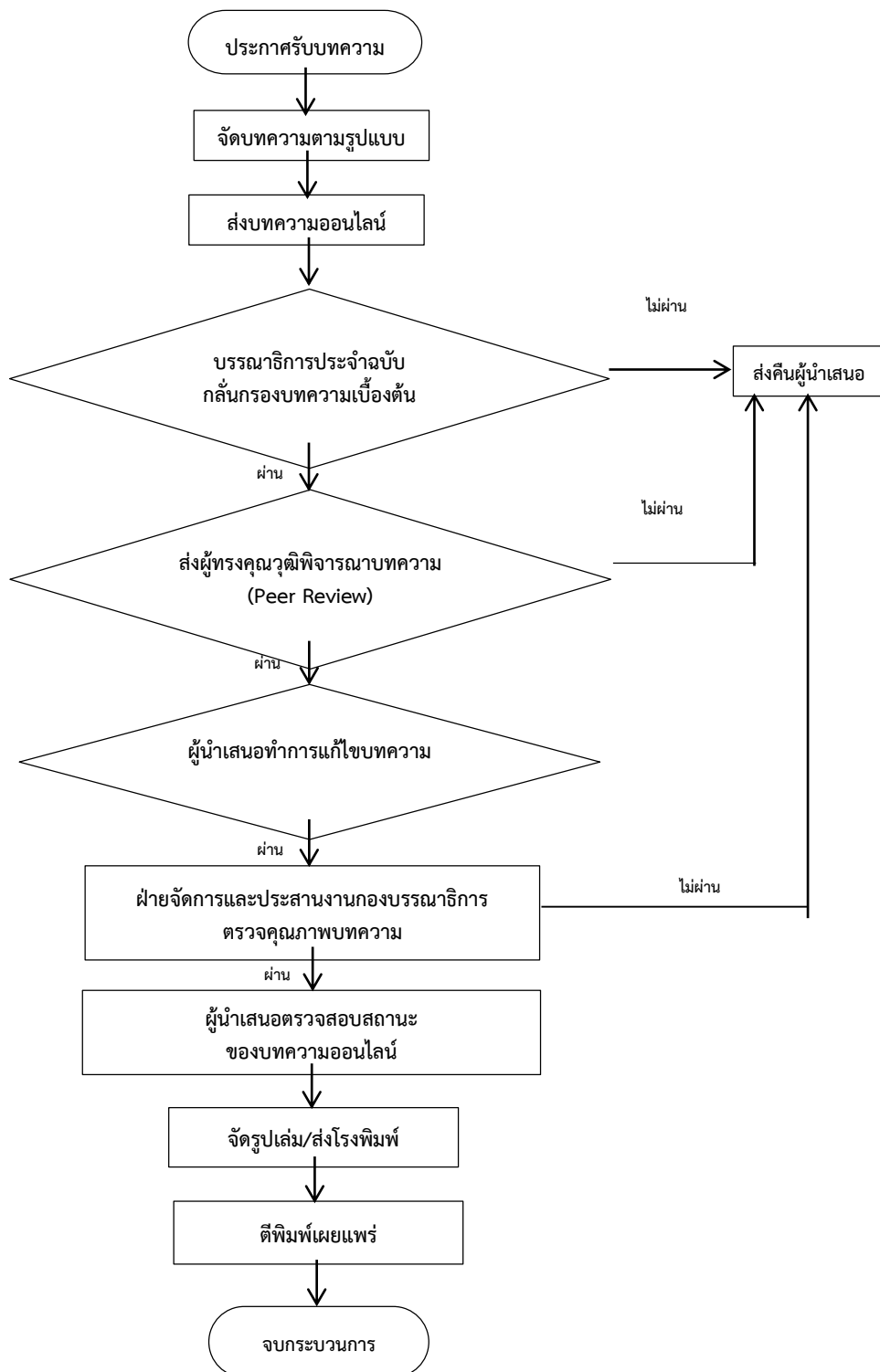
จัดบทความตามรูปแบบที่วารสารกำหนด ดาวน์โหลดได้ที่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/msaru>

ที่อยู่วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์

วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

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

ขั้นตอนการดำเนินงานวารสาร



ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

กองบรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิ

ศาสตราจารย์ ดร.จำนงค์ อติวัฒนสิทธิ์
ศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์
ศาสตราจารย์วัฒน์ จูฑะวิภาต
ศาสตราจารย์เสนาะ ตีเยาว์
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลวดี โรจน์ไพศาลกิจ
รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล มีอำพล
รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันทะนี
รองศาสตราจารย์ ดร.สุนันทา เล่าหนันท์
รองศาสตราจารย์ชนินทร์ ชุณหพันธ์รักษ์
รองศาสตราจารย์ ดร.จันทนา วัฒนกาญจนะ

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
สถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนา
มหาวิทยาลัยรังสิต
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

บรรณาธิการ

ดร.สมเกียรติ แดงเจริญ

บรรณาธิการ

กองบรรณาธิการ

ดร.สวิตา อยู่สุขชี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิริพร อินทสนธิ์
ดร.มรุต กลัดเจริญ
ดร.จันจิรา ดีเลิศ
ดร.วีรพล น้อยคล้าย
ดร.วโรปภา มหาสำราญ
นางสาวณัฐภรณ์ ศิริวรรณ
นางสาวทิพย์พรรณ คล้ายสังข์
อาจารย์วราภรณ์ สืบวงศ์สุวรรณ
อาจารย์ทัศนีย์ สุทธิวงศ์

บรรณาธิการกลั่นกรองบทความ และดูแลระบบ
วารสารออนไลน์
ตรวจสอบรูปแบบการจัดรูปเล่ม
ตรวจสอบการแก้ไขตามผู้ทรงคุณวุฒิ
ตรวจสอบการแก้ไขตามผู้ทรงคุณวุฒิ
ตรวจสอบการแก้ไขตามรูปแบบเบื้องต้น
ตรวจสอบการแก้ไขตามรูปแบบเบื้องต้น
ผู้ประสานงานระบบวารสารออนไลน์
ออกแบบปกและประชาสัมพันธ์
ตรวจสอบบทคัดย่อภาษาอังกฤษ
ตรวจสอบรูปแบบการอ้างอิง

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ คณะวิทยาการจัดการ
ปีที่ 25 ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม 2566

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (ภายนอก)

- | | |
|--|--|
| 1. ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติ | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร |
| 2. ศาสตราจารย์ ดร.จำนงค์ อติวัฒน์สิทธิ์ | มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| 3. ศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ | สถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนา |
| 4. ศาสตราจารย์วฒนะ จุฑะวิภาต | มหาวิทยาลัยรังสิต |
| 5. ศาสตราจารย์เสนาะ ดีเยาว์ | มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.กุลวดี โรจน์ไพศาลกิจ | มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนนครินทร์ |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล มีอำพล | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 8. รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันทะนี | มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| 9. รองศาสตราจารย์ ดร.สุนันทา เลาหมื่นทนต์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา |
| 10. รองศาสตราจารย์ ดร.พนิตสุภา ธรรมประมวถ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี |
| 11. รองศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ตระกูลฮุ่น | มหาวิทยาลัยรังสิต |
| 12. รองศาสตราจารย์ ดร.ดารณี พิมพ์ช่างทอง | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| 13. รองศาสตราจารย์ ดร.ปราณีต ม่วงนวล | มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา |
| 14. รองศาสตราจารย์ ดร.วันทนี แสนภักดี | ข้าราชการบำนาญ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 15. รองศาสตราจารย์ ดร.อังฉา หล่อตระกูล | พนักงานมหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 16. รองศาสตราจารย์ธีรวัฒน์ ประกอบผล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| 17. รองศาสตราจารย์ชนินทร์ ชุมพันธ์รัษฎ์ | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 18. รองศาสตราจารย์สุจิตรา จันทนา | มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 19. รองศาสตราจารย์สุพจน์ ขววิวรรธน์ | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 20. รองศาสตราจารย์รวงพร อัมผล | ข้าราชการบำนาญ
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา |
| 21. รองศาสตราจารย์ปราณี ต้นประยูร | ข้าราชการบำนาญ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 22. รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล มีอำพล | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิษุกร นาคน | ข้าราชการบำนาญ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทนา วัฒนกาญจนะ | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม |
| 25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลีลา เตี้ยสูงเนิน | มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ |
| 26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลภัสรา พิชญธีรนาถ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย |
| 27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เทอดศักดิ์ ศรีสุรพล | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |

- | | |
|--|--|
| 28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิญญาพัชญ์ นาคภิบาล | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ |
| 29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธาสินี ศิริโกคาภิรมย์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี |
| 30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลวรา สุวรรณพิมล | มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต |
| 31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชิต พระพินิจ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย |
| 32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษกร วัฒนบุตร | มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ |
| 33. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกียรติมา ศรีอุดม | มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม |
| 34. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกศกมล สุขเกษม | มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม |
| 35. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ครรชิต มาระโกชน | มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์ |
| 36. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (พิเศษ) ดร.ชนาธิป ชินะนาวิน | ผู้พิพากษาประจำศาลฎีกา |
| 37. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา วรารัตน์ไชย | วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา |
| 38. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิราวรรณ สมหวัง | มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี |
| 39. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัฒน์ พิสิษฐเกษม | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 40. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา พยุงสิน | มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี |
| 41. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธारा | มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ |
| 42. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิธร วชิรปัญญาพงศ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี |
| 43. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประทีป พิษทองกลาง | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา |
| 44. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกตุวดี สมบูรณ์ทวี | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 45. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กานต์มณี ไวยครุฑ | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ |
| 46. ดร.วิจิต บุญสนอง | มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ |
| 47. ดร.ธงไชย สุรินทร์วรังกูร | มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา |
| 48. ดร.ปรียา ผาติชล | รองผู้อำนวยการสำนักงานบริหารและ
พัฒนาองค์ความรู้ |
| 49. ดร.วรรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ |
| 50. ดร.ประเสริฐ นิมทั่วม | มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม |
| 51. ดร.ปฐมพงศ์ ศุภเลิศ | อาจารย์พิเศษ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา |
| 52. ดร.ลวัฒน์ มุกดาสนิท | มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม |
| 53. ดร.สิริศัญญา ชูรอด | กองกฎหมาย สำนักงานปลัดกระทรวง
กระทรวงศึกษาธิการ |
| 54. ดร.วรรณวิวัฒน์ รัตนลัมภ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี |
| 55. ดร.สาวิตรี จูเจีย | มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี |
| 56. ดร.พิมพ์ญภัทร สุพรรณพงศ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง |
| 57. ดร.ไอลดา ศราทอทัต | มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี |
| 58. ดร.นพปฎล สุวรรณทรัพย์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| 59. ดร.ปฏิพัทธ์ ตันมิ่ง | มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |

สารบัญ

หน้า

บทความวิจัย

สิทธิชุมชนกับการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว: ภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาว และภูชี้เตื่อน อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย	1-12
อดิสร ภูสาระ	
แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ้งแบบวิถีปกติใหม่ กรณีศึกษา : จอมบึงมารารอน จังหวัดราชบุรี	13-27
นงลักษณ์ เพิ่มชาติ เสรี เพิ่มชาติ และกนกวรรณ แสนเมือง	
การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก	28-41
จิราวัฒน์ ไตพูนพิน รัตนาวลี ไม้ลัก ธนภณ รัชตกุลพัฒน์ และกำพร ศุภเศรษฐ์เทศา	
ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าโรงแรมระดับ ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่ 4	42-52
เบญจกัลยา วิริยะเมธี และเชาหทัย พิง	
การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าระหว่างร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีก กรณีศึกษา ตำบลบางป่า อำเภอเมืองราชบุรี จังหวัดราชบุรี	53-64
ประหยัด แสงงาม พัฒน์ภาริษา ของทิพย์ ชุตติกาญจน์ ไพรัตน์ และพศิกา ชำนาญกิจ	
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	65-79
ธัญชา ชาญเศรษฐกุล	
ความสามารถในการชำระหนี้ การวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงินและความรับผิดชอบต่อสังคม ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง	80-91
กฤษฎา อึ้งทองหล่อ และประเวศ เพ็ญวุฒิกุล	
ความสัมพันธ์ของกระแสเงินสดที่มีต่อผลตอบแทนจากการดำเนินงานและมูลค่าหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ และการก่อสร้าง	92-105
ศรันยา ยังประเสริฐ	
การลดต้นทุนสินค้าคงคลังของร้านกาแฟ Full Service ประเภท Chain Store	106-119
สุภาวดี สายสนธิ และเฉลียว บุตรวงษ์	

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทความวิจัย

ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ3ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร อภิญญา ชื่นขำ และมณฑกานติ ชุบชวงค์	120-131
การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าอะไหล่ กรณีศึกษา บริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์ ไพโรจน์ ชัชวาล วรรณวิศา ชัชวาล บุญส่ง มาสกุล ปิยฉัตร เกษนาศ และจิรวรรณ ชินสุทธิประภา	132-142
การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากผ้ามัดหมี่ไทยพวน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี : กรณีศึกษากลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน วรรณวิไล โกษะโยธิน	143-155
การเพิ่มประสิทธิภาพคลังสินค้า โดยใช้ Fastest turning closest to the door Method กรณีศึกษา บริษัทแห่งหนึ่งในอุตสาหกรรมอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยส่วนบุคคล เฉลียว บุตรวงษ์ และสุภาวดี สายสนธิ	156-170
ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า)7C's) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน)Community Mall) ในยุควิถีถัดไป นภเกตน์ สายสมบัติ และเปรมมิกา ศิริวิเศษวงศ์	171-184
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาของผู้บริโภคชาวไทย ณัฐกร รัตนถาวรกิติ	185-194
ระบบการปฏิบัติงานและระบบการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ นิตยา ใจฝั้น และมัตติมา กรงเต็น	195-207
ปัจจัยในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม ชุติมา มากแบน	208-219

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทความวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ด พัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ตำบลหนองบัว อำเภอกูเรือ จังหวัดเลย โดยใช้แนวคิด BCG การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสร้างมูลค่าเพิ่ม	220-232
เหมวดี ภายใหญ่ สุกุลไทย ป้อมมะรัง พลกร วงศ์ลา และกาญจนา ศรีบุรินทร์	

บทความวิชาการ

การจัดการความรู้ด้านงานวิจัยเรื่อง“ ลุ่มลึ่ววิจัย”	233-241
อัปสร อีซอ นันทรรัตน์ นามบุรี สุกฤษตา รักสุจริต และอุษณีย์ พรหมครียา	
ภาวะผู้นำกับการบริหารองค์กรเชิงธุรกิจในโลกยุคใหม่	242-251
กอบชัย เมฆดี และศศิพันธ์ ศาสตร์สาระ	
การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อยกระดับฝีมือแรงงานไทยในศตวรรษที่ 21	252-264
อรุณเดช มาร์ตัน เอนก ดาพา และวรรณสินธ์ สัตยานุวัตร์	

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ (Journal of Management Science Review) คือวารสารวิชาการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ซึ่งทางกองบรรณาธิการได้ดำเนินการปรับปรุงพัฒนาระบบการทำงาน และการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการเผยแพร่องค์ความรู้ และผลงานทางวิชาการที่มีคุณภาพ มีความมุ่งมั่นในการจัดทำวารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ ให้เป็นไปตามมาตรฐานปีละ 3 ฉบับ โดยฉบับที่ 1 ระหว่างเดือนมกราคม – เมษายน ฉบับที่ 2 ระหว่างเดือนพฤษภาคม – สิงหาคม และฉบับที่ 3 ระหว่างเดือนกันยายน – ธันวาคม ตีพิมพ์ในรูปแบบออนไลน์ และได้รับการประเมินเป็นวารสารวิชาการระดับชาติ โดยจัดอยู่ในฐานข้อมูลวารสาร TCI กลุ่ม 2

ฉบับปัจจุบันเป็นปีที่ 25 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม 2566) ซึ่งเนื้อหาสาระรายละเอียดของบทความที่ได้รับการตีพิมพ์เป็นความเห็นของผู้เขียน หรือผู้วิจัย โดยประกอบด้วย บทความวิจัย จำนวน 18 เรื่อง และบทความวิชาการ จำนวน 3 เรื่อง จากนักวิชาการทั้งภายในและภายนอก

บรรณาธิการขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้เกียรติทำหน้าที่กลั่นกรองบทความวิจัย และบทความวิชาการ และทีมงานกองบรรณาธิการทุกท่านที่เสียสละเวลาให้คำแนะนำ ชี้แนะการปรับปรุง แก้ไข เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ ถูกต้อง และสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่วารสาร อันจะเป็นประโยชน์ในวงวิชาการอย่างกว้างขวางต่อไป ท้ายสุดคือ นักวิชาการเจ้าของผลงานทุกท่านที่ส่งผลงานวิชาการมาเพื่อตีพิมพ์ทำให้วารสารมีความครบถ้วนสมบูรณ์ หากมีข้อเสนอแนะ ดิชม กองบรรณาธิการ และทีมงานพร้อมน้อมรับทุกความเห็นเพื่อพัฒนาวารสารให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป

บรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์

สิทธิชุมชนกับการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว : ภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาว และภูชี้เดือน อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย

Community Rights and Tourism Business Administration: Phu Chi Fa, Phu Chi Dao
and Phu Chi Duen Wiang Kaen Chiang Rai.

อดิสร ภูสาระ (Adisorn Pusara)¹

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องสิทธิชุมชนกับการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาว และภูชี้เดือน อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการจัดการท่องเที่ยวภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาว และภูชี้เดือน และ 2) เพื่อศึกษาการใช้สิทธิชุมชนกับการจัดการท่องเที่ยว ภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาวและภูชี้เดือน อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ วิธีการศึกษาเฉพาะกรณีเชิงพรรณนา โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 15 คน จากตัวแทนผู้ประกอบการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการที่พัก ผู้ประกอบการรับส่งนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการสินค้าและของที่ระลึกจำนวน 15 คน และผู้นำชุมชนจำนวน 6 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการจำแนกข้อมูล และพิจารณาคุณภาพงานวิจัยด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้าด้านข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า

1.ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเป็นราษฎรอาสาสมัครโครงการพัฒนาเพื่อความมั่นคงตามแนวชายแดน กองทัพภาคที่ 3 มีอาชีพหลักคือ การเกษตร ส่วนการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอาชีพรอง โดยใช้สิทธิชุมชนในการจัดการทรัพยากรร่วมเพื่อประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว ฤดูกาลท่องเที่ยวจะอยู่ในช่วงเดือนตุลาคมถึงกุมภาพันธ์ อันเป็นช่วงฤดูหนาว ธุรกิจที่มีการลงทุนสูงคือ ที่พัก รองลงมาคือ การรับส่งนักท่องเที่ยว และการจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก โดยมีรายได้จากธุรกิจการท่องเที่ยวน้อยกว่ารายได้จากการเกษตร

2. สิทธิชุมชนกับการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว เป็นสิทธิการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ราษฎรใช้ประโยชน์จากพื้นที่ที่ได้รับการจัดสรรสร้างที่พัก การใช้ระบบบริการสาธารณะ ได้แก่ ถนน และระบบประปาภูเขาชุมชน รวมถึงการสร้างเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวร่วมกันกำหนดราคาสินค้าและการบริการนักท่องเที่ยว การควบคุมพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการกีดกันผู้ประกอบการภายนอกชุมชนไม่ให้เข้ามาประกอบธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่ ปัญหาของการจัดการท่องเที่ยวคือ ปริมาณของนักท่องเที่ยวที่ลดลง การจัดการขยะในพื้นที่ และความไม่มั่นคงในธุรกิจจากนโยบายรัฐด้านการจัดตั้งอุทยานแห่งชาติภูชี้ฟ้า

คำสำคัญ: สิทธิชุมชน การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว ภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาว ภูชี้เดือน

Abstract

This research on community rights and tourism business management at Phu Chi Fa, Phu Chi Dao, and Phu Chi Duen, Wiang Kaen District, Chiang Rai Province aimed 1) to study the conditions of tourism management of Phu Chi Fa, Phu Chi Dao, and Phu Chi Duan tourism management. Wiang Kaen District, Chiang Rai Province A qualitative research method was used as a descriptive case study method

¹ สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
E-mail: sorn1@hotmail.com

by collecting data from interviews. Fifteen key informants from tour operators, including accommodation operators, tourist transfer operators, as well as merchandise and souvenir operators, and six community leaders. The data were analyzed by data classification and research quality was assessed by the data triangulation method.

The result revealed that;

1. All the tourism entrepreneurs were volunteers at the borderline stability development project of the 3rd army area and had the main occupation as agriculture. As for the tourism business as a secondary occupation, using the community's rights to manage common resources for the tourism business. The high season will occur during October to February in winter. The highest investment business was resorts following with driving a shuttle for tourists and souvenir product sellers. Income from tourism business was lower than income from agriculture.

2. Community rights and tourism of business administration were tourism resource administration rights. People took advantage of the area which was received to build resorts and used public service systems, such as roads and the mountain water system of the community combined with building roads to tourist sites. Tourism entrepreneurs collaborated to fix product prices and tourist services, controlled tourists' behavior, and trash management in the tourist site, and obstructed external entrepreneurs not to doing business in the area. The problems of the tourism management were decreased tourists, trash management in the area, and unstable business impact from government policy to set Phu Chi Fah national site.

Keywords: Community Rights, Tourism Business Administration, Phu Chi Fa, Phu Chi Dao, Phu Chi Duen

วันที่รับบทความ : 2 พฤษภาคม 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 5 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 15 สิงหาคม 2566

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาว และภูชี้เดือน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญในพื้นที่ดอยผาหม่น จังหวัดเชียงราย เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ชายแดนไทย-สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว รัฐบาลได้จัดตั้งหมู่บ้านตามยุทธศาสตร์เพื่อความมั่นคงพร้อมจัดสรรพื้นที่ให้กลุ่มราษฎรอาสาสมัครเข้าไปตั้งถิ่นฐานและส่งเสริมการเพาะปลูกพืชเมืองหนาวอันเป็นพืชเศรษฐกิจที่สร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ เมื่อมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภูชี้ฟ้า ก่อให้เกิดอาชีพเสริมให้กับราษฎรในพื้นที่คือการสร้างที่พักรับรองนักท่องเที่ยว การรับส่งนักท่องเที่ยว และการจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยว สร้างรายได้ให้กับประชาชนที่ประกอบธุรกิจในพื้นที่ และจากนโยบายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ภูชี้ฟ้า-ผาดั่ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย สนับสนุนให้หมู่บ้านที่อยู่ตามเส้นทางท่องเที่ยวใช้สิทธิชุมชน พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงดงามทางธรรมชาติ ได้แก่ ภูชี้ดาว พื้นที่หมู่บ้านร่มโพธิ์เงิน และภูชี้เดือน พื้นที่หมู่บ้านร่มฟ้าหลวง สร้างรายได้เสริมให้กับราษฎรที่ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวแต่ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นกับการจัดการบนพื้นที่ตลอดจนการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ส่งผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่

เมื่อรัฐบาลประกาศนโยบายทางคืนผืนป่า ตามคำสั่ง คสช. ที่ 66/2557 กำหนดเป้าหมายให้มีพื้นที่ป่าไม้เพิ่มขึ้นร้อยละ 40 และดำเนินคดีกับผู้ที่ใช้ประโยชน์จากพื้นที่ป่าไม้อย่างเด็ดขาด รวมถึงคำสั่ง คสช. ที่ 35/2559 ลงวันที่ 5 กรกฎาคม 2559 ที่ให้อำนาจเจ้าหน้าที่รัฐมีอำนาจ จับกุม ดำเนินคดี กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่ภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ และดอยม่อนแจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ สร้างความวิตกกังวลต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่ดอยผาหม่น จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ไม่มีเอกสารสิทธิในพื้นที่ เพียงแต่ใช้สิทธิชุมชนในการจัดการทรัพยากรในพื้นที่เท่านั้น

จากปัญหาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวและความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับเจ้าหน้าที่รัฐ โดยเฉพาะพื้นที่ภูทับเบิกและม่อนแจ่ม ซึ่งผู้ประกอบการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ม้งที่ประกอบธุรกิจในพื้นที่ ซึ่งรัฐไม่อาจออกเอกสารสิทธิสำหรับการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ได้ มีความเสี่ยงต่อการเกิดข้อขัดแย้งและการเผชิญหน้ากับเจ้าหน้าที่รัฐ ในขณะเดียวกันรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยได้ให้ความสำคัญกับสิทธิชุมชนในการจัดการทรัพยากรด้วยวิธีการตามวิถีชีวิต ความเชื่อและประเพณีของตนเอง อันเป็นรากฐานสำคัญของศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ งานวิจัยชิ้นนี้จึงเป็นรายงานวิจัยถึงสภาพการจัดการท่องเที่ยวและการใช้สิทธิชุมชนเพื่อการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชน ด้วยวิธีการของตนเองในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาว และภูชี้เดือน ตำบลปอ อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาว และภูชี้เดือน อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาการใช้สิทธิชุมชนกับการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว ภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาว และภูชี้เดือน อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจำนวน 15 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจำนวน 9 คน จากผู้ประกอบการที่พัก ผู้ประกอบการรับส่งนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการสินค้าและของที่ระลึก และผู้นำชุมชน พื้นที่หมู่บ้านร่มฟ้าทอง (ทางขึ้นภูชี้ฟ้า) หมู่บ้านร่มโพธิเงิน (ทางขึ้นภูชี้ดาว) และหมู่บ้านร่มฟ้าหลวง (ทางขึ้นภูชี้เดือน) และผู้นำชุมชนจาก ผู้ใหญ่บ้าน และสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลปอ อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงรายจำนวน 6 คน
2. ขอบเขตด้านระยะเวลาการวิจัย เดือนมกราคม - เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2566

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 สิทธิชุมชน

แนวคิดพื้นฐานของสิทธิชุมชนเป็นวิธีการจัดการทรัพยากรสินที่เป็นกรรมสิทธิ์ร่วมของชุมชนที่มีความสัมพันธ์กับอำนาจอธิปไตย เนื่องจากชุมชนมีวิถีปฏิบัติกับทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมของชุมชน ในขณะที่รัฐมีวิธีการจัดการในฐานะสาธารณสมบัติที่แตกต่างจากชุมชน ดังนั้นชุมชนจึงรวมกันต่อรอง เรียกร้องจากรัฐในการกำหนดวิถีปฏิบัติของตนเองตามจารีตประเพณีที่สืบทอดกันมา

การกำหนดสิทธิในการใช้ทรัพยากรของชุมชน โดยที่โพสิทิว พานิชย์กุล (2546) ได้อธิบายถึงระบบอำนาจของชุมชน เพื่อจัดการการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรภายในชุมชน ดังนี้

1. ระบบอำนาจของชุมชนให้ความสำคัญกับสิทธิตามธรรมชาติ โดยอธิบายว่าทรัพยากรเป็นสมบัติของธรรมชาติ ไม่ใช่สมบัติส่วนตัวของใครหรือกลุ่มใด ดังนั้นทุกคนจึงมีสิทธิที่จะใช้ทรัพยากรอย่างเสมอกัน
2. การได้สิทธิดังกล่าวเป็นเพียงสิทธิการใช้ประโยชน์ไม่ใช่สิทธิในการครอบครอง เมื่อเลิกใช้ประโยชน์ก็หมดสิทธิ สมาชิกชุมชนคนอื่น ๆ ก็สามารถเข้าไปใช้ประโยชน์ต่อไป
3. การเข้าถึงและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติดังกล่าว มีสิทธิเพียงเท่าที่ใช้ประโยชน์จะจงหรือกักตุนไว้โดยไม่ใช้ประโยชน์ไม่ได้
4. การได้สิทธิดังกล่าวจะต้องไม่สร้างความเดือดร้อนแก่ผู้อื่น

ระบบอำนาจชุมชนเพื่อกำหนดสิทธิการใช้ทรัพยากรภายในชุมชน โดยชุมชนมีมุมมองการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรแตกต่างจากรัฐ การกำหนดสิทธิการเข้าถึง การดูแลบำรุงรักษาฟื้นฟูทรัพยากรในชุมชนจึงแตกต่างกัน โดย เลิศชาย ศิริชัย (2546) กล่าวถึงระบบจัดการทรัพยากรโดยจารีตชุมชนนั้น ชุมชนไม่ได้มองคำว่าสาธารณสมบัติ (common property) อย่างที่รัฐมอง ซึ่งหมายถึงว่าเป็นทรัพยากรที่ใครจะมาใช้ประโยชน์ก็ได้ แต่ชุมชนจะมองว่าเป็นสมบัติของชุมชน ผู้ใช้จะต้องใช้ตามกฎหมายจารีตของชุมชน ดังนั้น ก่อนที่รัฐจะเข้าไปยึดทรัพยากรมาจัดการเอง ชุมชนได้จัดการทรัพยากรที่เป็นฐานความอยู่รอดของชุมชน ด้วยกฎจารีตของชุมชนเอง โดยกฎเกณฑ์ตามจารีตของชุมชนในการใช้ทรัพยากรที่สำคัญ ประการแรกคือ เกณฑ์ในการเข้าถึงทรัพยากร ผู้มีสิทธิเข้าถึงทรัพยากรจะต้องเป็นสมาชิกชุมชนที่อยู่กับฐานทรัพยากร และสิทธิของผู้มาก่อน ผู้ที่พบสิ่งที่ต้องการก่อน ก็ถือว่าสิ่งที่พบนั้นเป็นของคนคนนั้น เมื่อเลิกเก็บสิทธินั้นก็หมดไป จะจองยาวถาวรเลยไม่ได้

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงระบบอำนาจของชุมชนเพื่อให้ราษฎรในชุมชนจัดการทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนเพื่อกำหนดสิทธิการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

2.2 การจัดการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) แห่งองค์การสหประชาชาติได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวว่าจะต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราว การเดินทางนั้นผู้เดินทางเดินทางด้วยความสมัครใจไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ และการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดที่ไม่ใช่เดินทางเพื่อประกอบอาชีพ หรือหารายได้ โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการและซื้อสินค้าด้วยตนเองจากการดำเนินธุรกิจ

องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวจะต้องมีอย่างน้อย 3 ประการ ได้แก่ (บุญเลิศ จิตต์วัฒนา, 2548)

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดใจ (attraction) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนสถานที่นั้น
2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางขนส่งเข้าถึง (accessibility) ต้องมีเส้นทางหรือเครือข่ายการคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงกันระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หนึ่งกับอีกทรัพยากรการท่องเที่ยวหนึ่งในบริเวณใกล้เคียง
3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (amenities) เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายประทับใจอยากอยู่ท่องเที่ยววันขึ้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวที่มีเส้นทางเข้าถึงอย่างสะดวก รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว การประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวจึงต้องมีการปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว

หลักการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่จึงประกอบด้วยการจัดการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นคุณภาพที่ได้มาตรฐานสอดคล้องกับบริบทของท้องถิ่น การจัดการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นปริมาณของทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และการจัดการท่องเที่ยวที่เน้นสถานที่โดยสุภาวณี ทรงพรพาณิชย์และคณะ (2557) ได้อธิบายถึงขีดความสามารถในการรองรับการจัดการด้านการท่องเที่ยวในชุมชน ดังนี้

1. ขีดความสามารถในการรองรับได้ ด้านนิเวศวิทยา (Bio-physical or Ecological Carrying Capacity, ECC) เป็นการกำหนดขีดความสามารถของธรรมชาติที่จะแบกรับผลกระทบจากกิจกรรมนันทนาการบนพื้นที่ ซึ่งมีความเกี่ยวเนื่องกับผลกระทบด้านชีวกายภาพ เช่น ดิน น้ำ สัตว์ป่า และพืชพรรณ เป็นต้น
2. ขีดความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity, PCC) เป็นการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดที่เนื้อที่หรือพื้นที่สามารถรองรับ การใช้ประโยชน์ที่ยังสามารถเอื้อให้เกิดกิจกรรมนันทนาการตามต้องการได้ ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยว
3. ขีดความสามารถในการรองรับด้านสังคม วัฒนธรรม (Social Carrying Capacity, SCC) เป็นการศึกษาปริมาณนักท่องเที่ยวสูงสุดต่อช่วงเวลาที่ผ่านมาใช้ประโยชน์ในพื้นที่นั้น โดยไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ประสพการณ์

นั้นหนาแน่นที่ควรได้รับของนักท่องเที่ยว และเกิดผลกระทบด้านความรู้สึก พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเป็นวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่นน้อยที่สุด

4. ชัดความสามารถในการรองรับได้ ด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity) เป็นการมองผลกระทบที่มีผลมาจากสภาพแวดล้อมทั้งทางกายภาพ สังคม เศรษฐกิจที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จากการพัฒนาการท่องเที่ยวและคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นที่ได้รับผลกระทบต่อการพัฒนานั้น ๆ ทั้งในด้านสภาพความเป็นอยู่ทางร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ รวมถึงระบบเศรษฐกิจที่ดีขึ้นหรือแย่ลงตามกลไกการท่องเที่ยวในแต่ละฤดูกาลของพื้นที่นั้น

สิทธิชุมชนจึงเป็นสิทธิที่ชุมชนควบคุมการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน โดยการกำหนดลำดับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร ซึ่งการใช้ประโยชน์นั้นจะใช้ได้เพียงจำนวนที่พอเพียง ไม่สามารถกักตุนหรือจับจองทรัพยากรไว้ใช้ตลอดไป และเป็นการใช้สิทธิโดยไม่สร้างความเดือดร้อนแก่ผู้อื่น ชุมชนจะร่วมกันตั้งกฎ กติกาการใช้สิทธิการกีดกันผู้ที่ไม่ใช่สิทธิ และควบคุมดูแลสมาชิกให้ปฏิบัติตามกฎกติกานั้นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง สิทธิชุมชนกับการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว : ภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาว และภูชี้เดือน อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ วิธีการศึกษาเฉพาะกรณีเชิงพรรณนา (descriptive case study) เพื่อพรรณนารายละเอียดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามสภาพจริงภายใต้บริบทสิ่งแวดล้อมที่เป็นอยู่ ณ ขณะนั้น

3.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยกำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 15 คน จำแนก ดังนี้

1. ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 9 คน จะเก็บข้อมูลจากตัวแทนผู้ประกอบการที่พัก ผู้ประกอบการรับส่งนักท่องเที่ยวและ ผู้ประกอบการสินค้าและของที่ระลึก พื้นที่ละ 1 คน
2. ผู้นำชุมชนในพื้นที่ 6 คน คือ ผู้ใหญ่บ้านและสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล

3.2 การรับรองจริยธรรมวิจัยในมนุษย์

โครงการวิจัยขั้นนี้ได้รับการพิจารณาและผ่านการรับรองจากคณะกรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ตามใบรับรองเลขที่ HE-210-2565 วันที่รับรอง 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565 โดยยึดหลักเกณฑ์ตามประกาศ เสงชิงกิ (Declaration of Helsinki) มีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับภายในประเทศ

3.3 การสร้างเครื่องมือ ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสารหลักฐานเกี่ยวกับ สิทธิชุมชน การจัดการทรัพยากรร่วม
2. การสร้างแบบสัมภาษณ์ สิทธิชุมชนกับการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว: ภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาว และภูชี้เดือน อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย
3. นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ตรวจสอบความถูกต้องของข้อคำถาม เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องภายใน (internal consistency) แต่ละข้อคำถามเพื่อพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา และตรวจสอบข้อบกพร่องจากแบบสอบถามที่สร้างขึ้น จากคณาจารย์สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

4. นำผลที่ได้จากการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญ มาปรับปรุงข้อคำถามแล้วรวบรวมเป็นแบบสัมภาษณ์

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในภาคสนาม พร้อมบันทึกข้อมูลตามแบบบันทึกการสัมภาษณ์ และหลังจากการสัมภาษณ์แต่ละครั้ง ผู้วิจัยจะสรุปประเด็นสำคัญพร้อมวางแผนสำหรับการสัมภาษณ์ครั้งต่อไปว่าควรให้ความสนใจในประเด็นใด

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการจำแนกข้อมูล (typological analysis) โดยผู้วิจัยจะแยกแยะความแตกต่างและความคล้ายคลึงของข้อมูล พิจารณาการเรียงลำดับสอดคล้องกับประเด็นหลักของข้อมูล และการหวั่นข้อย่อ ลำดับที่หนึ่งแปลความหมายของข้อมูล การเชื่อมความสัมพันธ์กับประเด็นหลักข้อมูล

3. การพิจารณาคุณภาพงานวิจัย โดยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า ด้านข้อมูล (data triangulation) โดยการเปรียบเทียบข้อมูลการสัมภาษณ์ซ้ำกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญในกลุ่มเดียวกัน

4. สรุปผลการวิจัย

4.1 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งหมดเป็นราษฎรอาสาสมัครในหมู่บ้านตามโครงการความมั่นคงตามแนวชายแดน มีอาชีพหลักคือ การเกษตร การประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอาชีพรองจะดำเนินการช่วงฤดูท่องเที่ยว เดือนตุลาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ อันเป็นช่วงฤดูหนาว ธุรกิจที่มีการลงทุนสูงคือที่พัก รองลงมาคือการรับส่งนักท่องเที่ยว และการจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก รายได้จากธุรกิจการท่องเที่ยวน้อยกว่ารายได้จากการเกษตร

4.2 สิทธิชุมชนกับการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวประกอบด้วย

1. สิทธิการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรร่วม ผู้มีสิทธิเข้าถึงธุรกิจการท่องเที่ยวคือราษฎรอาสาสมัครของ กองทัพภาคที่ 3 ที่ได้รับการจัดสรรให้ตั้งถิ่นฐานในหมู่บ้านเพื่อความมั่นคงตามแนวชายแดน หมู่บ้านร่มฟ้าทอง ร่มโพธิ์เงิน และร่มฟ้าหลวง โดยได้รับการจัดสรรบ้านพัก และพื้นที่ทำการเกษตร ได้รับสิทธิการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่เฉพาะของแต่ละหมู่บ้าน

2. สิทธิการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ราษฎรใช้ประโยชน์จากพื้นที่ที่ได้รับการจัดสรร สร้างที่พัก การใช้ระบบบริการสาธารณะ ได้แก่ ถนนและระบบประปาภูเขาของชุมชน รวมถึงการสร้างเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวร่วมกันกำหนดราคาสินค้า และการบริการนักท่องเที่ยว การควบคุมพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการกีดกันผู้ประกอบการภายนอกชุมชนไม่ให้เข้ามาประกอบธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่

ปัญหาของการจัดการท่องเที่ยว คือ ปริมาณของนักท่องเที่ยวที่ลดลง การจัดการขยะในพื้นที่และความไม่มั่นคงในธุรกิจจากนโยบายรัฐด้านการจัดตั้งอุทยานแห่งชาติภูชี้ฟ้า

5. อภิปรายผล

5.1 สภาพการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว

หมู่บ้านร่มฟ้าทอง (ทางขึ้นภูชี้ฟ้า) หมู่บ้านร่มโพธิ์เงิน (ทางขึ้นภูชี้ดาว) และหมู่บ้านร่มฟ้าหลวง (ทางขึ้นภูชี้เดือน) เป็นหมู่บ้านที่ถูกจัดตั้งจากโครงการพัฒนาเพื่อความมั่นคงตามแนวชายแดน กองทัพภาคที่ 3 โดยคัดเลือกราษฎรอาสาสมัครจากประชาชนในพื้นที่ และทหารผ่านศึกเข้าไปตั้งถิ่นฐาน มีการสร้างบ้านพักในพื้นที่ 50 ตารางวา และจัดสรรพื้นที่ทำการเกษตร 15 ไร่ โดยมีเงื่อนไขให้ผู้รับสิทธิ์ต้องตั้งถิ่นฐานทำกินในพื้นที่ที่กำหนด การถ่ายโอนสิทธิ์ได้เฉพาะทายาทที่มีความประสงค์ประกอบอาชีพบนพื้นที่ที่ได้รับการจัดสรรเท่านั้น ไม่สามารถซื้อขายสิทธิ์การเข้าพักอาศัย หรือการทำให้ประโยชน์ในพื้นที่ได้ กรณีผู้ได้รับสิทธิ์ไม่มีความประสงค์ใช้ประโยชน์ คณะกรรมการหมู่บ้านจะแจ้งกองทัพภาคที่ 3 พิจารณาผู้ให้ประโยชน์จากบัญชีรายชื่อราษฎรอาสาสมัครที่มีความประสงค์จะใช้ประโยชน์ในพื้นที่จัดสรรต่อไป

จากการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติภูชี้ฟ้า บริเวณรอยต่อระหว่างอำเภอเทิง กับอำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย นักท่องเที่ยวได้ขึ้นมาชมทัศนียภาพอันงดงามประกอบกับการสร้างถนนสายบ้านฮวก-ผาตั้ง เกิดเส้นทางท่องเที่ยวภูชี้ฟ้า-ผาตั้ง ทำให้เกิดธุรกิจที่พัก และการจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวที่หมู่บ้านร่มฟ้าไทย อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย จนกระทั่งมีการตัดถนนขึ้นภูชี้ฟ้าจากหมู่บ้านร่มฟ้าทอง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงรายอีกเส้นทางหนึ่ง ทำให้เกิดธุรกิจที่พัก การรับส่งนักท่องเที่ยวและการจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวที่หมู่บ้านร่มฟ้าทอง

เมื่อกลุ่มราษฎรหมู่บ้านร่มโพธิเงิน และหมู่บ้านร่มฟ้าหลวง เห็นว่าการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้เสริมจากรายได้หลักคือ การประกอบอาชีพทำการเกษตร ประกอบกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางภูชี้ฟ้า-ผาตั้ง ของอำเภอเวียงแก่น ผู้นำชุมชนหมู่บ้านร่วมกับราษฎรได้พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวภูชี้ดาว และภูชี้เดือนทั้งนี้สภาพถนนจากเส้นทางหลักขึ้นสู่ลานจอดรถก่อนเดินเข้าขึ้นยอดภูทั้งสามเป็นถนนที่แคบ คดเคี้ยว และสูงชัน ผู้ที่ไม่มีความชำนาญไม่สามารถเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวได้ ราษฎรในพื้นที่จึงจัดบริการรถยนต์ขับเคลื่อนสี่ล้อรับส่งนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้บริเวณลานจอดรถรับส่งนักท่องเที่ยว ยังมีผู้ประกอบการจากราษฎรในพื้นที่จำหน่ายสินค้า ประเภทอาหาร ผลผลิตทางการเกษตร และของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวอีกด้วย ดังจะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ประกอบการการท่องเที่ยวภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาว และภูชี้เดือน เป็นผู้ประกอบการในชุมชนจัดสร้างที่พัก ร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเด่นเป็นอัตลักษณ์ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน สร้างรายได้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชน และผู้ที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของอริยาพร คันธมาลาเจริญ (2564) ที่ศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าพื้นที่ตำบลก๊อตช้างเป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เนื่องจากความน่าสนใจของกิจกรรมการท่องเที่ยว การเข้าถึงที่สะดวก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับ ทั้งยังมีการสนับสนุนจากส่วนของทางหน่วยราชการ กลุ่มงานในชุมชนและผู้ประกอบการในการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเพื่อร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นต้นทุนของการท่องเที่ยวร่วมกัน

กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาวและภูชี้เดือนใช้สิทธิชุมชนในฐานะราษฎรอาสาสมัครโครงการพัฒนาพื้นที่เพื่อความมั่นคงตามแนวชายแดนของกองทัพบกที่ 3 ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ได้รับสิทธิประกอบกับการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อใช้รถยนต์รับส่งนักท่องเที่ยวขึ้นภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาวและภูชี้เดือน และการจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก โดยผู้ประกอบการทั้งหมดเป็นราษฎรอาสาสมัครของแต่ละหมู่บ้าน แบ่งพื้นที่ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน

5.2 สิทธิชุมชนกับการจัดการท่องเที่ยว

1. สิทธิการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาวและภูชี้เดือน คือราษฎรอาสาสมัครโครงการหมู่บ้านเพื่อความมั่นคงตามแนวชายแดน เมื่อเกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ราษฎรบางส่วนได้ปรับเปลี่ยนกิจกรรมทางเศรษฐกิจด้วยการปรับปรุงที่พัก จนกระทั่งสร้างที่พักในรูปแบบรีสอร์ทรองรับนักท่องเที่ยว การรับส่งนักท่องเที่ยวและการจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวสอดคล้องกับงานวิจัยของสมศักดิ์ มกรมณเฑียรและคณะ (2559) ที่ได้ศึกษาการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน พบว่า วิสัยทัศน์ พันธกิจและเป้าประสงค์เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นจากชุมชนทุกภาคส่วนมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ด้านศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน ผู้นำชุมชน ตลอดจนผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่มีความสามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนได้ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชน รวมทั้งการมีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่หาชมและสัมผัสได้ยาก เป็นจุดที่สร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว

ชุมชนสามหมู่บ้านประกอบด้วยหมู่บ้านร่มฟ้าทอง หมู่บ้านร่มโพธิเงิน และหมู่บ้านร่มฟ้าหลวง แต่ละชุมชนได้พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้ประกอบการขับรถรับส่งนักท่องเที่ยว และผู้จำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก เช่นเดียวกับงานวิจัยของพรตณีย์ วัชรธนพัฒน์ธาดา (2565) ที่พบว่าการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ด้านการสร้างเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว และด้านการพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว ทั้งนี้เป็นเพราะด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวนั้นเป็นบริการสาธารณะ รวมถึงการกีดกันผู้ประกอบการภายนอกไม่ให้เข้ามาประกอบธุรกิจในพื้นที่ โดยเฉพาะการเปลี่ยนโฉมภูมิทัศน์การถือครองที่ดินเพื่อสร้างรีสอร์ท เนื่องจากเงื่อนไขในการซื้อขาย การถ่ายโอนกรรมสิทธิ์ที่ดินถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจน

แตกต่างจากการถือครองที่ดินในพื้นที่ป่าเขาพื้นที่อื่นที่เจ้าของที่ดินสามารถถ่ายโอนกรรมสิทธิ์การถือครองที่ดินให้กับผู้อื่นได้

การใช้สิทธิชุมชนของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจึงเป็นการสร้างเงื่อนไขเพื่อกีดกัน ผู้ประกอบการภายนอก รวมถึงวางกฎเกณฑ์การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรสาธารณะในชุมชน จากกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านการสร้างเส้นทาง การบำรุงรักษาเส้นทาง และระบบน้ำประปาภูเขา รวมถึงการเก็บค่าธรรมเนียมพิเศษจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นกองทุนของหมู่บ้าน สอดคล้องกับอดิศร ภูสารและ สุมาลี นี สาดสง่า (2564) กล่าวถึงการจัดการทรัพยากรร่วมในชุมชนโดยที่ชุมชนได้ใช้สิทธิเข้ามามีการจัดการทรัพยากรร่วมโดยการกำหนดกฎเกณฑ์การใช้ประโยชน์ สิทธิการใช้ประโยชน์ การกำหนดพื้นที่ ช่วงเวลา ทำให้ชุมชนเป็นหน่วยทางสังคม นอกเหนือจากหน่วยรัฐและเอกชน การจัดการทรัพยากรร่วมนี้สืบทอดมาด้วยจารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นและการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมภายนอก เป็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับทรัพยากรภายใต้วิถีชีวิตในระบบนิเวศโดยมีการร่วมกันจัดการเป็นเครือข่ายชุมชนที่มีระบบนิเวศร่วมกัน เพื่อแสวงหาทางเลือกในการจัดการทรัพยากรตามวิถีของตนเอง ซึ่งรูปแบบการจัดการทรัพยากรของชุมชนหมู่บ้านร่มฟ้าทอง หมู่บ้านร่มโพธิ์เงินและหมู่บ้านร่มฟ้าหลวง นอกจากจะมีการใช้สิทธิชุมชนกีดกันผู้ประกอบการภายนอกแล้วยังมีการกำหนดกฎเกณฑ์การเข้าใช้ประโยชน์จากทรัพยากรร่วมกัน จากผู้ประกอบการในชุมชนอื่นเป็นการใช้สิทธิชุมชน เพื่อการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวตามที่พิมพ์ลิขิต แก้วหานามและคณะ (2559) กล่าวว่า สิทธิชุมชนไม่ได้เกิดขึ้นจากอำนาจรัฐ แต่เกิดขึ้นจากจารีตประเพณี และปรากฏการณ์ในสังคม ซึ่งรัฐเองมีหน้าที่ต้องออกกฎหมายรับรองภูมิปัญญาท้องถิ่น รับรองสิทธิชุมชนในการบริหารจัดการ และการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนจากทรัพยากร รับรองสิทธิจะรักษาไว้ซึ่งชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน

2. การจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาวและภูชี้เดือน ประกอบอาชีพหลักคือการทำการเกษตร ซึ่งช่วงฤดูการท่องเที่ยวเดือนตุลาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ ตรงกับช่วงฤดูหนาวว่างเว้นจากการทำการเกษตร ธุรกิจการท่องเที่ยวจึงเป็นการสร้างรายได้เสริม และหากเป็นช่วงนอกฤดูกาลการท่องเที่ยวก็ยังคงมีผู้ประกอบการที่พักบางรายเปิดรับนักท่องเที่ยว รวมถึงผู้ประกอบการรับส่งนักท่องเที่ยวขึ้นภูก็ยังคงรับนักท่องเที่ยวที่ติดต่อเหมารถขึ้นภูทั้งสาม แต่จะไม่มีผู้ประกอบการสินค้าและของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว

การจัดการท่องเที่ยวส่งผลต่อการกระจายรายได้ให้กับราษฎรในชุมชน แบ่งออกเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ คือกลุ่มผู้ประกอบการที่พัก ซึ่งใช้เงินลงทุนจากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร รองลงมาคือกลุ่มผู้ประกอบการรับส่งนักท่องเที่ยวและกลุ่มผู้ประกอบการสินค้าและของที่ระลึก มีรายได้ต่อปีประมาณสองในสามของการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร เช่นเดียวกับงานวิจัยของภูวดล บัวบางพลู (2561) พบว่าการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนันทนาการแห่งชาติเขาคีรีหลวง มีการส่งเสริมเศรษฐกิจในพื้นที่ โดยการใช้การท่องเที่ยวส่งเสริมอาชีพให้กับคนในชุมชน พื้นที่เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวโดยให้เป็นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

ผลกระทบทางสังคมที่เกิดจากการท่องเที่ยวในชุมชน เนื่องจากชุมชนทั้งหมดเป็นชุมชนที่ถูกจัดตั้งพร้อมกับการสร้างเส้นทางสายบ้านฮวก ผาตั้งและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภูชี้ฟ้า ราษฎรในชุมชนคุ้นเคยกับนักท่องเที่ยวและธุรกิจการท่องเที่ยว การกระจายรายได้ให้ราษฎรในชุมชนจากนักท่องเที่ยวด้วยการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร และของที่ระลึกกับนักท่องเที่ยว รวมถึงชุมชนได้รับเงินทุนเพื่อการจัดกิจกรรมภายในชุมชนจากค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยไม่ต้องเรียกเก็บจากราษฎรเหมือนกับชุมชนอื่นในขณะที่ยังกลุ่มผู้ประกอบการที่พักมีข้อตกลงร่วมกันในการแจ้งผู้เข้าพักงดการใช้เสียงตั้งแต่เวลา 22.00 น. - 04.00 น. ป้องกันการรบกวน ผู้พักอาศัยข้างเคียง และราษฎรในชุมชน ซึ่งนักท่องเที่ยวและราษฎรในชุมชนต่างให้ความร่วมมือกันด้วยดี ในขณะที่งานวิจัยของจิตรลดา ปันทอง (2564) ที่วิจัยถึงผลกระทบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนจังหวัดจันทบุรี พบว่าผลกระทบทางสังคมคือ การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดความแออัดแออัดของคนในท้องถิ่นลดลง การขยายตัวของนักท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีความเคารพซึ่งกันและกันลดลง เกิดการแก่งแย่งแข่งขันระหว่างคนในชุมชนมากขึ้น คนในชุมชน

กลายเป็นคนหลอกลวงคนต่างถิ่นมากขึ้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขนาดครอบครัวในชุมชนและการท่องเที่ยวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกรรมสิทธิ์ที่ดินเพิ่มขึ้น

การจัดการขยะในพื้นที่ท่องเที่ยว แบ่งออกเป็นการจัดการขยะจากกลุ่มผู้ประกอบการที่พัก และการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวตระหนักถึงผลกระทบจากขยะจากนักท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของที่พักและแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากพื้นที่ท่องเที่ยวเป็นพื้นที่ต้นน้ำ มีข้อจำกัดด้านการจัดการขยะ ตั้งแต่การฝังกลบที่อาจทำให้เกิดการปนเปื้อนกับน้ำใต้ดิน การกองแล้วเผาก็จะมีผลต่อกลิ่นและควัน ผู้ประกอบการท่องเที่ยวใช้วิธีการจัดการขยะด้วยการแยกขยะ นำขยะเปียกเศษอาหารไปฝังกลบในพื้นที่ทำการเกษตร การแยกขยะส่วนที่จำหน่ายกับผู้ประกอบการค้าของเก่า ส่วนขยะที่ไม่มีมูลค่าจะนำไปฝังกลบไปเผาที่เตาเผาขยะหมู่บ้านห้วยหาน ตำบลปอ อำเภอยะเกด ซึ่งองค์การบริหารส่วนตำบลปอ จัดสร้างไว้บริการ ในขณะที่การดูแลจัดการขยะตามเส้นทางท่องเที่ยวเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการสินค้าและของที่ระลึก โดยมีผู้ประกอบการรับส่งนักท่องเที่ยวรับผิดชอบนำขยะไปทำลายที่หมู่บ้านห้วยหานเช่นกัน อันเป็นแนวทางการจัดการขยะที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสวียน เรมประสิทธิ์ สกนิมา อินจินดา และสุภาพร พงศ์ธรพฤษ (2564) ที่ศึกษาถึงแนวทางการจัดการขยะ ในแหล่งท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า แหล่งกำเนิดขยะมูลฝอยในพื้นที่ภูทับเบิกมาจาก 3 แหล่งใหญ่ ๆ คือ ขยะมูลฝอยของชุมชน ขยะมูลฝอยจากที่พัก และขยะมูลฝอยทางการเกษตร ปริมาณขยะมูลฝอยจะผันแปรตามจำนวนนักท่องเที่ยว องค์ประกอบของขยะมูลฝอยส่วนมากเป็นขยะอินทรีย์ที่มีความชื้นสูง โดยมีแนวทางในการจัดการขยะอินทรีย์ ควรมีการนำขยะที่ย่อยสลายได้มาแปรสภาพเป็นปุ๋ยหมักใช้ในระบบเกษตรกรรม เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการกำจัดหรือขนส่งไปยังพื้นที่กำจัดได้

3. สิทธิชุมชนด้านการร่วมกำหนดนโยบายราษฎรในชุมชนร่วมกันกำหนดนโยบายการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน ดังนี้

- นโยบายเกี่ยวกับผู้ประกอบการที่พัก ต้องจัดสถานที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยวในจุดที่กำหนด และแจ้งนักท่องเที่ยวดใช้เสียงดังตั้งแต่เวลา 22.00 น.

- การร่วมกันพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว แม้ว่าราษฎรบางส่วนจะไม่เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยว แต่เส้นทางท่องเที่ยวเป็นเส้นทางที่ราษฎรทุกคนในชุมชนมีสิทธิใช้ประโยชน์จากป่าชุมชน เพื่อเก็บของป่า เลี้ยงสัตว์ การดูแลพืชผลทางการเกษตรที่ปลูกในป่าชุมชน ได้แก่ กาแฟ โกโก้ รวมถึงการใช้เป็นสถานที่พักผ่อนของชุมชนลักษณะการจัดการพื้นที่ดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของพงศ์เสวก อเนกจำนพร และนพร ศิริบันเทิงศิลป์ (2555) ได้กล่าวว่า สิทธิชุมชน หมายถึง การที่ชุมชนมีสิทธิจัดการทรัพยากรทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และที่ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เพื่อดำรงไว้ซึ่งการอนุรักษ์ การฟื้นฟู ตลอดจนการจัดการเพื่อการดำรงอยู่อย่างยั่งยืน โดยสามารถต่อสู้เพื่อหลุดพ้นจากกลไกของรัฐที่เข้ามาแทรกแซงอย่างแยบยล และสามารถต่อสู้และดำรงอยู่ได้อย่างเป็นธรรมและสันติ ภายใต้บริบทของสังคม วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์

ปัญหาที่พบเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาวและภูชี้เดือน คือการลดจำนวนของนักท่องเที่ยวตั้งแต่เกิดวิกฤตการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แม้ว่าจะพ้นวิกฤตนั้นมา จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเข้าชมความงามทางธรรมชาติ ก็ยังคงมีจำนวนลดลง ซึ่งผู้ประกอบการท่องเที่ยวเห็นว่าการท่องเที่ยวในพื้นที่คงถึงจุดอิ่มตัว จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง ทำให้ราษฎรในชุมชนที่วางแผนเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ตัดสินใจไม่ลงทุนสร้างที่พักเพิ่มเติม ผู้ประกอบการรายเก่าจะไม่ลงทุนขยายห้องพักและให้ความสนใจกับการประกอบอาชีพทำการเกษตร ซึ่งเป็นอาชีพหลัก

ปัญหาที่สร้างความวิตกกังวลสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวทุกกลุ่มธุรกิจคือ ความไม่มั่นคงในกรรมสิทธิ์ที่ดินและการเข้าใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ป่าชุมชน เนื่องจากการได้รับสิทธิใช้ประโยชน์ในพื้นที่ โดยกองทัพบกที่ 3 ซึ่งอนุญาตให้เข้าอาศัยในบ้านพักและกำหนดพื้นที่ทำกิน โดยปราศจากเอกสารสิทธิ์ มีการระบุถึงการให้ประโยชน์ในพื้นที่ป่าชุมชน และการใช้ประโยชน์จากเส้นทางท่องเที่ยว การสูญเสียต่อการลงทุนเพื่อพัฒนาพื้นที่โดยไม่มีกฎหมายรองรับ ดังที่ ปานาโยตู (Panayotou) (2525) ได้กล่าวว่า ความไม่มั่นคงในกรรมสิทธิ์ของการครอบครองที่ดินจะเกิดขึ้นเมื่อไม่มีความแน่ชัดว่าใครเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในการครอบครองที่ดิน การลงทุนใดก็ตามในปัจจุบันในที่ดินผืนใดเพื่อ

หวังผลประโยชน์ระยะยาวในอนาคต บางครั้งต้องอาศัยเงินลงทุนจำนวนมากแต่ถ้าผู้ลงทุนไม่แน่ใจในกรรมสิทธิ์ของการครอบครองที่ดินผืนนั้น การลงทุนก็จะน้อยกว่าที่ควรจะเป็น ความกลัวว่ารัฐจะเวนคืนก็มีผลต่อการลงทุนที่คล้ายกัน

นโยบายรัฐบาลตามประกาศ คสช. ที่ 64/2557 หรือนโยบายทวงคืนผืนป่าสร้างความวิตกกังวลให้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยเฉพาะธุรกิจที่พักต้องใช้นเงินลงทุนเพื่อการก่อสร้างเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะที่พักที่ปลูกสร้างในพื้นที่ทำการเกษตร หากมีการรื้อถอนและยึดพื้นที่ ดังกรณี ภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ และดอยม่อนแจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ จะสร้างความเสียหายต่อผู้ประกอบการที่พักอย่างมาก ดังที่พบในงานวิจัย อารตี อยุทธธร (2561) ทำการศึกษาถึงการปรับตัวและต่อรองของชุมชนผ่านโครงการลดผลกระทบจาก การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายทวงคืนผืนป่าพยายามต่อรองเรื่องสิทธิการจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่รัฐไม่สามารถควบคุมดูแลได้อย่างทั่วถึงเนื่องจากรัฐไม่มีกำลังคนและงบประมาณ ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ป่าเป็นผู้ดูแล และจัดการป่าไม่อย่างมีประสิทธิภาพ จึงนำมาสู่ข้อเสนอต่อรัฐที่ว่ารัฐควรส่งเสริมให้ชุมชนมีสิทธิตามกฎหมายในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ส่วนนโยบายการอนุรักษ์ทรัพยากรของรัฐสวนทางกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ ทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างชุมชนกับเจ้าหน้าที่รัฐ การดำเนินการของรัฐโดยเฉพาะเรื่องการวางแผนเขตระหว่างพื้นที่อนุรักษ์ พื้นที่ทำกินและพื้นที่อยู่อาศัย

แม้ว่าการจัดตั้งหมู่บ้านเพื่อความมั่นคงตามแนวชายแดน กำหนดให้ราษฎรอาสาสมัครเข้ามาตั้งถิ่นฐานโดยกำหนดเขตพื้นที่ทำกินและพื้นที่อยู่อาศัย อย่างชัดเจนตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2532 ภายหลังมีการจัดตั้งหน่วยด้านการจัดการป่าไม้ กำหนดเขตจัดการพื้นที่ต้นน้ำในพื้นที่ภูชี้ฟ้า ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ป่าต้นน้ำ ที่ราษฎรในพื้นที่ร่วมกันกำหนดเกณฑ์การใช้ประโยชน์เชิงอนุรักษ์ในลักษณะของป่าชุมชน จึงไม่พบความขัดแย้งระหว่างเจ้าหน้าที่รัฐกับราษฎรในพื้นที่ทับซ้อนดังกล่าว จนกระทั่งรัฐมีนโยบายจัดตั้งอุทยานแห่งชาติภูชี้ฟ้า ซึ่งต้องขยายพื้นที่อนุรักษ์เดิมเข้าไปในพื้นที่ป่าชุมชนและพื้นที่ทำกินของราษฎรในพื้นที่จนเกิดการรวมตัวเดินขบวนเรียกร้องให้ทบทวนนโยบายดังกล่าว รวมถึงการให้ความสำคัญกับการจัดการพื้นที่โดยชุมชนและการใช้สิทธิชุมชนเพื่อการจัดการทรัพยากรในพื้นที่ แต่รัฐก็ยังยืนยันการปฏิบัติตามกฎหมาย อันเป็นการลดทอนพลังอำนาจของชุมชน ดังที่พบในงานวิจัยของ พิมพ์ประไพ สนิทวงศ์ ณ อยุธยาและชัยณรงค์ เครือนวน (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่องสิทธิชุมชนกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น ชายฝั่งทะเลตะวันออกพบว่า โครงสร้างอำนาจในการจัดการทรัพยากรที่รัฐและกลไกรัฐมีบทบาทเหนือกว่าชุมชน แม้ที่ผ่านมาชุมชนสามารถกำหนดกติกาหรือข้อตกลงร่วมกันเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรได้ แต่ปฏิบัติการทั้งหมดกลับเกิดขึ้นภายใต้โครงสร้างอำนาจรัฐ เนื่องจากรัฐมีกฎหมายที่เป็นลายลักษณ์อักษร และมีสถาบันที่เป็นทางการรองรับการใช้อำนาจรัฐส่งผลโดยตรงต่อความเป็นอิสระ (Autonomy) และเกิดการลดทอน (Reduce) พลังอำนาจของชุมชน

ดังจะเห็นได้ว่านโยบายการจัดตั้งอุทยานแห่งชาติภูชี้ฟ้า ซึ่งกำหนดพื้นที่อุทยาน ฯ ขยายเข้าไปในพื้นที่ป่าอนุรักษ์เดิมไปยังพื้นที่ป่าชุมชน และเส้นทางการท่องเที่ยวภูชี้ดาวและภูชี้เดือน จะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ เนื่องจากพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2562 กำหนดให้มีการควบคุมดูแลผู้ประกอบการที่พัก การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจากผู้ประกอบการรับส่งนักท่องเที่ยวและผู้จำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกในอัตราสูง มีแนวโน้มข้อขัดแย้งระหว่างราษฎรในพื้นที่ ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวกับเจ้าหน้าที่รัฐ ดังที่ ศรีราชา เจริญพานิช (2557) กล่าวว่า การประกาศเขตอุทยานและป่าสงวนดำเนินการโดยการกำหนดแนวเขตลงบนแผนที่ทหาร โดยไม่ได้มีการสำรวจจริง เนื่องจากขาดแคลนบุคลากรและงบประมาณประกอบกับขนาดพื้นที่ที่กว้างใหญ่ การสำรวจพื้นที่จริงทำได้เต็มที่จึงพบว่าประมาณหนึ่งในสามของพื้นที่ป่าสงวนได้ถูกใช้ทำการเกษตรอยู่แล้ว ส่งผลให้เกิดความขัดแย้งระหว่างชุมชนท้องถิ่นกับหน่วยงานภาครัฐมาตลอด จนถึงปัจจุบันกล่าวคือเกษตรกรถูกกล่าวหาว่าบุกรุกเขตอุทยาน หรือป่าสงวนทั้ง ๆ ที่การประกาศเขตอุทยานหรือป่าสงวนไปบุกรุกที่ทำกินของเกษตรกร ซึ่งเป็นผู้ดูแลรักษาป่าตามวิถีชีวิตที่ต้องอาศัยทำมาหากินร่วมกับธรรมชาติมาตลอดทั้งชีวิต และโอกาสที่จะขอเพิกถอนการประกาศนั้นก็ยากอีก สำหรับกรณีผู้ประกอบการท่องเที่ยวภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาวและภูชี้เดือน ซึ่งเคยประสบปัญหาขัดแย้งกับเจ้าหน้าที่รัฐเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ป่าไม้ แม้ว่าชุมชนจะรวมตัวกันคัดค้านหรือไม่ยินยอมรับอำนาจของเจ้าหน้าที่รัฐ แต่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวก็จำเป็นต้องยอมรับนโยบายของรัฐ รวมถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในที่สุด

เนื่องจากไม่มีทุนทรัพยากรจะต้องดำเนินการในชั้นศาล รวมถึงไม่มีบุคลากรที่มีความรู้ด้านกฎหมายเพียงพอให้คำแนะนำกับกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะทางการบริหาร

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ควรสร้างข้อตกลงร่วมกับผู้ประกอบการและราษฎรเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่เพื่อสร้างความมั่นใจถึงขอบเขตการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร ทำให้ผู้ประกอบการเกิดความมั่นใจในการลงทุนพัฒนาสิ่งสนับสนุนการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว ภูชี้ดาวและภูชี้เดือน อย่างยั่งยืน

2. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรจัดระบบการจัดการขยะในพื้นที่ท่องเที่ยว การจัดพื้นที่ทำลายขยะภายใต้ข้อจำกัดที่จะไม่สร้างผลกระทบทางนิเวศต่อนักท่องเที่ยว ราษฎรในพื้นที่และราษฎรโดยรอบเนื่องจากพื้นที่ท่องเที่ยวอยู่บนภูเขาสูง และเป็นพื้นที่ต้นน้ำ การทำลายขยะในพื้นที่จะส่งผลกระทบต่อประชาชนเป็นวงกว้าง

3. การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวภูชี้ดาวและภูชี้เดือน ที่มีลักษณะภูมิลักษณะโดดเด่น งดงาม เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวในทุกฤดูกาล

6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. รูปแบบของการกีดกันการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรของราษฎรที่ตั้งถิ่นฐานในพื้นที่
2. การบังคับใช้กฎหมายป่าไม้กับวิถีชีวิตของราษฎรในพื้นที่ป่าไม้
3. การปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของราษฎรจากพื้นที่ราบที่อพยพขึ้นมาตั้งถิ่นฐานบนพื้นที่ภูเขาสูง

7. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การใช้สิทธิชุมชนเพื่อจัดการและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่สาธารณะรวมถึงการกีดกันผู้ไม่เป็นสมาชิกของชุมชนเพื่อความมั่นคงทางสังคม เศรษฐกิจและการจัดการทรัพยากรร่วมเป็นกระบวนการจัดการเหนืออำนาจรัฐ แต่ก็เป็นวิธีการจัดการทรัพยากรในพื้นที่โดยชุมชนอย่างมั่นคงและยั่งยืน

8. เอกสารอ้างอิง

จิตรลดา ปันทอง. (2564). ผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนจังหวัดจันทบุรี.

วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 16(58), 34-45.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ไซน์.

ปานาโยตู, ธีโอดอร์ (Panayotou, Theodore). (2525). เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยสวัสดิการสังคม ความล้มเหลวของระบบตลาดและการจัดสรรทรัพยากร (ชัยวัฒน์ สหัสกุล, ผู้แปล). ใน สุธาวัลย์ เสถียรไทย และเรณู สุขารมณ (บรรณาธิการ). เศรษฐศาสตร์ทรัพยากรธรรมชาติ. กรุงเทพฯ : ส่องสยาม.

พงศ์เสวก อเนกจำนงพร และนพพร ศิริบันเทิงศิลป์. (2555). สิทธิชุมชนกับการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำ ในสังคมไทย. วารสารนักบริหาร, 32(1), 183-189.

พชรดนัย วัชรธนพัฒนธาดา. (2565). ความสัมพันธ์ของการบังคับใช้กฎหมายด้านการท่องเที่ยวกับการพัฒนาท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารมจรการพัฒนาสังคม, 7(2), 237-247.

พิมพ์ประไพ สนิทวงศ์ ณ อยุธยา และชัยณรงค์ เครือนวน. (2562). สิทธิชุมชนกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น หลักคิดและความเป็นจริงทางสังคม: กรณีศึกษาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก. วารสารทางกาเมืองการบริหารและกฎหมาย, 11(3), 39-63.

พิมพ์ลลิต แก้วหานาม และคณะ. (2559). สิทธิชุมชนกับกระบวนการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาบ้านคำไผ่-โนนสง่า จังหวัดกาฬสินธุ์. วารสารการบริหารการปกครอง, 5(2), 198-220.

- ไพสิฐ พานิชกุล. (2546). สิทธิชุมชน ปัญหาและพัฒนาการทางความคิด. ใน ชลธิชา สัตยาวัฒนา (บรรณาธิการ). **สิทธิชุมชนท้องถิ่นพื้นเมืองดั้งเดิมล้านนา กรณีศึกษาชุมชนลัวะ ยวน ลื้อ ปกาเกอญอ(กะเหรี่ยง) ในจังหวัดน่าน เชียงรายและเชียงใหม่**. กรุงเทพฯ : นิติธรรม.
- ภูวดล บัวบางพลู. (2561). แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติเขาคิซมัญญู จังหวัดจันทบุรี. **วารสารวิจัยรำไพพรรณี**, 12(2), 91-101.
- เลิศชาย ศิริชัย. (2546). สิทธิชุมชนและปัญหาสิทธิชุมชนท้องถิ่นภาคใต้. ใน ชลธิชา สัตยาวัฒนา (บรรณาธิการ). **พลวัตสิทธิชุมชนกระบวนทัศน์ทางมานุษยวิทยา**. กรุงเทพฯ : แปลนพรินต์.
- ศรียาชา เจริญพานิช. (2557). สิทธิชุมชน :สิทธิในที่ดินของชุมชนเกษตรกรรม. **วารสารศาลรัฐธรรมนูญ**, 18(52), 224- 237.
- สมศักดิ์ มกรมณเทียร และคณะ. (2559). การพัฒนายุทธศาสตร์การบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในพื้นที่วนอุทยานภูชี้ฟ้า อำเภอ เทิง จังหวัดเชียงราย. **วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ**, 9(1), 82-96.
- เสวียน เปรมประสิทธิ์ สกิดา อินจินดา และสุภาพร พงศ์ธรพฤกษ์. (2564). องค์ประกอบของขยะและแนวทางการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว ภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์. **วารสารทางวิชาการ วิทยาศาสตร์และวิทยาศาสตร์ประยุกต์**, 2564(2), 1-11.
- อดิสร ภูสาระ และสุมาลีนี สาดสำอาง. (2564). การจัดการทรัพยากรร่วม. **วารสารวิเทศศึกษา**, 1(2), 93-114.
- อัจฉริยาพร คันธมาลาเจริญ. (2564). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในแนวทางการท่องเที่ยว 4.0 กรณีศึกษาพื้นที่ตำบลกีดช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. **วิทยานิพนธ์การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนผังเมืองและสภาพแวดล้อม, มหาวิทยาลัยแม่โจ้**.
- อารตี อุตฺตร. (2561). การปรับตัวของชุมชนผ่านโครงการ ลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในจังหวัดเชียงใหม่. **วารสารจัดการสิ่งแวดล้อม**, 14(2), 16-41.

แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งแบบวิถีปกติใหม่ : กรณีศึกษา จอมบึงมาราธอน จังหวัดราชบุรี

Guidelines for The Development of Community Participation in Running Event in The New Normal : A case study of Chombueng Marathon, Ratchaburi Province

นงลักษณ์ เพ็ญชาติ (Nongluck Permchart)¹ เสรี เพ็ญชาติ (Seri Permchart)²
และกนกวรรณ แสนเมือง (Kanokwan Sanmuang)³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันการมีส่วนร่วม ปัญหาอุปสรรคในการมีส่วนร่วมของชุมชน ในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอน 2) วิเคราะห์ปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่ และ 3) เสนอแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่ การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนพื้นที่วิจัยจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 4 แห่ง ครอบคลุมพื้นที่ 3 ตำบล 14 หมู่บ้าน และ 15 โรงเรียน ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนโดยตรงที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก จำนวน 329 คน โดยใช้แบบสอบถามกึ่งสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ได้มาโดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 35 คน ด้วยแบบสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม และการประชุมกลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบันของการมีส่วนร่วมของชุมชนในงานวิ่งจอมบึงมาราธอน ซึ่งเป็นงานที่จัดขึ้น โดยความร่วมมือของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ภาครัฐเครือข่าย และชุมชนในพื้นที่ ภายใต้คำขวัญว่า “งานวิ่ง ประเพณีของชาวบ้าน ที่มีมาตรฐานเป็นสากล” จัดขึ้นในสัปดาห์ที่ 3 ของเดือนมกราคมเป็นประจำทุกปี ลักษณะการมีส่วนร่วมเป็นแบบความสัมพันธ์ “เจ้าภาพร่วมกัน” บริหารจัดการชุมชนที่มีส่วนร่วมโดยประสานงานผ่านผู้นำชุมชน ด้วยวิธีการประชุมกลุ่มย่อย ประชุมกลุ่มใหญ่ ให้ความรู้ สาธิตทดลองปฏิบัติจริง ปัญหาอุปสรรคของการมีส่วนร่วมของชุมชน ในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอน พบว่า นโยบายของหน่วยงานประสานงานกลางขาดความชัดเจน ทรัพยากรสนับสนุนไม่เพียงพอ และส่งมอบล่าช้า และการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ชุมชนไม่ต่อเนื่องทันเวลา 2) ปัจจัยสำคัญการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่โดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาความสำคัญเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ ด้านความตระหนักของประชาชนในชุมชน ด้านบทบาทผู้นำชุมชน ด้านผลประโยชน์ตอบแทน ด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ และด้านนโยบายองค์กร 3) แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่ที่เหมาะสมสอดคล้องกับบริบทของงานวิ่งจอมบึงมาราธอน ประกอบด้วย 5 แนวทางหลักที่จะบูรณาการอย่างมีส่วนร่วม ได้แก่ 1) การสร้างความตระหนักของประชาชนในชุมชน 2) การส่งเสริมบทบาทผู้นำชุมชน 3) การแบ่งปันผลประโยชน์ตอบแทน 4) การพัฒนาการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ และ 5) การกำหนดนโยบายองค์กรแกนนำ (มหาวิทยาลัย)

คำสำคัญ: การพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน กิจกรรมงานวิ่งแบบวิถีปกติใหม่ จอมบึงมาราธอน

Abstract

¹ สาขาวิทยาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง E-mail: paunluck@gmail.com

² สาขาวิชาประกาศนียบัตรบัณฑิตวิชาชีพครู คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง E-mail: seriper@mcr.ac.th

³ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและบริการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง E-mail: civic_62@hotmail.com

The objectives of this research were (1) to study the current condition of community participation, problems, and threats to community participation in Chombueng Marathon; (2) to analyze factors of community participation in Chombueng Marathon as the new normal running activities; and (3) to propose the guidelines for the development of community participation in Chombueng Marathon as the new normal running activities. This research used Mixed Methods between quantitative and qualitative research methodologies. The quantitative data were collected from sample groups of people who were living in communities in the research area, consisting of 4 local administrative organizations with 3 Tambons, 14 villages, and 15 schools, and who participated directly in organizing of Chombueng Marathon. The 329 samples were drawn from convenience random sampling. Questionnaires were used to collect the data, along with participant observation. The data were analyzed by using frequency, percentage, mean, and standard deviation. The qualitative data were collected from 35 key informants who were drawn from purposive sampling, an in-depth interview, participatory observation, and focus group were used to collect the data, which was analyzed by content analysis. The findings were as follows:

1. The current condition for organizing the Chombueng Marathon is the cooperation of Muban Chombueng Rajabhat (MCRU) and network partners with local communities. The motto of this event was “Local running activity with international standards.” The event was held in the third week of January Annually, the nature of participation is the relationship as co-host, and there were managerial administrations allowing communities to participate in activities at the event with small meetings and large meetings and demonstrations. The problems and threats to community participation in the Chombueng Marathon were found to have the following key points; (1) the lack of a real clear policy of MCRU for running activities and organizing created a delay in operating procedures and coordination with the community; (2) the lacking of supporting resources delayed delivery; and (3) the inconsistent communication and public relations created delayed information.

2. Key factors for community participation in the Chombueng Marathon as new normal running activities in total were of the highest level of importance. When considering in topic scoring from highest to lowest was as follows; (1) the realization of people in the community; (2) the roles of community leaders; (3) the compensations and benefits; (4) the communication and public relations; and (5) the policies of the organization.

3. The guidelines for the development of community participation in the Chombueng Marathon as a new normal running activity consisted of 5 main guidelines that will be integrated with Chombueng Marathon organizing in order to create sustainability through community participation as follows; (1) building the realization of people in the community (2) fostering the leadership roles of community leaders; (3) sharing of compensation and benefit; (4) the development of communication and public relations; and (5) the policy formulation of the leading organization (MCRU).

Keywords: Community Participation, New Normal Running Events, Chombueng Marathon

วันที่รับบทความ : 6 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 21 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 23 สิงหาคม 2566

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การจัดงานวิ่งเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เมืองหรือชุมชนด้านการท่องเที่ยว สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปในพื้นที่ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักเมือง ชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในระหว่างเข้าร่วมกิจกรรมงานวิ่งได้ (Penang marathon, 2009) นับตั้งแต่ปี 2562 จากสนามวิ่งที่มีไม่น้อยกว่า 1,336 สนาม/ปี ได้ลดลงและไม่สามารถจัดการวิ่งอย่างเป็นทางการได้แม้แต่สนามเดียว กลุ่มนักวิ่งที่ต้องการออกกำลังกายสามารถทำได้แต่เพียงการวิ่งในสนามกีฬา กลุ่มเล็ก ๆ ภายใต้มาตรการป้องกันทางสังคมเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่เคร่งครัด ส่งผลกระทบในทุก ๆ ด้านในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานวิ่ง จนปัจจุบันสถานการณ์เริ่มผ่อนคลายไปในทางที่ดีขึ้น ในเดือนกรกฎาคม 2563 รัฐบาลได้อนุญาตให้มีการจัดงานวิ่งขึ้นได้ในประเทศไทยอีกครั้งหนึ่ง โดยให้มีการลดจำนวนนักวิ่งลง นักวิ่งทุกคนต้องใส่หน้ากากอนามัย มีการปล่อยตัวแบบ Wave รวมถึงข้อกำหนดในการป้องกันที่เป็นไปตาม “คู่มือการจัดการแข่งขันวิ่งบนถนนและมาตรฐานการจัดการแข่งขันภายใต้การแพร่ระบาด COVID-19 (The Next Normal of Road Race Manual)” สนามวิ่งขนาดใหญ่ที่มีคนเข้าร่วมวิ่งไม่เกิน 10,000 คน หรือถ้ามากกว่าก็กระจายวันแข่งขันมากกว่า 1 วัน และหากสถานการณ์ดีขึ้นโดยลำดับแล้ว คาดว่าจะมีสนามวิ่งเริ่มจัดการงานวิ่งเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ

จอมบึงมาราธอน จังหวัดราชบุรี เป็นงานวิ่งที่เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากกลุ่มนักวิ่งทั่วประเทศ ก่อกำเนิดขึ้นในปี พ.ศ. 2528 จากหน่วยงานที่จัดเพียงหน่วยงานเดียวพัฒนาเป็นมีภาคีเครือข่ายร่วมจัดมากกว่าร้อยหน่วยงาน จนได้รับการลงมติ (Vote) จากกลุ่มนักวิ่งทั่วประเทศให้เป็นงานวิ่งยอดเยี่ยมที่สุดในไทย อันดับที่ 1 ประเภทฟูลมาราธอนในปี 2558 (วิ่งไหนดี, 2561) จุดเด่นที่สำคัญบนเส้นทางวิ่งมีเสน่ห์ดึงดูดใจ คือ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการร่วมต้อนรับและการเชียร์ที่เป็นเอกลักษณ์อย่างหลากหลายของชุมชน ภายใต้คำขวัญของงานว่า “งานวิ่งประเพณีของชาวบ้าน ที่มีมาตรฐานเป็นสากล” การมีส่วนร่วมของชุมชนสามารถสร้างความประทับใจ สร้างความพึงพอใจในอารมณ์และเติมเต็มความต้องการทางจิตวิญญาณให้กับกลุ่มนักวิ่ง เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดงานวิ่ง จอมบึงมาราธอนอย่างมั่นคงและยั่งยืน (สัจจา ไกรศรีรัตน์ และคณะ, 2564) นับตั้งแต่เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) งานวิ่งจอมบึงมาราธอน ต้องงดการจัดกิจกรรมเหมือนกับทุกสนามวิ่งในประเทศ ในปี 2566 จึงเป็นการจัดงานวิ่งครั้งที่ 36 จากการสัมภาษณ์ณรงค์ เทียมเมฆ (2565) ทำให้พบว่า ภาคีเครือข่ายหลายภาคส่วนโดยเฉพาะชุมชนพื้นที่ที่มีส่วนร่วมดำเนินงานบนเส้นทางวิ่งจอมบึงมาราธอน ยังปฏิบัติงานในการจัดงานวิ่งได้ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดแบบวิถีปกติใหม่ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการขาดความรู้ในวิธีการที่ถูกต้องและเหมาะสม ขาดความเข้าใจในการปฏิบัติงานกับบทบาทและหน้าที่ในการร่วมจัดงานวิ่ง การสื่อสารและประชาสัมพันธ์การปฏิบัติงานไปยังภาคีเครือข่ายโดยผ่านนโยบายของพื้นที่ การสื่อสารของกลุ่มผู้จัดงาน การประสานงานผ่านเครือข่ายและผู้นำชุมชนในการปฏิบัติความชัดเจน และการขาดงบประมาณเพื่อจัดหาอุปกรณ์ป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส เป็นต้น (คณะกรรมการวางแผนและขับเคลื่อนโครงการจอมบึงมาราธอน, 2565) จากปัญหาดังกล่าวจึงควรต้องได้รับการแก้ไข โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของชุมชน ทั้งนี้เพื่อดำรงไว้ซึ่งสิ่งดึงดูดใจที่เป็นจุดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์เชิงพื้นที่ที่กลุ่มนักวิ่งกล่าวขานกันมากให้อยู่คงอยู่ รวมถึงสร้างความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยในการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่เป็นไปตามมาตรการข้อกำหนดที่ภาครัฐกำหนดไว้ในการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอน

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งแบบวิถีปกติใหม่ กรณีศึกษาจอมบึงมาราธอน จังหวัดราชบุรี โดยศึกษาสภาพปัจจุบันของการมีส่วนร่วม ปัญหาอุปสรรคในการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอน การวิเคราะห์ปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการวิ่งจอมบึงมาราธอนที่สำคัญบนวิถีปกติใหม่ ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรม

งานวิจัยจอบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่และเป็นแนวทางปฏิบัติให้กับกลุ่มผู้จัดงานวิ่งที่ต้องพึ่งพิงอิงอาศัยชุมชนและประชาชนในการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมงานวิ่ง พัฒนาไปสู่ความยั่งยืนในระดับชุมชนและสังคมต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการมีส่วนร่วม ปัญหาอุปสรรคในการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอบึงมาราธอน

1.2.2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่

1.2.3 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มที่ 1 เป็นผู้นำและผู้บริหารชุมชนที่เป็นผู้ร่วมจัดกิจกรรมงานวิ่งจอบึงมาราธอน จำนวน 20 คน จากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 4 แห่ง ประกอบด้วย 3 ตำบล 14 หมู่บ้าน และ 15 โรงเรียนที่อยู่บนเส้นทางแข่งขันวิ่งจอบึงมาราธอน

กลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนพื้นที่วิจัย และมีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมงานวิ่งจอบึงมาราธอนโดยตรง จำนวน 329 คน (คำนวณจากประชากร 1,855 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%)

กลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มผู้จัดงานวิ่ง กลุ่มผู้ร่วมจัดงาน กลุ่มนักวิ่ง กลุ่มนักวิชาการ ที่มีส่วนร่วมโดยตรงในการจัดกิจกรรมงานวิ่งจอบึงมาราธอน จำนวน 15 คน

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1) สภาพปัจจุบันของการมีส่วนร่วม ปัญหาอุปสรรคในการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอบึงมาราธอน
2) ปัจจัยสำคัญในการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่ ได้แก่ ด้านบทบาทของผู้นำชุมชน ด้านความตระหนักของประชาชนในชุมชน ด้านนโยบายองค์กร ด้านผลประโยชน์ตอบแทน และด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

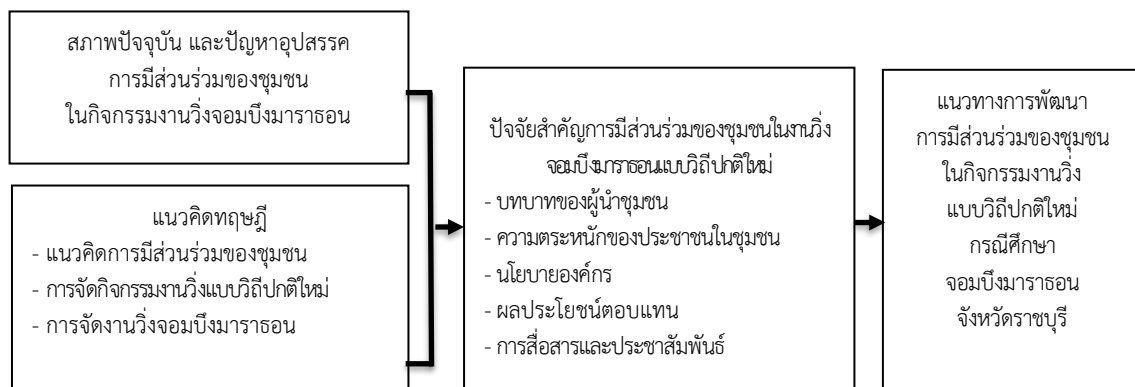
3) แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

มกราคม พ.ศ. 2564 - พฤษภาคม พ.ศ. 2565

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาและทบทวนเอกสารแนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน ปัจจัยของการมีส่วนร่วม และการจัดกิจกรรมงานวิ่งแบบวิถีปกติใหม่ โดยนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน

การมีส่วนร่วม (Participation) ของประชาชนในชุมชน สถิต วิทยานันท์ (อ้างถึงใน กิตติภักดิ์ จิโนทัย, 2562) พบว่า เกิดจากแนวความคิดที่สำคัญ 3 ประการ คือ (1) ความสนใจและความห่วงใย กังวลร่วมกันของส่วนรวม (2) ความเดือดร้อนและความไม่พอใจร่วมกันของส่วนรวม และ (3) การตกลงร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มหรือชุมชนให้ไปในทิศทางที่พึงปรารถนา สำหรับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการจัดงานวิ่ง เป็นการที่ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมปฏิบัติการจัดกิจกรรมงานวิ่งในฐานะกลุ่มผู้ร่วมจัดงานวิ่ง โดยร่วมทำกิจกรรมในส่วนของการอำนวยความสะดวกที่ฝ่ายอำนวยการจัดงานได้มอบหมาย และสนับสนุนให้ดำเนินการตามศักยภาพของชุมชนนั้น ๆ ทั้งนี้ในการจัดกิจกรรมงานวิ่งต้องอาศัยการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมมือปฏิบัติ จากภาคประชาสังคมกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่มผู้จัดงานวิ่ง กลุ่มผู้ร่วมจัดงาน กลุ่มผู้สนับสนุน กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มอาสาสมัคร และกลุ่มชุมชนและประชาชนในพื้นที่ (สัจจา ไกรศรรัตน์ และคณะ, 2564) โดยเฉพาะกลุ่มชุมชนและประชาชนจะเป็นพลังสำคัญที่ทำให้งานการจัดการพื้นที่ด้านการต้อนรับและการบริการบนเส้นทางวิ่งประสบความสำเร็จ

2.2 ปัจจัยของการมีส่วนร่วม

ปัจจัยจุดใจที่ดึงดูดให้ชุมชนและประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการร่วมจัดกิจกรรมงานวิ่ง โดยสรุปได้แก่ บทบาทของผู้นำชุมชน ความตระหนักของประชาชนในชุมชน นโยบายองค์กรหรือหน่วยงานหลักในการจัดกิจกรรม ผลประโยชน์ตอบแทน การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เป็นต้น (ปิยะธิดา ปาลรังสี, 2557; สมจินตนา คุ่มภัย, 2559; กิตติภักดิ์ จิโนทัย, 2562 และสัจจา ไกรศรรัตน์ และคณะ, 2564)

2.2.1 บทบาทของผู้นำชุมชน หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ชักนำ กระตุ้นชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมงานวิ่ง การขอความร่วมมือให้ชุมชนเข้าร่วมทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อตอบสนองนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการร่วมสร้างชื่อเสียงของชุมชนให้เป็นที่รู้จัก และเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญช่วยวางแผน ตัดสินใจ ให้คำปรึกษาในงานวิ่ง

2.2.2 ความตระหนักของประชาชนในชุมชน หมายถึง ความต้องการของชุมชนในการให้พื้นที่มีการพัฒนาเมื่อมีกิจกรรมงานวิ่ง มีส่วนร่วมในการสร้างชื่อเสียงระดับประเทศของงานวิ่งจอมบึงมาราธอน มีความภาคภูมิใจที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอน ร่วมรับผลประโยชน์ตอบแทนที่คุ้มค่า สามารถเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวจากการเข้ามามีส่วนร่วม การได้รับการพัฒนาพื้นที่เมื่อเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมงานวิ่ง และได้รับแรงจูงใจในการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพด้วยการวิ่ง

2.2.3 นโยบายองค์กร หมายถึง การกำหนดสิ่งที่ต้องการใช้ในการสื่อสาร วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และหน้าที่ต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรมงานวิ่งของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงกับชุมชนที่ทุกฝ่ายงานย่อยจะต้องรับทราบ พร้อมเข้าใจในทิศทางเดียวกันที่จะทำให้เกิดการพัฒนาและเดินไปตามแนวทางที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อสร้างชุมชนให้มีความรู้สึกในการเป็นเจ้าภาพร่วมในการจัดกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอน

2.2.4 ผลประโยชน์ตอบแทน หมายถึง การที่สมาชิกในชุมชนมีความรู้สึกได้รับสิ่งตอบแทนที่เป็นประโยชน์กับตนเองและชุมชน อาทิ ความรู้ในการประกอบอาชีพ การมีรายได้ของครอบครัวและชุมชนเพิ่มขึ้น เศรษฐกิจของชุมชนได้รับการพัฒนาในทางที่ดีขึ้น มีงบประมาณในการพัฒนาชุมชนและมีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคของชุมชน มีการจัดสรรทรัพยากรอย่างทั่วถึง และการได้รับความภาคภูมิใจของชุมชนจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมงานวิ่ง

2.2.5 การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการส่งและรับข่าวสารข้อมูลอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องของผู้จัดกิจกรรมวิ่งกับชุมชน การเปิดโอกาสเพื่อรับฟังความคิดเห็นของชุมชนในการจัดกิจกรรมงานวิ่ง การรับรู้ข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่ชุมชนเข้าถึงได้ง่าย การชี้แจงวัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรมงานวิ่งให้ชุมชนได้รับทราบ และมีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมงานวิ่งที่รวดเร็ว

2.3 กิจกรรมงานวิ่งแบบวิถีปกติใหม่

เป็นวิธีการปฏิบัติในการจัดกิจกรรมงานวิ่งอย่างใหม่ที่แตกต่างไปจากวิถีการเดิมอันเนื่องมาจากผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จนแบบแผนหรือแนวทางปฏิบัติเดิมที่คุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคย

คาดหวังล่วงหน้าได้ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้มาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคย ประกอบด้วย วิถีคิด วิถีเรียนรู้ วิถีสื่อสาร วิถีปฏิบัติ และการจัดการการใช้ชีวิตแบบใหม่เกิดขึ้นหลังจากเกิดการเปลี่ยนแปลง ทำให้ชุมชนพื้นที่ต้องมีการปรับตัวเพื่อรับมือกับการจัดกิจกรรมงานวิ่งในปัจจุบัน รวมถึงการปรับเปลี่ยนด้านธุรกิจและบริการต่าง ๆ ให้ทันต่อสถานการณ์ เช่น การเปิดระบบลงทะเบียนออนไลน์ การใช้ระบบซื้อขายและบริการทางออนไลน์ เป็นต้น (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ, 2563; รัฐ จิโรจน์วิชชากร, 2564 และณรงค์ เทียมเมฆ, 2565)

จากแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน ปัจจัยการมีส่วนร่วม และการจัดกิจกรรมงานวิ่งแบบวิถีปกติใหม่ คณะผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ในการหาแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอนของผู้จัดงานหลัก ซึ่งเป็นกระบวนการเพื่อพัฒนาชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมงานวิ่งแบบวิถีปกติใหม่ โดยได้มาจากการระดมความคิดและระดมสรรพกำลังของกลุ่มบุคคลในชุมชนทุกภาคส่วนให้มาร่วมกันกำหนดแนวทางในการพัฒนา ได้แก่ บทบาทของผู้นำชุมชน ความตระหนักของประชาชนในชุมชน นโยบายและองค์การภาครัฐ ผลประโยชน์ตอบแทน การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะเป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดกิจกรรมงานวิ่งหลังจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และต้องมีการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวเพื่อรับมือกับการจัดกิจกรรมงานวิ่งที่มีความปลอดภัยและสร้างความมั่นใจได้ในปัจจุบัน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method) โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) เป็นแนวทางหลักเสริมด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantity Research) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนพื้นที่วิจัยจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 4 แห่ง ครอบคลุมพื้นที่ 3 ตำบล 14 หมู่บ้าน และ 15 โรงเรียน ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนโดยตรงที่ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก จำนวน 329 คน คำนวณจากประชากร 1,855 คน ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้แบบสอบถามกึ่งสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ได้มาโดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 35 คน จากผู้นำชุมชน จำนวน 20 คน และกลุ่มผู้ร่วมจัดงาน กลุ่มนักวิ่ง กลุ่มนักวิชาการ จำนวน 15 คน ด้วยแบบสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม และการประชุมกลุ่มย่อย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษครั้งนี้มีขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตามหลักการ และดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ รายละเอียดดังนี้

3.1.1 เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถามกึ่งสัมภาษณ์ ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ตอนคือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป จำนวน 7 ข้อ ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่ จำนวน 5 ด้าน 31 ข้อ และตอนที่ 3 เป็นข้อคิดเห็นอื่น ๆ หากคุณภาพเครื่องมือวิจัยด้วยการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence : IOC) และวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.85 ผลที่ได้จากศึกษา ได้แก่ (1) ข้อมูลความคิดเห็นในระดับความสำคัญของปัจจัยสำคัญในการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่ และ (2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในงานวิ่งจอมบึงมาราธอน แบบวิถีปกติใหม่

3.1.2 เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มตัวอย่างผู้นำและผู้บริหารชุมชนที่ร่วมจัดกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอน ประกอบด้วยข้อคำถาม 2 ตอนคือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 8 ข้อ และตอนที่ 2 ข้อมูลสภาพการมีส่วนร่วมและปัญหาอุปสรรคในการจัดกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอน จำนวน 7 ข้อ หากคุณภาพเครื่องมือวิจัยด้วยการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence : IOC) และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Observation)

การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กับกลุ่มผู้จัดงานวิ้ง กลุ่มผู้ร่วมจัดงาน กลุ่มนักวิ้ง และกลุ่มนักวิชาการ ผลที่ได้จากการศึกษา ได้แก่ (1) ข้อมูลสภาพการณ์มีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ้งจอมบึงมาราธอน ได้แก่ กิจกรรมที่เข้าไปมีส่วนร่วม สิ่งดึงดูดจุดเด่น ความรู้สึกการมีส่วนร่วม (2) ข้อมูลเหตุผลการมีส่วนร่วมจัดกิจกรรมงานวิ้งจอมบึงมาราธอน (3) ข้อมูลปัญหาอุปสรรคการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ้งจอมบึงมาราธอน และ (4) ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วมในสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และ (5) แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนแบบวิถีปกติใหม่ในกิจกรรมงานวิ้งจอมบึงมาราธอน

ทั้งนี้ผู้วิจัยคำนึงถึงประเด็นจริยธรรมการวิจัยในทุกขั้นตอนของการวิจัยด้วยการพิทักษ์สิทธิของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลวิจัย โดยมีหนังสือขอความร่วมมือในการให้ข้อมูล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างการวิจัยมีสิทธิปฏิเสธการให้ข้อมูลโดยไม่ส่งผลกระทบต่อสวัสดิภาพส่วนบุคคล รวมถึงการแนะนำตัวคณะผู้วิจัยและอธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย และประโยชน์ของการวิจัยให้บุคคลผู้เป็นกลุ่มตัวอย่างหรือกลุ่มผู้อยู่ในข่ายที่จะเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ทราบ และขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล พร้อมทั้งชี้แจงในสิทธิตามที่มียู่ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังย้ำถึงความสำคัญของการรักษาความลับเกี่ยวกับประวัติและการมีส่วนร่วมในการวิจัยของกลุ่มตัวอย่าง

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานในการวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามกึ่งสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างประชาชนจำนวน 329 คน ในพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 4 แห่ง ใน 3 ตำบล 14 หมู่บ้าน 15 โรงเรียน และมีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมงานวิ้งจอมบึงมาราธอน ครั้งที่ 35 โดยตรง ในประเด็นความคิดเห็นต่อปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ้งจอมบึงมาราธอน แบบวิถีปกติใหม่ กับหน่วยวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่อาศัยในชุมชนพื้นที่วิจัย และมีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมงานวิ้งจอมบึงมาราธอน ที่ได้มาโดยการสุ่มตามสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 329 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ และใช้ค่าเฉลี่ยมาพิจารณาระดับความคิดเห็นโดยแบ่งเกณฑ์พิจารณาเป็น 5 ระดับคือ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00) มาก (ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20) ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40) น้อย (ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60) และน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80) (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) และเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory Observation) การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) จากผู้รู้ที่รู้จริง (Key Informants) ได้แก่ ผู้นำและผู้บริหารชุมชนในพื้นที่ที่เป็นผู้ร่วมจัดกิจกรรมงานวิ้งจอมบึงมาราธอน จำนวน 20 คน และกลุ่มผู้จัดงานวิ้ง กลุ่มผู้ร่วมจัดงาน กลุ่มนักวิ้ง และกลุ่มนักวิชาการ ที่มีส่วนร่วมโดยตรงในการจัดกิจกรรมงานวิ้งจอมบึงมาราธอน จำนวน 15 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ สังเคราะห์ รังสรรค์ข้อมูล (Constructionism) ให้ครบทุกประเด็นแบบองค์รวม (Holistic) ที่ตรงประเด็นและตามวัตถุประสงค์การวิจัยมากที่สุด เพื่อให้ได้เป็นแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ้งแบบวิถีปกติใหม่

4. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ้งแบบวิถีปกติใหม่ กรณีศึกษาจอมบึงมาราธอน จังหวัดราชบุรี เป็นการวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานวิธี ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ที่ได้ทำการศึกษากับประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนพื้นที่วิจัยจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 4 แห่ง ใน 3 ตำบล 14 หมู่บ้าน 15 โรงเรียน และมีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมงานวิ้งจอมบึงมาราธอน ครั้งที่ 35 โดยตรง ตัวแทนกลุ่มผู้นำและผู้บริหารชุมชนในพื้นที่ที่เป็นผู้ร่วมจัดกิจกรรมงานวิ้งจอมบึงมาราธอน ตัวแทนกลุ่มผู้จัดงานวิ้ง กลุ่มผู้ร่วมจัดงาน กลุ่มนักวิ้ง และกลุ่มนักวิชาการ ที่มีส่วนร่วมโดยตรงในการจัดกิจกรรมงานวิ้งจอมบึงมาราธอน โดยผลการวิจัยพบว่า

4.1 สภาพปัจจุบันของการมีส่วนร่วม ปัญหาอุปสรรคในการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอน

จากการศึกษาสภาพของการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอน โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการเข้าร่วมประชุม พบว่า งานวิ่งจอมบึงมาราธอนในมุมมองของชุมชน เป็นงานวิ่งที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากกลุ่มนักวิ่งทั่วประเทศ มีนักวิ่งและผู้ติดตามเข้าร่วมงานนับหมื่นคนในแต่ละปี มีแกนนำในการจัดงาน คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงที่ร่วมมือกับหลายหน่วยงานในจังหวัดราชบุรี เป็นงานวิ่งของจังหวัดราชบุรีที่ทุกคนในจังหวัดรอคอยเพื่อร่วมจัดงานโดยกำหนดการของมหาวิทยาลัย ภายใต้คำขวัญของงานวิ่งที่ว่า “งานวิ่งประเพณีของชาวบ้าน ที่มีมาตรฐานเป็นสากล” ซึ่งมีการจัดขึ้นในทุกสัปดาห์ที่ 3 ของเดือนมกราคมเป็นประจำทุกปี ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของหน่วยงานในจังหวัดและชุมชนเพื่อร่วมจัดกิจกรรมการเดินวิ่งเพื่อสุขภาพ และ (2) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้กับชุมชนในอำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี และจังหวัดใกล้เคียง

กิจกรรมที่เข้าไปมีส่วนร่วม ได้แก่ งานความปลอดภัย งานพยาบาล งานสิ่งอำนวยความสะดวก งานจัดการพื้นที่ งานที่พัก งานบริการบนเส้นทางวิ่ง ต้อนรับเชียร์ บริการน้ำดื่ม งานภาคีเครือข่ายและพันธมิตร งานสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน งานรณรงค์สร้างกระแสสังคม โดยการประสานงานผ่านผู้นำชุมชนใน 3 ช่วงเวลา ได้แก่ ก่อนจัดงานวิ่ง วันจัดงานวิ่ง และหลังการจัดงานวิ่ง ซึ่งก่อนจัดงานวิ่ง มหาวิทยาลัยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการวางแผนและขับเคลื่อนโครงการจอมบึงมาราธอนที่มีตัวแทนผู้นำชุมชนร่วมเป็นกรรมการฯ มีการประชุมเพื่อเตรียมความพร้อมการจัดงาน มีการจัดประชุมชี้แจงปรึกษาหารือและเตรียมการ รวมถึงสอบถามความต้องการ ปัญหาอุปสรรค เพื่อร่วมพัฒนาการจัดงานวิ่งร่วมกัน ในช่วงวันจัดงานวิ่ง มีการปฏิบัติตามภารกิจที่ได้รับจากการประสานงานผู้นำชุมชนในการมีส่วนร่วม ในด้านที่พัก การต้อนรับ การบริการอาหาร เครื่องดื่ม เกือบผลไม้ ดูแลด้านความปลอดภัย บริการสุขภาพ การเชียร์หรือการให้กำลังใจนักวิ่งบนเส้นทางวิ่ง การเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชน การจัดการและกำจัดขยะ และยังพบว่าชุมชนส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการร่วมกิจกรรมบนเส้นทางวิ่งตั้งแต่เด็กน้อยจนถึงผู้ใหญ่ บางคนเคยร่วมงานมาแล้วถึง 17 ปี กระบวนการทำงานเป็นการถ่ายทอดประสบการณ์ของผู้นำชุมชนและผู้ปฏิบัติงานรุ่นสู่รุ่น ทั้งในรูปแบบเอกสารและคำบอกเล่า ชุมชนมีความภาคภูมิใจที่ได้ต้อนรับ ดูแล บริการนักวิ่งและผู้ติดตาม ในฐานะเจ้าภาพร่วม และในช่วงหลังการวิ่งมหาวิทยาลัยจะมีตัวแทนไปขอบคุณและมอบผลประโยชน์ตอบแทนให้กับชุมชนจากการมีส่วนร่วมนั้นตามความเหมาะสม ได้แก่ งบประมาณ สิ่งของสนับสนุนทุนการศึกษา การบริการวิชาการ เป็นต้น ทั้งนี้ได้มีการบันทึกข้อมูลบนอนุสาวรีย์จอมบึงมาราธอนไว้ว่า “ถนนสายนี้เกิดขึ้นจากความร่วมมือร่วมใจของประชาชนที่ตระหนักในคุณค่าของการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ จึงร่วมใจจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอนมาตั้งแต่ปี 2529 จนกลายเป็นประเพณีที่ทุกคนต้องมาพบเห็น”

ปัญหาอุปสรรคในการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอน ส่วนใหญ่เกี่ยวกับระบบและกลไกการบริหารจัดการของหน่วยประสานงานกลาง (มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง) ที่ยังขาดความชัดเจน และประสานงานไม่ต่อเนื่อง ไม่ทันเวลา ไม่ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน โดยแยกเป็นประเด็นที่พบ ดังนี้

1) ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้การจัดงานวิ่งต้องงดการจัดในทุกรูปแบบ มหาวิทยาลัยไม่สามารถจัดกิจกรรมงานวิ่งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2564 และ 2565) ส่งผลให้การกำหนดแนวทางปฏิบัติงานการประสานงานเชื่อมโยงกับชุมชนขาดช่วงจังหวะ มีความล่าช้า ขาดความชัดเจน อีกทั้งมีการปรับเปลี่ยนคณะกรรมการการวางแผนและขับเคลื่อนโครงการจอมบึงมาราธอน จึงทำให้การกำหนดทิศทางการดำเนินงานส่วนหนึ่งต้องขึ้นอยู่กับหน่วยงานหลักที่สนับสนุนงบประมาณในการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอน

2) การจัดทรัพยากร การจัดงานวิ่งทุกครั้งที่ทรัพยากรจะมาจากกลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรมงานวิ่ง ทั้งที่จัดหาเองและที่ต้องจัดหาเพิ่มเติม รวมถึงการจ้างเหมาในและนอกพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรที่ใช้บนเส้นทางวิ่งที่ต้องใช้เป็นประจำที่มีการส่งมอบล่าช้า จำนวนไม่เพียงพอ อาทิเช่น น้ำดื่ม อาหาร วัสดุอุปกรณ์ งบประมาณ อุปกรณ์ป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เป็นต้น

3) การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ปัญหาอุปสรรคที่พบคือ ชุมชนไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารการจัดกิจกรรมวิ่งอย่างสม่ำเสมอ การสื่อสารล่าช้า รวมถึงการให้ความรู้ในการจัดงานวิ่งแบบวิถีปกติใหม่ที่ชุมชนพึงต้องปฏิบัติ

4) ความพร้อมเชิงพื้นที่ในการรองรับกลุ่มนักวิ่งและผู้ติดตาม ได้แก่ ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ชุมชน การคมนาคม ระยะทางและการเดินทางเข้าถึงพื้นที่ ความปลอดภัย จุลรวมพล การรับรู้ของชุมชนและประชาชนในพื้นที่ ที่ต้องมีการสร้างความเข้าใจร่วมกันในฐานะเป็นส่วนหนึ่งที่สนับสนุนส่งเสริมการจัดงานวิ่ง รวมถึงผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมในชุมชน เช่น ความสะอาด ขยะ การจราจร เสียงดัง ความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ปัญหาอาชญากรรม และการทำลายทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

5) ผู้นำชุมชน เป็นผู้ที่บทบาทอย่างมากในการนำพาชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรมงานวิ่ง หากผู้นำชุมชนให้ความสำคัญและให้ความสนใจประชาชนที่อยู่ในชุมชนจะให้ความร่วมมือและมีส่วนร่วมมาก ในทางตรงกันข้ามหากผู้นำชุมชนไม่ได้ให้ความสำคัญและให้ความสนใจ การเข้าร่วมของชุมชนจะมีจำนวนน้อยหรือไม่เข้าร่วมเลยก็ได้ ทั้งนี้ยังรวมถึงการเปลี่ยนแปลงผู้นำชุมชน การปรับเปลี่ยนผู้รับผิดชอบในการประสานงานกับหน่วยงานผู้จัดงานวิ่ง การบูรณาการนโยบายของหน่วยงานที่ขัดต่อกฎระเบียบที่ไม่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมงานวิ่ง นับเป็นอุปสรรคสำคัญในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอน

6) ประสพการณ์ของชุมชนในการร่วมจัดกิจกรรมงานวิ่งภายใต้มาตรการการจัดงานวิ่งในสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 ที่ชุมชนยังขาดความเข้าใจแนวทางปฏิบัติกิจกรรมงานวิ่งที่ตอบสนองพฤติกรรมของกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตามในยุควิถีชีวิตใหม่ (New Normal) จึงทำให้ชุมชนไม่กล้าเสี่ยงต่อการจัดกิจกรรมวิ่งในพื้นที่ ไม่มีผู้รับผิดชอบที่แท้จริงชัดเจนหากเกิดการแพร่ระบาดจากการจัดกิจกรรมงานวิ่งนี้ เพราะการจัดกิจกรรมงานวิ่งที่ทำโดยขาดความรู้และประสบการณ์ อาจส่งผลกระทบบนทางลบกับพื้นที่และชุมชนในโอกาสต่อไปได้

4.2 ปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่

ผลการศึกษาปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่ แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่

n=329

ปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนแบบวิถีปกติใหม่	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ด้านบทบาทผู้นำชุมชน	4.27	0.94	มากที่สุด
ด้านความตระหนักของประชาชนในชุมชน	4.36	0.74	มากที่สุด
ด้านนโยบายองค์กร	4.13	1.01	มาก
ด้านผลประโยชน์ตอบแทน	4.21	0.88	มากที่สุด
ด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์	4.17	0.74	มาก
รวม	4.22	0.76	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่โดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.22) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า ด้านที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ด้านความตระหนักของประชาชนในชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.36) ด้านบทบาทผู้นำชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.27) และด้านผลประโยชน์ตอบแทน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ส่วนด้านที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.17) และด้านนโยบายองค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.13) ตามลำดับ

4.3 แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งแบบวิถีปกติใหม่ กรณีศึกษาจอมบึงมาราธอน จังหวัดราชบุรี

ผลจากที่ประชุมกลุ่มที่ได้ร่วมพิจารณา แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ให้ความคิดเห็น และร่วมกันสังเคราะห์ปัจจัยที่สำคัญในการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่ (CBM : Chombueng Marathon) ควรประกอบด้วย 5 ปัจจัยหลักที่บูรณาการอย่างมีส่วนร่วมให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับบริบทของงานวิ่งจอมบึงมาราธอน ได้แก่ (1) การสร้างความตระหนักของประชาชนในชุมชน (2) การส่งเสริมบทบาทผู้นำชุมชน (3) การแบ่งปันผลประโยชน์ตอบแทน (4) การพัฒนาการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ และ (5) การกำหนดนโยบายองค์กรแกนนำ (มหาวิทยาลัย) โดยแต่ละปัจจัยควรประกอบด้วยกิจกรรมการส่งเสริมและพัฒนา ดังนี้



ภาพที่ 2 แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งแบบวิถีปกติใหม่ กรณีศึกษาจอมบึงมาราธอน จังหวัดราชบุรี

1) การสร้างความตระหนักของประชาชนในชุมชน ได้แก่ (1) เติมเต็มความรู้สึกเป็นเจ้าของในการจัดกิจกรรมงานวิ่ง (2) สร้างความภาคภูมิใจ (3) ส่งเสริมกิจกรรมในชุมชน (4) สนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมงานวิ่งในชุมชนและพื้นที่ และ (5) จัดผู้ประสานงานหลักของชุมชน

2) การส่งเสริมบทบาทผู้นำชุมชน ได้แก่ (1) พัฒนาผู้นำชุมชนให้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมงานวิ่ง (2) ส่งเสริมให้มีการค้นหาอัตลักษณ์เพื่อสร้างสรรค์และพัฒนาพื้นที่ (3) เตรียมชุมชนเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมงานวิ่ง และ (4) ผลักดันให้ชุมชนกำหนดการจัดกิจกรรมงานวิ่งไว้เป็นแผนงานประจำปีของชุมชน

3) การแบ่งปันผลประโยชน์ตอบแทน ได้แก่ (1) ตอบแทนสิ่งของและปัจจัยตามความต้องการเพื่อขวัญและกำลังใจ (2) แสวงหาภาคีเครือข่ายเพื่อการสนับสนุนชุมชน (3) กำหนดสัดส่วนและความชัดเจนในผลประโยชน์ตอบแทนที่จะส่งมอบ และ (4) การลงทุนร่วมเพื่อรับผลประโยชน์ตอบแทนร่วมกัน

4) การพัฒนาการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ได้แก่ (1) จัดตั้งศูนย์อำนวยการจอมบึงมาราธอน (CBM Center) (2) จัดให้มีสายด่วนส่วนกลาง (3) จัดทีมม้าเร็ว (4) เชื่อมโยงฐานข้อมูลการติดต่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์เป็นแพลตฟอร์ม (Platform) เดียวกัน และ (5) ใช้สื่อนวนภาษาเพื่อการสื่อสารและประชาสัมพันธ์งานวิ่งให้เป็นທີ່จดจำง่าย

5) การกำหนดนโยบายองค์กรแกนนำ (มหาวิทยาลัย) ได้แก่ (1) นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการจัดกิจกรรมงานวิ่งในปีที่ผ่านมาใช้วางแผนงานปีถัดไป (2) แต่งตั้งบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเพื่อกำกับดูแลงานวิ่งจอมบึงมาราธอนโดยตรง (3) วางแผนเชิงรุกและกลยุทธ์ทางการตลาด (4) แผนงานที่มีความชัดเจน ครอบคลุม และยืดหยุ่นได้แต่ละโอกาส

(5) ปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบข้อบังคับของภาครัฐบางประการให้เอื้อต่อการจัดกิจกรรมงานวิ่ง และ (6) ประชุมและประสานงานร่วมกับผู้นำชุมชนเพื่อการมอบเจ้าภาพหลักตามศักยภาพและความสามารถ

5. อภิปรายผล

5.1 สภาพปัจจุบันของการมีส่วนร่วม ปัญหาอุปสรรคในการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอน

สภาพปัจจุบันของการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอน ด้วยงานวิ่งจอมบึงมาราธอนเป็นงานที่จัดขึ้นโดยความร่วมมือของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ภาศิเครือข่าย และที่สำคัญความร่วมมือและการมีส่วนร่วมจากชุมชนในพื้นที่ ภายใต้คำขวัญงานว่า “งานวิ่งประเพณีของชาวบ้าน ที่มีมาตรฐานเป็นสากล” จัดขึ้นในสัปดาห์ที่ 3 ของเดือนมกราคมเป็นประจำทุกปี ลักษณะการมีส่วนร่วมเป็นแบบความสัมพันธ์ “เจ้าภาพร่วมกัน” เพื่อร่วมกันสร้างสรรค์กิจกรรมงานวิ่งให้มีคุณภาพและมีคุณค่า เพื่อมอบประสบการณ์ใหม่ที่น่าประทับใจแก่กลุ่มนักวิ่ง กลุ่มผู้ติดตาม และกลุ่มผู้มาเยือน ใช้วิธีการบริหารจัดการชุมชนโดยประสานงานผ่านผู้นำชุมชนในการดำเนินการ 3 ช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงก่อนจัดงานวิ่ง ช่วงวันจัดงานวิ่ง และช่วงหลังการจัดงานวิ่ง ด้วยวิธีการประชุมกลุ่มย่อย ประชุมกลุ่มใหญ่ ให้ความรู้ สาธิตทดลองปฏิบัติจริง กำกับติดตาม สร้างแรงจูงใจ ทั้งนี้เป็นเพราะว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนและกลุ่มประชาชน นับเป็นพลังสำคัญที่ทำให้งานการจัดการพื้นที่ การต้อนรับ การบริการในกิจกรรมในชุมชนและพื้นที่ให้ประสบความสำเร็จ หากชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมดำเนินงาน ได้ร่วมคิดตัดสินใจ ส่งผลให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของในกิจกรรมนั้นมากขึ้น ประกอบกับการมีผู้นำชุมชนที่ดีที่จะเป็นส่วนช่วยจูงใจหรือเป็นแบบอย่างกระตุ้นชุมชนทำให้เกิดการมีส่วนร่วมยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้การจัดกิจกรรมงานวิ่งประสบความสำเร็จได้ในระยะยาว นอกจากนั้นการมีส่วนร่วมของชุมชนยังก่อให้เกิดแรงจูงใจในการส่งเสริมร่วมพัฒนาท้องถิ่น เกิดความยุติธรรมในสังคม และการมีสุขภาพดีของคนในชุมชน (Talo, Mannarini, & Rochira, 2014) รวมถึงเพิ่มคุณภาพชีวิต เพิ่มความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม เพิ่มขีดความสามารถทางสังคม เสริมสร้างทุนทางสังคม จากการมีส่วนร่วมของชุมชน (Wollabaek, & Selle, 2003) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของธงชัย คล้ายแสง และคณะ (2562) ที่กล่าวว่า ทุกภาคส่วนของจังหวัดบุรีรัมย์มีการบูรณาการการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไปในทิศทางเดียวกันผ่านความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน การดำเนินของทุกภาคส่วนมีประสิทธิภาพผ่านระบบข้อมูลส่วนกลางเป็นไปตามกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีการรวมตัวอย่างเข้มแข็งและมีความเป็น Community ค่อนข้างสูง ภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนตั้งแต่การประชุมหารือ วางแผน ตลอดจนการลงมือปฏิบัติ ทั้งนี้เพื่อร่วมผลักดันให้ชุมชนมีส่วนร่วม มีความเข้มแข็งและยั่งยืน โดยมีหน่วยงานให้การส่งเสริมสนับสนุนและร่วมสร้างชุมชน อันนำมาซึ่งชื่อเสียง รายได้ที่เพิ่มขึ้น และส่งผลกระทบในทางที่ดีทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสุขภาพ

จากผลการวิจัยในปัญหาอุปสรรคการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอน พบว่านโยบายหน่วยประสานงานกลางขาดความชัดเจน ทรัพยากรสนับสนุนไม่เพียงพอและส่งผลล่าช้า การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ชุมชนไม่ต่อเนื่องทันเวลา ความพร้อมเชิงพื้นที่เพื่อรองรับกลุ่มนักวิ่งและผู้ติดตาม บทบาทของผู้นำชุมชนและการปรับเปลี่ยนผู้นำ และประสบการณ์จัดงานวิ่งแบบวิถีใหม่ในสถานการณ์แพร่ระบาด COVID-19 ปัญหาที่หลากหลายจากชุมชนเหล่านี้ อาจเป็นเพราะว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ส่งผลต่อการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอน ทำให้หน่วยงานแกนนำ (มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง) ไม่สามารถจัดกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนได้ติดต่อกัน 2 ปี (2564-2565) ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงคณะกรรมการการวางแผนและขับเคลื่อนโครงการจอมบึงมาราธอนชุดใหม่ จึงส่งผลให้เกิดปัญหาอุปสรรคในการจัดกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนในครั้งนี้ (ครั้งที่ 36) และหลังจากที่สถานการณ์ COVID-19 คลี่คลาย ทำให้การจัดงานวิ่งในประเทศไทยเริ่มกลับมาคึกคักและได้รับความนิยมในการออกกำลังกายจากกลุ่มนักวิ่งเช่นในอดีตภายใต้มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 หรือเราเรียกว่า วิถีปกติใหม่ (New Normal) ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว หน่วยงานแกนนำและหน่วยงานร่วมจัดงานจอมบึงมาราธอน ควรต้องใช้นวัตกรรมมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation) กลับมาประยุกต์ใช้กับชุมชนอย่างจริงจังโดยมุ่งเน้นบูรณาการสู่การปฏิบัติงานในการจัดงานวิ่งให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและสร้างคุณค่าเพิ่ม

ให้กับการจัดกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอน รวมถึงยกระดับสู่ความมีมาตรฐานสากลเพื่อสร้างชื่อเสียงของการจัดงานวิ่ง ดังที่สันติ พัฒน์พันธุ์ (2561) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาสังคมในการบริหาร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้สอดคล้องกับปัญหาความต้องการของชุมชน และภาคประชาสังคม โดยเน้นให้ชุมชนสามารถจัดกิจกรรมบริหารการท่องเที่ยวโดยชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวให้น่าสนใจมากขึ้น และควรมีการสืบสานถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับชุมชน และคนรุ่นหลัง นอกจากนี้สัจจา ไกรศรีรัตน์ และคณะ (2564) ได้ศึกษารูปแบบ การบริหารจัดการความร่วมมือภาคประชาสังคมในการจัดงานวิ่งในฐานะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของชุมชน เรียกว่า PPCP Model (Public Private Community Partnership) ซึ่งเป็นการบริหารจัดการความร่วมมือภาคประชาสังคมในการจัดงานวิ่ง ที่ประกอบด้วยผู้ประสานงานหลัก (Race Director : RD) ผู้ประสานงานร่วม (Race Manager : RM) และผู้ประสานงานตามภารกิจ (Event Manager : EM) มีหน้าที่อำนวยความสะดวกและเชื่อมโยงบูรณาการงานหลักในการจัดงานวิ่งเข้าด้วยกัน และบูรณาการผ่านกระบวนการบริหารจัดการภาคประชาสังคมในการจัดงานวิ่งร่วมกับการทำงานของหน่วยงานและภาคีเครือข่ายที่มาร่วมตามศักยภาพ สมรรถภาพ ความรู้ และประสบการณ์ตามกลุ่มงานที่เกี่ยวข้อง โดยหน่วยงานแกนนำเป็นผู้กำกับ ติดตาม ควบคุม สร้างแรงจูงใจ และประสานงานให้เรียบร้อยตามข้อตกลงที่กำหนดบนความสัมพันธ์แบบ “เจ้าภาพร่วมกัน” เพื่อร่วมกันสร้างสรรค์ให้การจัดงานวิ่งนั้นมีคุณภาพและคุณค่า สร้างประสบการณ์ใหม่ที่ประทับใจ และใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการความร่วมมือกับชุมชนในการจัดกิจกรรมงานวิ่งร่วมผลักดันให้ชุมชนมีส่วนร่วมทั้งนี้เพื่อความเข้มแข็งและยั่งยืนของชุมชนโดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่งเสริมและสนับสนุน และร่วมสร้างแรงดึงดูดกลุ่มนักวิ่ง กลุ่มผู้ติดตาม และกลุ่มผู้มาเยือน ให้เข้ามาในพื้นที่ อันนำมาซึ่งรายได้เพิ่มขึ้นและสม่ำเสมออย่างยั่งยืนตลอดไป

5.2 ปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่

โดยผลการวิเคราะห์ปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่ พบว่า ปัจจัยสำคัญประกอบด้วย 5 ด้าน จากระดับความสำคัญมากที่สุดไปน้อยได้แก่ (1) ด้านความตระหนักของประชาชนในชุมชน (2) ด้านบทบาทผู้นำชุมชน (3) ด้านผลประโยชน์ตอบแทน (4) ด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ และ (5) ด้านนโยบายองค์กร ซึ่งจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่ ผลการวิเคราะห์ที่สนับสนุนและยืนยันว่า ความตระหนักของประชาชนในชุมชนเป็นปัจจัยแรกเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอาร์สไตน์ (Arnstein, 1969) ที่มองการมีส่วนร่วมเป็นเสมือนพลังของประชาชน ผู้ที่เข้าไปมีส่วนร่วม ได้รับการประกันว่าโครงการหรือกิจกรรมใด ๆ ที่มีส่วนร่วมนั้นจะเป็นไปในทิศทางที่ประชาชนต้องการอย่างแท้จริง โดยที่ประชาชนมีความเข้าใจวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายในการเข้าร่วมกิจกรรมนั้นอย่างชัดเจน (ถวิลวดี บุรีกุล, 2552) การมีส่วนร่วมควรอยู่บนฐานของความพร้อมความต้องการของชุมชนพื้นที่ จะทำให้ประชาชนตระหนักถึงคุณค่า คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วม และมีความรู้สึกผูกพันต่อชุมชน โดยประชาชนในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะมีความตระหนักถึงคุณค่าการมีจิตสำนึกร่วม ความคุ้มค่าและความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน (ไกรสร วันละ และยุภาพร ยุภาศ, 2565) ซึ่งจะส่งผลต่อการจัดกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงอย่างมีส่วนร่วม นอกจากนี้การมีส่วนร่วมยังมาจากบทบาทของผู้นำชุมชน ด้วยการชักนำการกระตุ้นของผู้นำชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วม ผู้นำชุมชนมีบทบาทสำคัญช่วยวางแผน ตัดสินใจ ให้คำปรึกษา และนำมาซึ่งชื่อเสียงของชุมชน ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้นำชุมชนเป็นผู้ที่มีความเสียสละและอุทิศตน มีความเข้าใจความต้องการของชุมชน สามารถชักนำคนในชุมชน กระตุ้นชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมงานวิ่งได้ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (กิตติภักดิ์ วิโนทัย, 2562) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ที่เกิดความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษาชุมชนบ้านบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้นำชุมชนเป็นปัจจัยที่สำคัญของความพร้อมของชุมชน มีอิทธิพลทางบวกต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนที่เกิดความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพราะผู้นำชุมชนเป็นผู้ที่เข้าใจในปัญหาและความต้องการของชุมชน สามารถชักจูงโน้มน้าวประชาชนในชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชนด้วยความเต็มใจ และเห็นความสำคัญของสิ่งที่จะเกิดประโยชน์ในชุมชน

5.3 แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่

การจัดกิจกรรมงานวิ่งในแต่ละครั้ง เป้าหมายสูงสุดคือ การได้รับความสนใจจากกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตามที่จะร่วมเดินทางเพื่อเข้าร่วมการแข่งขัน กลุ่มผู้จัดงานวิ่งจึงมีความจำเป็นต้องหากลยุทธ์ในการจัดงานวิ่งเพื่อตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มนักวิ่งและผู้ติดตาม อย่างไรก็ตามภายใต้เบื้องหลังการจัดกิจกรรมงานวิ่งจำเป็นต้องใช้กลุ่มบุคคลหลายกลุ่มและบุคคลจำนวนมากในการจัดกิจกรรมงานวิ่งแต่ละครั้ง ดังที่นักสังคม ภูมิชาติ และเสรี ภูมิชาติ (2564) กล่าวไว้ในคู่มือการบริหารจัดการความร่วมมือภาคประชาสังคมในการจัดงานวิ่งระดับชุมชนว่า กลุ่มบุคคลผู้ประสานในการจัดงานวิ่งระดับชุมชน มีด้วยกัน 5 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้จัดงานหลัก กลุ่มผู้ร่วมจัดงาน กลุ่มผู้สนับสนุน กลุ่มอาสาสมัคร และกลุ่มชุมชน/ผู้ประกอบการ การบริหารจัดการกลุ่มคนดังกล่าวมีความจำเป็นที่ต้องสร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้น ซึ่งจะเห็นว่าการมีส่วนร่วมของหน่วยงานและชุมชนในพื้นที่ในการจัดกิจกรรมให้มีความหลากหลาย จะช่วยให้พื้นที่นั้นสามารถจัดกิจกรรมที่อยู่บนพื้นฐานของความมั่นคงและยั่งยืน รวมถึงยังเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของพื้นที่ให้เป็นที่ประทับใจแก่ผู้มาเยือนได้ การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจะช่วยให้งานวิ่งนั้นมีสีสัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่การจัดกิจกรรมงานวิ่งในประเทศไทยเริ่มกลับมาคึกคักและได้รับความนิยมในการออกกำลังกายจากกลุ่มนักวิ่งเช่นในอดีตภายใต้มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 หรือเราเรียกว่า วิถีปกติใหม่ (New Normal)

การนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้เป็นข้อมูลเพื่อกำหนดเป็นแนวทางปฏิบัติงานในการจัดกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่ จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับงานวิ่งจอมบึงมาราธอนได้ ดังที่ไคเรียกี (Kyriaki, 2006) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ผลกระทบของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อจุดหมายปลายทางและความตั้งใจที่จะเดินทาง : การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง โดยสรุปว่าการจัดการแข่งขันกีฬาก็สามารถได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว สถานที่จัดงานเป็นกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์สถานที่และความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวชุมชนจะถูกดึงดูดจากการเป็นเจ้าภาพการแข่งขันกีฬาที่จะดึงผลประโยชน์ทางการตลาดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของเป้าหมายในระยะยาว โดยการสร้างความตระหนักในการปรับปรุงภาพลักษณ์กับชุมชน และดึงดูดธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อสร้างการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอนาคต และภาพลักษณ์กิจกรรมจะมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญอย่างมากสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่ ประกอบด้วยข้อเสนอ 5 แนวทางหลักที่บูรณาการอย่างมีส่วนร่วมให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับบริบทของงานวิ่งจอมบึงมาราธอน ได้แก่ (1) การสร้างความตระหนักของประชาชนในชุมชน (2) การส่งเสริมบทบาทผู้นำชุมชน (3) การแบ่งปันผลประโยชน์ตอบแทน (4) การพัฒนาการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ และ (5) การกำหนดนโยบายองค์กรแกนนำ (มหาวิทยาลัย) โดยข้อเสนอทุกด้านจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ในการจัดกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชนที่เข้มแข็งมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และยังเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดให้นักวิ่ง กลุ่มผู้ติดตาม และกลุ่มผู้มาเยือน ที่ต้องการเข้าร่วมและมาสัมผัสบรรยากาศของชุมชน ภายใต้คำขวัญของงานวิ่งที่ว่า “งานวิ่งประเพณีของชาวบ้าน ที่มีมาตรฐานเป็นสากล” ที่ไม่เคยเปลี่ยนแปลงและดำรงไว้ซึ่งวิถีการงานวิ่งแบบมีตำนานอย่างยั่งยืนสืบไป

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1) ด้านการบริหารจัดการงานวิ่ง โดยคณะกรรมการวางแผนและขับเคลื่อนโครงการจอมบึงมาราธอน มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่เป็นกลุ่มผู้จัดกิจกรรมงานวิ่งหลัก สามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ได้โดยตรงเพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการจัดงานวิ่งภายใต้มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่ ด้วยการเผยแพร่องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยให้กับกลุ่มผู้ร่วมจัดงาน กลุ่มผู้สนับสนุน กลุ่มอาสาสมัคร ชุมชน ประชาชน และผู้ประกอบการ ในรูปแบบการเผยแพร่ทั้งแบบ

ออนไลน์และรูปแบบอื่น ๆ รวมถึงการนำเสนอในที่ประชุมสำคัญ และการฝึกอบรมให้ความรู้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดกิจกรรมงานวิ้งและพัฒนาระดับสู่การจัดงานวิ้งที่ได้มาตรฐานสากลต่อไป

2) ด้านนโยบาย โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานในพื้นที่ที่จัดกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในกิจกรรม สามารถนำแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ้งแบบวิถีปกติใหม่ ที่เป็นผลจากการวิจัยที่ได้ไปใช้วางแผนเพื่อส่งเสริมกระตุ้นการมีส่วนร่วมของชุมชน ร่วมแสวงหาความร่วมมือกับชุมชน ผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาต่อยอดการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมในสถานการณ์หลังการแพร่ระบาดของ COVID-19 และเพื่อเพิ่มมูลค่าในการจัดกิจกรรมในทุกมิติตามศักยภาพและความสามารถที่มีให้กับพื้นที่

3) ด้านสังคมและชุมชน โดยผู้นำชุมชนที่สามารถนำแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ้งแบบวิถีปกติใหม่ ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดกิจกรรมงานวิ้งและกิจกรรมอื่น ๆ ในชุมชน สู่การปฏิบัติการในชุมชน ท้องถิ่น ผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อยกระดับความสามารถในการสนับสนุนกิจกรรมในพื้นที่ให้มีความเป็นมาตรฐาน เพื่อร่วมสร้างความมีชื่อเสียงของชุมชนในกิจกรรมงานวิ้งและกิจกรรมอื่นในพื้นที่

4) ด้านวิชาการ ด้วยการเผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบของบทความวิชาการหรือบทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการหรือวารสารวิจัย เพื่อสนับสนุนให้มีการต่อยอดและขยายผลองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยนี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ เนื่องการวิจัยครั้งนี้มีองค์ความรู้ที่ค้นพบหลายประการที่แต่ละกลุ่มผู้ใช้ประโยชน์ที่มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมงานวิ้ง ได้มีโอกาสรับรู้และนำไปใช้ในการสร้างความร่วมมือและพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดงานวิ้งให้มีประสิทธิภาพ ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และสุขภาพต่อไป

6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการนำแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ้งจอบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่ ไปทดลองปฏิบัติการภาคสนาม ประกอบการยืนยันการวิจัย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมงานวิ้ง และยกระดับงานวิ้งที่เกิดขึ้นให้มีมูลค่าเพิ่มและคุณค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน

2) ควรมีการขยายผลต่อยอด และวิจัยเพิ่มเติมเพื่อถอดองค์ความรู้การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ้งในพื้นที่อื่น ๆ ที่เป็นสนามวิ้งยอดนิยมของกลุ่มนักวิ่งในประเทศไทย เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระบบและกลไกการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการร่วมจัดกิจกรรมงานวิ้ง

3) ควรมีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมงานวิ้งจอบึงมาราธอนแบบวิถีปกติใหม่ และวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงปัจจัยในการมีส่วนร่วมของชุมชนที่ส่งผลต่อการจัดกิจกรรมงานวิ้ง ทั้งนี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดกิจกรรมงานวิ้งในรูปแบบต่าง ๆ ต่อไป

4) ควรมีการวิเคราะห์ ประเมินผลลัพธ์ ผลกระทบของธุรกิจชุมชนที่เกิดจากการจัดกิจกรรมงานวิ้งระดับชุมชน เพื่อให้ได้องค์ความรู้ใหม่แบบมีส่วนร่วมกับชุมชนจากการดำเนินธุรกิจชุมชนเชิงแบ่งปัน ทั้งในส่วนผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสุขภาพ เป็นต้น

7. เอกสารอ้างอิง

- กิตติภักดิ์ ฐิโณทัย. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษาชุมชนบ้านบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ไกรสร วันละ และยุภาพร ยุภาศ. (2565). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน. วาสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น. 8(2), 391-404.
- คณะกรรมการวางแผนและขับเคลื่อนโครงการจอบึงมาราธอน. (2565, 1 พฤศจิกายน). คณะกรรมการวางแผนและขับเคลื่อนโครงการจอบึงมาราธอน มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรี, สัมภาษณ์.
- ณรงค์ เทียมเมฆ. (2565, 20 มกราคม). ผู้ทรงคุณวุฒิสำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสุขภาพ (สสส.), สัมภาษณ์.
- ถวิลวดี บุรีกุล. (2552). การมีส่วนร่วม แนวคิด ทฤษฎีและกระบวนการ. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ส.เจริญการพิมพ์.

- ธงชัย คล้ายแสง, บุญทัน ดอกไธสง และนัยนา เกิดวิชัย. (2562). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยการบูรณาการหลักพุทธธรรมของจังหวัดบุรีรัมย์. **บัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์**, 6(4), 823-840.
- นงลักษณ์ เพิ่มชาติ และเสรี เพิ่มชาติ. (2564). **คู่มือการบริหารจัดการความร่วมมือภาคประชาสังคมในการจัดงานวิ่งระดับชุมชน**. หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.)
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). **การวิจัยเบื้องต้น**. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปิยะธิดา ปาลรังสี. (2557). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการท่องเที่ยวโดยชุมชนอำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช**. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัฐ จิโรจน์วณิชชากร. (2564, 8 พฤศจิกายน). ผู้บริหารสมาคมการค้าผู้จัดงานกีฬามวลชนไทย (Thai Mass Participation Sports Trade Association : TMPSA), สัมภาษณ์.
- วิ่งไหนดี. (2561). **อันดับงานวิ่งประจำปี 2561**. ค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2564, จาก <http://www.wingnaidee.com/ranking/allevnts2018/>.
- สมจินตนา คุ่มภัย. (2559, พฤษภาคม-สิงหาคม). ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของชาวชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลต้นแบบที่บูรณาการแผนชุมชนสู่แผนพัฒนาท้องถิ่น จังหวัดนครศรีธรรมราช. **Veridian E-Journal SU**, 9(2), 733-748.
- สังจา ไกรศรีรัตน์ และคนอื่น ๆ. (2564). **การพัฒนาการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้วยกิจกรรมการวิ่งบนฐานวัฒนธรรมท้องถิ่น**. หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.).
- สันติ พัฒน์พันธุ์. (2562, กันยายน-ธันวาคม). การมีส่วนร่วมของประชาสังคมในการบริหารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น. **Journal of Administrative and Management**, 7(3), 1-11.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ. (2563). **คู่มือจัดการแข่งขันวิ่งบนถนน และมาตรการจัดการแข่งขันภายใต้การแพร่ระบาด COVID-19**. ค้นเมื่อ 31 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.thaihealth.or.th>.
- Arnstein, Sherry R. (1969, July). A Ladder of Citizen Participation. **Journal of the American Planning Association**, 35 (1969), 216-224.
- Blomgren, L. B. & O'Leary, R., (2008). **Big Ideas in Collaborative Public Management**. New York: Routledge.
- Department Sport and Recreation South Africa. (2012). **National Sport Tourism Strategy**. First Draft, Sport and Recreation South Africa, Republic of South Africa.
- Kyriaki, K. (2006). **The Impact of Sport Tourism Event Image on Destination Image And Intentions to Travel : a Structural Equation Modeling Analysis**. Doctor of Philosophy Department of Park, Recreation and Tourism Resources Michigan State University.
- Penang Marathon. (2009). **How A Marathon Boosts the Penang Tourism Industry**, Press Statement by YB Danny Law Heng Kiang Chairman of The Penang Bridge International Marathon Dated 16th August 2009, Penang Malaysia.
- Talo', C., Mannarini, T. & Rochira, A. (2014). Sense of Community and Community Participation: A Meta-Analytic Review. **Social Indicators Research**, 117(1), 1–28. <https://doi.org/10.1007/s11205-013-0347-2>
- Wollabaek, D., & Selle, P. (2003). Participation and Social Capital Formation: Norway in a Comparative Perspective. **Scandinavian Political Studies**, 26(1), 67–9

การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแชทบอทร้านค้าบนเฟซบุ๊ก Technology Acceptance and Online Consumer Behavior Affecting Decision making process Via Facebook Messenger Bots

จิรารัตน์ โตพูนพิน (Jeerarat Topunpin)¹ รัตนาวัลี ไม้สัก (Rattनावalee Maisak)²
ธนภณ รัชตกุลพัฒน์ (Thanaphon Ratchatakulpat)³ กำพร ศุภเศรษฐ์เทศา (Gumporn Supasettaysa)⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแชทบอทร้านค้าบนเฟซบุ๊กเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ใช้เฟซบุ๊กในประเทศไทยที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านแชทบอทร้านค้าบนเฟซบุ๊ก จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบสโนว์บอล (Snowball Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานคือ สถิติสัมพัทธ์เพียร์สันและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแชทบอทร้านค้าบนเฟซบุ๊ก พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุน้อยกว่า 21 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี สถานภาพโสด มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท และมีผลจากการทดสอบสมมุติฐานพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแชทบอทของร้านค้าบนเฟซบุ๊กในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ยังสามารถทำนายการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแชทบอทร้านค้าบนเฟซบุ๊กได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถทำนายแนวโน้มการตัดสินใจซื้อได้ร้อยละ 52.10 ซึ่งมีสมการทำนายคือ $Y = 1.17 + .34A + .37B$

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ การตัดสินใจซื้อสินค้า แชทบอท

Abstract

The objective of this research was to study the acceptance of technology and online consumer behavior that influences purchasing decisions through Facebook shop chatbots. This study was a quantitative study using a survey research method. The sample was 400 Facebook users in Thailand who have experience buying products through chatbots on Facebook shops, selected by Snowball Sampling. The data tool was an online questionnaire. The statistics used in the preliminary data analysis were descriptive statistics, including frequency, percentage, mean and standard deviation,

¹ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดอนเมือง E-mail: jeerarat-t@rmutp.ac.th

² สาขาวิชาระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดอนเมือง E-mail: rattनावalee.m@rmutp.ac.th

³ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดอนเมือง E-mail: thanaphon.r@rmutp.ac.th

⁴ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดอนเมือง E-mail: gumporn.s@rmutp.ac.th

while the reference statistics used to test the hypothesis were Pearson correlation statistics and multiple regression analysis.

The results of the study of technology acceptance and online consumer behavior affecting the decision-making process via chatbot on Facebook shops revealed that most of the respondents were female, under 21 years of age, and had below bachelor's degree. Most of them were single and being as students with an average monthly income of less than 15,000 baht. The results of the hypothesis test showed that the acceptance of technology and online consumer behavior affects purchasing decisions via chatbots of Facebook shops in a positive tendency with a statistical significance of .05. In addition, technology acceptance and online consumer behavior could also forecast the decision-making process via Facebook shops chatbot with a statistical significance of .05, which could predict the tendency of purchasing decisions at 52.10 percent, whose prediction equation model was $Y = 1.17 + .34A + .37B$

Keywords: Technology Acceptance, Online Consumer Behavior, Decision-Making Process, Chatbot

วันที่รับบทความ : 21 พฤษภาคม 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 29 กรกฎาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 15 สิงหาคม 2566

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ในปัจจุบันได้มีเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) หรือ AI สาขาการเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) ที่เข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในด้านการให้บริการของธุรกิจออนไลน์ โดยเทคโนโลยีการเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) เป็นการพัฒนาให้เครื่องจักรหรือเครื่องคอมพิวเตอร์สามารถการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง (Mitchell, 2006) และได้มีการนำเทคโนโลยีการเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) มาพัฒนาเป็นแชทบอทหรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่จำลองรูปแบบการสนทนาของมนุษย์ เพื่อที่จะทำให้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์สามารถสื่อสารและเข้าใจภาษาของมนุษย์ได้ แชทบอทเริ่มถูกนำมาใช้โดยภาคธุรกิจมากขึ้น (Guarda & Augusto, 2022) เทคโนโลยีแชทบอทมีลักษณะการทำงานที่สามารถพูดคุยสนทนาตอบกลับได้อัตโนมัติช่วยอำนวยความสะดวกในการพูดคุยสอบถามข้อมูลในเรื่องต่าง ๆ โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปยังสถานที่ซึ่งต้องการติดต่อ และสามารถทำการติดต่อระหว่างผู้ใช้ได้ตลอดเวลา การใช้งานแชทบอทยังได้ถูกนำมาใช้ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น เพื่อการให้บริการสอบถามข้อมูลหรืองานลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อการใช้งานทางด้านการจัดการ นอกจากนี้ แชทบอทยังถูกใช้ตั้งแต่ธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง รวมถึงผู้ประกอบการรายย่อย การทำงานแชทบอทจะดำเนินงานอยู่บนตัวบริการ (Server) ของเว็บไซต์แอปพลิเคชัน และมีฟังก์ชันรองรับการทำงานในลักษณะการประมวลผลภาษาธรรมชาติ (Natural Language Processing) ซึ่งทำให้สามารถแยกแยะคำถามและสามารถเลือกคำตอบให้ตรงกับสิ่งที่ผู้ใช้สนใจได้และใกล้เคียงกับการตอบกลับของมนุษย์ ดังนั้น แชทบอทจึงเป็นช่องทางหนึ่งในการนำมาใช้ในการทำการตลาดของธุรกิจสมัยใหม่

การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจการค้าขายออนไลน์ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ด้วยบทบาทของเทคโนโลยีที่เข้ามามีส่วนร่วมต่อการใช้ชีวิตประจำวัน แสดงให้เห็นว่าผู้คนต่างยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) เพื่อนำมาใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น มีอิทธิพลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปนำมาซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ (วรรณิกา จิตตินรากร, 2561) เปลี่ยนแปลง

จากข้อมูลข้างต้น แม้ว่าปัจจุบันแชทบอทได้เข้ามามีบทบาทต่อธุรกิจออนไลน์และได้รับความนิยมมากขึ้นแต่ธุรกิจยังไม่ทราบมุมมองและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ได้ซื้อสินค้าผ่านแชทบอทบนร้านค้าออนไลน์ประกอบกับในปัจจุบันมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแชทบอทน้อยมาก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจทำวิจัยเรื่องนี้ โดยงานวิจัยเล่มนี้มุ่งเน้นศึกษาถึงการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแชทบอทร้านค้าบนเฟซบุ๊ก เนื่องด้วย We are social & Hootsuite (2021) ได้รายงานสถิติแอปพลิเคชันที่คนไทยใช้บ่อยที่สุดเป็นอันดับหนึ่งในปี ค.ศ. 2020-2021 คือ เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาการซื้อสินค้าผ่านแชทบอทร้านค้าบนเฟซบุ๊ก เพื่อเป็นแนวทางให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้ปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงานให้ทันสมัย วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด พัฒนาเครื่องมือการตลาดออนไลน์ และการบริหารการขาย ให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในการซื้อสินค้า และสามารถรักษาลูกค้าไว้ได้ในระยะยาว

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแชทบอทร้านค้าบนเฟซบุ๊ก
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแชทบอทร้านค้าบนเฟซบุ๊ก

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรต้น

1. การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความเสี่ยง
2. พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ได้แก่ ด้านอารมณ์ออนไลน์ ด้านความต่อเนื่อง ด้านประสิทธิภาพของสารสนเทศ ด้านความบันเทิงออนไลน์

ตัวแปรตาม

3. การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแชทบอทร้านค้าบนเฟซบุ๊ก ได้แก่ ด้านระบุปัญหาที่ต้องตัดสินใจ ด้านกำหนดทางเลือก ด้านประเมินทางเลือก ด้านทางเลือกที่ดีที่สุด และด้านประเมินการตัดสินใจ

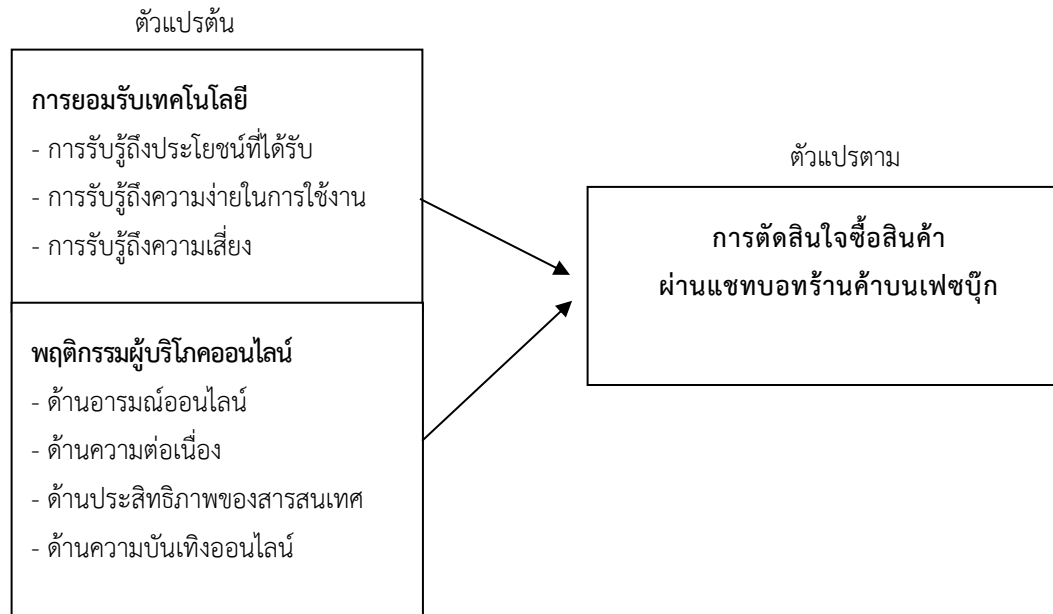
ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้ใช้เฟซบุ๊กในประเทศไทยที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านแชทบอทร้านค้าบนเฟซบุ๊ก โดยเลือกใช้วิธีการสุ่มแบบสโนว์บอล (Snowball Sampling) ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยฉบับนี้ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์จำนวน 400 ชุด

1.4 สมมุติฐานการวิจัย

1. การยอมรับเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแชทบอทร้านค้าบนเฟซบุ๊ก
 - 1.1 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแชทบอทร้านค้าบนเฟซบุ๊ก
 - 1.2 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแชทบอทร้านค้าบนเฟซบุ๊ก
 - 1.3 การรับรู้ถึงความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน แชทบอทร้านค้าบนเฟซบุ๊ก
2. พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแชทบอทร้านค้าบนเฟซบุ๊ก
 - 2.1 ด้านอารมณ์ออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแชทบอทร้านค้าบนเฟซบุ๊ก
 - 2.2 ด้านความต่อเนื่องมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแชทบอทร้านค้าบนเฟซบุ๊ก
 - 2.3 ด้านประสิทธิภาพของสารสนเทศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแชทบอทร้านค้าบนเฟซบุ๊ก
 - 2.4 ด้านความบันเทิงออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแชทบอทร้านค้าบนเฟซบุ๊ก

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

Chu & Chu (2011) ได้ให้ความหมายไว้ว่าการที่มนุษย์เราเรียนรู้และทำความเข้าใจต่อเทคโนโลยีจนเกิดการยอมรับขึ้นมามีอิทธิพลให้การนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน โดยปัจจัยสำคัญจะแบ่งได้ 6 ปัจจัย ดังนี้

1. การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) คือ การรับรู้ถึงคุณประโยชน์ของแต่ละบุคคลที่เกิดจากการใช้งาน และทำให้เกิดศักยภาพต่อบุคคลนั้น ๆ

2. การรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) คือ เป็นตัวกำหนดการรับรู้ หรือ ความสำเร็จที่ได้รับว่าตรงต่อความต้องการหรือไม่

3. การรับรู้ถึงความเสี่ยง (Perceived Risk) คือ การที่เกิดการรับรู้ถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้งานเทคโนโลยีและสามารถรับมือหรือยอมรับผลที่เกิดขึ้นได้

4. ความตั้งใจที่จะใช้ (Intention to Use) คือ จะขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลที่มีพฤติกรรมสนใจในการใช้งานเทคโนโลยี

5. ทศนคติที่มีต่อการใช้ (Attitude toward Using) คือ แต่ละบุคคลมีทัศนคติ หรือความสนใจต่อการใช้งานเทคโนโลยีอย่างไร

6. การนำมาใช้งานจริง (Actual Use) คือ การที่บุคคลนั้น ๆ เกิดการยอมรับเทคโนโลยีและสามารถนำมาใช้งานได้จริง

ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวถูกพัฒนามาจากแนวคิดของ Davis (1989) สรุปได้ว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การนำเทคโนโลยีที่ยอมรับมาใช้งาน ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคลหรือการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและการใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น นอกจากนี้การนำเทคโนโลยีมาใช้งานทำให้แต่ละบุคคลสามารถแลกเปลี่ยนสื่อสารกันได้ทั้งความรู้และประสบการณ์

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ณัฐนันท์ พิธิวัตโชติกุล (2560) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ โดยอ้างอิงมาจากแนวคิดทฤษฎีของ Richard & Chebat (2016) ที่กล่าวไว้ว่า แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์เป็นแบบจำลองที่แสดงให้เห็นถึงปัจจัยหรือตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคออนไลน์ ประกอบไปด้วย

1. ด้านอารมณ์ออนไลน์ หมายถึง อารมณ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อ เมื่อผู้บริโภครู้สึกอารมณ์ดีอารมณ์นั้นจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติที่ดีต่อการซื้อสินค้าหรือบริการ
2. ด้านความต่อเนื่อง เป็นสภาวะทางด้านความตระหนักรู้ที่เกิดจากบุคคลที่ได้ทำกิจกรรมและทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจและเพลิดเพลิน ซึ่งอาจมีเกิดขึ้นในสภาวะระหว่างความท้าทายของกิจกรรมและต้องการทักษะใช้เพื่อเอาชนะความท้าทาย
3. ด้านประสิทธิภาพของสารสนเทศ มาจากการแสดงผลข้อมูลบนเว็บไซต์ที่มีระดับความถูกต้องของข้อมูล ข้อมูลรายละเอียดของเนื้อหาที่มีความถูกต้องชัดเจน ซึ่งมีความสมบูรณ์เกี่ยวข้องกัน และมีการปรับปรุงวันที่ให้เป็นปัจจุบัน
4. ด้านความบันเทิงออนไลน์ คือ กิจกรรมหรือการกระทำใด ๆ โดยที่ปราศจากจุดมุ่งหมายทางกายภาพโดยตรง หรือเป็นกิจกรรมที่บุคคลมีความประสงค์ที่จะเข้าร่วมเพราะสนใจในกิจกรรม

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

สมฤทัย ปราบณาพิทักษ์ (2557) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อ หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้วว่า เป็นทางให้ตรงตามความต้องการ สรุปได้ว่าการตัดสินใจซื้อหมายถึง ผลสรุปหรือผลขั้นสุดท้ายของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลของผู้บริโภคออนไลน์ ในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ ทรัพยากร และบุคคล โดยที่ผู้บริโภคจะต้องเลือกซื้อสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ให้ได้สินค้าหรือบริการตามวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ

ศศิมา สุขสว่าง (2562) การตัดสินใจที่ได้นั้น มีขั้นตอนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. ระบุปัญหาที่ต้องตัดสินใจ กำหนดขอบเขต/ความสำคัญของการตัดสินใจ (Identity of decision making) ผู้ที่ต้องตัดสินใจต้องสามารถรู้และระบุได้ว่า อะไรคือเป้าหมายหรือผลลัพธ์ที่อยากได้จากการตัดสินใจครั้งนี้
2. กำหนดทางเลือก รวบรวมทางเลือกที่มีทั้งหมดออกมา (list the option) เพื่อหาว่ามีทางเลือกอะไรที่จะเป็นไปได้และเป็นข้อมูลเพิ่มเติมในการตัดสินใจให้มีประสิทธิภาพที่สุด
3. ประเมินทางเลือก ศึกษาและกำหนดขอบเขตของแต่ละทางเลือก (Rating the option) ศึกษาแต่ละทางเลือกในการตัดสินใจว่ามีประโยชน์ (Benefit) ข้อดี ข้อเสีย (Advantage, Disadvantage) ความเสี่ยง (Risk) เป็นต้น
4. ทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best solution) ตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด ณ ตอนนั้นตามทางเลือกที่ได้ศึกษามาที่ทำให้ได้ประโยชน์สูงสุด บางครั้งหากมีทางเลือกที่ดีพอๆกัน ผู้ทำการตัดสินใจอาจจะต้องใช้วิจารณญาณด้วย (intuition) ในการตัดสินใจ
5. ประเมินการตัดสินใจ (Evaluate the decision) หลังจากการตัดสินใจไปแล้วในแต่ละครั้ง ให้ประเมินผลการตัดสินใจในนั้นด้วย เพื่อเรียนรู้และนำมาเป็นบทเรียนในการตัดสินใจในครั้งต่อไป

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้า สรุปได้ว่า การตัดสินใจเป็นการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด โดยในการตัดสินใจซื้อสินค้าจะมีการกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย เป็นการตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผลและมีกฎเกณฑ์ ซึ่งผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาตัวแปรของการตัดสินใจซื้อสินค้าจากศศิมา สุขสว่าง (2562) ได้มีการกำหนดขั้นตอนในการตัดสินใจที่ได้นั้นมี 5 ขั้นตอน ได้แก่ ระบุปัญหาที่ต้องตัดสินใจ กำหนดทางเลือก ประเมินทางเลือก ทางเลือกที่ดีที่สุด ประเมินการตัดสินใจ โดยผู้วิจัยจะหยิบยกทั้ง 5 ตัวแปร มาทำการศึกษาในงานวิจัยฉบับนี้

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และแบบสอบถาม

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้เฟซบุ๊กในประเทศไทยจำนวน 51 ล้านบัญชี

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้เฟซบุ๊กในประเทศไทยที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก ซึ่งผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มแบบสโนว์บอล (Snowball Sampling) โดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) เริ่มจากผู้วิจัยเลือกหาตัวอย่างแรกและขอความร่วมมือจากตัวอย่างแรกในการแนะนำตัวอย่างต่อไป โดยผู้วิจัยจะเลือกเฉพาะกลุ่มผู้ใช้งานเฟซบุ๊กในประเทศไทย ซึ่งจำนวนของกลุ่มตัวอย่างได้จากรายงานสถิติของ We Are Social ในปี 2021 ที่มีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กในประเทศไทยทั้งหมด 51 ล้านบัญชี เนื่องจากผู้ใช้เฟซบุ๊กเป็นกลุ่มคนทั่วไปที่ไม่อาจระบุเพศ อายุ และระดับการศึกษาได้ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังต้องคำนึงถึงการพิจารณาเลือกผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ความเข้าใจหรือประสบการณ์ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เป็นตัวแทนประชากรในการตอบแบบสอบถาม โดยใช้สูตรในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และมีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 โดยเมื่อคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผลจากการคำนวณ ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง

3.1.3 แบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามแนวทางของวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัยที่กำหนด โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จะมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี จะมีลักษณะเป็นคำถามแสดงระดับความคิดเห็นใช้ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert scale)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ จะมีลักษณะเป็นคำถามแสดงระดับความคิดเห็นใช้ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert scale)

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก จะมีลักษณะเป็นคำถามแสดงระดับความคิดเห็นใช้ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert scale)

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบคำถามแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยดำเนินการและการรวบรวมข้อมูลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ตามลำดับ ดังนี้

3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ แจกแบบสอบถามออนไลน์ ใช้การเก็บกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ครบตามจำนวนที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ 400 ชุด หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับมา ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดก่อนทำการวิเคราะห์ข้อมูล

3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้า รวบรวมจากงานวิจัย บทความ วารสาร เอกสารเพื่อเป็นส่วนประกอบในเนื้อหาและนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล ตรวจสอบให้คะแนนแล้วลงรหัสนำไปวิเคราะห์และประมวลผลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

3.3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

3.3.1.1 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.3.1.2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3.3.1.3 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ประกอบด้วย ด้านอารมณ์ออนไลน์ ด้านความต่อเนื่อง ด้านประสิทธิภาพของสารสนเทศ และด้านความบันเทิงออนไลน์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3.3.1.4 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก ประกอบด้วย ระบุปัญหาที่ต้องตัดสินใจ กำหนดทางเลือก ประเมินทางเลือก ทางเลือกที่ดีที่สุด ประเมินการตัดสินใจ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3.3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติอ้างอิง (Inferential statistics)

การทดสอบสมมติฐานเพื่อการวิเคราะห์ความสัมพันธ์จะใช้สถิติสัมพัทธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) โดยกำหนดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05 และวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Coefficient)

4. สรุปผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.8 มีอายุน้อยกว่า 21 ปี ร้อยละ 38.5 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 46.5 สถานภาพโสด ร้อยละ 60.3 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 37.3 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 34.3

4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก

4.2.1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊กพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์รายข้อเรียงตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 ($\bar{X}$ = 4.07, S.D.=0.59) รองลงมา อันดับที่ 2 คือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ($\bar{X}$ = 4.02, S.D.=0.67) และด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X}$ = 4.01, S.D.=0.57)

4.2.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊กพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์รายข้อเรียงตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า ด้านประสิทธิภาพของสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.06, S.D.=0.51) รองลงมา อันดับที่ 2 คือ ด้านอารมณ์ออนไลน์ ($\bar{X}$ = 4.05, S.D.=0.58) อันดับที่ 3 ด้านความต่อเนื่อง ($\bar{X}$ = 4.03, S.D.=0.54) และด้านความบันเทิงออนไลน์มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X}$ = 3.98, S.D.=0.56)

423 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์รายข้อเรียงตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า ด้าน ประเมินทางเลือกมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}$ =4.13, S.D.=0.46) รองลงมาอันดับที่ 2 ด้านกำหนดทางเลือก ($\bar{X}$ =4.12, S.D.=0.50) และด้านทางเลือกที่ดีที่สุด ($\bar{X}$ =4.12, S.D.=0.50) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน รองลงมาอันดับที่ 3 คือ ด้านระบุ ปัญหาที่ต้องตัดสินใจ ($\bar{X}$ =4.09, S.D.=0.56) และ ด้านประเมินการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X}$ =4.04, S.D.=0.47)

4.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์

4.3.1 ความสัมพันธ์ระหว่าง การยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก ด้วยสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Analysis) โดยมีการแทนค่า ดังต่อไปนี้

การยอมรับเทคโนโลยี (A)

การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (A₁)

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (A₂)

การรับรู้ถึงความเสี่ยง (A₃)

พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าออนไลน์ (B)

ด้านอารมณ์ออนไลน์ (B₁)

ด้านความต่อเนื่อง (B₂)

ด้านประสิทธิภาพของสารสนเทศ (B₃)

ด้านความบันเทิงออนไลน์ (B₄)

การตัดสินใจซื้อ (C)

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าออนไลน์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊กโดยเป็นการวิเคราะห์ Pearson Correlation Analysis

	A	A ₁	A ₂	A ₃	B	B ₁	B ₂	B ₃	B ₄	C
A	1	.838**	.737**	.908**	.849**	.818**	.622**	.624**	.665**	.695**
A ₁	.838**	1	.814**	.703**	.710**	.718**	.623**	.634**	.626**	.811**
A ₂	.737**	.814**	1	.734**	.666**	.663**	.669**	.682**	.614**	.774**
A ₃	.908**	.703**	.734**	1	.831**	.816**	.653**	.631**	.686**	.662**
B	.849**	.710**	.666**	.831**	1	.862**	.676**	.644**	.830**	.693**
B ₁	.818**	.718**	.663**	.816**	.862**	1	.649**	.623**	.624**	.687**
B ₂	.622**	.623**	.669**	.653**	.676**	.649**	1	.771**	.730**	.676**
B ₃	.624**	.634**	.682**	.631**	.644**	.623**	.771**	1	.734**	.674**
B ₄	.665**	.626**	.614**	.686**	.830**	.624**	.730**	.734**	1	.640**
C	.695**	.811**	.774**	.662**	.693**	.687**	.676**	.674**	.640**	1

**p<.01

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (r=.695 และ .693) โดยมีรายละเอียดดังนี้ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุดของการยอมรับเทคโนโลยี คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (r=.811) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (r=.774) การรับรู้ถึงความเสี่ยง (r=.662) ตามลำดับ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุดของพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าออนไลน์ คือ ด้านอารมณ์ออนไลน์ (r=.687) ด้านความต่อเนื่อง (r=.676) ด้านประสิทธิภาพของสารสนเทศ (r=.674) และด้านความบันเทิงออนไลน์ (r=.640) ตามลำดับ

4.3.2 ความสัมพันธ์ระหว่าง การยอมรับเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก โดยเป็นการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางร้านค้านับเพชบุรี

ปัจจัย	การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางร้านค้านับเพชบุรี				
	B	S.E.	β	T	Sig.
ค่าคงที่	1.174	0.142		8.260	.000
การยอมรับเทคโนโลยี (A)	0.344	0.059	0.381	5.796	.000
พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าออนไลน์ (B)	0.366	0.065	0.370	5.635	.000

Note: Adjusted $R^2 = .519$, $R^2 = .521$, $S.E._{est} = .575$, $F = 216.113$, Sig. of $F = .000$, $*p < .050$

จากตารางที่ 2 ผลการการศึกษาพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าออนไลน์ ($\beta = 0.37$, $t = 5.64$, $p\text{-value} = .00$) และการยอมรับเทคโนโลยี ($\beta = 0.34$, $t = 5.80$, $p\text{-value} = .00$) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางร้านค้านับเพชบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ตามลำดับ โดยที่ตัวแปรทั้ง 2 ตัวสามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางร้านค้านับเพชบุรี (Y) ได้ร้อยละ 52.10 ($R^2 = .521$) มีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted R^2) เท่ากับ .519 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ ($S.E._{est}$) เท่ากับ .58 ได้สมการพยากรณ์คือ $Y = 1.17 + .34A + .37B$

4.3.3 ความสัมพันธ์ระหว่าง การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางร้านค้านับเพชบุรี โดยเป็นการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางร้านค้านับเพชบุรี

ปัจจัย	การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางร้านค้านับเพชบุรี				
	B	S.E.	β	T	Sig.
ค่าคงที่	0.740	0.112		6.627	.000
การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (A_1)	0.456	0.044	0.508	10.322	.000
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (A_2)	0.283	0.050	0.295	5.714	.000
การรับรู้ถึงความเสี่ยง (A_3)	0.077	0.037	0.088	2.100	.036

Note: Adjusted $R^2 = .696$, $R^2 = .699$, $S.E._{est} = .456$, $F = 306.157$, Sig. of $F = .000$, $*p < .050$

จากตารางที่ 3 ผลการการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางร้านค้านับเพชบุรีมากที่สุดคือ การรับรู้ถึงประโยชน์ ($\beta = 0.46$, $t = 10.32$, $p\text{-value} = .00$) รองลงมาคือ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ($\beta = 0.28$, $t = 5.71$, $p\text{-value} = .00$) และการรับรู้ถึงความเสี่ยง ($\beta = 0.08$, $t = 2.10$, $p\text{-value} = .00$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ตามลำดับ โดยที่ตัวแปรทั้ง 3 ตัวสามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางร้านค้านับเพชบุรี (Y) ได้ร้อยละ 69.90 ($R^2 = .699$) มีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted R^2) เท่ากับ .696 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ ($S.E._{est}$) เท่ากับ .46 ได้สมการพยากรณ์คือ $Y = .74 + .46A_1 + .28A_2 + .08A_3$

4.3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊กปรากฏผล ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก

ปัจจัย	การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก				
	B	S.E.	β	T	Sig.
ค่าคงที่	0.560	0.147		3.819	.000
ด้านอารมณ์ออนไลน์ (B_1)	0.328	0.042	0.350	7.864	.000
ด้านความต่อเนื่อง (B_2)	0.188	0.055	0.193	3.439	.001
ด้านประสิทธิภาพของสารสนเทศ (B_3)	0.216	0.055	0.219	3.943	.000
ด้านความบันเทิงออนไลน์ (B_4)	0.115	0.050	0.120	2.298	.022

Note: Adjusted $R^2 = 0.591$, $R^2 = 0.595$, $S.E._{est} = .530$, $F = 144.978$, Sig. of $F = .000$, $*p < 0.050$

จากตารางที่ 4 ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊กมากที่สุดคือ ด้านอารมณ์ออนไลน์ ($\beta = 0.33$, $t = 7.86$, $p\text{-value} = .00$) ด้านประสิทธิภาพของสารสนเทศ ($\beta = 0.22$, $t = 3.94$, $p\text{-value} = .00$) ด้านความต่อเนื่อง ($\beta = 0.19$, $t = 3.44$, $p\text{-value} = .00$) และด้านความบันเทิงออนไลน์ ($\beta = 0.12$, $t = 2.30$, $p\text{-value} = .00$) ตามลำดับ โดยที่ตัวแปรทั้ง 4 ตัวสามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก (Y) ได้ร้อยละ 59.50 ($R^2 = .595$) มีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted R^2) เท่ากับ .591 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ ($S.E._{est}$) เท่ากับ .53 ได้สมการพยากรณ์คือ $Y = .56 + .33B_1 + .19B_2 + .22B_3 + .12B_4$

4.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สามารถสรุปผลได้โดยยอมรับสมมติฐานทุกข้อ กล่าวคือการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยพบว่า

1. การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊กมากที่สุดคือการรับรู้ถึงประโยชน์ รองลงมาคือ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ถึงความเสี่ยงตามลำดับ
2. พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊กมากที่สุดคือ ด้านอารมณ์ออนไลน์ รองลงมาคือ ด้านประสิทธิภาพของสารสนเทศ ด้านความต่อเนื่อง และด้านความบันเทิงออนไลน์ตามลำดับ

5. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์สามารถทำนายการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊กได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถทำนายการตัดสินใจซื้อได้ ร้อยละ 52.10 โดยที่มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ $\pm .58$ และสามารถเขียนสมการทำนายคือ $Y = 1.17 + .34A + .37B$ นอกจากนี้ ยังสามารถอธิบายสมมติฐานต่าง ๆ ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก

สมมติฐานย่อย 1.1 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้เนื่องจากแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊กช่วยเพิ่มความสามารถและประสิทธิภาพในการสั่งซื้อสินค้าทางเฟซบุ๊กให้กับผู้บริโภคสินค้าออนไลน์ และยังช่วยให้ผู้บริโภคสินค้าออนไลน์เข้าถึงข้อมูลสินค้าที่ต้องการได้หลากหลายมากขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัยของสุราสีนิ์ ตูลานนท์ (2562) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

สินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อยู่ในระดับมาก โดยเกิดจากบุคคลรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้งานเทคโนโลยีใหม่และบุคคลสามารถเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีใหม่ได้ด้วยตนเอง จึงยอมรับสมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานย่อย 1.2 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊กมีความสามารถในการเข้าใจภาษาจึงสามารถตอบและให้ข้อมูลสินค้าตามที่ผู้บริโภคออนไลน์ต้องการได้ในระยะเวลาอันสั้น และสามารถให้ข้อมูลสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ง่ายต่อการสอบถามข้อมูลและสั่งซื้อสินค้าสอดคล้องกับงานวิจัยของซัชพัชร์ เตชะเกษมสุข (2563) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าออนไลน์ของผู้บริโภค Generation X ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าออนไลน์ของผู้บริโภค Generation X ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องมาจากผู้บริโภครับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งานเทคโนโลยีในการสั่งซื้อสินค้า สามารถค้นหาสินค้าผ่านระบบออนไลน์ได้ตลอด เวลาและยังสามารถซื้อสินค้าออนไลน์ได้ทุกที่ทุกเวลาอีกด้วย จึงยอมรับสมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานย่อย 1.3 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากผู้บริโภคออนไลน์มีการรับรู้และยอมรับในความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในการสั่งซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้า อาจเป็นเพราะปัจจุบันแพลตฟอร์มการพัฒนาระบบการให้บริการดีขึ้น ในเรื่องของความแข็งแรงปลอดภัยการชำระเงิน และมีความแม่นยำในการให้ข้อมูลผู้บริโภคมากขึ้น รวมถึงร้านค้ามีการแสดงความรับผิดชอบ หากเกิดปัญหาในการสั่งซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิรวัส ปทุมรัตน์ศิริ, จรูญ ชำนาญไพร และ เบญจจรรยา วัฒนกุล (2566) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความเสี่ยงด้านความปลอดภัยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเพราะในปัจจุบันเทคโนโลยีของการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มีการพัฒนาและเข้ามามีบทบาทที่มีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้น เอื้ออำนวยสิ่งต่าง ๆ ให้กับร้านค้าออนไลน์ ทำให้แต่ละขั้นตอนในการจำหน่ายสินค้าไม่เป็นที่น่ากังวล จึงยอมรับสมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก

สมมติฐานย่อย 2.1 พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ด้านอารมณ์ออนไลน์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเป็นเพราะแพลตฟอร์มร้านค้ามีความง่ายและสะดวกต่อการสั่งซื้อสินค้า ผู้บริโภคสามารถสอบถามและสั่งซื้อสินค้าได้อย่างอิสระ ทำให้เพลินเพลินและมีแรงกระตุ้นในการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าทางแพลตฟอร์มร้านค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของวราภรณ์ จิตตินรากร (2561) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากบริษัทขายตรงผ่านช่องทางออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ด้านอารมณ์ออนไลน์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากบริษัทขายตรงผ่านช่องทางออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากช่องทางออนไลน์ของบริษัทขายตรงสามารถเลือกซื้อสินค้าที่ต้องการได้อย่างอิสระ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกมีความสุข จึงยอมรับสมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานย่อย 2.2 พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ด้านความต่อเนื่อง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเป็นเพราะแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊กสามารถทำการสั่งซื้อสินค้าได้อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ต้นจนจบการสั่งซื้อ ทำให้ผู้บริโภคสินค้าออนไลน์รู้สึกเพลิดเพลินในการซื้อสินค้าผ่านทางแพลตฟอร์มร้านค้า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของกวรรณ กลัวงศ์ (2562)

ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ การยอมรับเทคโนโลยี และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีเครื่องประดับผ่านสื่อออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ด้านความต่อเนื่องมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีเครื่องประดับผ่านสื่อออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยชี้ว่าการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์สามารถทำทุกอย่างได้อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ต้นจนจบการสั่งซื้อ แสดงให้เห็นถึงการบริการที่เป็นระบบและรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภครู้สึกเพลิดเพลินในการสั่งซื้อสินค้า จึงยอมรับสมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานย่อย 2.3 พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ด้านประสิทธิภาพของสารสนเทศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเป็นเพราะแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก มีรายละเอียดสินค้าครบถ้วน ถูกต้อง และมีข้อมูลที่ทันสมัยอยู่เสมอ ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ช่วยกระตุ้นทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจซื้อสินค้าผ่านทางแพลตฟอร์มร้านค้า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของภัสรวดี จันทร์เล็ก, สมบูรณ์ ศรีอนุรักษวงศ์ และ ประภัสสร วิเศษประภา (2562) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแผนบริการสมาชิกของแอปพลิเคชันวิดีโอสตรีมมิ่งเน็ตฟลิกซ์ ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ด้านประสิทธิภาพของสารสนเทศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแผนบริการสมาชิกของแอปพลิเคชันวิดีโอสตรีมมิ่งเน็ตฟลิกซ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเนื่องมาจากผู้ใช้บริการกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับการใช้งานที่ง่ายและไม่ซับซ้อน ซึ่งแอปพลิเคชันมีการนำเสนอเนื้อหาที่ถูกต้องและทันสมัย ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ จึงยอมรับสมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานย่อย 2.4 พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ด้านความบันเทิงออนไลน์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเป็นเพราะแพลตฟอร์มร้านค้ามีความทันสมัย มีการพัฒนารูปแบบการให้บริการที่ดีขึ้น สร้างความบันเทิงให้กับผู้บริโภคที่สั่งซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้า ทำให้ผู้บริโภครู้สึกผ่อนคลายและสนุกสนาน มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของอนาวิล คักดีสูง, อัศนีย์ ณ น่าน และ ทัดษกร ศรีสุข (2566) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านทางแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ด้านความบันเทิงออนไลน์ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านทางแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดลำปางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเนื่องมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ต้องการด้านความบันเทิงระหว่างการสั่งซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม ซึ่งสามารถสร้างความผ่อนคลายและสนุกสนานให้ผู้บริโภคได้ จึงยอมรับสมมติฐานงานวิจัย

6. ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากการยอมรับเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรคำนึงในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

6.1 การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก

จากผลทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญที่สุดในการยอมรับเทคโนโลยีแพลตฟอร์มของร้านค้าบนเฟซบุ๊ก คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ รองลงมาคือ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ถึงความเสี่ยง ในส่วนนี้อาจเป็นเพราะแพลตฟอร์มมีประโยชน์ต่อผู้บริโภคในหลายด้าน เช่น แพลตฟอร์มสามารถเข้าใจภาษามนุษย์และสามารถตอบคำถามของผู้บริโภคได้แบบ 24/7 กล่าวคือ แพลตฟอร์มสามารถตอบคำถามของผู้บริโภคได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมงและทุกวัน ทำให้ผู้บริโภคมีอิสระในการสั่งซื้อสินค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการควรพัฒนาประสิทธิภาพของแพลตฟอร์มในการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น ตรงกันข้ามกับด้านการรับรู้ความเสี่ยงที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุด อาจเป็นเพราะการสอบถามข้อมูลสินค้าผ่านทางแพลตฟอร์ม มีใช้ข้อมูลที่เป็นความลับ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า ราคา การจัดส่งสินค้า ฯลฯ ซึ่งสามารถหารายละเอียดได้บนสื่ออื่นของร้านค้า ดังนั้น ผู้บริโภคจึงไว้วางใจในการสนทนากับแพลตฟอร์ม แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการที่ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขปัญหาด้านความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะเรื่องข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภคที่ไม่ควรถูกเปิดเผย และป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาใน

การชำระเงิน โดยควรระบุรายละเอียดในการชำระเงินให้ชัดเจน และควรมีวิธีป้องกันมิฉ้อโกงไม่ให้แอบอ้างหลอกลวงผู้บริโภคได้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจในการใช้บริการของร้านค้า

6.2 พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก

จากผลทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊กมากที่สุดคือ ด้านอารมณ์ออนไลน์ ด้านประสิทธิภาพของสารสนเทศ ด้านความต่อเนื่อง และด้านความบันเทิงออนไลน์ ตามลำดับ ในส่วนนี้อาจเป็นเพราะว่า แพลตฟอร์มสามารถตอบคำถามผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว และสามารถตอบคำถามลูกค้าได้ตลอดเวลา จึงทำให้ผู้บริโภคไม่เสียเวลารอคอยคำตอบเป็นเวลานาน ถึงแม้จะเป็นเพียงข้อมูลเบื้องต้น แต่ก็ถือว่าช่วยสร้างความประทับใจให้ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี จึงสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนเฟซบุ๊ก ผู้ประกอบการจึงควรทำการปรับปรุงข้อมูลของแพลตฟอร์มให้ทันสมัยอยู่เสมอ โดยเฉพาะส่วนลด หรือ โปรโมชั่นพิเศษ ซึ่งจะทำให้เป็นที่สนใจของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น และในส่วนของด้านความบันเทิงออนไลน์ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุด ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการพัฒนาระบบแพลตฟอร์มให้มีความน่าสนใจ สร้างกิจกรรมให้ผู้บริโภคได้มีการตอบสนอง สร้างประสบการณ์ร่วมกันกับร้านค้าให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางแพลตฟอร์มร้านค้าและเกิดความเพลิดเพลินในการเลือกซื้อสินค้า ทั้งนี้ ควรพัฒนาแพลตฟอร์มร่วมกับหลักการพัฒนาซอฟต์แวร์ด้วยประสบการณ์ของผู้ใช้ (User Experience) และสร้างส่วนประสานงานผู้ใช้ (User Interface) ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบแพลตฟอร์มให้เกิดประสบการณ์ร่วมที่ดีกับผู้ใช้

7. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การยอมรับเทคโนโลยี “ด้านการรับรู้ประโยชน์” และ พฤติกรรมผู้บริโภค “ด้านอารมณ์ออนไลน์” มีผลต่อประสบการณ์ทางบวกมากที่สุดต่อการสั่งซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กของผู้บริโภค

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการยอมรับเทคโนโลยี “ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์” ของการใช้แพลตฟอร์มร้านค้าบนเฟซบุ๊ก และยังให้ความสำคัญกับ “อารมณ์ออนไลน์” ระหว่างการใช้แพลตฟอร์ม ในทางตรงกันข้ามกับ “การรับรู้ถึงความเสี่ยง” และ “ด้านความบันเทิงออนไลน์” ที่ได้ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุดในการใช้แพลตฟอร์มเพื่อตัดสินใจซื้อสินค้าบนเฟซบุ๊ก ดังนั้น นักพัฒนาแพลตฟอร์มหรือผู้ประกอบการที่มีแนวคิดที่จะสร้างหรือพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อใช้ในสถานประกอบการ ควรคำนึงถึงปัจจัยดังกล่าว เพื่อสร้างหรือพัฒนาแพลตฟอร์มให้ผู้ใช้งานมีประสบการณ์การใช้งานแพลตฟอร์มที่ดี และจะตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด

8. เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ กลัวงศ์. (2562). พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ การยอมรับเทคโนโลยี และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีเครื่องประดับผ่านสื่อออนไลน์. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชัยพัชร เตชะเกษมสุข. (2563). การยอมรับเทคโนโลยีและการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าออนไลน์ของผู้บริโภค Generation X ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐนันท์ พิธิวัตโชติกุล. (2560). การยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิรวัส ปทุมรัตน์ชัย, จริญญา ขำนาญไพโร และ เบญจจลา วัฒนกุล (2566). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของวัยรุ่น ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย, 5(1), น.1-12.

- ภัสรวดี จันทรีเล็ก, สมบูรณ์ ศรีอนุรักษวงศ์, และประภัสสร วิเศษประภา. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแผนบริการสมาชิกของแอปพลิเคชันวิดีโอสตรีมมิ่งเน็ตฟลิกซ์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วรรณิกา จิตตินรากร. (2561). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากบริษัทขายตรงผ่านช่องทางออนไลน์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศศิมา สุขสว่าง. (2562). การบริการและคุณภาพบริการ. กรุงเทพฯ: เอกซ์ซีดี อินโวนเวชั่น.
- สมฤทัย ประรณานพิกษ์. (2557). หลักการตลาด. นครปฐม: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- สุธาณี ตุลานนท์. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- อนาวิล คักดีสูง, อัศนี ณ น่าน และ ทัดษกร ศรีสุข. (2566). การยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านทางแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดลำปาง. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 6(3), 162-174.
- Chu, A. Z-C., & Chu, R. J-C. (2011). The intranet's role in newcomer socialization in hotel industry in Taiwan-technology acceptance model analysis. *The International Journal of Human Resource Management*, 22(5), 1163-1179.
- Davis, F. (1985). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: theory and results*. Doctoral Dissertation, MIT Sloan School of Management Cambridge.
- Guarda, T., Augusto, M.F. (2022). ChatBots and Business Strategy. In Abraham, A., et al. *Innovations in Bio-Inspired Computing and Applications*. IBICA 2021. **Springer**, 419, from https://doi.org/10.1007/978-3-030-96299-9_53
- Mitchell, T. M. (2006). *The discipline of machine learning*. Pittsburg: School of Computer Science, Carnegie Mellon University.
- We are social & Hootsuite. (2021). *Digital 2021*. Retrieved January 29, 2022, from <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-uk>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd Ed. New York: Harper and Row.

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่

Causal Factors Affecting Purchase Intention of 4-Star Hotels in Chiang Mai Province

เบญจกัลยา วิริยะเมธี (Benjakanlaya Wiriyamete)¹เซ้าหยี ฟัง (Shaw-Yu Fang)²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่ และ 2) ศึกษาปัจจัยพฤติกรรมตามแผนที่อิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability) โดยวิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และเก็บแบบสอบถามตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ผลการวิเคราะห์หองประกอบเชิงยืนยัน พบว่า ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้ค่า Chi-square = 304.206, RMSEA = 0.079, CFI = 0.947, TLI = 0.936, SRMR = 0.071 ดังนั้นแบบจำลองเชิงสาเหตุจึงมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุ พบว่า คุณภาพบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมตามแผน คุณภาพบริการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการตั้งใจซื้อ และพฤติกรรมตามแผนมีอิทธิพลทางตรงต่อการตั้งใจซื้อ

คำสำคัญ: คุณภาพบริการ การตั้งใจซื้อ โรงแรมระดับ 4 ดาว พฤติกรรมตามแผน

Abstract

The purposes of this research were to study 1) the service quality factors affecting the purchase Intention of 4-star hotels in Chiang Mai, and 2) the theory of planned behavior factors affecting purchase Intention of 4-star hotels in Chiang Mai. The sample group was 400 tourists who used to use 4-star hotel services in Chiang Mai province by selecting a purposive sampling. The questionnaire was used as a tool for collecting data, collected around tourist attractions in Chiang Mai. Data were analyzed using descriptive statistics, percentage, mean, standard deviation, and structural equation modeling (SEM). The analysis result of the confirmatory factor analysis found that the goodness of fit index complies with the criteria which is a statistically significant influence at the level of 0.05 Chi-square = 304.206, RMSEA = 0.079, CFI = 0.947, TLI = 0.936, SRMR = 0.071. Therefore, the causal model was consistent with empirical information. The result of the causal factors analysis revealed that service quality had a direct influence on the theory of planned behavior, while service quality had an indirect influence on purchase intention. Moreover, the theory of planned behavior had a direct influence on purchase intention.

¹ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ E-mail: benjakanlaya.w@gmail.com

² สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ E-mail: shawyu_f@payap.ac.th

Keywords: Service Quality, Purchase Intention, 4-Star Hotels, Theory of planned behavior

วันที่รับบทความ : 9 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 8 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 21 สิงหาคม 2566

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

โรงแรมเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก หลังจากการกระจายวัคซีนป้องกัน COVID-19 ทั่วถึงมากขึ้น ธุรกิจโรงแรมมีแนวโน้มทยอยฟื้นตัวจาก COVID-19 โดยประเทศไทยจะฟื้นตัวเร็วจากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ปี พ.ศ.2565-2567 นักท่องเที่ยวทยอยกลับสู่ระดับเทียบเท่าก่อนเกิด COVID-19 ตามลำดับอย่างต่อเนื่อง (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2565) ในปี พ.ศ. 2562 สำนักงานสถิติแห่งชาติได้สำรวจผู้เข้าพักในสถานประกอบการที่พักแรมมีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 130.6 ล้านคน โดยเข้าพักในภาคใต้มากที่สุด ร้อยละ 33.5 รองลงมาคือภาคกลาง ร้อยละ 22.2 ภาคเหนือ ร้อยละ 12.6 กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 19.7 ส่วนในปริมณฑลมีจำนวนผู้เข้าพักน้อยที่สุด ร้อยละ 2.0 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564)

ในปัจจุบันสภาพทางเศรษฐกิจและการเดินทางที่เปลี่ยน ทำให้โรงแรมหันมาไม่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในการใช้โรงแรมเพื่อติดต่อธุรกิจ รวมถึงโรงแรมระดับต่ำกว่า 3 ดาวมีอัตราการปิดกิจการในช่วง COVID-19 อย่างต่อเนื่อง ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มระดับกลางเน้นที่พักราคาไม่แพง ดังนั้นธุรกิจโรงแรมระดับ 4 ดาวจึงเป็นที่นิยมมากขึ้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) และการลดลงของโรคระบาด COVID-19 ทำให้ธุรกิจโรงแรมมีแนวโน้มฟื้นตัวจาก COVID-19 ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2565 อัตราการเข้าพักโรงแรมเฉลี่ยเพิ่มขึ้นอยู่ที่ ร้อยละ 35 ร้อยละ 45 และ ร้อยละ 60 ตามลำดับ ซึ่งโรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไปมีแนวโน้มที่จะเติบโตมากยิ่งขึ้น เพราะการปรับราคาที่พักเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์ COVID-19 และการกระตุ้นการท่องเที่ยวของภาครัฐส่งผลให้นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีการใช้จ่ายในการจองห้องพักในโรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไปเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2565) ทำให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจนี้สูงขึ้น คุณภาพบริการนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญในการสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจเพื่อเหนือกว่าคู่แข่ง ทั้งแบบจับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจโดยการนำเสนอการบริการตามที่ถูกคาดหวัง เพื่อให้ลูกค้าอยากกลับมาใช้บริการอีก โดยปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริโภคนำมาใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการทั้ง 5 ด้าน คือ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ 2) ความน่าเชื่อถือ 3) การตอบสนองความต้องการ 4) การให้ความมั่นใจ และ 5) การเอาใจใส่ (Parasuraman et al, 1988) การตั้งใจซื้อของลูกค้าถือเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสามารถลดต้นทุนในด้านการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ และยังสามารถช่วยในการป้องกันส่วนแบ่งทางการตลาดจากคู่แข่ง เนื่องจากลูกค้ามีการตั้งใจซื้อเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยสนับสนุน และบอกต่อแก่บุคคลอื่น ๆ (Dunn, 1997) ธุรกิจจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ที่ดีเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและรักษาลูกค้าเดิม ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการทำใหธุรกิจประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่ง (Kotler, 2003) การตั้งใจซื้อส่งผลถึงการเกิดพฤติกรรม (Behavior) ซึ่งเป็นความตั้งใจ ความพยายามของบุคคลส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการตั้งใจ และได้ถูกกล่าวไว้ว่าเป็นการแสดงพฤติกรรมที่ได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม สิ่งที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมประกอบไปด้วยปัจจัยหลัก 3 ด้านคือ ทศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the behavior) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) ซึ่งมีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมของมนุษย์ (Fishbein & Ajzen, 2010) ดังนั้นการรักษาลูกค้าเดิมจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญเป็นอย่างมากที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในการแข่งขัน

ดังนั้นการวิจัยเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่จึงเป็นเรื่องที่มีความน่าสนใจ และมีความสอดคล้องกับสถานการณ์ในยุคปัจจุบัน ซึ่งผลการวิจัยที่ได้รับนั้น

จะเป็นความรู้ใหม่เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดในการนำไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจโรงแรมระดับ 4 ดาว เพื่อให้โรงแรมเพิ่มศักยภาพ กระบวนการให้บริการ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจให้เติบโตแบบยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยพฤติกรรมตามแผนที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เข้าพักและใช้บริการในโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยจะทำการศึกษากลุ่มของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะสามารถเลือกพักโรงแรมได้ตามความต้องการของตนเอง

1.3.2 ขอบเขตเนื้อหา ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาตัวแปร ดังต่อไปนี้

1.3.2.1 ตัวแปรแฝง ประกอบไปด้วย 1) พฤติกรรมตามแผน 2) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ และ 3) ปัจจัยด้านการตั้งใจซื้อ

1.3.2.2 ตัวแปรสังเกตได้ ประกอบไปด้วย 1) ทศนคติต่อพฤติกรรม 2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง 3) การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม 4) ความเป็นรูปธรรมการบริการ 5) ความน่าเชื่อถือ 6) การตอบสนองความต้องการ 7) การให้ความมั่นใจ และ 8) การเอาใจใส่

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม ตั้งแต่วันที่ 14 พฤศจิกายน 2565 ถึง 14 พฤษภาคม 2566 รวมระยะเวลา 7 เดือน

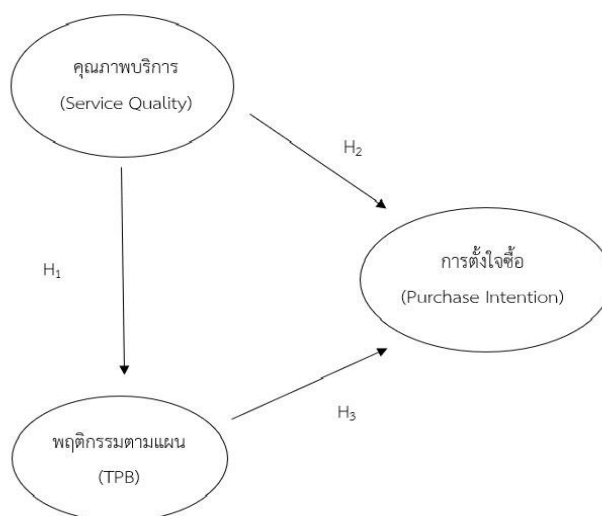
1.4 สมมติฐานการวิจัย

H₁: คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมตามแผนของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่

H₂: คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่

H₃: พฤติกรรมตามแผนมีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: จากการทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดทฤษฎี

1.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

Parasuraman et al. (1988) ได้ศึกษาคุณภาพบริการ พบว่า ปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริโภคนำมาใช้ในการตัดสินคุณภาพบริการทั้ง 10 ด้าน เพื่อนำไปพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินคุณภาพเรียกว่า SERVQUAL โดยได้ประกอบองค์ประกอบการประเมินคุณภาพบริการเหลือเพียง 5 ด้าน คือ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) การให้บริการต้องแสดงให้เห็นว่าผู้รับบริการนั้นสามารถคาดคะเนคุณภาพบริการได้อย่างชัดเจน เช่น สถานที่มีความ สะดวกสบาย อุปกรณ์ที่ใช้ให้บริการทันสมัย สะอาด สวยงาม 2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้ที่ให้บริการสามารถปฏิบัติงาน และทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกไว้วางใจว่าการให้บริการมีความถูกต้อง และเที่ยงตรง 3) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ผู้ให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ เต็มใจให้บริการ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างเต็มที่ 4) การให้ความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการมีความรู้ และอภัยภัยดีในการให้บริการส่งผลทำให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นเมื่อมาใช้บริการ และ 5) การเอาใจใส่ (Empathy) ผู้ให้บริการคำนึงถึงความแตกต่างของผู้เข้ารับบริการตามลักษณะของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ

Kotler (1999) ให้คำอธิบายไว้ว่า “คุณภาพบริการ” ผู้ให้บริการจำเป็นต้องให้บริการได้เท่ากับหรือมากกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ หากสามารถทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจก็จะทำให้กลับมาใช้บริการซ้ำอีก แต่หากบริการได้น้อยกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการอาจจะเกิดความไม่พอใจต่อสินค้าหรือบริการ และทำให้ผู้บริโภคนั้นไม่กลับมาใช้บริการอีก

สรุปได้ว่าคุณภาพบริการ คือ ความสามารถในการตอบสนองต่อลูกค้าของธุรกิจที่เกี่ยวกับงานบริการ เพราะคุณภาพบริการเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้น โดยมี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ 2) ความน่าเชื่อถือ 3) การตอบสนองความต้องการ 4) การให้ความมั่นใจ และ 5) การเอาใจใส่

2.2 แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

Ajzen (1991) ได้นำเสนอทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior: TPB) และได้ถูกพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of reasoned action: TRA) โดยได้เพิ่มปัจจัยด้านการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control) เข้ามาซึ่งเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวกับด้านจิตวิทยาสังคม (Social psychology) ได้อธิบายไว้ว่าการตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) เป็นปัจจัยที่สำคัญส่งผลถึงการเกิดพฤติกรรม (Behavior) ซึ่งมีความตั้งใจ ความพยายามของบุคคลส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการตั้งใจ และได้ถูกกล่าวไว้ว่าเป็นการแสดงพฤติกรรมที่ได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม สิ่งที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมที่มีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมของมนุษย์ โดยมีปัจจัยหลัก 3 ด้านที่แสดงถึงพฤติกรรมของมนุษย์ ได้แก่

2.2.1 ทิศคติต่อพฤติกรรม (Attitude Toward the behavior) ทิศคตินั้นเป็นองค์ประกอบของบุคคลที่เป็นตัวกำหนดความตั้งใจที่ส่งผลถึงการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ มีองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความคิดและสติปัญญา (Cognitive Component) เป็นความเชื่อส่วนตัวที่บุคคลนั้นนึกคิด เป็นความเชื่อส่วนตัวเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ การตอบสนองต่อสิ่งเร้าในลักษณะการรับรู้ที่มาจากความคิด ความเชื่อ และความเข้าใจ 2) ด้านความรู้สึกและอารมณ์ (Affective Component) เป็นความรู้ด้านอารมณ์ของบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อสิ่งเร้าซึ่งเป็นผลมาจากการที่บุคคลนั้นได้ทำการประเมินผลสิ่งเร้า นั้น และ 3) ด้านพฤติกรรม (Behavior Component) เป็นการที่บุคคลเกิดการโน้มเอียงตอบสนองต่อสิ่งเร้าในทิศทางเดียวกันหรือตรงกันข้ามขึ้นอยู่กับความเชื่อ (Ajzen, 1988)

2.2.2 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเกิดมาจากความเชื่อของกลุ่มบุคคลในเชิงบรรทัดฐานทางสังคม (Normative Beliefs) เป็นการประเมินของมนุษย์ต่อการได้เห็น และได้รับรู้ข้อมูลจากบุคคลในสังคมหรือครอบครัว โดยการประเมินถึงความน่าเชื่อถือของบุคคลนั้น ๆ โดยปกติของมนุษย์นั้นมีความเชื่อว่าหากบุคคลใดที่มีความสำคัญต่อตนเองได้ทำพฤติกรรมใดแล้วจะมีแนวโน้มที่ตนจะคล้อยตามและกระทำพฤติกรรมนั้นด้วย (Lesser & Pope, 2011)

2.2.3 การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) เกิดจากความเชื่อของบุคคลที่มีต่อปัจจัยที่อาจจะส่งเสริมหรือขัดขวางในการแสดงพฤติกรรม ซึ่งเป็นการประเมินถึงความยากง่ายในการแสดงพฤติกรรมต่อสถานการณ์นั้นโดยการรับรู้เชื่อว่าตนเองแสดงพฤติกรรมนั้นไปในทิศทางที่เหมาะสม พิจารณาจากปัจจัยที่มีความพร้อมเอื้ออำนวยต่อการตั้งใจแสดงพฤติกรรม ซึ่งหากปัจจัยมีความพร้อมก็จะส่งผลให้บุคคลนั้นมีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น ในทางตรงข้ามหากปัจจัยนั้นไม่เอื้ออำนวยก็จะส่งผลให้บุคคลนั้นไม่มีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น (Ajzen, 1991)

จากการทบทวนวรรณกรรมจึงสามารถสรุปองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านที่กล่าวมานั้นจึงเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อและก่อให้เกิดการแสดงพฤติกรรม หากบุคคลใดที่มีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรม มีกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อตัวบุคคลนั้น พร้อมทั้งมีการรับรู้ว่าตนเองนั้นมีความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมได้บุคคลนั้นก็จะมีพฤติกรรมในการตั้งใจที่จะทำมากขึ้น

2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตั้งใจซื้อ

Hrubes, Ajzen & Daigle (2001) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความตั้งใจ หมายถึงความเต็มใจในการแสดงพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดขึ้นก่อนการกระทำ โดยใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมตามแผนในการอธิบายถึงสิ่งที่เกิดขึ้น

พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์ (2558) ได้ให้ความหมายว่าการตั้งใจ (Intention) หมายถึงการมีความสนใจต่อสิ่งนั้น ๆ เป็นการที่มีจุดมุ่งหมายชัดเจนต่อสิ่งที่ต้องการและตัดสินใจที่จะเลือกสิ่งนั้น

การตั้งใจสามารถบ่งชี้ได้ว่าบุคคลได้มีการวางแผนมากน้อยเช่นไรในการแสดงออกทางพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง ซึ่งการกระทำนี้จะแสดงออกมาในลักษณะที่สอดคล้องกับความตั้งใจ ซึ่งพฤติกรรมของบุคคลอยู่ภายใต้การควบคุมของการตั้งใจในการแสดงออกของพฤติกรรม (Ajzen & Fishbein, 1980) ทั้งนี้ การตั้งใจซื้อยังนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าแต่ก็ไม่ใช่เสมอไป เพราะเนื่องจากมีปัจจัยที่แทรกแซงการตัดสินใจซื้อกับการซื้อจริง โดยปัจจัยแทรกแซงนั้นก็คือทัศนคติของบุคคลอื่นและปัจจัยจากสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเน (Kotler & Keller, 2012) ดังนั้นการตั้งใจซื้อคือการแสดงพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการนั้น ๆ เป็นตัวเลือกแรก (Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1990)

จากความหมายข้างต้นได้เห็นถึงการตั้งใจซื้อทั้งสินค้าและบริการ ที่แสดงเจตนาในความตั้งใจพยายามที่จะทำพฤติกรรมนั้น ถือเป็นการที่บุคคลนั้นมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าซึ่งส่งผลให้เกิดการแสดงออกทางพฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการนั้น ซึ่งเป็นปัจจัยในการตั้งใจที่มีผลต่อพฤติกรรม ซึ่งมีความสอดคล้องกับความเชื่อมั่น ทัศนคติ แรงจูงใจของตัวบุคคล และรวมถึงการมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและบริการนั้น เมื่อบุคคลนั้นมีความตั้งใจ แน่วแน่ มั่นคงต่อสิ่งนั้น ตัวบุคคลนั้นก็จะแสดงพฤติกรรมนั้นออกมาเมื่อถึงเวลาที่เหมาะสม

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1.1 ประชากร กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เข้าพักและใช้บริการในโรงแรม โดยจะทำการศึกษาในกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะสามารถเลือกพักโรงแรมได้ตามความต้องการของตนเอง โดยแบ่งโรงแรมตามเกณฑ์มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทโรงแรม เล่ม 2 ระดับ 1-4 ดาว มทท 202 เล่ม 2 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557)

2.1.2 การสุ่มตัวอย่าง ได้กำหนดขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนลูกค้าของโรงแรมระดับ 4 ดาวในจังหวัดเชียงใหม่ จึงได้กำหนดขนาดของตัวอย่างได้จากการคำนวณด้วยสูตรของคอคแรน (Cochran, 2007) โดยกำหนดความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 385 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่ครบถ้วน จึงทำการเก็บตัวอย่างเพิ่มเป็น 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability) โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัย ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพของการบริการ (Service Quality) ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) และส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ (Recommendation) ทั้งนี้ แบบสอบถามในส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายปิด (Close ended question) แบบมาตราส่วน 5 ระดับ (Rating scale) ใช้รูปแบบของ Likert's scale ซึ่งแสดงถึงระดับความคิดเห็นตั้งแต่ระดับมากที่สุดไปหาระดับน้อยสุด โดยมีวิธีการดำเนินการสร้างเครื่องมือวิจัย ดังนี้

3.2.1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎี ค้นคว้าบทความวิชาการ วารสาร หนังสือ เอกสารวิชาการจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงการทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2.2 สร้างกรอบแนวคิด และกำหนดสมมติฐานแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปร

3.2.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย (ธีระ กุลสวัสดิ์, 2558) ผลการวิเคราะห์พบว่ามีความสอดคล้องระหว่าง 0.33-1.00 ผู้วิจัยจึงทำการเลือกเฉพาะข้อคำถามที่เป็นไปตามเกณฑ์ $IOC \geq 0.5$ เพื่อแสดงว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา มีความเหมาะสม และครอบคลุมเนื้อหาที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามที่ผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ และทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach' alpha Coefficient) จากนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 4 ดาวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 ราย จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง ผลจากการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมมีความเชื่อมั่นได้ตั้งแต่ 0.75-0.93 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้จึงได้นำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล (Schwartz, 2009)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 กำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมตามแผน จำนวน 14 ข้อ ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพของการบริการจำนวน 25 ข้อ และส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการตั้งใจซื้อ จำนวน 7 ข้อ รวมทั้งหมด 46 ข้อ

3.3.3 ลงพื้นที่ตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ทำการกระจายแบบสอบถามไปยังนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และพักโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 กำหนดสถิติที่เหมาะสม และสอดคล้องกับข้อมูล เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง Structural Equation Modeling (SEM)

3.4.2 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรสังเกตได้จำนวน 8 ตัวแปร

3.4.3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

3.4.4 วิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis) และโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงโครงสร้างของแบบจำลอง (Model) ด้วยการหาค่า

ของอิทธิพลที่เกิดจากสาเหตุของตัวแปรนั้นโดยตรง หรือสาเหตุโดยอ้อมไปพร้อมกับตัวแปรตัวอื่น ทำให้เกิดความแปรปรวนในตัวแปรตาม หรือทั้ง 2 อย่าง ในความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น และทดสอบทางทฤษฎีว่าสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ การตรวจสอบหาความกลมกลืน (Goodness of Fit Measures) เป็นการตรวจสอบรูปแบบในภาพรวมว่า สอดคล้องกันกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ และมากน้อยแค่ไหน ซึ่งการใช้ค่าสถิติวัดความกลมกลืนมี 5 แบบ ได้แก่ 1) ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square Statistic) 2) ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ ($X^2/d.f$) 3) ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเปรียบเทียบ CFI (Comparative Fit Index) 4) ดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษ (Root Mean Square Residual; RMR) และ 5) ค่ารากเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน SRMR (Standardized Root Mean Square Residual)

3. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยลูกค้าให้ความสำคัญต่อการแต่งกายของพนักงาน ความสะอาด ความเรียบร้อย ระบบการจองห้องพักที่มีความทันสมัย เข้าถึงการใช้งานได้ง่าย สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมอยู่ในสภาพดี มีความทันสมัย และออกแบบให้สวยงาม ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้า

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยพฤติกรรมตามแผนที่มียิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกใช้บริการของโรงแรมโดยคำนึงถึงคุณภาพที่เหมาะสมกับราคา สามารถหาข้อมูลของโรงแรมที่ต้องการใช้บริการได้อย่างสะดวก มีโปรโมชั่น การใช้ประสบการณ์เดิมในการเลือกใช้บริการในครั้งถัดไป และเลือกใช้บริการจากการมีชื่อเสียงของโรงแรมเมื่อเปรียบเทียบกับราคา เมื่อลูกค้าเกิดทัศนคติที่ดีต่อโรงแรมทำให้เกิดการตั้งใจซื้อของลูกค้า

4.1 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่1: คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมตามแผนของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ตัวแปรคุณภาพบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมตามแผน

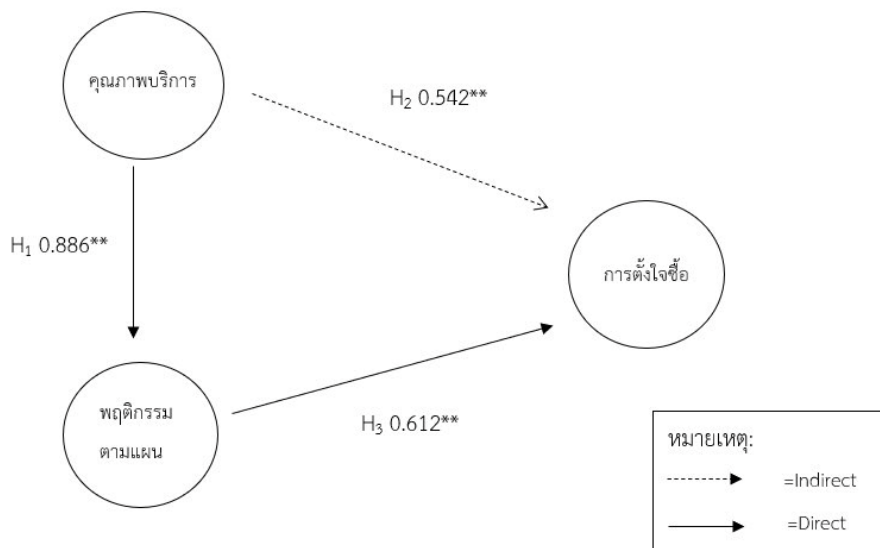
สมมติฐานที่2: คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ตัวแปรคุณภาพบริการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการตั้งใจซื้อ

สมมติฐานที่3: พฤติกรรมตามแผนที่มียิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ตัวแปรพฤติกรรมตามแผนที่มียิทธิพลทางตรงต่อการตั้งใจซื้อ ดังตารางที่ 1 และภาพที่ 2

ตารางที่ 1 ค่าพารามิเตอร์อิทธิพลทางตรง(DE) อิทธิพลทางอ้อม(IE) และอิทธิพลรวม(TE) ของตัวแปรสาเหตุ และตัวแปรผล

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล					
	พฤติกรรมตามแผน			การตั้งใจซื้อ		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
คุณภาพบริการ	0.886**	-	0.886**	0.084	0.542**	0.626**
พฤติกรรมตามแผน	-	-	-	0.612**	-	0.612**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01



ภาพที่ 2 การวิเคราะห์เส้นทาง

4.2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลข้อมูลเชิงประจักษ์ และการปรับโมเดล

การวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดลหลังจากที่ได้ดำเนินการปรับโมเดล ผลที่ได้รับ พบว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้ค่า Chi-square = 304.206, RMSEA = 0.079, CFI = 0.947, TLI = 0.936, SRMR = 0.071 ผ่านเกณฑ์พิจารณา

คุณภาพบริการ ผลการประมาณค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ค่าส่วนที่เหลือ (Residual) และค่าความเที่ยง (Reliability) ของการวัดตัวแปรสังเกตได้ของแบบจำลองของคุณภาพบริการ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ประกอบไปด้วย 5 ตัวแปร ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมการบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการ การให้ความมั่นใจ และการเอาใจใส่ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.856, 0.895, 0.787, 0.913 และ 0.910 ซึ่งมีค่าความเที่ยงจากค่า R^2 เท่ากับ 0.733, 0.800, 0.619, 0.833 และ 0.828

พฤติกรรมตามแผน ผลการประมาณค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ค่าส่วนที่เหลือ (Residual) และค่าความเที่ยง (Reliability) ของการวัดตัวแปรสังเกตได้ของแบบจำลองของพฤติกรรมตามแผน พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ประกอบไปด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และด้านการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.799, 0.767 และ 0.835 ซึ่งมีค่าความเที่ยงจากค่า R^2 เท่ากับ 0.639, 0.588 และ 0.691

การตั้งใจซื้อ ผลการประมาณค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ค่าส่วนที่เหลือ (Residual) และค่าความเที่ยง (Reliability) ของการวัดตัวแปรสังเกตได้ของแบบจำลองของการตั้งใจซื้อ พบว่า ข้อคำถามมี 7 ข้อคำถาม โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.829, 0.863, 0.833, 0.847, 0.850, 0.840 และ 0.836 ซึ่งมีค่าความเที่ยงจากค่า R^2 เท่ากับ 0.700, 0.744, 0.694, 0.718, 0.723, 0.705 และ 0.699

4. อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญจากการทดสอบสมมติฐานมาอภิปรายผลการวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมตามแผน จากข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากสุดในทุกด้าน โดย ด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการ รองลงมา ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการเอาใจใส่ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้ลูกค้าเกิดทัศนคติในทางบวกต่อโรงแรม มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nitchote & Nuangjamnong (2022) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการและพฤติกรรมการตั้งใจซื้ออาหารยุคปกติใหม่ช่วงโควิด 19 จากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับคุณภาพบริการและพฤติกรรมการซื้ออาหารในรูปแบบปกติใหม่ช่วงโควิด 19 พบว่า คุณภาพบริการส่งผลต่อทัศนคติเป็นอย่างมากซึ่งบอกเป็นนัยว่าคุณภาพบริการเพิ่มขึ้นทัศนคติก็จะเพิ่มขึ้นตาม

2. คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อ คุณภาพบริการและความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลต่อการตั้งใจซื้อ เช่น ข้อมูลสินค้า ข้อมูลการสั่งซื้อ และช่องทางในการติดต่อที่เข้าถึงง่าย มีความสะดวกในการค้นหา ก็จะมีผลทำให้เกิดการตั้งใจซื้อ รวมถึงหากผู้ประกอบการทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ก็จะมีผลทำให้ความตั้งใจซื้อสินค้าเพิ่มสูงขึ้น โดยที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพบริการ และสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ก็จะส่งผลต่อการตั้งใจซื้อและทำให้ลูกค้ามีความภักดีได้ในอนาคต มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ali et al. (2021) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพบริการของโรงแรม อิทธิพลของคุณภาพบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการบริการ โดยการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการโรงแรมในเมือง Erbil ในภูมิภาค Kurdistan ประเทศอิรัก พบว่า ปัจจัยองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน ของคุณภาพบริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมการบริการ (Tangibility) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจ (Assurance) และการเอาใจใส่ (Empathy) มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรม ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการใช้บริการ

3. พฤติกรรมตามแผนมีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้า โดยที่ลูกค้าจะตั้งใจซื้อเมื่อมีทัศนคติที่ดีต่อโรงแรม เกิดการรับรู้ข้อมูลจากครอบครัวหรือคนในสังคม และแสดงพฤติกรรมควบคุมไปในทิศทางที่เหมาะสม จากการศึกษาพบว่า ระดับค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากสุดในทุกด้าน การบอกต่อเกี่ยวกับสิ่งดี ๆ ของโรงแรมนี้ให้แก่ผู้อื่นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ แนะนำให้ญาติพี่น้องและเพื่อนของท่านมาใช้บริการโรงแรมนี้ โรงแรมนี้มักจะเป็นทางเลือกแรกในการใช้บริการเมื่อเทียบกับโรงแรมอื่น ๆ ให้อยู่ในความผิดพลาดเล็ก ๆ น้อย ๆ ในการให้บริการของโรงแรม ยังคงเลือกใช้บริการโรงแรมนี้ถึงแม้ว่าจะมีผู้อื่นมาแนะนำให้ลองไปใช้บริการโรงแรม และยังคงเลือกใช้บริการโรงแรมนี้อีกครั้งถึงแม้ว่าอัตราค่าบริการจะสูงขึ้นกว่าเดิม มีความสอดคล้องกับทฤษฎีของ Engle et al. (2010) ที่กล่าวว่า TPB โมเดลเป็นแบบจำลองกระบวนการขององค์ความรู้ที่สำคัญเพื่อที่จะนำมาประเมินผลของการตั้งใจซื้อ ตัวโมเดลได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่สำคัญ ด้วยเหตุนี้พฤติกรรมของมนุษย์เป็นสาเหตุมาจากการตั้งใจ (Ajzen, 1991) ดังนั้น องค์ประกอบพฤติกรรมตามแผนทั้ง 3 ปัจจัย ได้แก่ ทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ส่งผลโดยตรงต่อการตั้งใจซื้อของบุคคล

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปประยุกต์ใช้

6.1.1 เพื่อให้ลูกค้าของโรงแรมมีระดับการตั้งใจซื้อที่สูงขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมซึ่งมีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายควรให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านคุณภาพบริการ โดยทำการกำหนดนโยบายที่สำคัญให้พนักงานในโรงแรมทุกคนปฏิบัติตาม เพื่อเป็นการนำไปสู่การตั้งใจซื้อ ซึ่งจากผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมตามแผนและคุณภาพบริการมีความสำคัญเท่า ๆ กันที่จะก่อให้เกิดการตั้งใจซื้อ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรที่จะให้ความสำคัญในทุก ๆ ด้าน เพื่อส่งมอบบริการที่ดี มีคุณภาพ และรวดเร็วให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

6.1.2 ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรมุ่งเน้นให้ลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์เดินทางมาเพื่อพักผ่อนหรือท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีการตั้งใจซื้อสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มาพัก ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรที่จะรักษามาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอเพื่อเป็นการรักษาลูกค้า และหาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อเพิ่มระดับการตั้งใจซื้อของลูกค้าต่อไป

6.1.3 ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมควรมุ่งเน้นในการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เช่น กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ได้แก่ Sales Promotion, Advertising, Personal Selling, Public Relation เพื่อสร้างความแตกต่างให้เหนือจากคู่แข่งในระดับเดียวกันหรือคู่แข่งในระดับสูงกว่า และการให้บริการในโรงแรมให้เกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และนำไปบอกต่อแก่ผู้อื่น ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมควรที่จะรักษามาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอเพื่อเป็นการรักษาลูกค้าและหาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อเพิ่มระดับการตั้งใจซื้อของลูกค้าต่อไป

6.2 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

6.2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรนำแบบจำลองไปใช้ในกิจการด้านการบริการอื่น ๆ เพื่อตรวจสอบแบบจำลองว่ามีความสอดคล้องเชิงประจักษ์ต่อไป

6.2.2 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรนำแบบจำลองไปใช้ในธุรกิจโรงแรมระดับอื่น ๆ หรือมีการเปรียบเทียบการตั้งใจซื้อของลูกค้าในแต่ละระดับของโรงแรม

6.2.3 ในการวิจัยครั้งต่อไปสามารถนำแบบจำลองไปใช้ในธุรกิจโรงแรมระดับ 4 ดาวในจังหวัดอื่น ๆ

6.2.4 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อ

7 เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). **มาตรฐานการท่องเที่ยว มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวเล่มที่ 2 ประเภทโรงแรมระดับ 1-4 ดาว**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (2565). **วิจัยกรุงศรีวิจัยกรุงศรีมองแนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมไทยปี 2565-2567: โอกาสและความท้าทาย: ธุรกิจโรงแรม**. จาก <https://thaipublica.org/2022/01/krungsri-research-thailand-industry-outlook-2022-2024-01/>
- ธีระ กุลสวัสดิ์. (2558). **การหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย. การประชุมแลกเปลี่ยนความรู้ในเรื่องของเทคนิคการทำวิจัยเชิงปริมาณ**. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์. (2558). **พฤติกรรมองค์กร**. (พิมพ์ครั้งที่ 4). หาดใหญ่: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). **การสำรวจสถานประกอบการที่พักแรม พ.ศ.2563**. กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). **Understanding attitudes and predicting social behavior**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ajzen, I. (1988). **Attitudes, personality, and behavior**. Chicago: Dorsey Press.
- _____. (1991). The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, 50(2), 179-211.
- Ali, B. J., Gardi, B., Othman, B. J., Ahmed, S. A., Ismael, N. B., Hamza, P. A., Aziz, H. M., Sabir, B.Y., Sorguli, S., & Anwar, G. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. **International journal of Engineering, Business and Management**, 5(3), 14-28.
- Cochran, W. G. (2007). **Sampling Techniques**. (3rd Ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Dunn, D. (1997). **Relationship marketing: A 35 minute primer. Frequency marketing strategies, strategic research institute**. Omni Chicago: Chicago.
- Engle, R., Dimitriadis, N., Gavidia, J., Schlaegel, C., Delanoe, S., Alvarado, I., He, X., Baume, S., &

- Woltt, B. (2010). Entrepreneurial intent: a 12-country evaluation of Ajzen's model of planned behavior. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research**, 16(1), 35-57.
- Hrubes, D., Ajzen, I., & Daigle, J. (2001). Predicting Hunting Intentions and Behavior: An Application of the Theory of Planned Behavior. **Leisure Sciences**, 23(3), 165-178.
- Kotler, P. (1999). **Marketing Management: Millennium Edition**. (10th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- _____. (2003). **Marketing Management**. (11th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). **Marketing management**. (14th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Lesser, J. G., & Pope, D. S. (2011). **Human behavior and the social environment: theory and Practice**. (2nd ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Nitchote, T., & Nuangjamnong, C. (2022). The New Normal Service Quality and Behaviour Food Purchase Intention During COVID-19. **AU-HIU International Multidisciplinary Journal**, 2(1), 9-20.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service Quality. **Journal of Retailing**, 64(1), 12-40.
- Schwartz, B. M. (2009). A Comprehensive Coding System to Measure the Quality of School Wellness Policies. **Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics**, 109(7), 1256-62.
- Zeithaml, V. A, Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1990). **Delivery quality service: Balancing customer perception and expectations**. New York: A Division of Simon & Schuster.

การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าระหว่างร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีก

กรณีศึกษา ตำบลบางป่า อำเภอเมืองราชบุรี จังหวัดราชบุรี

A comparison of Customer Satisfaction between Online Shopping and Retail Stores in Bang Pa Sub-district, Mueang Ratchaburi District, Ratchaburi Province

ประหยัด แสงงาม (Prayad Sangngam)¹พัฒนัณการิษา ขงทพิย (Panpharisa Khongthip)²ชุติกากญน์ ไพรัตน์ (Chutikan Paira)³พศิกา ชำนาญกิจ (Pasika Chamnankit)⁴

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านส่วนผสมทางการตลาดระหว่างร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีก และ 2) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคระหว่างร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีก ตัวอย่างที่สนใจศึกษา คือ ผู้ที่อาศัยในตำบลบางป่า อำเภอเมืองราชบุรี จังหวัดราชบุรี ที่มีอายุ 18-45 ปี จำนวน 100 คน ซึ่งถูกสุ่มมาจากการประชากรจำนวน 1,996 คน งานวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ มัธยฐาน ผลรวมอันดับ การทดสอบลำดับที่โดยเครื่องหมายอันดับ-วิลคอกสัน และการทดสอบของคอกแครน ซึ่งกำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60 มีอายุ 30-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 48 และมีรายได้ 10,001-20,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 51 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อส่วนผสมทางการตลาดระหว่างร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีกในด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจในเรื่องความหลากหลายของสินค้า ความต้องการในการซื้อสินค้า และความทันสมัยของสินค้าของร้านค้าออนไลน์สูงกว่าสำหรับด้านราคาพบว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อส่วนลดของสินค้าของร้านค้าออนไลน์สูงกว่า สำหรับด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อความสะดวกในการซื้อสินค้า และความหลากหลายของการชำระเงินของร้านค้าออนไลน์สูงกว่า สำหรับด้านส่งเสริมการตลาดพบว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การคืนกำไรให้แก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง การส่งข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์และการโฆษณาของร้านค้าออนไลน์สูงกว่า ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากทางร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีกพบว่า ความถี่ในการซื้อสินค้าใน 1 เดือน มูลค่าในการซื้อสินค้าใน 1 เดือน และสัดส่วนของผู้ที่ซื้อสินค้าในช่วงวันหยุดของร้านค้าปลีกสูงกว่า ในขณะที่ช่วงโปรโมชั่นสัดส่วนของผู้ที่ซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์สูงกว่าร้านค้าปลีก

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ การซื้อสินค้าร้านค้าออนไลน์ ร้านค้าปลีก จังหวัดราชบุรี

Abstract

The objectives of this research were 1) to compare consumer satisfaction with the marketing mix between online and retail stores, and 2) to compare consumer shopping behavior between online

¹ ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร E-mail: sangngam_p@silpakorn.edu

² ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร E-mail: khongthip_p@silpakorn.edu

³ นักศึกษา ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร E-mail: pairat_c@su.ac.th

⁴ นักศึกษา ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร E-mail: chamnankit_p@su.ac.th

and retail stores. The samples were 100 residents of Bang Pa Sub-district, Mueang Ratchaburi District, Ratchaburi Province, aged 18-45 years, randomly drawn from a population of 1,996 people. The questionnaire was used as a tool for data collection. The statistics used for data analysis were percentage, median, sum ranks, Wilcoxon signed-rank test, and Cochran test, with a significance level set at 0.05.

The study found that most of the respondents were female (60%), aged 30-45 years old (48%) and earning 10,001-20,000 baht/month (51%). In terms of consumer satisfaction regarding marketing mix elements, the study revealed the following. Product: Consumers showed a higher level of satisfaction with the variety of products, product preferences, and product modernity in online stores compared to retail stores. Price: Consumers expressed a higher level of satisfaction with product discounts in online stores compared to retail stores. Distribution channel: Consumers reported a higher level of satisfaction with the convenience of purchasing and the variety of payment methods in online stores compared to retail stores. Promotion: Consumers exhibited a higher level of satisfaction with promotional activities, continuous profit returns to consumers, information dissemination, advertising, and publicity in online stores compared to retail stores. The results of the comparison of consumer buying behavior from online and retail stores revealed that the frequency of purchases in a month, the value of purchases in a month, and the proportion of customers who shop during holidays at retail stores are higher than customers who shop via online stores. On the contrary, during the promotion time, the proportion of customers who shop online is higher than customers who shop at retail stores.

Keywords: Satisfaction, Online Store Purchasing, Retail Store, Ratchaburi Province

วันที่รับบทความ : 12 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 1 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 15 สิงหาคม 2566

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ปัจจุบันเทคโนโลยีมีพัฒนาแบบก้าวกระโดดมากกว่าในอดีต ทำให้ผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมีการปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีที่มีความสำคัญและเติบโตอย่างรวดเร็วมาโดยตลอด คือ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงติดต่อสื่อสารข้อมูลไปได้ทั่วโลก เนื่องจากการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของเทคโนโลยีและระบบเครือข่ายสัญญาณต่าง ๆ รวมถึงอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมีการใช้จำนวนมาก จึงทำให้การสื่อสารในยุคปัจจุบันมีความสะดวกมากยิ่งขึ้นและทำให้สื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตมากยิ่งขึ้น พระพงษ์ กิตติเวชโกศาวัฒน์ (2551) กล่าวว่า ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมาเหตุการณ์ของการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงธุรกิจค้าปลีกของไทยอย่างมากทั้งการเปิดเสรีการค้าธุรกิจและการบริการการค้าปลีกของไทย โครงสร้างสังคมครอบครัวที่เปลี่ยนแปลง พฤติกรรมความเป็นอยู่ การดำรงชีพของคนในสังคม ความต้องการและรสนิยมทำให้การค้าปลีกดั้งเดิมที่มีขนาดเล็กมีการยุบเลิกกิจการจำนวนมาก การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค วิถีชีวิตที่ปรับเปลี่ยนตามโลกาภิวัตน์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ร้านค้าปลีกต้องหันมา

สร้างรูปแบบใหม่ไปสู่ร้านค้าที่ทันสมัย เน้นความสะดวกและเน้นบริการหลาย ๆ ด้าน เพื่อให้ลูกค้าสะดวกในการซื้อสินค้ามากขึ้น

จุฑารัตน์ เกียรติศิริ (2558) กล่าวว่า การทำการค้าแบบเดิมส่วนใหญ่ ร้านค้านั้น ๆ จะเป็นรู้จักของผู้บริโภคในบางพื้นที่ แต่ในปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการทางธุรกิจการค้าผ่านสังคมออนไลน์ หรือที่เรียกกันว่า ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Commerce ซึ่งเป็นช่องทางการทำธุรกิจที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น โดยการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง เนื่องจากการทำการค้าที่ไม่มีขีดจำกัดของเวลาและสถานที่ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงและรวดเร็ว ดังนั้นจะเห็นได้จากร้านค้าออนไลน์ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การตลาดที่มีร้านค้าหลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะร้านค้าปลีกหรือร้านค้าออนไลน์ ในอนาคตข้างหน้าเมื่อคำนึงถึงการซื้อสินค้าออนไลน์เป็นพฤติกรรมที่มีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ร้านค้าปลีกหลาย ๆ ร้านต่างก็ต้องปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัย ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าร้านค้าออนไลน์มีการแข่งขันกันสูง อย่างไรก็ตาม ร้านค้าปลีกก็เป็นสิ่งที่สำคัญต่อผู้คนที่มีความต้องการในการเลือกซื้อสินค้าด้วยตนเอง การซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกเป็นการซื้อสินค้าที่ได้พบเจอผู้ขายได้สัมผัสสินค้า ได้มีปฏิสัมพันธ์กัน ซึ่งถือเป็นข้อดีที่ทำให้พฤติกรรมของลูกค้ายังมีการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก และร้านค้าปลีกยังมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยมานาน เพราะเป็นแหล่งการจ้างงานและเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ นอกจากนั้นยังเป็นแหล่งเชื่อมโยงและกระจายสินค้าขั้นสุดท้ายจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค โดยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตร้านค้าปลีกและผู้บริโภคเป็นความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งในสังคมไทยในอดีตด้วย

เนื่องจากมีรูปแบบการซื้อสินค้าในการบริโภคที่หลากหลายมากขึ้น จึงเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อสินค้าที่หลากหลายช่องทาง ผู้วิจัยสนใจศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีก ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาประชากรในตำบลบางป่า อำเภอมะนังราชบุรี จังหวัดราชบุรี เนื่องจากพบว่าพื้นที่ในตำบลบางป่า อำเภอมะนังราชบุรี จังหวัดราชบุรี มีร้านค้าปลีกหลาย ๆ ร้านที่ไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบันได้ จึงทำให้ต้องปิดกิจการไป แต่ก็ยังมีธุรกิจร้านค้าปลีกใหม่ ๆ เปิดกิจการขึ้นมาในตำบลบางป่า อำเภอมะนังราชบุรี จังหวัดราชบุรี และจากการสังเกตจะเห็นว่ามีการขนส่งพัสดุเข้ามาส่งสินค้าตามครัวเรือนต่าง ๆ อยู่บ่อยครั้ง และจาก BLT (2562) รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อสินค้าออนไลน์ของคนไทยของปี 2561 พบว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีการขึ้นชอบการซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์มีช่วงอายุอยู่ที่ 18-45 ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 88 ของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ทั้งหมด จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจในกลุ่มประชากรที่มีช่วงอายุอยู่ที่ 18-45 ปี ดังกล่าว

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านส่วนผสมทางการตลาดระหว่างร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีก
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคระหว่างร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีก

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

กำหนดขอบเขตของการศึกษาสำหรับงานวิจัย ดังนี้

1. ประชากร คือ ผู้ที่อาศัยในตำบลบางป่า อำเภอมะนังราชบุรี จังหวัดราชบุรี ที่มีอายุอยู่ในช่วง 18-45 ปี
2. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ กุมภาพันธ์ ถึง เมษายน 2566
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม
4. แผนการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ แผนการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม 2 ชั้น

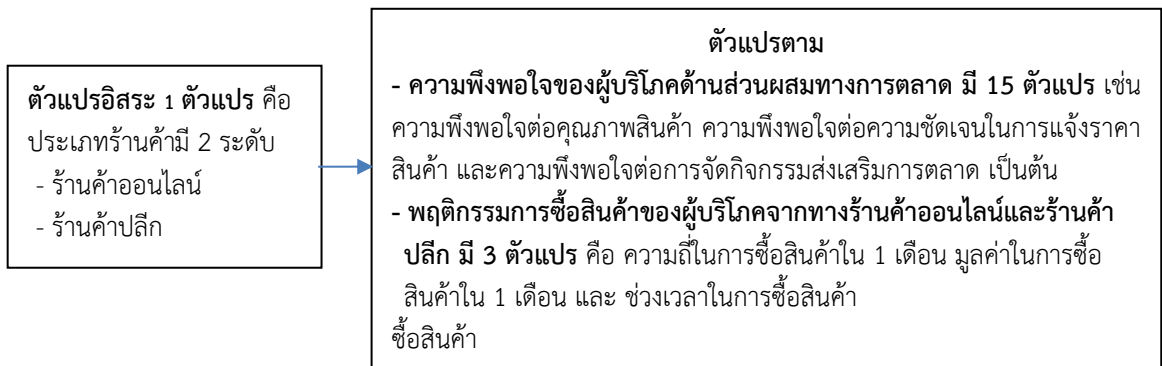
1.4 นิยามศัพท์

1. ร้านค้าออนไลน์ หมายถึง ร้านค้าที่ดำเนินธุรกิจโดยมีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อกลางในการค้า มีการสื่อสารและซื้อขายกับผู้บริโภคผ่านทางเครือข่าย อิเล็กทรอนิกส์ โดยสินค้าต่าง ๆ นั้นจะส่งไปยังผู้บริโภคผ่านทางบริการขนส่งต่าง ๆ

2. ร้านค้าปลีก หมายถึง ร้านค้าที่ดำเนินธุรกิจโดยจะมีการตั้งร้านค้าเป็นหลัก โดยจะมีการซื้อสินค้าระหว่างผู้ขายกับผู้บริโภคเพื่อนำไปใช้ในชีวิิตประจำวัน และผู้บริโภคสามารถเข้าไปเลือกซื้อสินค้าภายในร้านให้ตรงความต้องการของตนเอง

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้สถิติอนุมานในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ทั้งสองข้อ สามารถแสดงกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 แนวคิดการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าระหว่างร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีก

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 แนวคิดและทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด

สุมิตรา เรืองรุจิระ (2543) ให้แนวคิดที่ว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ สามารถเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า 4Ps เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานทางด้านการตลาดเป็นปัจจัยที่สามารถทำการควบคุมได้โดยพื้นฐาน ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นปัจจัยแรกที่จะแสดงว่ากิจการพร้อมที่จะทำธุรกิจได้กิจการนั้นจะต้องมีสิ่งที่จะเสนอขาย อาจเป็นสินค้าที่มีตัวตน บริการ ความคิดที่จะสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

2) การจัดจำหน่าย (Place) ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตผลิตขึ้นมาได้นั้น ถึงแม้ว่าจะมีคุณภาพดีเพียงใด ถ้าผู้บริโภคไม่ทราบแหล่งซื้อและไม่สามารถจัดหาได้ เมื่อเกิดความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมา ก็ไม่สามารถจะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

3) การกำหนดราคา (Price) คือ การกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปขาย ก่อนที่จะกำหนดราคาสินค้า

4) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสาร ไปยังตลาดกลุ่มเป้าหมาย การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีที่จะบอกลูกค้าทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย

งานวิจัยฉบับนี้จะใช้ตัวแปรด้านส่วนผสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาดรวมจำนวน 15 ตัวแปร เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านส่วนผสมทางการตลาดระหว่างร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีก

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจและการตัดสินใจ

วิรุฬ พรรณเทวี (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับบุคคลจะคาดหวังกับสิ่งนั้นอย่างไร ถ้ามีความคาดหวังสูงและได้รับการตอบสนองด้วยดี บุคคลจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้

กาญจนา อรุณสอนศรี (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นได้ การที่เราจะทราบว่า บุคคลนั้นมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน และต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคลจึงจะทำให้บุคคลนั้นเกิดความพึงพอใจ การประเมินความพึงพอใจของบุคคลมีหลายวิธี เช่น การสังเกต การสัมภาษณ์ และการใช้แบบสอบถาม เป็นต้น

ถวัลย์ วรเทพพิพัฒน์ (2539) ให้แนวคิดว่าการตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกทางปฏิบัติทางใดทางหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่ต้องการ โดยใช้หลักเกณฑ์บางประการพิจารณาและตัดสินใจ โกวิทย์ กังสนันท์ (2549) ให้แนวคิดว่าการตัดสินใจ หมายถึง การที่ผู้ตัดสินใจมีตัวเลือกหลาย ๆ ตัว และต้องนำตัวเลือกต่าง ๆ มาเปรียบเทียบกับกัน ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกตัวเลือกใดตัวเลือกหนึ่ง เพื่อให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ และฉัตรยาพร เสมอใจ (2550) ให้แนวคิดว่าการตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำการใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค

งานวิจัยนี้จะใช้แนวคิดและทฤษฎีของความพึงพอใจและการตัดสินใจเพื่อกำหนดตัวแปรที่จะศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้า และเลือกวิธีการประเมินความพึงพอใจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ

2.3 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

2.3.1 การทดสอบลำดับที่โดยเครื่องหมายอันดับ-วิลคอกสัน

การทดสอบลำดับที่โดยเครื่องหมายอันดับ-วิลคอกสัน (Wilcoxon signed-rank test) เป็นสถิติที่ไม่อิงพารามิเตอร์ใช้สำหรับทดสอบความแตกต่างของประชากรสองกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กัน ในงานวิจัยนี้จะใช้การทดสอบลำดับที่โดยเครื่องหมายอันดับ-วิลคอกสัน เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการซื้อสินค้าระหว่างร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีก และเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าระหว่างร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีก เนื่องจากข้อมูลมีมาตรวัดระดับอันดับ (Ordinal scale) และข้อมูลถูกสุ่มมาจากประชากร 2 กลุ่มที่สัมพันธ์กัน สถิติทดสอบ คือ T แทน ค่าต่ำสุดระหว่าง T^+ กับ T^- โดยที่ T^+ คือ ผลรวมของอันดับจากค่าสัมบูรณ์ของผลต่างที่มีเครื่องหมายบวก และ T^- คือ ผลรวมของอันดับจากค่าสัมบูรณ์ของผลต่างที่มีเครื่องหมายลบ

2.3.2 การทดสอบของคอกแครน

การทดสอบของคอกแครน (Cochran's Q test) เป็นสถิติที่ไม่อิงพารามิเตอร์ใช้สำหรับทดสอบความแตกต่างของสัดส่วนประชากรที่มีความสัมพันธ์กัน ตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป ในงานวิจัยนี้จะใช้เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในแต่ละช่วงเวลาระหว่างร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกันหรือไม่ เนื่องจากข้อมูลมีมาตรวัดระดับนามบัญญัติ (Nominal scale) และข้อมูลถูกสุ่มมาจากประชากร 2 กลุ่มที่สัมพันธ์กัน สถิติทดสอบ คือ

$$Q = \frac{k(k-1) \sum_{j=1}^k C_j^2 - (k-1)N^2}{kN - \sum_{i=1}^r R_i^2} \quad (1)$$

เมื่อ r แทน จำนวนบล็อก
 k แทน จำนวนวิธีทดลอง
 C_j แทน ผลรวมของค่าสังเกตในวิธีทดลองที่ j
 R_i แทน ผลรวมของค่าสังเกตในบล็อกที่ i
 N แทน ผลรวมของค่าสังเกตทั้งหมด

2.3.3 การกำหนดขนาดตัวอย่าง

เนื่องจากงานวิจัยนี้ใช้การทดสอบลำดับที่โดยเครื่องหมายอันดับ-วิลคอกสัน การกำหนดขนาดตัวอย่างจะหาจากประสิทธิภาพสัมพัทธ์เทียบกับการทดสอบที(t-test) โดย Noether (1967) แสดงว่าประสิทธิภาพสัมพัทธ์ของสถิติทดสอบอันดับที่โดยเครื่องหมายอันดับ-วิลคอกสันเปรียบเทียบกับสถิติทดสอบที มีค่าประมาณ 0.955 กล่าวคือ $\frac{n_t}{n_w} = 0.955$ เมื่อ n_w คือ ขนาดตัวอย่างของสถิติทดสอบลำดับที่โดยเครื่องหมายอันดับ-วิลคอกสัน และ n_t คือ ขนาดตัวอย่างของสถิติทดสอบที โดยที่

$$n_t = \left\{ \frac{(z_{\alpha/2} + z_\beta) \sigma}{|\mu_1 - \mu_0|} \right\}^2 \quad (2)$$

เมื่อ α แทน ระดับนัยสำคัญ

β แทน กำลังการทดสอบ

z_α แทน ค่าสถิติของตัวแปรสุ่มปกติมาตรฐานที่ความน่าจะเป็นส่วนบนมีค่าเท่ากับ α

σ แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร

μ_0 แทน ค่าเฉลี่ยประชากรในสมมติฐานว่าง

μ_1 แทน ค่าเฉลี่ยประชากรในสมมติฐานแย้ง

เมื่อได้ขนาดตัวอย่างจากสถิติทดสอบที และจะได้ว่าขนาดตัวอย่างสำหรับสถิติทดสอบลำดับที่โดยเครื่องหมาย

อันดับ-วิลคอกสันเท่ากับ $n_w = \frac{n_t}{0.955} \quad (3)$

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่อาศัยในตำบลบางป่า อำเภอมืองราชบุรี จังหวัดราชบุรี ที่มีอายุอยู่ในช่วง 18-45 ปี จำนวน 1,996 คน ซึ่งมีทั้งหมด 12 หมู่บ้าน ได้รับความอนุเคราะห์ข้อมูลกรอบตัวอย่าง (Sampling frame) จากองค์การบริหารตำบลบางปลา อำเภอมือง จังหวัดราชบุรี

2. ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่อาศัยในตำบลบางป่า อำเภอมืองราชบุรี จังหวัดราชบุรี ที่มีอายุอยู่ในช่วง 18-45 ปี จำนวน 100 คน ซึ่งคำนวณได้จากสมการ (2) และ (3) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05

กำหนดกำลังการทดสอบเท่ากับ 0.90 และกำหนดขนาดของผลกระทบ (Effect size) $\frac{|\mu_1 - \mu_0|}{\sigma} = 0.30$

สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม 2 ขั้น (Two-Stages cluster sampling) โดยขั้นที่ 1 สุ่มหมู่บ้านจำนวน 3 หมู่บ้าน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็นได้สัดส่วนกับจำนวนสมาชิกในหมู่บ้านแบบไม่คืนที่ได้ ตัวอย่างประกอบด้วยหมู่ที่ 1 5 และ 6 ส่วนขั้นที่ 2 สุ่มคนในแต่ละหมู่บ้านที่ตกเป็นตัวอย่างจากขั้นแรกสุ่มแบบมีระบบวงกลม โดยเรียงหน่วยตัวอย่างตามบ้านเลขที่ และเรียงสมาชิกภายในบ้านเลขที่อย่างสุ่ม จัดสรรขนาดตัวอย่างในแต่ละหมู่บ้านตามจำนวนคนในหมู่บ้านที่สุ่มได้ดังนี้

หมู่ที่ 1 มี 50 คน ได้ขนาดตัวอย่าง 13 คน

หมู่ที่ 5 มี 122 คน ได้ขนาดตัวอย่าง 33 คน

หมู่ที่ 6 มี 199 คน ได้ขนาดตัวอย่าง 54 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลจากตัวอย่าง คือ แบบสอบถาม โดยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีข้อคำถามจำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ และรายได้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีก โดยมีข้อความเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์ และร้านค้าปลีกแบ่งเป็น 4 ด้าน รวมจำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านทางร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีก โดยมีข้อความจำนวน 3 ข้อ

3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

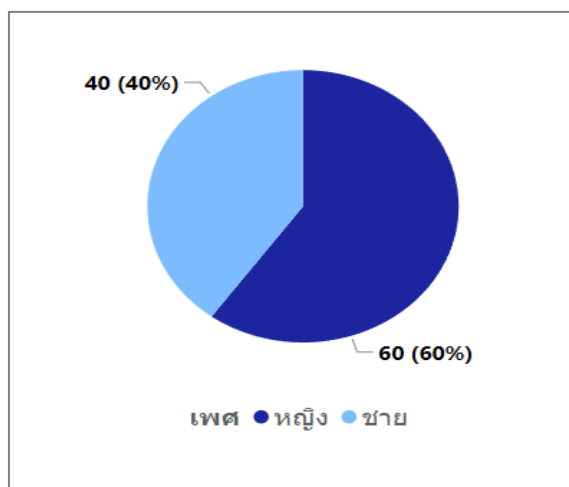
การประเมินความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Index of item objective congruence: IOC) ใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถาม พบว่า ข้อคำถามจำนวน 19 ข้อ มีค่า IOC มากกว่า 0.5 และข้อคำถามจำนวน 2 ข้อ มีค่า IOC น้อยกว่า 0.5 ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามไปปรับตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญและนำแบบสอบถามไปใช้ในการทดลองเก็บข้อมูล (Try out)

นำแบบสอบถามไปทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้านความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทำการทดลองเก็บข้อมูล กับกลุ่มผู้ที่อาศัยในตำบลบางป่า อำเภอมะนังราชบุรี จังหวัดราชบุรี ที่มีอายุอยู่ในช่วง 18-45 ปี จำนวน 30 คน จากนั้นจึงนำข้อมูลมาทดสอบหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ด้วยวิธีการหาค่า Cronbach's Alpha ได้เท่ากับ 0.69 แบบสอบถามมีความเที่ยงอยู่ในระดับพอใช้ จึงนำแบบสอบถามไปปรับและทดลองเก็บข้อมูลครั้งที่ 2 และคำนวณค่า Cronbach's Alpha ได้ค่า 0.874 ซึ่งมีความเที่ยงอยู่ระดับดี จากนั้นนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูล

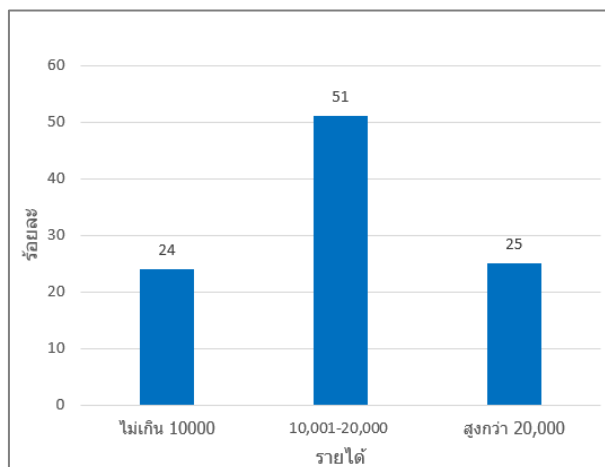
4. สรุปผลการวิจัย

4.1 ข้อมูลพื้นฐาน

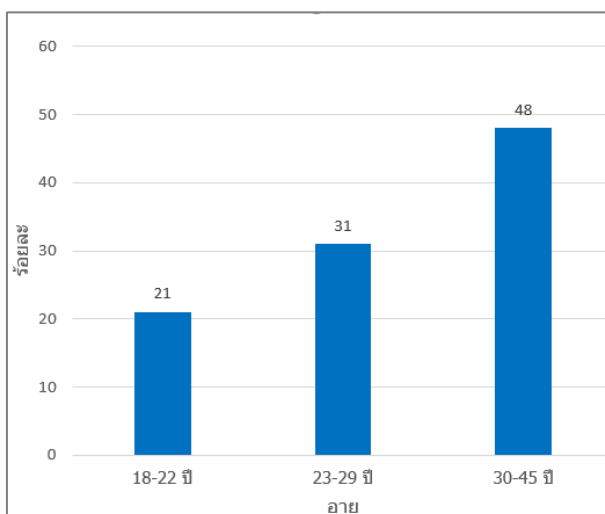
ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60 มีอายุ 30-45 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48 มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51 แสดงดังภาพที่ 2- 4



ภาพที่ 2 ร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ



ภาพที่ 3 ร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ



ภาพที่ 4 ร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

4.2 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านส่วนผสมทางการตลาด

จากตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจด้านส่วนผสมทางการตลาดระหว่างร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีก โดยใช้สถิติทดสอบลำดับที่โดยเครื่องหมายอันดับ-วิลคอกสัน ภายใต้ระดับนัยสำคัญ 0.05 การเปรียบเทียบมัธยฐานของประชากรสองกลุ่มจะพิจารณาจากค่าผลรวมอันดับ ถ้าค่าผลรวมอันดับจากตัวอย่างกลุ่มใดสูง แสดงว่ามัธยฐานของประชากรกลุ่มนั้นมีค่าสูง แม้ว่ามัธยฐานของตัวอย่างอาจมีค่าเท่ากัน

ตารางที่ 1 แสดงค่าสถิติสำหรับเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านส่วนผสมการตลาดด้วยการทดสอบลำดับที่โดยเครื่องหมายอันดับ-วิลคอกสัน

ส่วนผสมทางการตลาด	ร้านค้าออนไลน์	ร้านค้าปลีก	ค่าสถิติ (T)	ค่าพี (P-Value)
	มัธยฐาน	มัธยฐาน		
ด้านผลิตภัณฑ์				
ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้า	4 (866.5)	4 (1,278.5)	866.5	0.149
ระดับความพึงพอใจต่อความหลากหลายของสินค้า	4 (1,802.5)	3.5 (277.5)	277.5	0.000*
ระดับความพึงพอใจต่อความต้องการในการซื้อสินค้า	4 (1,709.5)	4 (501.5)	501.5	0.000*
ระดับความพึงพอใจต่อความทันสมัยของสินค้า	4 (2,975.0)	3.5 (511.0)	511.0	0.000*
ระดับความพึงพอใจต่อการมีบริการหลังการขาย	4 (1,761.5)	3.5 (1,398.5)	1398.5	0.367
ด้านราคา				
ระดับความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของราคาสินค้า	4 (730.0)	4 (981.0)	730.00	0.296
ระดับความพึงพอใจต่อความชัดเจนในการแจ้งราคาสินค้า	4 (650.0)	4 (1,003.0)	650.00	0.142
ระดับความพึงพอใจต่อส่วนลดของสินค้า	4 (2,512.0)	3 (189.0)	189.00	0.000*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
ระดับความพึงพอใจต่อความสะดวกในการซื้อสินค้า	5 (2,999.0)	3 (322.0)	322.0	0.000*
ระดับความพึงพอใจต่อความเป็นระเบียบในการจัดแสดงสินค้าให้ง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้า	4 (999.5)	4 (1,211.5)	999.5	0.490
ระดับความพึงพอใจต่อความหลากหลายของการชำระเงิน	5 (2,545.5)	4 (230.0)	230.0	0.000*
ด้านส่งเสริมการตลาด				
ระดับความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	4 (3,562.5)	3 (265.5)	265.5	0.000*
ระดับความพึงพอใจต่อการคืนกำไรให้แก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง	4 (2,630.5)	3 (219.5)	219.5	0.000*
ระดับความพึงพอใจต่อการส่งข้อมูลข่าวสาร	4 (3,464.5)	3 (21.5)	21.5	0.000*
ระดับความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา	4 (3,391.0)	3 (264.0)	264.0	0.000*

ค่าใน () แทน ผลรวมอันดับ * หมายถึง การทดสอบมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้า และการมีบริการหลังการขายของร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีกไม่แตกต่างกัน ในขณะที่มีความพึงพอใจต่อความหลากหลายของสินค้า ความต้องการในการซื้อสินค้า และ ความทันสมัยของสินค้าของร้านค้าออนไลน์มีสูงกว่าร้านค้าปลีก

ด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของราคาสินค้า และความชัดเจนในการแจ้งราคาสินค้าของร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีกไม่แตกต่างกัน แต่ระดับความพึงพอใจต่อส่วนลดของสินค้าของร้านค้าออนไลน์มีสูงกว่าร้านค้าปลีก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อความสะดวกในการซื้อสินค้าและความหลากหลายของการชำระเงินของร้านค้าออนไลน์สูงกว่าร้านค้าปลีก แต่ระดับความพึงพอใจในความเป็นระเบียบในการจัดแสดงสินค้าให้ง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้าของร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีกไม่แตกต่างกัน

ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของร้านค้า การคืนกำไรให้แก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง การส่งข้อมูลข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาของร้านค้าออนไลน์สูงกว่าร้านค้าปลีก

4.3 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ผลการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคของร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีกแสดงดังตารางที่ 2 และตารางที่ 3

ตารางที่ 2 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้านี้ระหว่างร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีกด้วยการทดสอบลำดับที่โดยเครื่องหมายอันดับ-วิลคอกสัน

พฤติกรรม	ร้านค้าออนไลน์	ร้านค้าปลีก	ค่าสถิติ (T)	ค่าพี (P-Value)
	มัธยฐาน	มัธยฐาน		
ความถี่ในการซื้อสินค้าใน 1 เดือน	1 (271.0)	4-5 (3,557.0)	271.0	0.000*
มูลค่าในการซื้อสินค้าใน 1 เดือน	ต่ำกว่า 1,000 (245.5)	3,000 (3,409.5)	245.5	0.000*

ค่าใน () แทน ผลรวมอันดับ * หมายถึง การทดสอบมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ความถี่ในการซื้อสินค้าใน 1 เดือน และมูลค่าในการซื้อสินค้าใน 1 เดือนของร้านค้าออนไลน์ต่ำกว่าร้านค้าปลีก

ตารางที่ 3 แสดงการทดสอบความแตกต่างการซื้อสินค้านี้ระหว่างร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีกในแต่ละช่วงเวลาด้วยสถิติของครอกแคเรน

ช่วงเวลาในการซื้อสินค้า	จำนวน (ร้อยละ)		ค่าสถิติ (Q)	ค่าพี (P-Value)
	ร้านค้าออนไลน์	ร้านค้าปลีก		
ช่วงวันหยุด	45 (38.8)	71 (61.2)	15.364	0.000*
ช่วงวันทำงาน	11 (36.7)	19 (63.3)	2.286	0.131
ช่วงโปรโมชัน	44 (81.5)	10 (18.5)	23.120	0.000*

*ผลการทดสอบมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า สัดส่วนของผู้ที่ซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์และสัดส่วนของผู้ที่ซื้อสินค้าทางร้านค้าปลีกในช่วงวันทำงานไม่แตกต่างกัน สัดส่วนของผู้ที่ซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์ต่ำกว่าสัดส่วนของผู้ที่ซื้อสินค้าทางร้านค้าปลีกในช่วงวันหยุด และสัดส่วนของผู้ที่ซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์สูงกว่าสัดส่วนของผู้ที่ซื้อสินค้าทางร้านค้าปลีกในช่วงโปรโมชัน

เมื่อพิจารณาสัดส่วนพบว่าในช่วงวันหยุดมีผู้ที่ซื้อสินค้าทางร้านค้าปลีก จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 มากกว่าผู้ที่ซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 ส่วนในช่วงวันโปรโมชันมีผู้ที่ซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5 มากกว่าผู้ที่ซื้อสินค้าทางปลีก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5

5. อภิปรายผล

จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านส่วนผสมทางการตลาดระหว่างร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีก พบว่าระดับความพึงพอใจด้านส่วนผสมทางการตลาดของร้านค้าออนไลน์จำนวน 10 ตัวแปร สูงกว่าร้านค้าปลีก ส่วนอีก 5 ตัวแปร ระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ Szymanski & Hise (2000) ที่ให้แนวคิดว่า ความพึงพอใจที่มีต่อร้านค้าออนไลน์ เป็นผลจากการรับรู้ของความสะดวกในการซื้อสินค้า การเสนอข้อมูลและสินค้า ความง่ายในการใช้งานรูปแบบของบริการ และข้อมูลข่าวสาร สอดคล้องกับงานวิจัยของชิดชนก วัชรินทร์ และ นนทิพันธ์ ประยูรทรงส์ (2563) พบว่า ความพึงพอใจในการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและน้อย จากงานวิจัยศาลิคุปต์ (2558) พบว่า ความพึงพอใจด้านส่วนผสมทางการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและน้อย จากงานวิจัย 2 เรื่องนี้ มีผู้บริโภคจะให้ความพึงพอใจร้านค้าออนไลน์สูงกว่าร้านค้าปลีก

จากการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้านี้ระหว่างร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีก พบว่า ความถี่ในการซื้อสินค้าใน 1 เดือนของร้านค้าออนไลน์ต่ำกว่าร้านค้าปลีก โดยจากตารางที่ 2 ร้านค้าปลีกมีมีฐานของความถี่ในการซื้อสินค้าใน 1 เดือน เท่ากับ 4-5 ครั้ง ซึ่งสูงกว่าร้านค้าออนไลน์ที่มีมีฐานของความถี่ในการซื้อสินค้าใน 1 เดือนเท่ากับ 1 ครั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีณพวงศ์ สุกง่า (2560) พบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีพฤติกรรมการซื้อ 1 ถึง 2 ครั้งต่อเดือน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิสิทธิ์ พจนจารุวิทย์ (2558) พบว่า ความถี่ในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีค่าประมาณ 2-4 ครั้งต่อเดือน จากการทดสอบความแตกต่างของช่วงเวลาในการซื้อสินค้านี้ระหว่างร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีกพบว่า สัดส่วนของผู้ที่ซื้อสินค้าทางร้านค้าปลีกในช่วงโปรโมชันแตกต่างกัน โดยในช่วงวันโปรโมชันมีผู้ที่ซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์มากกว่าผู้ที่ซื้อสินค้าทางร้านค้าปลีก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐยา พรหมรศ (2565) พบว่า ในช่วงโปรโมชันลดราคา การซื้อสินค้าที่มีราคาถูกลงเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย มีผู้ที่ชอบซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์มากกว่าที่ชอบซื้อสินค้าทางร้านค้าปลีก

6. ข้อเสนอแนะ

6.1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้านี้ระหว่างร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีก พบว่า ผู้ซื้อสินค้าใช้บริการร้านค้าปลีกสูงกว่าร้านค้าออนไลน์ในช่วงวันหยุด และมีมูลค่าการใช้จ่ายสูงกว่า แต่จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านส่วนผสมทางการตลาดระหว่างร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปลีก พบว่า ความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดร้านค้าออนไลน์สูงกว่าร้านค้าปลีก ร้านค้าปลีกสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ได้ดังนี้ เนื่องจากผู้ซื้อใช้บริการสูงในช่วงวันหยุด ผู้ขายปลีกจะพบเจอผู้ซื้อ ในช่วงนี้จึงเป็นโอกาสในการแนะนำสินค้าและบริการใหม่ ๆ ให้กับผู้ซื้อโดยตรง โดยอาจนำกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดของร้านค้าออนไลน์มาปรับใช้ เช่น เพิ่มความหลากหลายของสินค้า เพิ่มความทันสมัยของสินค้า จัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาด อาทิ การจัดส่วนลดให้แก่สินค้า เพิ่มความหลากหลายของช่องทางการชำระเงิน และจัดให้มีการประชาสัมพันธ์และการส่งข้อมูลข่าวสารให้กับผู้ซื้อมากขึ้น

6.2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการทำวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาเปรียบเทียบในเชิงลึกมากขึ้น เช่น จำกัดการศึกษาเฉพาะประเภทสินค้าที่สนใจ ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างแพลตฟอร์มออนไลน์ที่แตกต่างกัน เป็นต้น

7. บรรณานุกรม

- กาญจนา อรุณสอนศรี. (2546). ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไชยปราการจำกัด อำเภอยางป่าสัก จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- โกวิทย์ กังสนันท์. (2549). กระบวนการตัดสินใจด้านการบริหารและกรอบความคิดทั่วไป. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จุฑารัตน์ เกียรติศิริ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชิดชนก วัชรินทร์ และ นนทิพันธ์ ประยูรหงส์. (2563). อิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดและความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารบัณฑิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย, 18, 113-122.
- ชีษณุพงศ์ สุกก่า. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐยา พรหมรส. (2565). การเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าออนไลน์ ช่วงก่อนและระหว่างภาวะวิกฤตโควิด-19. สารนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ถวัลย์ วรเทพพิพัฒน์. (2539). เอกสารประกอบการสอนนโยบายและการนำนโยบายไปปฏิบัติ ฉบับที่ 1. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- BLT. (2562). ตำรวจเผยคนไทยชอบออนไลน์สูงเป็นอันดับ 3 ของโลก พบกลุ่มลูกค้าเป็นผู้หญิงถึงร้อยละ 59. จาก <http://www.bltbangkok.com/bangkok-update/4774/>.
- พิสิษฐ์ พจนจารุวิทย์. (2558). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตดุสิต. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 7, 39-51.
- พิระพงษ์ กิตติเวชโกคาวัฒน์. (2551). ภาวะการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจค้าปลีกประเทศไทย. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยพัฒนาธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์สากล มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุดาตวง เรืองรุจิระ. (2543). หลักการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สำนักงานวิทยทรัพยากร.
- อุษณีย์ ศาลิคุปต์. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกรายย่อยในอำเภอเมืองสมุทรสาคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Noether, G. E. (1967). *Elements of nonparametric statistics*. New York: Wiley.
- Szymanski, D.M. and Hise, R.T. (2000). E-Satisfaction: An Initial Examination. *Journal of Retailing*, 76, 309-322.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

Factors Affecting Decision for Further Education in Higher Education of High School Students

ธนัชชา ชาญเศรษฐกุล (Thanatcha Chansedthakun)¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ จากการเก็บข้อมูลเชิงสำรวจด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักเรียนที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2564 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 379 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองการถดถอยโลจิสติกส์

ผลการวิจัยพบว่าผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพมีโอกาสที่จะเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษามากกว่าผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองไม่ได้ประกอบอาชีพ และผู้ที่มีแหล่งเงินทุนการศึกษามากกว่า 1 แหล่ง มีโอกาสที่จะเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสูงกว่าผู้ที่มีแหล่งเงินทุนการศึกษาเพียงแหล่งเดียวหรือไม่มีแหล่งเงินทุนการศึกษาเลย โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม คือ อาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง และแหล่งเงินทุนการศึกษา โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

คำสำคัญ: การตัดสินใจศึกษาต่อ อุดมศึกษา นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ปัจจัยที่มีอิทธิพล

Abstract

The purpose of this research was to study factors influencing the decision to study at the higher education level of higher secondary school students. Primary data from survey research were obtained using a questionnaire with 379 Matthayom Sueksa Six students in the academic year 2021 under the Office of the Basic Education Commission. Data were analyzed using the technique of logistic regression analysis.

The results showed that students having parents or guardians with an occupation were more likely to enter higher education than those with non-working parents. Moreover, those who have more than one source of scholarship had a higher chance of entering higher education than those who have only one source or no scholarship. The factors influencing the decision to study at the higher education level of high school students were economic and social factors, i.e. occupations of parents or guardians and sources of scholarships, with statistical significance at 0.01 and 0.05, respectively.

Keywords: Study Decision, Higher Education, High School Students, Factors Influencing

วันที่รับบทความ : 21 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 3 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 15 สิงหาคม 2566

¹ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง E-mail : chansedthakun.t@gmail.com

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การศึกษาเป็นรากฐานของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว โดยที่ผ่านมารัฐบาลได้ให้การสนับสนุนด้านการศึกษาผ่านนโยบายเรียนฟรี 15 ปี ซึ่งบังคับให้เป็นการศึกษาขั้นพื้นฐานรวมถึงการจัดสรรเงินทุนให้กู้ยืมทางการศึกษาและทุนการศึกษาที่ให้เปล่าจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน อย่างไรก็ตามยังพบปัญหาโอกาสทางการศึกษาที่ไม่เท่าเทียมกันอันเกิดจากปัจจัยทางด้านสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่ต่างกันโดยครอบครัวที่มีฐานะยากจนมีแนวโน้มในการได้รับโอกาสทางการศึกษาน้อยกว่าครอบครัวที่มีฐานะร่ำรวยและความไม่เท่าเทียมกันในด้านคุณภาพทางการศึกษาระหว่างประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตเมืองกับประชากรที่ได้รับการศึกษาในชนบทหรือพื้นที่ห่างไกล ความเหลื่อมล้ำด้านคุณภาพทางการศึกษาดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่มีอาจส่งผลกระทบต่อโอกาสทางการศึกษาของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาในการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัยซึ่งจะส่งผลต่อการมีงานทำ อัตราค่าจ้าง และรายได้ของแรงงานในอนาคต

เมื่อพิจารณาจากข้อมูลอัตราการเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาและจำนวนผู้สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า ทั้งในระบบโรงเรียนและนอกระบบโรงเรียนจากสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2554-2563) พบว่าสัดส่วนของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่าที่ได้มีการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 78.7 และจำนวนนักศึกษาทั้งหมดที่เข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในสถานศึกษาของภาครัฐหรือเอกชนมีอัตราการขยายตัวลดลงอย่างต่อเนื่องจาก 792,904 คน ในปี พ.ศ. 2554 เหลือ 470,741 คน ในปี พ.ศ. 2563 (สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ, 2564) ดังนั้นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จึงเป็นที่น่าสนใจเพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานและแนวทางในการกำหนดนโยบายด้านการศึกษาหรือด้านที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของประเทศให้มีประสิทธิภาพและความเท่าเทียมกัน และหากพิจารณาพระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ. 2562 ว่าด้วยหลักการทั่วไปในการจัดการอุดมศึกษาด้านความเสมอภาคตามความในมาตรา 17 และ 18 บัญญัติว่ามาตรา 17 สถาบันอุดมศึกษาต้องจัดการศึกษาให้แก่ผู้เรียนอย่างเต็มที่และเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมไม่ว่าด้วยเหตุความแตกต่างเรื่องถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา เพศ อายุ ความพิการ สภาพทางกายหรือสุขภาพ สถานะของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจหรือสังคม ความเชื่อทางศาสนา หรือความคิดเห็นทางการเมืองอันไม่ขัดต่อบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญหรือเหตุอื่นใด และมาตรา 18 สถาบันอุดมศึกษาต้องจัดสรรงบประมาณหรือรายได้ตามสมควรเพื่อเป็นทุนการศึกษาให้แก่ผู้เรียนเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2562)

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้เห็นถึงปัญหาโอกาสทางการศึกษาได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมความเท่าเทียมกันทางการศึกษาในระดับอุดมศึกษาและเพื่อเป็นประโยชน์ในการกำหนดนโยบายด้านการศึกษาอันเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านแรงงาน เศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของประเทศได้อย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเป็นการการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey research) โดยทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ (Google Form) เนื่องจากอยู่ในสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จาก

นักเรียนที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2564 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 379 ตัวอย่าง

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองการถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) ซึ่งมีตัวแปรอิสระทั้งหมด 19 ตัวแปร ภายใต้ 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ เกรดเฉลี่ยสะสม จำนวนพี่น้องในครัวเรือน ลำดับที่ของการเป็นบุตร และการได้รับทุนการศึกษา 2) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ การอาศัยอยู่กับผู้ปกครอง สถานภาพสมรสของบิดามารดา อายุของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง อาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยครัวเรือน และแหล่งเงินทุนการศึกษา 3) ปัจจัยด้านถิ่นฐานและสถาบัน ได้แก่ เขตที่พักอาศัย การแนะแนวการศึกษา ระบบการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย และคุณลักษณะของสถาบันการศึกษา และ 4) ปัจจัยด้านเจตคติ ได้แก่ ความสำคัญของการศึกษา ความสำคัญต่อการประกอบอาชีพ และความสำคัญของผลตอบแทนในรูปแบบเงินเดือน

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ เกรดเฉลี่ยสะสม จำนวนพี่น้องในครัวเรือน ลำดับการเป็นบุตร การได้รับทุนการศึกษา น่าจะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

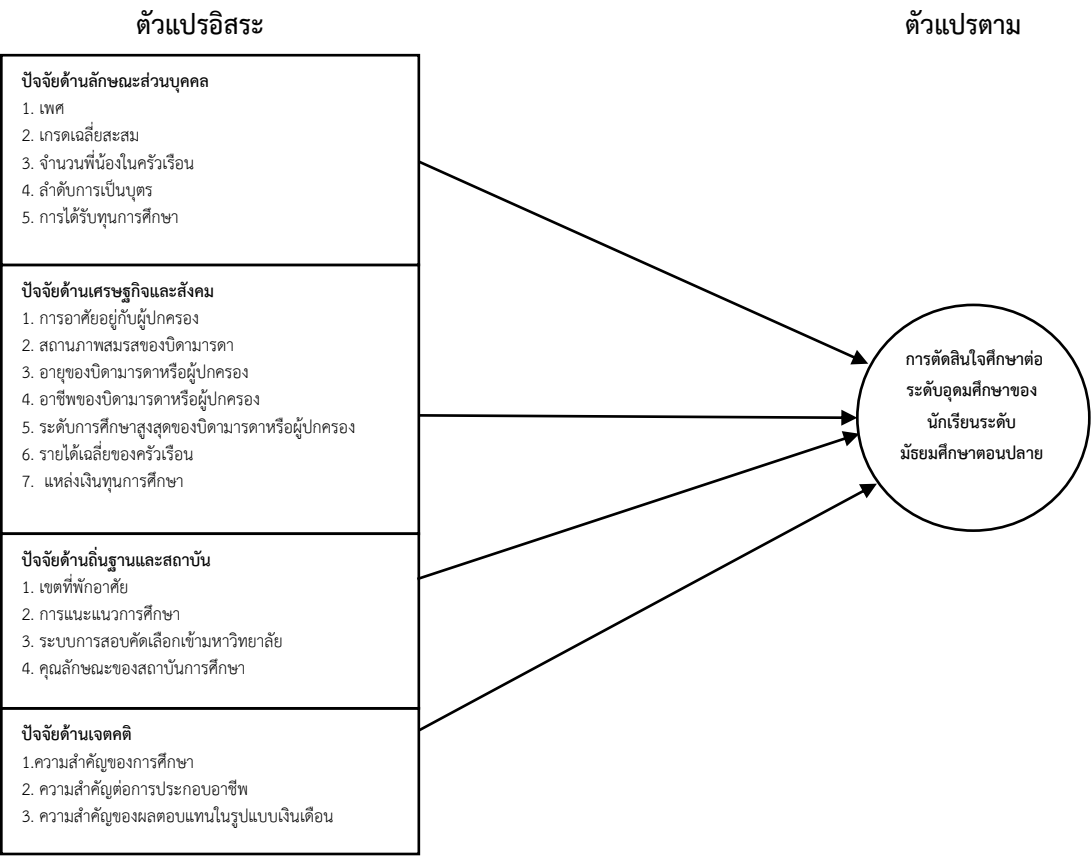
1.4.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ การอาศัยอยู่กับผู้ปกครอง สถานภาพของบิดามารดา อายุของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง อาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยครัวเรือน แหล่งเงินทุนการศึกษา น่าจะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

1.4.3 ปัจจัยด้านถิ่นฐานและสถาบัน ได้แก่ เขตที่ตั้งของที่พักอาศัย การแนะแนวการศึกษา ระบบการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย คุณลักษณะของสถาบันการศึกษา น่าจะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

1.4.4 ปัจจัยด้านเจตคติ ได้แก่ ความสำคัญของการศึกษา ความสำคัญต่อการประกอบอาชีพ และความสำคัญของผลตอบแทนในรูปแบบเงินเดือน น่าจะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษานี้ได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการทำการศึกษา โดยได้กำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังกรอบแนวคิดในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีทุนมนุษย์ (Human Capital Theory) เป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยการช่วยเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) โดยการเพิ่มทักษะ ความรู้ ผ่านทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเรียกว่าการเพิ่มทุนมนุษย์ในตัวบุคคล ซึ่งมีอิทธิพลต่อระดับรายได้ โดยเฉพาะการลงทุนในด้านการศึกษาและการฝึกอบรมของปัจเจกบุคคลนั้นได้อธิบายไว้ในแง่ของผลตอบแทนที่คาดหวังจากการลงทุน กล่าวคือผู้ที่มีการศึกษาสูงและทักษะสูงมักจะมีรายได้มากกว่าคนอื่น ๆ แม้ว่าอาจพบกับความไม่เท่าเทียมของการกระจายรายได้และความไม่เท่าเทียมกันของรายได้นั้นมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกกับความไม่เท่าเทียมกันของการศึกษาและการฝึกอบรมต่าง ๆ (Becker, 1975)

2.1.2 แนวความคิดวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนทางการศึกษา อัตราผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุนทางการศึกษาเป็นเครื่องชี้ให้เห็นว่าการลงทุนทางการศึกษาในระดับต่าง ๆ นั้นให้ผลลัพธ์ที่คุ้มค่าหรือไม่ โดยเป็นการประมาณการผลประโยชน์ที่จะได้รับในอนาคตเปรียบเทียบกับการลงทุนในปัจจุบัน ซึ่งจะพิจารณาจากต้นทุนและผลประโยชน์ทางการศึกษา (Cost-Benefit Analysis) ที่ปัจเจกบุคคลและสังคมจะได้รับ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

(1) ต้นทุนส่วนบุคคล (Private cost) ได้แก่

1.1 ต้นทุนทางตรง (Direct cost) คือค่าใช้จ่ายที่ผู้ลงทุนจะต้องจ่ายเป็นตัวเงิน เช่น ค่าเล่าเรียน ค่าหนังสือ ค่าอุปกรณ์การเรียน ค่าบำรุงการศึกษา ค่าธรรมเนียมการศึกษา ค่าเดินทาง ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการศึกษา

1.2 ต้นทุนทางอ้อม (Indirect cost) คือต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) จากการทำงานในระหว่างที่ใช้เวลาไปกับการศึกษาโดยทั่วไปจะคำนวณจากค่าจ้างหรือรายได้ที่สูญเสียไปของเวลาที่ใช้ในการเรียน (Earnings foregone) ซึ่งต้นทุนดังกล่าวจะต้องนำมาเปรียบเทียบกับผลตอบแทน (Benefit) ที่คาดว่าจะได้รับในอนาคต

(2) ต้นทุนทางสังคม (Social cost) ได้แก่

2.1 ต้นทุนทางตรง (Direct cost) คือ เงินเดือนอาจารย์ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการ ค่าหนังสือ ค่าวัสดุอุปกรณ์ค่าเช่าอาคารเพื่อการศึกษา รวมถึงเงินอุดหนุนทางการศึกษาจากรัฐบาล

2.2 ต้นทุนทางอ้อม (Indirect cost) คือ ต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) ของผลผลิตที่สังคมเสียไป เช่น การสนับสนุนเงินทุนเพื่อสร้างอาคารเรียนหรือการตัดสินใจสร้างโรงเรียนหมายถึงการเสียสละโอกาสทางเลือกในการใช้เงินลงทุนแทนที่จะนำเงินลงทุนดังกล่าวไปใช้ในการลงทุนทางเลือกอื่นที่ทำให้ได้รับดอกเบี้ย (Woodhall, 2004) ในส่วนผลประโยชน์หรือผลตอบแทนจากการลงทุนทางการศึกษาสามารถแบ่งได้ 2 รูปแบบ ดังนี้

(1) ผลตอบแทนส่วนบุคคล (Private rate of return) คือผลตอบแทนที่ตัวบุคคลได้รับเมื่อสำเร็จการศึกษาเพิ่มขึ้นในระดับการศึกษาต่าง ๆ โดยคำนึงถึงรายได้ที่สูญเสียไปจากการที่ใช้เวลาในการศึกษาแทนการที่จะต้องได้รับรายได้จากการทำงานในช่วงเวลานั้น (Foregone earnings) บวกกับค่าใช้จ่ายโดยตรงทางการศึกษา เช่น ค่าเล่าเรียน ค่าหนังสือ ค่าบำรุงการศึกษา ค่าอุปกรณ์การเรียน ค่าธรรมเนียมการศึกษา ค่าใช้จ่ายส่วนตัวอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการศึกษา เป็นต้น (Johnes & Johnes, 2004)

(2) ผลตอบแทนทางสังคม (Social rate of return) การคำนวณอัตราผลตอบแทนทางสังคมจะรวมถึงค่าใช้จ่ายของรัฐบาลที่ลงทุนกับศึกษาโดยคำนึงถึงการวัดความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่างของรายได้ตลอดชีพก่อนหักภาษีกับระดับการศึกษาประเภทใดประเภทหนึ่งและต้นทุนทางสังคมทั้งหมดของการศึกษานั้นจะวัดจากค่าเสียโอกาสอัตราผลตอบแทนทางสังคมนี้สามารถเปรียบเทียบได้กับอัตราผลตอบแทนจากการศึกษาในระดับต่าง ๆ หรือเปรียบเทียบกับรูปแบบทางเลือกของการลงทุนทางสังคมเพื่อเป็นตัวชี้วัดความสามารถในการทำกำไรทางเศรษฐกิจของรายจ่ายทางการศึกษาของภาครัฐ (Woodhall, 2004) นอกจากผลประโยชน์ทางสังคมที่เป็นตัวเงินแล้วยังพบว่าอัตราผลตอบแทนทางสังคมนั้นยังคงรวมถึงสิ่งที่ไม่ใช่ตัวเงินหรือผลกระทบภายนอกเชิงบวก (Positive externality) ของการศึกษา เช่น ทำให้เกิดการลงทุนด้านการศึกษามากขึ้นเนื่องจากการศึกษาทำให้เกิดการเติบโตของรายได้ทำให้การมีส่วนร่วมของการศึกษาในการวิจัยพัฒนาและนวัตกรรม มีสาธารณสุขที่ดีขึ้นอัตราการเติบโตของประชากรลดลง อัตราการฆาตกรรมและอัตราการเกิดอาชญากรรมในทรัพย์สินลดลง การจับกุม การคุมขังหรือคดีความต่าง ๆ ในระบบศาลมีน้อยลง แต่ในขณะเดียวกันก็มีผลกระทบภายนอกเชิงลบ เช่น มีมลพิษทางอากาศมากขึ้นอันเนื่องมาจากการเจริญเติบโตที่เกิดจากการศึกษา และมีการย้ายถิ่นฐานของคนงานมากขึ้นหลังเรียนจบวิทยาลัย

2.2.3 แนวความคิดการพัฒนาคน (Human Development) มีมาตั้งแต่ยุคของนักปราชญ์โบราณสมัย Aristotle ซึ่งเตือนไม่ให้ตัดสินสังคมด้วยเงินหรือทรัพย์สิน ในขณะที่นักเศรษฐศาสตร์ยุคแรก ๆ ก็ให้ความสนใจเช่นกัน เช่น Adam Smith, David Ricardo, Robert Malthus, Karl Marx, John Stuart Mill เป็นต้น และในปี 1976 Craig (as cited in Musambai, 2015) ได้ให้คำจำกัดความการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง การมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของมนุษย์เป็นศูนย์กลางของการพัฒนาในทุกแง่มุมตลอดชีวิต ในขณะที่ประเทศไทยเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาคนในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 พ.ศ. 2540-2544 โดยได้ให้คำนิยามการพัฒนาคน หมายถึงการพัฒนาคุณภาพและสมรรถนะของคนให้สามารถมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่จะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถของชุมชน สังคม และชาติ โดยเน้นคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาทุกคนจะต้องได้รับการพัฒนาตาม

ศักยภาพอย่างเต็มที่ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ ปัญญา และทักษะฝีมือ เพราะคนเป็นปัจจัยชี้ขาดความสำเร็จของการพัฒนาในทุกเรื่อง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564)

2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาของดิเรก ปัทมสิริวัฒน์, สุวิมล เสงพัฒนา และพุดตาน พันธุเณร (2555) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความเหลื่อมล้ำของโอกาสการศึกษาและมาตรการการคลังเพื่อขยายโอกาสการศึกษาให้เยาวชนยากจน พบว่า โอกาสการเรียนรู้ของบุตรสัมพันธ์กับฐานะเศรษฐกิจของหัวหน้าครัวเรือน โดยโอกาสการศึกษาต่อของเยาวชนในครัวเรือนที่ร่ำรวยมีโอกาสได้รับการศึกษาระดับสูง (อุดมศึกษา) มากกว่าเยาวชนในครัวเรือนที่ยากจน ส่วนการศึกษาของธิดา พลับพลึง, สุวิมล เสงพัฒนา และดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ (2557) ที่ศึกษาเกี่ยวกับโอกาสของความสำเร็จทางการศึกษาระดับอุดมศึกษาของครัวเรือนไทยในชนบท พบว่า ครัวเรือนชนบทมีสัดส่วนผู้สำเร็จการศึกษาระดับอุดมศึกษามากกว่าครัวเรือนเมือง และเมื่อพิจารณากลุ่มรายได้และสินทรัพย์ทางการเงิน พบว่า เกิดความเหลื่อมล้ำของโอกาสทางการศึกษาอุดมศึกษาหลักสูตร 4 ปี ระหว่างคนจนกับคนรวย ส่วนรายได้และสินทรัพย์ทางการเงินของครัวเรือนในเขตเมืองและชนบทมีผลต่อโอกาสที่บุตรจะสำเร็จอุดมศึกษาหลักสูตร 4 ปี ขณะที่สภาพคล่องทางการเงินของครัวเรือนในเขตเมืองมีผลต่อการเพิ่มโอกาสที่บุตรจะสำเร็จอุดมศึกษาหลักสูตร 4 ปีมากกว่าครัวเรือนในชนบท เนื่องจากครัวเรือนที่ทำงานในเมืองส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพที่มีรายได้แน่นอน มั่นคง จึงสามารถกู้ยืมเงินในระบบได้และมีทางเลือกในการกู้ยืมเงินมากกว่าคนชนบท ทำให้มีความมั่นใจมากกว่าในการสร้างโอกาสให้บุตรหลานสำเร็จอุดมศึกษา นอกจากนี้ยังพบว่าการมีบ้านเป็นของตนเองของครัวเรือนในเขตเมืองมีผลต่อโอกาสที่บุตรจะสำเร็จอุดมศึกษาหลักสูตร 4 ปีอีกด้วย และการศึกษาของปริดาภรณ์ กาญจนสำราญวงศ์, เขมิกา อูระวงศ์, ธนาพร คงรอด และอานีเชษฐ์ สาและ (2557) ศึกษาเรื่องความต้องการการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนรัฐบาล จังหวัดสงขลา พบว่า มีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษา ได้แก่ เกรดเฉลี่ย แผนการเรียน และรายได้รวมต่อเดือนของบิดามารดา นอกจากนี้การศึกษาของรจเรข สายคำ และวัฒนา พัดเกตุ (2560) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตภาคเหนือตอนล่าง พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตภาคเหนือตอนล่างมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านระบบการสอบคัดเลือก รองลงมาคือด้านสภาพแวดล้อม และด้านค่าธรรมเนียมการศึกษาแหล่งเงินทุนค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ตามลำดับ โดยในด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา แหล่งเงินทุน ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ พบว่าทุนการศึกษาและสิทธิประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเมื่อได้ศึกษาต่อมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey research) ด้วยการเก็บข้อมูลแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ (Google Form) จากนักเรียนที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2564 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ด้วยวิธีการแบบเจาะจง (Purposive sampling) กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การคำนวณแบบไม่ทราบขนาดประชากร และได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ 5% และสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 (Cochran, 1977) ดังนั้นขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \text{ หน่วย}$$

จากการคำนวณดังกล่าวจะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน และได้รับข้อมูลแบบสอบถามตอบกลับที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วนที่สามารถนำมาใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้จำนวน 379 ชุด

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้คือแบบสอบถามที่ประกอบไปด้วย 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลทางเศรษฐกิจและสังคม ส่วนที่ 3 ปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ส่วนที่ 4 ทักษะการเรียนรู้ในระดับอุดมศึกษา และส่วนที่ 5 การตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา

3.3 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

การศึกษาค้นครั้งนี้ได้ทำการสร้างและพัฒนาเครื่องมือแบบสอบถาม ดังนี้

3.3.1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารงานวิจัยแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาเพื่อรวบรวมตัวแปรและสร้างนิยามศัพท์เฉพาะ

3.3.2 กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

3.3.3 สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยและตรวจสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามด้วยวิธีการ IOC (Index of item objective congruence) ซึ่งผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน และนำผลที่ได้มาคำนวณเพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างคำถามรายข้อกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาค้นครั้งนี้ หากข้อคำถามมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป แสดงว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องสามารถนำไปใช้ได้ ซึ่งจากการวัดค่าความเที่ยงตรงข้อคำถามแต่ละข้อพบว่ามีความอยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00

3.4 ตัวแปรและวิธีการวัด

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองการถดถอยโลจิสติกส์ ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$\ln \left(\frac{HEDU_i}{1-HEDU_i} \right) = \beta_0 + \beta_1 SEX + \beta_2 GPA + \beta_3 SIBLINGS + \beta_4 NUMBER + \beta_5 SCHOLARSHIP + \beta_6 PARENTS + \beta_7 STATUS + \beta_8 AGE + \beta_9 PARENTS WORK + \beta_{10} PARENTS EDU + \beta_{11} INCOME + \beta_{12} MSOURCE + \beta_{13} AREA + \beta_{14} GUIDE + \beta_{15} EXAM + \beta_{16} ATTRIBUTE + \beta_{17} IMEDU + \beta_{18} CAREER + \beta_{19} WAGES + u_i$$

โดยกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาและวิธีการวัด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 นิยามและวิธีการวัดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	ความหมาย	รายละเอียดตัวแปร
ตัวแปรตาม		
HEDU	การตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา	ตัวแปรหุ่น กำหนดให้ 0 = ไม่ศึกษาต่อ, 1 = ตัดสินใจศึกษาต่อ
ตัวแปรอิสระ		
SEX	เพศ	เป็นตัวแปรหุ่น กำหนดให้ 0 = ชาย, 1 = หญิง
GPA	เกรดเฉลี่ยสะสม	เป็นตัวแปรระดับอัตราส่วน
SIBLINGS	จำนวนพี่น้องในครัวเรือน	เป็นตัวแปรระดับอัตราส่วน หน่วยเป็นคน
NUMBER	ลำดับการเป็นบุตร	เป็นตัวแปรระดับอัตราส่วน
SCHOLARSHIP	การได้รับทุนการศึกษา	เป็นตัวแปรหุ่น กำหนดให้ 0 = ไม่ได้รับทุนการศึกษา, 1 = ได้รับทุนการศึกษา
PARENTS	การอาศัยอยู่กับผู้ปกครอง	กำหนดให้ 0 = อาศัยอยู่กับบิดาหรือมารดา, 1 = อาศัยอยู่กับบิดาและมารดา, 3 = อาศัยอยู่กับบุคคลอื่น
PARENTS WORK	อาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง	กำหนดให้ 0 = วางงาน/แม่บ้าน/เกษียณ, 1 = ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/เอกชน, 2 = ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/รับจ้างทั่วไป, 3 = เกษตรกร
AGE	อายุของบิดามารดา หรือผู้ปกครอง	เป็นตัวแปรระดับอัตราส่วน หน่วยเป็นปี
STATUS	สถานภาพการสมรสของบิดามารดา	สถานภาพสมรสของบิดามารดา เป็นตัวแปรหุ่น กำหนดให้ 0 = บิดามารดาอยู่ด้วยกัน, 1 = บิดามารดาแยกกันอยู่/หย่าร้าง/เสียชีวิต
PARENTS EDU	ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดามารดา หรือผู้ปกครอง	ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง เป็นตัวแปรหุ่น กำหนดให้ 0 = มีการศึกษาดำรงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, 1 = มัธยมศึกษาตอนปลายขึ้นไป
INCOME	รายได้เฉลี่ยครัวเรือน	เป็นตัวแปรหุ่น กำหนดให้ 0 = น้อยกว่า 30,000 บาท, 1 = มากกว่า 30,000 บาท

ตัวแปร	ความหมาย	รายละเอียดตัวแปร
MONEY SOURCE	แหล่งเงินทุนการศึกษา	เป็นตัวแปรหุ่น กำหนดให้ 0 = มีแหล่งเงินทุนการศึกษาเพียงแหล่งเดียว, 1 = มีแหล่งเงินทุนการศึกษามากกว่า 1 แหล่ง
AREA	เขตที่ตั้งของที่พักอาศัย	เป็นตัวแปรหุ่น กำหนดให้ 0 = ในเขตเทศบาล, 1 = นอกเขตเทศบาล
GUIDE	การแนะนำการศึกษา	เป็นตัวแปรหุ่น กำหนดให้ 0 = ไม่เคยได้รับการแนะนำ/ได้รับการแนะนำจากแหล่งเดียว, 1 = ได้รับการแนะนำจากหลายแหล่ง
EXAM	การสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย	เป็นตัวแปรหุ่น กำหนดให้ 0 = ไม่เป็นอุปสรรค, 1 = เป็นอุปสรรค
ATTRIBUTE	คุณลักษณะของสถาบันการศึกษา	กำหนดให้ 1 = คุณลักษณะของสถาบันศึกษาไม่มีความสำคัญ, 2 = คุณลักษณะของสถาบันการศึกษามีความสำคัญเพียงปัจจัยเดียว, 0 = คุณลักษณะของสถาบันการศึกษามีความสำคัญหลายปัจจัย
IMEDU	ความสำคัญของการศึกษา	เป็นตัวแปรหุ่น กำหนดให้ 0 = การศึกษาไม่สำคัญ, 1 = การศึกษาสำคัญ
CAREER	ความสำคัญต่อการประกอบอาชีพในอนาคต	เป็นตัวแปรหุ่น กำหนดให้ 0 = การศึกษาไม่สำคัญต่อการประกอบอาชีพ, 1 = การศึกษามีสำคัญต่อการประกอบอาชีพ
WAGES	ความสำคัญผลตอบแทนในรูปแบบเงินเดือน	เป็นตัวแปรหุ่น กำหนดให้ 0 = การศึกษาไม่ส่งผลต่อค่าจ้าง, 1 = การศึกษาส่งผลต่อค่าจ้าง

4. สรุปผลการวิจัย

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.8 และมีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ 3.36 ในส่วนจำนวนพี่น้องในครัวเรือนและลำดับการเป็นบุตรส่วนใหญ่จะมีจำนวนพี่น้อง 2 คน และมักจะเป็นบุตรที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้รับทุนการศึกษามีสัดส่วนที่สูงที่สุดคิดเป็นร้อยละ 90.8 ทางด้านปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม พบว่า อาศัยอยู่กับบิดาและมารดาร้อยละ 57.8 สถานภาพการสมรสของบิดามารดา พบว่า บิดาและมารดาอยู่ด้วยกันเป็นสัดส่วนสูงที่สุดร้อยละ 64.6 และอายุเฉลี่ยของบิดามารดาหรือผู้ปกครองอยู่ที่ 47.8 ปี บิดามารดาหรือผู้ปกครองส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย/รับจ้างทั่วไปร้อยละ 38.8 การศึกษาสูงสุดของบิดามารดาหรือผู้ปกครองอยู่ในระดับประถมศึกษาร้อยละ 28.5 รายได้เฉลี่ยครัวเรือนต่อเดือนอยู่ที่ 29,707.10 บาท และด้านแหล่งเงินทุนการศึกษากลุ่มตัวอย่างมีแหล่งเงินทุนการศึกษาจากเงินของพ่อแม่หรือผู้ปกครองร้อยละ 46.7 ส่วนปัจจัยด้านถิ่นฐานและสถาบัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในเขตเทศบาล คิดเป็นร้อยละ 57.5 และได้รับการแนะนำจากครูหรืออาจารย์แนะแนว และอินเทอร์เน็ตร้อยละ 22.7 และ 22.6 ตามลำดับ ระบบการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยโดยใช้คะแนน Admission กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าเป็นอุปสรรคร้อยละ 32.0 ในขณะที่ระบบการสอบคัดเลือกไม่ได้เป็นอุปสรรคในการเข้ามหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 18.2 ส่วนที่ตั้งของสถาบัน เช่น อยู่ใกล้บ้าน เดินทางสะดวก มีความสำคัญสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 20.3 และปัจจัยด้านเจตคติ พบว่า ปัจจัยด้านความสำคัญของการศึกษากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการศึกษามีความรู้อย่างมากและเป็นคนที่รู้เท่าทันต่อสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ในแต่ละยุคสมัย คิดเป็นร้อยละ 16.4 ในขณะที่ร้อยละ 0.2 ที่เห็นว่าการศึกษามีความสำคัญ ในส่วนของปัจจัยด้านความสำคัญของการศึกษาต่อการประกอบอาชีพในอนาคต พบว่า สามารถนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาต่อไปพัฒนาอาชีพในอนาคตได้ คิดเป็นร้อยละ 22.1 มีกลุ่มตัวอย่างเพียงร้อยละ 0.7 เท่านั้นที่เห็นว่าการศึกษามีความสำคัญต่อการประกอบอาชีพในอนาคต และปัจจัยด้านความสำคัญของการศึกษาต่อผลตอบแทนในรูปแบบเงินเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการจำเป็นต้องเรียนสูงก็สามารถสร้างรายได้ที่สูงได้เป็นสัดส่วนสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.1 ในขณะที่การศึกษามีความสำคัญต่อผลตอบแทนในรูปแบบเงินเดือน คิดเป็นร้อยละ 0.8

4.2 ผลการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองการถดถอยโลจิสติกส์ทวิภาคแบบพหุ (Multiple Logistic Regression Analysis)

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย แสดงความสัมพันธ์ระหว่างโอกาสที่จะศึกษาต่อระดับอุดมศึกษากับตัวแปรอิสระทั้งหมด 19 ตัวแปร ภายใต้ 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม ปัจจัยด้านถิ่นฐานและสถาบัน และปัจจัยด้านเจตคติ โดยดำเนินการวิเคราะห์ใน 6 แบบจำลอง เพื่อทำการควบคุมตัวแปรไม่ให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์พหุร่วมเชิงเส้น หรือ Multicollinearity ซึ่งอาจส่งผลให้การวิเคราะห์ที่ไม่สามารถสะท้อนความเป็นจริง และสำหรับการอ่านค่า Odds ratio นั้น หากค่า Odds ratio มากกว่า 1 หมายถึง ปัจจัยดังกล่าวมีโอกาสที่จะทำให้เพิ่มโอกาสในการเข้าศึกษาต่อใน

ระดับอุดมศึกษา หากค่า Odds ratio เท่ากับ 1 หมายถึง ปัจจัยดังกล่าวไม่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มโอกาสที่จะเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา และหากค่า Odds ratio น้อยกว่า 1 หมายถึง ปัจจัยดังกล่าวทำให้การเพิ่มโอกาสที่จะเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาลดลง (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2552)

แบบจำลองที่ 1 วิเคราะห์โดยควบคุมตัวแปรอิสระภายใต้ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล (ยกเว้นตัวแปรลำดับการเป็นบุตร) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม ปัจจัยด้านถิ่นฐานและสถาบัน และปัจจัยด้านเจตคติ (เฉพาะตัวแปรความสำคัญของการศึกษา) พบว่าตัวแปรอาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง และแหล่งเงินทุนการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับโอกาสที่จะเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับตัวแปรอาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง กล่าวคือผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชนมีโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา สูงกว่าประมาณ 90 เท่าของผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ (ค่า Odds ratio เท่ากับ 90.310) และผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/รับจ้างทั่วไปมีโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 71 เท่าของผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ (ค่า Odds ratio เท่ากับ 71.353) และผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองประกอบอาชีพเกษตรกรมีโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 98 เท่าของผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ (ค่า Odds ratio เท่ากับ 97.949) และสำหรับตัวแปรแหล่งเงินทุนการศึกษา กล่าวคือผู้ที่มีแหล่งเงินทุนการศึกษามากกว่าหนึ่งแหล่งมีโอกาสที่จะศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 12 เท่าของผู้ที่มีแหล่งเงินทุนการศึกษาเพียงแหล่งเดียว (ค่า Odds ratio เท่ากับ 11.970) ทั้งนี้ตัวแปรอื่น ๆ นอกเหนือจากนี้พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา โดยการวิเคราะห์ภายใต้แบบจำลองที่ 1 สามารถอธิบายการแปรผันของโอกาสที่จะศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาได้ร้อยละ 44.2

แบบจำลองที่ 2 วิเคราะห์โดยควบคุมตัวแปรอิสระภายใต้ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล (ยกเว้นตัวแปรลำดับการเป็นบุตร) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม ปัจจัยด้านถิ่นฐานและสถาบัน และปัจจัยด้านเจตคติ (เฉพาะตัวแปรความสำคัญต่อการประกอบอาชีพ) พบว่า ตัวแปรอาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง และแหล่งเงินทุนการศึกษาที่ยังคงมีความสัมพันธ์กับโอกาสที่จะศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ สำหรับตัวแปรอาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง กล่าวคือผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชนมีโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา สูงกว่าประมาณ 109 เท่าของผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ (ค่า Odds ratio เท่ากับ 108.836) และผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/รับจ้างทั่วไป มีโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 73 เท่าของผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ (ค่า Odds ratio เท่ากับ 72.638) และผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองประกอบอาชีพเกษตรกรมีโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 113 เท่าของผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ (ค่า Odds ratio เท่ากับ 112.541) และสำหรับตัวแปรแหล่งเงินทุนการศึกษา กล่าวคือผู้ที่มีแหล่งเงินทุนการศึกษามากกว่าหนึ่งแหล่งมีโอกาสที่จะศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 13 เท่าของผู้ที่มีแหล่งเงินทุนการศึกษาเพียงแหล่งเดียว (ค่า Odds ratio เท่ากับ 12.912) ทั้งนี้ตัวแปรอื่น ๆ นอกเหนือจากนี้ยังคงไม่พบความสัมพันธ์กับโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา โดยการวิเคราะห์ภายใต้แบบจำลองที่ 2 สามารถอธิบายการแปรผันของโอกาสที่จะศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาได้ร้อยละ 43.6

แบบจำลองที่ 3 วิเคราะห์โดยควบคุมตัวแปรอิสระภายใต้ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล (ยกเว้นตัวแปรลำดับการเป็นบุตร) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม ปัจจัยด้านถิ่นฐานและสถาบัน และปัจจัยด้านเจตคติ (เฉพาะตัวแปรความสำคัญต่อผลตอบแทนรูปแบบเงินเดือน) พบว่า ตัวแปรอาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง และแหล่งเงินทุนการศึกษายังคงมีความสัมพันธ์กับโอกาสที่จะศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ สำหรับตัวแปรอาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง กล่าวคือผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชนมีโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 108 เท่าของผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ (ค่า Odds ratio เท่ากับ 107.955) และผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/รับจ้างทั่วไป มีโอกาสที่จะศึกษาต่อใน

ระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 72 เท่าของผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ (ค่า Odds ratio เท่ากับ 71.755) และผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองประกอบอาชีพเกษตรกรรมมีโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 109 เท่าของผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ (ค่า Odds ratio เท่ากับ 109.367) และสำหรับตัวแปรแหล่งเงินทุนการศึกษา กล่าวคือผู้ที่มีแหล่งเงินทุนการศึกษามากกว่าหนึ่งแหล่ง มีโอกาสที่จะศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 13 เท่า ของผู้ที่มีแหล่งเงินทุนการศึกษาเพียงแหล่งเดียว (ค่า Odds ratio เท่ากับ 12.708) ทั้งนี้ตัวแปรอื่น ๆ นอกเหนือจากนี้ยังคงไม่พบความสัมพันธ์กับโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา โดยการวิเคราะห์ภายใต้แบบจำลองที่ 3 สามารถอธิบายการแปรผันของโอกาสที่จะศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาได้ร้อยละ 43.7

แบบจำลองที่ 4 วิเคราะห์โดยควบคุมตัวแปรอิสระภายใต้ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล (ยกเว้นตัวแปรจำนวนพี่น้องในครัวเรือน) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม ปัจจัยด้านถิ่นฐานและสถาบัน และปัจจัยด้านเจตคติ (เฉพาะตัวแปรความสำคัญของการศึกษา) พบว่า ตัวแปรอาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง และแหล่งเงินทุนการศึกษาที่ยังคงมีความสัมพันธ์กับโอกาสที่จะศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ สำหรับตัวแปรอาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง กล่าวคือผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชนมีโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 132 เท่าของผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ (ค่า Odds ratio เท่ากับ 132.280) และผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/รับจ้างทั่วไปมีโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 88 เท่าของผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ (ค่า Odds ratio เท่ากับ 87.807) และผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองประกอบอาชีพเกษตรกรรมมีโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 136 เท่าของผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ (ค่า Odds ratio เท่ากับ 135.525) และสำหรับตัวแปรแหล่งเงินทุนการศึกษา กล่าวคือผู้ที่มีแหล่งเงินทุนการศึกษามากกว่าหนึ่งแหล่งมีโอกาสที่จะศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 12 เท่า ของผู้ที่มีแหล่งเงินทุนการศึกษาเพียงแหล่งเดียว (ค่า Odds ratio เท่ากับ 11.825) ทั้งนี้ตัวแปรอื่น ๆ นอกเหนือจากนี้ยังคงไม่พบความสัมพันธ์กับโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา โดยการวิเคราะห์ภายใต้แบบจำลองที่ 4 สามารถอธิบายการแปรผันของโอกาสที่จะศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาได้ร้อยละ 45.1

แบบจำลองที่ 5 วิเคราะห์โดยควบคุมตัวแปรอิสระภายใต้ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล (ยกเว้นตัวแปรจำนวนพี่น้องในครัวเรือน) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม ปัจจัยด้านถิ่นฐานและสถาบัน และปัจจัยด้านเจตคติ (เฉพาะตัวแปรความสำคัญต่อการประกอบอาชีพ) พบว่า ตัวแปรอาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง และแหล่งเงินทุนการศึกษาที่ยังคงมีความสัมพันธ์กับโอกาสที่จะศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ สำหรับตัวแปรอาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง กล่าวคือผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชนมีโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 152 เท่าของผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ (ค่า Odds ratio เท่ากับ 152.397) และผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/รับจ้างทั่วไป มีโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 90 เท่าของผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ (ค่า Odds ratio เท่ากับ 89.812) และผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองประกอบอาชีพเกษตรกรรมมีโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 153 เท่าของผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ (ค่า Odds ratio เท่ากับ 153.000) และสำหรับตัวแปรแหล่งเงินทุนการศึกษา กล่าวคือผู้ที่มีแหล่งเงินทุนการศึกษามากกว่าหนึ่งแหล่งมีโอกาสที่จะศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 13 เท่า ของผู้ที่มีแหล่งเงินทุนการศึกษาเพียงแหล่งเดียว (ค่า Odds ratio เท่ากับ 12.547) ทั้งนี้ในการวิเคราะห์แบบจำลองดังกล่าวพบว่าระบบการสอบคัดเลือกมีความสัมพันธ์กับโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ผู้ที่เห็นวาระบบการสอบคัดเลือกเป็นอุปสรรคมีโอกาสดูที่ศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสูงเป็น 4 เท่าของผู้ที่เห็นระบบการสอบคัดเลือกไม่เป็นอุปสรรค (ค่า Odds ratio เท่ากับ 4.325) และไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่าผู้ที่เห็นวาระบบการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยไม่เป็นอุปสรรคน่าจะมีโอกาสเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสูงกว่าผู้ที่เห็นวาระบบการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยเป็นอุปสรรค ส่วนตัวแปรอื่น ๆ นอกเหนือจากนี้ยังคงไม่พบความสัมพันธ์กับโอกาสที่จะศึกษาต่อใน

ระดับอุดมศึกษา โดยการวิเคราะห์ภายใต้แบบจำลองที่ 5 สามารถอธิบายการแปรผันของโอกาสที่จะศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาได้ร้อยละ 45.0

แบบจำลองที่ 6 วิเคราะห์โดยควบคุมตัวแปรอิสระภายใต้ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล (ยกเว้นตัวแปรจำนวนพี่น้องในครัวเรือน) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม ปัจจัยด้านถิ่นฐานและสถาบัน และปัจจัยด้านเจตคติ (เฉพาะตัวแปรความสำคัญต่อผลตอบแทนรูปแบบเงินเดือน) พบว่า ตัวแปรอาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง และแหล่งเงินทุนการศึกษาที่ยังคงมีความสัมพันธ์กับโอกาสที่จะศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ สำหรับตัวแปรอาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง กล่าวคือผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชนมีโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา สูงกว่าประมาณ 150 เท่าของผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ (ค่า Odds ratio เท่ากับ 149.659) และผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/รับจ้างทั่วไปมีโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 90 เท่าของผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ (ค่า Odds ratio เท่ากับ 89.588) และผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองประกอบอาชีพเกษตรกรมีโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 149 เท่าของผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ (ค่า Odds ratio เท่ากับ 149.107) และสำหรับตัวแปรแหล่งเงินทุนการศึกษา กล่าวคือผู้ที่มีแหล่งเงินทุนการศึกษามากกว่าหนึ่งแหล่งมีโอกาสที่จะศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาสูงกว่าประมาณ 12 เท่า ของผู้ที่มีแหล่งเงินทุนการศึกษาเพียงแหล่งเดียว (ค่า Odds ratio เท่ากับ 12.366) ทั้งนี้ตัวแปรอื่น ๆ นอกเหนือจากนี้ยังคงไม่พบความสัมพันธ์กับโอกาสที่จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาเช่นเดียวกัน โดยการวิเคราะห์ภายใต้แบบจำลองที่ 6 สามารถอธิบายการแปรผันของโอกาสที่จะศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาได้ร้อยละ 45.0

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis)

ตัวแปร	แบบจำลอง (M)					
	M 1	M 2	M 3	M 4	M 5	M 6
เพศ	3.014 (0.698)	3.063 (0.698)	3.081 (0.695)	3.092 (0.717)	3.103 (0.718)	3.126 (0.716)
เกรดเฉลี่ยสะสม	2.037 (0.769)	2.183 (0.751)	2.135 (0.755)	2.068 (0.782)	2.207 (0.769)	2.162 (0.773)
จำนวนพี่น้องในครัวเรือน	1.093 (0.349)	0.985 (0.328)	1.011 (0.332)			
ลำดับการเป็นบุตร				0.658 (0.359)	0.625 (0.338)	0.632 (0.343)
การได้รับทุนการศึกษา	0.211 (0.942)	0.234 (0.932)	0.224 (0.940)	0.257 (0.938)	0.261 (0.941)	0.260 (0.941)
การอาศัยอยู่กับผู้ปกครอง						
พ่อหรือแม่	===	===	===	===	===	===
พ่อและแม่	1.959 (1.047)	1.798 (1.034)	1.872 (1.038)	1.642 (1.056)	1.557 (1.056)	1.592 (1.056)
อื่น ๆ	1.429 (1.429)	1.546 (1.194)	1.536 (1.183)	1.907 (1.259)	1.966 (1.270)	1.981 (1.265)
สถานภาพการสมรสของบิดามารดา	2.187 (1.038)	2.268 (1.037)	2.275 (1.034)	1.711 (1.065)	1.747 (1.067)	1.750 (1.065)
อายุของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง	1.078 (0.051)	1.074 (0.050)	1.074 (0.050)	1.079 (0.051)	1.080 (0.050)	1.080 (0.050)
อาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง						
ว่างงาน/แม่บ้าน/เกษียณ	===	===	===	===	===	===
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ พนักงานเอกชน	90.310* (1.880)	108.836** (1.878)	107.955** (1.874)	132.280** (1.972)	152.397** (1.966)	149.659** (1.962)

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ตัวแปร	แบบจำลอง (M)					
	M 1	M 2	M 3	M 4	M 5	M 6
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/รับจ้างทั่วไป	71.353* (1.793)	72.638* (1.795)	71.775* (1.794)	87.807* (1.836)	89.812** (1.839)	89.588* (1.840)
เกษตรกร	97.949* (1.920)	112.541** (1.921)	109.367** (1.918)	135.525** (1.991)	153.000** (1.992)	149.107** (1.992)
ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง	1.466 (0.733)	1.283 (0.715)	1.307 (0.712)	1.376 (0.753)	1.243 (0.737)	1.274 (0.732)
รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน	5.796 (1.267)	6.356 (1.267)	6.172 (1.268)	5.028 (1.255)	5.428 (1.261)	5.281 (1.258)
แหล่งเงินทุนการศึกษา	11.970* (1.095)	12.912* (1.093)	12.708* (1.094)	11.825* (1.093)	12.547* (1.092)	12.366* (1.092)
เขตที่อยู่อาศัย	0.955 (0.760)	1.004 (0.759)	0.977 (0.757)	0.862 (0.782)	0.888 (0.784)	0.872 (0.783)
การแนะแนวการศึกษา	1.767 (0.733)	1.713 (0.736)	1.681 (0.732)	2.045 (0.753)	2.078 (0.758)	2.045 (0.756)
ระบบการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย	3.550 (0.744)	3.832 (0.743)	3.693 (0.746)	2.045 (0.754)	4.325* (0.756)	4.234 (0.758)
คุณลักษณะของสถาบันการศึกษา						
คุณลักษณะของสถาบันการศึกษามีความสำคัญหลายปัจจัย	===	===	===	===	===	===
คุณลักษณะของสถาบันการศึกษามีความสำคัญเพียงปัจจัยเดียว	4.465 (0.917)	4.777 (0.917)	4.653 (0.914)	4.649 (0.905)	5.116 (0.913)	4.949 (0.907)
คุณลักษณะของสถาบันการศึกษาไม่มีความสำคัญ	0.000 (24392.992)	0.000 (25319.290)	0.000 (25162.464)	0.000 (24738.425)	0.000 (25627.968)	0.000 (25485.007)
ความสำคัญของการศึกษา	4.669 (1.796)			4.649 (1.844)		
ความสำคัญต่อการประกอบอาชีพ		1.077 (1.367)			0.844 (1.459)	
ความสำคัญของผลตอบแทนในรูปแบบเงินเดือน			1.627 (1.424)			1.103 (1.529)
Number of obs.	379	379	379	379	379	379
-2 Log Likelihood	75.535	76.250	76.141	74.420	74.582	74.592
Chi-square	50.748	50.033	50.142	51.863	51.701	51.691
Nagelkerke R Square	0.442	0.436	0.437	0.451	0.450	0.450
Percentage correctly classified	97.1	96.8	96.8	97.4	97.4	97.4

หมายเหตุ: === หมายถึง กลุ่มอ้างอิง, *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001, ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ตารางแสดงค่า Odds ratio ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่า Standard error จาก Logistic regression

ผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) จากตารางพบว่าหลังจากการควบคุมอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้งหมด 19 ตัวแปร ใน 6 แบบจำลองเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา Multicollinearity แล้วนั้นการวิเคราะห์พบว่าทั้ง 6 แบบจำลองมีเพียง 2 ตัวแปรที่ยังคงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม ประกอบด้วย อาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง พบว่า ผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพมีโอกาสที่จะเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษามากกว่าผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และแหล่งเงินทุนการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีแหล่งเงินทุนการศึกษามากกว่า 1 แหล่งมีโอกาสที่จะเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสูงกว่าผู้ที่มีแหล่งเงินทุนการศึกษาเพียงแหล่งเดียวหรือไม่มีแหล่งเงินทุนการศึกษาเลย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับปัจจัยที่ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติหลังจากการควบคุมอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้งหมด 19 ตัวแปร แสดงให้เห็นว่าเป็นปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ เกรดเฉลี่ยสะสม จำนวนพี่น้องในครัวเรือน ลำดับการเป็นบุตร การได้รับทุนการศึกษา การอาศัยอยู่กับผู้ปกครอง อายุของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง สถานภาพการสมรสของบิดามารดา ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยครัวเรือนต่อเดือน เขตที่ตั้งของที่พักอาศัย การแนะแนวการศึกษา การสอบคัดเลือก

เข้ามหาวิทยาลัย คุณลักษณะของสถาบันการศึกษา ความสำคัญของการศึกษา ความสำคัญต่อการประกอบอาชีพในอนาคต และความสำคัญผลตอบแทนในรูปแบบเงินเดือน

5. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม ประกอบด้วย อาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง และแหล่งเงินทุนการศึกษา สำหรับอาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง พบว่า ผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพมีโอกาสที่จะเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษามากกว่าผู้ที่มีบิดามารดาหรือผู้ปกครองที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ อาจจะเนื่องจากการมีงานทำหรือการประกอบอาชีพของผู้ปกครองนั้นส่งผลต่อรายได้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่ารายได้ดังกล่าวเป็นแหล่งเงินทุนการศึกษาขั้นต้นในการสร้างโอกาสทางการศึกษาให้แก่บุตรหลานได้มีโอกาสศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับอิติมา พลับปลิง, สุวิมล เสงพัฒนา และดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ (2557) ที่ศึกษาเกี่ยวกับโอกาสของความสำเร็จทางการศึกษาระดับอุดมศึกษาของครัวเรือนไทยในชนบท พบว่า ในด้านรายได้และสินทรัพย์ทางการเงินของครัวเรือนในเขตเมืองและชนบทมีผลต่อโอกาสที่บุตรจะสำเร็จอุดมศึกษาหลักสูตร 4 ปี ขณะที่สภาพคล่องทางการเงินของครัวเรือนในเขตเมืองนั้นมีผลต่อการเพิ่มโอกาสที่บุตรจะสำเร็จอุดมศึกษาหลักสูตร 4 ปีมากกว่าครัวเรือนในชนบท เนื่องจากครัวเรือนที่ทำงานในเมืองส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพที่มีรายได้แน่นอน มั่นคง จึงสามารถกักเงินในระบบได้ และมีทางเลือกการกู้ยืมเงินมากกว่าคนในชนบท ทำให้มีความมั่นใจมากกว่าในการสร้างโอกาสให้บุตรหลานสำเร็จอุดมศึกษา ส่วนทางด้านแหล่งเงินทุนการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีแหล่งเงินทุนการศึกษามากกว่า 1 แหล่งมีโอกาสที่จะเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสูงกว่าผู้ที่มีแหล่งเงินทุนการศึกษาเพียงแหล่งเดียวหรือไม่มีแหล่งเงินทุนการศึกษาเลย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดิเรก ปัทมสิริวัฒน์, สุวิมล เสงพัฒนา และพุดตาน พันธุเณร (2555) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความเหลื่อมล้ำของโอกาสการศึกษาและมาตรการการคลังเพื่อขยายโอกาสการศึกษาให้เยาวชนยากจน โดยจากการศึกษาพบว่าเยาวชนในครัวเรือนที่ร่ำรวยมีโอกาสได้รับการศึกษาระดับอุดมศึกษามากกว่าเยาวชนในครัวเรือนที่ยากจน ปัจจัยหนึ่งอันเนื่องจากข้อจำกัดทางการเงินทำให้เด็กในครัวเรือนยากจนขาดโอกาสทางการศึกษากลายเป็นความเหลื่อมล้ำ และยังสอดคล้องกับจรูญ สายคำ และวัฒนา พัดเกตุ (2560) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตภาคเหนือตอนล่าง โดยผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการศึกษา/แหล่งเงินทุน/ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ โดยเฉพาะในด้านทุนการศึกษาและสิทธิประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเมื่อได้เข้าศึกษาต่อในสถาบันนั้น ๆ มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา เนื่องจากส่วนใหญ่มาจากครอบครัวที่มีรายได้น้อยและมีความคาดหวังที่จะได้รับทุนการศึกษา รวมถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ จากสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวกและช่วยเหลือเพื่อให้สามารถสำเร็จการศึกษาในระดับอุดมศึกษาได้นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับปรีดาภรณ์ กาญจนสำราญวงศ์, เขมิกา อูระวงศ์, ธนาพร คงรอด และอาณิชะห์ สาและ (2557) ที่พบว่าหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษานั้นคือแหล่งเงินทุนที่มาจากรายได้รวมต่อเดือนของบิดามารดา ส่วนด้านการอาศัยอยู่กับผู้ปกครอง สถานภาพของบิดามารดา อายุของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยครัวเรือน พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสำหรับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ เกรดเฉลี่ยสะสม จำนวนพี่น้องในครัวเรือน ลำดับการเป็นบุตร การได้รับทุนการศึกษา ปัจจัยด้านถิ่นฐานและสถาบัน ได้แก่ เขตที่ตั้งของที่พักอาศัย การแนะนำการศึกษา ระบบการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย คุณลักษณะของสถาบันการศึกษา และปัจจัยด้านเจตคติ ได้แก่ ความสำคัญของการศึกษา ความสำคัญต่อการประกอบอาชีพ ความสำคัญของผลตอบแทนในรูปแบบเงินเดือน เป็นปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลให้นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

6.1.1 แหล่งเงินทุนการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา นอกเหนือจากรั้วโรงเรียนจะรับภาระในการให้ทุนการศึกษาแก่บุตรหลานโดยตรงแล้วนั้น ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนทุนแบบให้เปล่า หรือจัดให้มีนโยบายเรียนฟรีถึงระดับปริญญาตรีเพื่อเพิ่มสัดส่วนให้เยาวชนมีโอกาสทางการศึกษามากขึ้น

6.1.2 ด้านการประกอบอาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง เนื่องจากหากบิดามารดาหรือผู้ปกครองไม่ได้ประกอบอาชีพอาจจะส่งผลต่อรายได้ ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญอีกหนึ่งปัจจัยที่ใช้เป็นทุนการศึกษาให้แก่บุตรหลาน โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรบริหารจัดการส่งเสริมการประกอบอาชีพที่สร้างรายได้ในครัวเรือน หรือจัดสรรเงินกู้ยืมเพื่อการประกอบอาชีพให้แก่ครัวเรือนที่มีรายได้ต่ำหรือครัวเรือนที่ยากจน เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสการประกอบอาชีพของผู้ปกครองในครัวเรือนดังกล่าวอันเป็นส่วนหนึ่งของแหล่งการผลิตเงินทุนทางการศึกษาให้แก่บุตรหลานในการสร้างโอกาสทางการศึกษาที่สูงขึ้นในอนาคต

6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งถัดไป

การศึกษารั้วถัดไปควรทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ไม่ต้องการเรียนต่อในระดับอุดมศึกษาเพื่อให้ทราบถึงปัญหาเชิงลึก ซึ่งจะเป็ประโยชน์ในการวางแผนการศึกษาหรือปรับปรุงการศึกษาไทยในอนาคต

7. เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชยบัญชา (2552). **การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ สุวิมล เสงพัฒนา และพุดตาน พันธุเณร. (2555). ความเหลื่อมล้ำของโอกาสการศึกษาและมาตรการการคลังเพื่อขยายโอกาสการศึกษาให้เยาวชนยากจน. **วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ สถาบันพัฒนา ศาสตร์**, 6(1), 1-36.
- จิตติมา พลับปลิง, สุวิมล เสงพัฒนา และดิเรก ปัทมสิริวัฒน์. (2557). โอกาสของความสำเร็จทางการศึกษาระดับอุดมศึกษาของครัวเรือนไทยในชนบท. **วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)**, 20(2), 99-111.
- ปรีดาภรณ์ กาญจนสำราญวงศ์, เขมิกา อูระวงศ์, ธนาพร คงรอด และอานิชะห์ สาและ. (2557). ความต้องการการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนรัฐบาล จังหวัดสงขลา. **วารสารวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**, 11(1), 75-90.
- รจเรข สายคำ และวัฒนา พัดเกตุ. (2560). ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตภาคเหนือตอนล่าง. ใน **นเรศวรวิจัยครั้งที่ 13: วิจัยและนวัตกรรม ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม** (หน้า 1348-1358). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2562). **พระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ. 2562** ค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2564, จาก <https://www.mhesi.go.th/index.php/all-legal/74-act/2150-2562.html>
- สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. (2564). **สถิติการศึกษาประจำปี 2554-2563**. ค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2564, จาก http://www.mis.moe.go.th/index.php?option=com_content&view=category&id=173&Itemid=114
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม**. ค้นเมื่อ 25 กันยายน 2564, จาก https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=develop_issue.
- Becker, G. S. (1975). **Human capital: A theoretical and empirical analysis**. (2nd ed.). New York: Columbia University Press.
- Cochran, W. G. (1977). **Sampling Techniques**. (3rd ed.). New York: John Wiley and Sons.

- Johnes, G., & Johnes, J. (2004). **International Handbook on the Economics of Education**. Cheltenham, United Kingdom: Edward Elgar.
- Musambai, A. Z. (2015). **Human Resource Development**. Retrieved September 15, 2021, From https://www.academia.edu/17631350/Human_Resource_Development
- Woodhall, M. (2004). **Cost-benefit analysis in educational planning**. (4th ed.). Paris, France: UNESCO.

ความสามารถในการชำระหนี้ การวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงินและความรับผิดชอบต่อสังคม
ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง

Affordability Ratio Corporate Social Responsibility
And Financial Liquidity Analysis Affect to Profitability Ratio of
Construction Business Listed on The Stock Exchange of Thailand

กฤษฎา อึ้งทองหล่อ (Kritsada Eungtonglor)¹

ประเวศ เพ็ญวุฒิกุล (Pravas Penwuttikul)²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความสามารถในการชำระหนี้ การวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน และความรับผิดชอบต่อสังคม ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ปี 2562-2564 รวมระยะเวลา 3 ปี จำนวน 107 บริษัท วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ในการใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัยเพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นที่สอดคล้องตาม ซึ่งทำการวัดด้วยความสามารถในการทำกำไร

ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถในการชำระหนี้ ประกอบด้วย หนี้สินต่อสินทรัพย์ และหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ต่อความสามารถในการทำกำไร ประกอบด้วย กำไรขั้นต้น กำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า หนี้สินต่อสินทรัพย์ ไม่มีอิทธิพลต่อกำไรขั้นต้น และหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่มีอิทธิพลต่อกำไรขั้นต้น การวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน ประกอบด้วย อัตราส่วนทุนหมุนเวียน และอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็วต่อความสามารถในการทำกำไร ประกอบด้วย กำไรขั้นต้น กำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า อัตราส่วนทุนหมุนเวียนไม่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไร และอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็วมีอิทธิพลเชิงลบต่อความสามารถในการทำกำไร ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง ความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมต่อความสามารถในการทำกำไร ประกอบด้วย กำไรขั้นต้น กำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น และความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง

คำสำคัญ: ความสามารถในการชำระหนี้ ความรับผิดชอบต่อสังคม การวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน ความสามารถในการทำกำไร

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม E-mail: kritsada.eu45@gmail.com

² อาจารย์คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม E-mail : pravasyz248@gmail.com

Abstract

The purpose of this research was to study the relationship between debt serviceability, liquidity analysis, and social responsibility affecting the profitability of listed companies in the real estate and investment sector construction. The data were collected from 2019-2021, a total of 3 years, totaling 107 companies. Data were analyzed using descriptive statistics, correlation coefficient analysis to find the relationship between the independent variables, and multiple regression analysis to test the research hypothesis to find the relationship of the hypothesized independent variables to the dependent variable which is measured by profitability.

The results showed that debt serviceability consisted of liabilities to assets and debt to equity to profitability which consisted of gross profit, net profit, return on total assets, and the return on equity at a statistically significant level of 0.05. In addition, it was found that liabilities to assets had no influence on gross profit, and debt to equity had no influence on gross profit. The financial liquidity analysis includes the working capital ratio and the quick working capital ratio to profitability ratio which includes gross profit, net profit, return on total assets, and the rate of return on equity at the statistically significant level of 0.05. It also found that the working capital ratio had no influence on profitability and the quick working capital ratio had a negative influence on the profitability of listed companies on the Stock Exchange of Thailand, real estate, and construction sectors.

Keywords: Affordability Ratio, Social Responsibility, Financial Liquidity Analysis, Profitability

วันที่รับบทความ : 21 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 27 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 28 สิงหาคม 2566

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ระบบเศรษฐกิจ ประกอบด้วยหลายส่วนที่มีความสัมพันธ์ ระบบการเงิน หรือตลาดการเงิน ก็เป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจ และยังมีความสัมพันธ์กันกับตลาดอื่น ๆ ที่ต้องอยู่ร่วมกันของระบบเศรษฐกิจทั้งตลาดแรงงานตลาดสินค้าและบริการ การเปลี่ยนแปลงของแต่ละตลาดจึงมีผลต่อตลาดอื่น ๆ ทำให้ระบบเศรษฐกิจเกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งการมองระบบเศรษฐกิจอาจต้องพิจารณาถึงการรวมตัวกันของหน่วยเศรษฐกิจ เช่น การแบ่งเป็นครัวเรือน การแบ่งเป็นธุรกิจ และรัฐบาล (ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน, 2557)

การประกอบธุรกิจมีปัจจัยหลายประการที่ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึง ในโอกาสทางธุรกิจการเปลี่ยนแปลงของตลาดความไม่แน่นอนทางธุรกิจ เรียกว่า “ความเสี่ยง” โดยความหมายของความเสี่ยง คือ ความไม่แน่นอนความไม่รู้ในสถานการณ์บางอย่างว่าจะเกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้น ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจสามารถส่งผลกระทบต่อธุรกิจในระยะยาวได้เมื่อความเสี่ยงอยู่ในกรอบของธุรกิจ “ความเสี่ยงทางธุรกิจ” จึงเป็นความไม่แน่นอนที่ผู้ประกอบการจะคาดเดาสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างแน่ชัดและผลกระทบที่จะสร้างความเสียหายต่อธุรกิจ ความเสี่ยงในเรื่องเดียวกันส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับ การเตรียมพร้อมรับมือและการบริหารความเสี่ยงของผู้ประกอบการ ซึ่งความเสี่ยงมีสาเหตุการเกิดขึ้นทั้งจากปัจจัยภายนอกธุรกิจ วัฒนธรรมการเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจ การแข่งขัน และปัจจัยภายในธุรกิจ ชัดความสามารถขององค์กรนโยบายโครงสร้าง เป็นต้น (Moneywecan, 2562)

อย่างไรก็ตามในภาพรวมธุรกิจรับเหมาก่อสร้างที่ผ่านมามีการชะลอตัวทั้งมูลค่าการลงทุนของภาครัฐบาล และเอกชน ที่ลดลงร้อยละ -2.3 และ -0.8 ตามลำดับ อาจเป็นผลมาจากความล่าช้าในการประมูลโครงการ หรือแม้แต่ปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ ของธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง เช่น การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง การเบิกจ่ายงบประมาณของภาครัฐที่ล่าช้า ทำให้รายได้ของผู้ประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย การขาดแหล่งเงินทุนหมุนเวียน ที่สถาบันการเงินระมัดระวังการให้สินเชื่อ การขาดแคลนแรงงานภาคก่อสร้าง การใช้แรงงานมีต้นทุนสูงขึ้นจากการบริหารจัดการแรงงานต่างด้าว ปี 2560 และ ภาวะทางเศรษฐกิจ จึงก่อให้เกิดการระมัดระวังในการลงทุนของผู้ประกอบการ (ส่วนเศรษฐกิจรายสาขา ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก, 2561) จากปัจจัยเสี่ยงที่รุมล้อมธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง สภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ หรือแม้แต่ปัจจัยภายนอกประเทศ ล้วนส่งผลต่อภาคธุรกิจ ทั้งทางด้านการเจริญเติบโต ความเสี่ยงของธุรกิจที่ไม่เป็นไปตามเป้า การขาดสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจ การชำระหนี้ที่ล่าช้ากว่ากำหนดจึงเป็นความเสี่ยงที่บริษัทจะล้มเหลวทางการเงิน และถึงการล้มละลายได้ ซึ่งบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ก็อาจจะต้องฟื้นฟูกิจการ หรืออาจจะถูกเพิกถอนออกจากตลาดหลักทรัพย์ได้ การดูแลสุขภาพทางการเงินจึงช่วยในการวางแผน การควบคุมเพื่อป้องกัน ช่วยบรรเทาความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นได้ ส่งผลยังผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วน และ ระบบเศรษฐกิจของประเทศวิธีหนึ่งของการวิเคราะห์ความเสี่ยงในการเตือนภัยความล้มเหลวทางการเงิน นั่นก็คือ การวิเคราะห์งบการเงิน ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินจะประกอบทั้ง งบกำไรขาดทุน (Income Statement) งบดุล หรืองบแสดงฐานะทางการเงิน (Balance Sheet) ทำการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio Analysis) หลังจากการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินแล้ว สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือการวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) เพื่อดูตัวแปรของธุรกิจที่สำคัญเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงไป เช่น เมื่อราคาขายเปลี่ยนแปลงไป เพิ่มขึ้น หรือลดลง สาเหตุจากการแข่งขัน การเปลี่ยนแปลงของปริมาณการขาย การเปลี่ยนแปลงต้นทุนของวัตถุดิบ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างภาษีต่าง ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุน กำไร และผลตอบแทนของกิจการ (อารักษ์ ราษฎร์บริหาร, 2546) ผู้บริหารองค์กรจึงจำเป็นต้องใช้ข้อมูลการวิเคราะห์การเงินเหล่านี้มาช่วยในการตัดสินใจ การบริหารความเสี่ยง ประเมินความเสี่ยง ดูความสัมพันธ์ของข้อมูลทางการเงิน เปรียบเทียบย้อนหลังหลาย ๆ ปี ของอัตราส่วนนั้น ๆ เพื่อเปรียบเทียบความแข็งแกร่ง ความอ่อนแอในธุรกิจ และเปรียบเทียบกับองค์กรอื่น คู่แข่งขัน ในอุตสาหกรรม หรือธุรกิจเดียวกัน เปรียบเทียบความสามารถในการทำกำไรฐานะทางการเงินต่างกันอย่างใด ซึ่งประเทศไทยจัดเป็นกลุ่มประเทศเกิดใหม่มีความเสี่ยงสูงในการเกิดภาวะล้มละลาย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสามารถการชำระหนี้ต่อความสามารถการทำกำไร
2. เพื่อศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมต่อความสามารถการทำกำไร
3. เพื่อศึกษาการวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงินต่อความสามารถการทำกำไร

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อการวิเคราะห์ความเสี่ยงด้วยเครื่องมืออัตราส่วนทางการเงินของกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2562 - 2564 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาของการศึกษา

งานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากงบการเงิน ที่ปรากฏในรายงานทางการเงิน มาคำนวณอัตราส่วนทางการเงินของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยช่วงระหว่างปี 2562 - 2564 เป็นรายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ของปี 2562 ถึงไตรมาสที่ 4 ของปี 2564 จำนวน 12 ไตรมาส ซึ่งเป็นกลุ่มสำคัญที่มีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศทั้งยังเป็นกลุ่มที่รับงานจากภาครัฐ ในการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

2.1 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

1. ความสามารถชำระหนี้ (Affordability Ratio) คือ ผลการวิเคราะห์จากอัตราส่วนภาระหนี้สินต่อรายได้ เป็นตัวช่วยประเมินหาความสามารถในการชำระหนี้คืนของลูกหนี้ โดยทั่วไป เพื่อให้การดำรงชีวิตเป็นไปได้อย่างปกติ

1.1 อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (Debt to Assets ratio: D/A) อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ ช่วยบ่งบอกว่า บริษัทมีหนี้เท่าใดเมื่อเทียบกับสินทรัพย์ทั้งหมดของบริษัท ซึ่งอัตราส่วนนี้สามารถสะท้อนถึง ความมั่นคงทางการเงินของบริษัท ยิ่งอัตราส่วนสูงเท่าใด ก็จะทำให้ความเสี่ยงในการลงทุนในบริษัทนั้นสูงขึ้นด้วย

1.2 อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity ratio: D/E) อัตราส่วนที่นำหนี้สินรวม หาคด้วยส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนนี้จะแสดงโครงสร้างเงินทุนของกิจการว่าสินทรัพย์ของกิจการมาจากการ กู้ยืม หรือมาจากทุนของกิจการ ถ้าอัตราส่วนนี้สูงมีโอกาที่กิจการจะไม่สามารถชำระดอกเบี้ยได้สูงตามไปด้วย เนื่องจาก หนี้สินที่มากทำให้กิจการมีภาระผูกพันที่ต้องชำระดอกเบี้ยทุกงวดไม่ว่ากิจการนั้นจะกำไรหรือขาดทุน

2. วิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน

2.1 สภาพคล่องทางการเงิน (Liquidity) นั้นหมายถึง ความสามารถในการแปลงสินทรัพย์ กลับเป็นเงินสด การที่เรา มีสภาพคล่องสูง นั้นหมายความว่า สินทรัพย์ที่มีนั้นสามารถแปลงเป็นเงินสดได้อย่างรวดเร็ว สามารถอยู่ในรูปแบบสินทรัพย์ทางการเงินอย่างเงินสด เงินฝากออมทรัพย์ หรือในรูปแบบกองทุนรวม กองทุนตลาดเงิน เพราะสินทรัพย์เหล่านี้สามารถแปลงกลับเป็นเงินสดได้

2.2 อัตราส่วนหมุนเวียน เป็นการวัดอัตราส่วนระหว่างสินทรัพย์หมุนเวียนกับหนี้สิน หมุนเวียน

2.3 อัตราส่วนหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio) เป็นการวัดอัตราส่วนของสินทรัพย์ หมุนเวียนที่มีสภาพคล่องสูง เปลี่ยนเป็นเงินสดได้เร็ว จึงตัดรายการสินค้าคงเหลือออกไป (เพราะสินค้าคงเหลือ เปลี่ยนเป็นเงินสดได้ช้า) กับหนี้สินหมุนเวียน

3. ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) หมายถึง ความ รับผิดชอบต่อธุรกิจหรือองค์กรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งคือการดำเนินกิจการภายใต้หลักจริยธรรมและการจัดการที่ดี โดยรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร CSR เป็นแนวคิดขององค์การในการดำเนินกิจกรรม การวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการ และการดำเนินการที่คำนึงถึงผลกระทบต่อ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยอาจสอดแทรกเรื่องนี้ไว้ในกระบวนการประกอบธุรกิจ เช่น กระบวนการผลิต หรือการบริการ การดูแลบุคลากรในองค์กรและครอบครัว รวมไปถึงการดูแลชุมชนและสังคมโดยรอบ เป็นการบูรณาการเอาเป้าหมาย เพื่อสังคม เข้าไปในการดำเนินกิจการ ซึ่งต้องทำด้วยความสมัครใจ

3.1 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

3.2 ความรับผิดชอบต่อสังคม

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ กำไรขั้นต้น (Gross Profit)

1. ตัวแปรตามในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ กำไรสุทธิ (Net Profit)

2. ตัวแปรตามในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA)

3. ตัวแปรตามในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 ความสามารถในการชำระหนี้ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไร

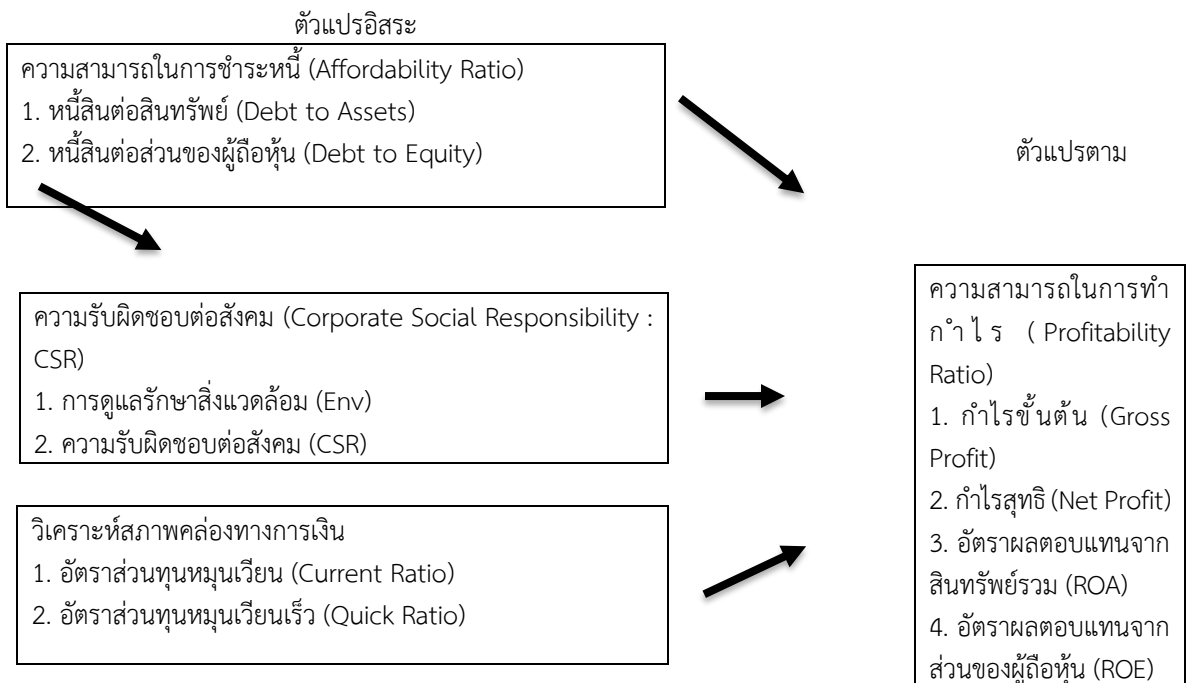
1.4.2 การวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงินส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไร

1.4.3 ความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไร

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษานี้เพื่อวิเคราะห์ความเสี่ยงด้วยเครื่องมืออัตราส่วนทางการเงินของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีกรอบแนวคิด ที่มุ่งเน้นในการศึกษาวิจัยค่าดัชนีวัดความเสี่ยงในโอกาสจะ

ล้มละลายของกิจการ รวมถึงศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำผลการศึกษามาประมวลผลเป็นข้อมูลในการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสียในการลงทุน สำหรับธุรกิจรับเหมาก่อสร้างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถสร้างเป็นกรอบแนวคิดสำหรับวัดระดับความเสี่ยง ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตลาดการเงิน (Financial Market) คือ ตลาดที่เกิดขึ้นตามวิวัฒนาการของระบบเงิน ทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงผู้ที่มีเงินออมและผู้ที่ต้องการเงิน เป็นการเปลี่ยนเงินออมเป็นการลงทุน (สุมาลี อุณหนันท์, 2547) ตลาดการเงิน คือตัวกลางทางการเงิน ที่ให้ผู้ที่ต้องการระดมทุนจากสินทรัพย์ทางการเงินได้ ทำการสร้างสินทรัพย์ทางการเงินออกขาย เช่น หุ้นบุริมสิทธิหุ้นสามัญ หุ้นกู้ และ วอแรนต์ เป็นต้น เพื่อหาเงินทุนจากผู้ที่ต้องการลงทุน หรือหาผลตอบแทนในสินทรัพย์ทางการเงิน (หลักทรัพย์จัดการกองทุน เอ็มเอฟซี) จากความหมายที่กล่าวมาตลาดการเงิน หมายถึง ตัวกลางในการระดมทุนหรือสินทรัพย์จากการออม เพื่อให้ได้ผลตอบแทนทางการเงิน ตลาดการเงินแบ่งเป็นประเภทตามเกณฑ์การนำสินทรัพย์ออกขาย ตลาดการเงินแบ่งได้ 2 ประเภท ตลาดแรก (Primary Market) หมายถึง ผู้ระดมทุนสร้างสินทรัพย์ทางการเงินออกขายเป็นครั้งแรก และขายให้ผู้ที่มีเงินทุนโดยตรงโดยไม่ผ่านคนกลาง เช่น การซื้อขายหุ้นใหม่ (Initial Public Offering : IPO) ซึ่งเป็นการลงทุนที่แท้จริง เพราะผู้ที่ระดมทุนเป็นผู้ที่ต้องการใช้เงินและใช้เงินทำธุรกรรมทางเศรษฐกิจ ตลาดรอง (Secondary Market) หมายถึง การระดมทุนที่ผ่านจากตลาดแรกมาแล้ว ซึ่งไม่ได้เป็นการซื้อขายสินทรัพย์ทางการเงินออกใหม่ที่แสดงถึงผู้เป็นเจ้าของ แต่เป็นการเปลี่ยนมือผู้ถือครองสินทรัพย์ทางการเงิน เพื่อช่วยให้ผู้ถือครองในตลาดแรกนั้นสามารถเปลี่ยนสินทรัพย์เป็นเงินทุน เพื่อช่วยเสริมสภาพคล่องได้ ธุรกรรมทางการเงินในตลาดแรกนั้น เกิดขึ้นครั้งเดียว แต่ธุรกรรมทางการเงินในตลาดรอง นั้นเกิดขึ้นได้หลายครั้ง จึงส่งผลให้การเงินสะสมในตลาดรองเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ตัวอย่างตลาดรองทางการเงินของไทยได้แก่ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (The Stock Exchange of Thailand : SET) เป็นต้น

2.2 แนวคิดที่เกี่ยวกับความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยง หมายถึง ความไม่แน่นอนของเหตุการณ์ ที่เกิดขึ้นจริง กับผลลัพธ์ที่คาดการณ์ไว้มีการเบี่ยงเบนไปในทิศทางที่คาดไว้ ซึ่งการเบี่ยงเบนไปในทางที่ไม่ดี ย่อมส่งผลกระทบต่อภารกิจที่จะก่อให้เกิดความล้มเหลวในการบริหารด้านต่าง ๆ ซึ่งส่งต่อการล้มเหลวทางด้านการเงินด้วยเช่นกันการบริหารความเสี่ยง คือ กระบวนการที่ปฏิบัติโดยคณะกรรมการ ผู้บริหาร บุคลากรในองค์กร เพื่อช่วยการกำหนดกลยุทธ์ แนวทาง และการดำเนินงานโดยการบริหารความเสี่ยงได้รับการออกแบบเพื่อให้สามารถบ่งชี้เหตุการณ์ สถานการณ์ที่อาจมีผลกระทบต่อองค์กร สามารถจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้ เพื่อให้ได้รับความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผล ในการบรรลุเป้าหมายขององค์กรกระบวนการบริหารความเสี่ยง มีการกำหนดขั้นตอนและวิธีการในการบริหารความเสี่ยง เพื่อความเป็นไปอย่างมีระบบ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) ได้กำหนดขั้นตอนสำคัญ ในการบริหารความเสี่ยง 8 ขั้นตอน ประกอบด้วย

1. สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Internal Environment)
2. การกำหนดวัตถุประสงค์(Objective Setting)
3. การบ่งชี้เหตุการณ์ (Event Identification)
4. การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)
5. การตอบสนองความเสี่ยง (Risk Response)
6. กิจกรรมการควบคุม (Control Activities)
7. ข้อมูลและการติดต่อสื่อสาร (Information and Communication)
8. การติดตาม (Monitoring)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์งบการเงินและอัตราส่วนทางการเงิน

งบการเงิน (Financial Statement) คือ รายงานทางการเงินที่สำคัญ มีอยู่ 2 ประเภท คือ งบดุล และ งบกำไรขาดทุน เพื่อแสดงฐานะทางการเงินของธุรกิจ (สมยศ นาวิการ และ ผุสดี รุมาคม, 2520)

งบการเงิน (Financial Statement) คือ ข้อมูลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัทนั้น ๆ ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ๆ การวิเคราะห์งบและแปลความหมายจึงเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย และคู่แข่ง ที่จะนำข้อมูลนั้นไปประกอบการตัดสินใจ ซึ่งงบการเงินจะถูกจัดทำตามขั้นตอนและวิธีการทางบัญชี ผู้วิเคราะห์จึงต้องมีความเข้าใจในตัวเลข แปลความหมายออกมาได้อย่างถูกต้องงบการเงินที่นำมาวิเคราะห์ควรอยู่ในรูปประจำงวดที่ผ่านการรับรองจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาต นั่นคือ งบการเงินที่อยู่ในรูปรายงานประจำปี ซึ่งจะมีสาระสำคัญต่าง ๆ ทั้งรายงานผู้สอบบัญชี งบการเงิน หมายเหตุประกอบงบ ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของกิจการโดยสรุปตลอดปี รายงานคณะกรรมการบริษัท ผู้ถือหุ้นและสัดส่วนผู้ถือหุ้นฯ ซึ่งงบการเงินที่จะนำมาวิเคราะห์ประกอบด้วย 2 ส่วน (สมาลี (อุณหะนันท์) จิระมิตร, 2546) จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น พอสรุปได้ว่า งบการเงิน คือ ข้อมูลแสดงผลการดำเนินงานของกิจการในช่วงระยะเวลาหนึ่ง รายงานแสดงข้อมูลทางการเงิน แบ่งออกเป็นดังนี้

1. งบดุล (Balance Sheet) เป็นการแสดงฐานะทางการเงินของธุรกิจ ณ วันใดวันหนึ่ง ที่ระบุไว้ปกติจะเป็นวันสิ้นงวด สิ้นไตรมาส สิ้นปี โดยในงบดุลจะบอกถึงส่วนของเจ้าของ หนี้สิน ที่ลงทุนในสินทรัพย์อย่างไร จึงเกี่ยวข้องกับรายการ 3 ประเภท คือ สินทรัพย์ (Assets) หนี้สิน (Liabilities) ส่วนของผู้ถือหุ้น (Equity or Net Worth)

2. งบกำไรขาดทุน (Income Statement) เป็นงบที่แสดงรายงานทางการเงินในระยะเวลางวดบัญชีหนึ่ง ๆ ผลต่างระหว่างรายได้และค่าใช้จ่ายคือผลของการดำเนินงานของงวดบัญชีนั้น ๆ ถ้ารายได้มากกว่าค่าใช้จ่าย คือกำไร ในทางตรงกันข้ามถ้ารายได้น้อยกว่าค่าใช้จ่าย คือขาดทุนการวิเคราะห์งบการเงินในการบริหารธุรกิจ การกำหนดเป้าหมาย การบริหารองค์กร การวางแผนงาน นโยบายของบริษัท สาเหตุแห่งทั้งความสำเร็จและความล้มเหลว ล้วนต้องอาศัยข้อมูลเกี่ยวกับงบการเงิน งบการเงินเป็นการสรุปผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของธุรกิจนั้น ๆ การวิเคราะห์และแปลความหมายของงบการเงิน จะช่วยให้ผู้บริหารสามารถพิจารณาจุดแข็ง จุดอ่อนของบริษัทได้ สามารถพิจารณาการดำเนินงานของธุรกิจว่าเป็นไปตามแผนที่วางไว้ ช่วยในการหาสาเหตุที่ไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนด

ดังนั้นการวิเคราะห์งบการเงินคือ วิธีการค้นหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของธุรกิจ การวิเคราะห์งบการเงินจึงเป็นเครื่องมือเบื้องต้นในการรู้จักกับธุรกิจ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 การกำหนดรูปแบบการวิจัย

สำหรับการศึกษาเรื่อง ความสามารถในการชำระหนี้ การวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงินและความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอาหารมัลติพาสและการก่อสร้างมีรูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้เริ่มดำเนินการจัดทำวิจัยโดยการสืบค้นและค้นหาโครงสร้างคณะกรรมการบริษัทและการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อมูลค่ากิจการ และนำข้อมูลที่ได้ไปประมวลผลข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) โดยจะศึกษาข้อมูลระหว่างปี 2562-2564 รวมระยะเวลา 3 ปี ยกเว้นบริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน จำนวน 107 บริษัท เนื่องจากความแตกต่างด้านโครงสร้างทางการเงินและแนวปฏิบัติทางบัญชีของธุรกิจประเภทดังกล่าวมีความแตกต่างกับแนวปฏิบัติของธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรม (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2565)

3.3 เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้าและมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ทั้งในส่วนของตัวแปรอิสระ (Independent Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable)

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้ข้อมูลในการศึกษาโดยได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากฐานข้อมูลการบริการระบบข้อมูลตลาดหลักทรัพย์ฉบับออนไลน์ (SET Market Analysis & Reporting Tool: SETSMART) ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งอยู่ในรูปแบบรายงานข้อมูลประจำปี 56-1 และรายงานประจำปี ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อรวบรวมตัวแปรอิสระ คือ ความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย ความสามารถในการชำระหนี้ (Affordability Ratio) ประกอบด้วย หนี้สินต่อสินทรัพย์ (Debt to Assets) หนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity) และความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ประกอบด้วย การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) และการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility Disclosure) และวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน ประกอบด้วย อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current Ratio) อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio) ส่วนตัวแปรตาม คือ ความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio) ประกอบด้วย กำไรขั้นต้น (Gross Profit) กำไรสุทธิ (Net Profit) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วางแผนการวิเคราะห์ข้อมูลโดยจะนำข้อมูลที่ได้รวบรวมเกี่ยวกับความสามารถในการชำระหนี้ (Affordability Ratio) ประกอบด้วย หนี้สินต่อสินทรัพย์ (Debt to Assets) หนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity) และความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ประกอบด้วย การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคม และวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current Ratio) และอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio) เพื่อการวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 คือมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DA	321	.00	1.50	.4614	.23983
DE	321	-25.13	9.35	1.0432	2.42172
ENV	321	.00	1.00	.2741	.44678
CSR	321	.00	1.00	.5981	.49104
CR	321	.00	988.90	8.0473	58.02907
QR	321	.00	216.10	3.7425	17.05541
GP	321	-5506387.60	101161792.00	1402081.5399	6194637.35054
NP	321	-6126572.03	95887081.00	1021843.1739	5779029.13995
ROA	321	-41.40	26.65	2.7286	6.71398
ROE	321	-123.29	658.03	8.2644	44.96746
Valid N (listwise)	321				

1. ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ประกอบด้วย ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของความสามารถในการชำระหนี้ ประกอบด้วย หนี้สินต่อสินทรัพย์ หนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และความรับผิดชอบต่อสังคมประกอบด้วย การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคม และวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน อัตราส่วนทุนหมุนเวียน และอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา 1 สามารถอธิบายให้เห็นถึงภาพรวมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง

สรุปได้ว่า หนี้สินต่อสินทรัพย์ มีค่าต่ำสุดที่ 0.00 มีค่าสูงสุดที่ 1.50 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.4614 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.23983 หนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีค่าต่ำสุดที่ -25.13 มีค่าสูงสุดที่ 9.35 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.0432 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 2.42172 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม มีค่าต่ำสุดที่ 0.00 มีค่าสูงสุดที่ 1.00 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.2741 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.44678 ความรับผิดชอบต่อสังคม มีค่าต่ำสุดที่ 0.00 มีค่าสูงสุดที่ 1.00 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.5981 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.49104 อัตราส่วนทุนหมุนเวียน มีค่าต่ำสุดที่ 0.00 มีค่าสูงสุดที่ 988.90 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 8.0473 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 58.02907 อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็วมีค่าต่ำสุดที่ 0.00 มีค่าสูงสุดที่ 216.10 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.7425 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 17.05541 กำไรขั้นต้นมีค่าต่ำสุดที่ -5506387.60 มีค่าสูงสุดที่ 101161792.00 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1402081.5399 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 6194637.35054 กำไรสุทธิมีค่าต่ำสุดที่ -6126572.03 มีค่าสูงสุดที่ 95887081.00 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1021843.1739 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 5779029.13995 อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวมมีค่าต่ำสุดที่ -41.40 มีค่าสูงสุดที่ 26.65 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.7286 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 6.71398 อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นมีค่าต่ำสุดที่ -123.29 มีค่าสูงสุดที่ 658.03 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 8.2644 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 44.96746

2. ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient Analysis)

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ ความสามารถในการชำระหนี้ ประกอบด้วย หนี้สินต่อสินทรัพย์ หนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ความรับผิดชอบต่อสังคมประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงินประกอบด้วย อัตราส่วนทุนหมุนเวียน

อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็วใช้พิจารณาโดยกำหนดค่าความสัมพันธ์ไว้ถ้าหากมีค่ามากกว่า 0.80 แสดงว่าจะเกิดปัญหาจากการที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก (Multicollinearity) (Field, 2000)

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมด ประกอบด้วย หนี้สินต่อสินทรัพย์ หนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม อัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว เพื่อหาขนาดของความสัมพันธ์เฉพาะตัวแปรอิสระเท่านั้น ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่ามากกว่า 0.8 หรือน้อยกว่า -0.8 ถือว่าตัวแปรอิสระคู่หนึ่งมีความสัมพันธ์กันมาก เรียกว่าเกิดความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยตัวเอง

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

		DA	DE	ENV	CSR	CR	QR
DA	Pearson Correlation	1	.190**	.067	.040	.061	-.245**
	Sig. (2-tailed)		.001	.234	.474	.275	.000
DE	Pearson Correlation		1	-.023	.108	-.020	-.061
	Sig. (2-tailed)			.678	.054	.716	.274
ENV	Pearson Correlation			1	.390**	-.021	-.001
	Sig. (2-tailed)				.000	.709	.985
CSR	Pearson Correlation				1	.007	-.150**
	Sig. (2-tailed)					.906	.007
CR	Pearson Correlation					1	.279**
	Sig. (2-tailed)						.000
QR	Pearson Correlation						1
	Sig. (2-tailed)						

และจากตารางที่ 2 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปร โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันน้อยกว่า 0.80 ($r < 0.80$) โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.190 – 0.00 แสดงว่า ไม่เกิดปัญหาการที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

5. อภิปรายผล

5.1 ศึกษาความสามารถการชำระหนี้ต่อความสามารถในการทำกำไร

ความสามารถการชำระหนี้ ประกอบด้วย หนี้สินต่อสินทรัพย์ และหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ต่อความสามารถในการทำกำไร ประกอบด้วย กำไรขั้นต้น กำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า หนี้สินต่อสินทรัพย์ ไม่มีอิทธิพลต่อกำไรขั้นต้น และหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่มีอิทธิพลต่อกำไรขั้นต้น ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมทรัพย์และก่อสร้าง โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ รัตนา, ฐนนวริน โฆษิตถณิน และ นิกชนิภา บุญช่วย ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อุตสาหกรรมบริการ ธุรกิจโรงแรม พบว่า อัตราการเติบโตของยอดขายมีผลต่อความสามารถในการทำกำไร นั่นคือมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น หนี้สินต่อสินทรัพย์ และหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีอิทธิพลเชิงลบต่ออัตรากำไรสุทธิ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า การเติบโตของยอดขายมีผลกระทบทางบวกต่ออัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นและกำไรจากส่วนต่างราคา หากกิจการมีการเติบโตของยอดขายสูงขึ้น จะส่งผลให้กิจการมีกำไรสุทธิสูงขึ้น ผลการดำเนินงานของกิจการก็จะดีขึ้น และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยะพร นัตพบสุข (2564) ที่สรุปว่า ยอดขายไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของ

บริษัทใดเลย และ อัญชลี เมืองเจริญ (2563) กล่าวว่า อัตราการเติบโตของยอดขายไม่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัท

5.2 ศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมต่อความสามารถในการทำกำไร

ความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อความสามารถในการทำกำไร ประกอบด้วย กำไรขั้นต้น กำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น และความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของว่าที่ร้อยตรี เอกรัตน์ จันทศิริ ได้ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลการบริหารจัดการการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของอุทยานแห่งชาติแม่วงก์ จังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ประสิทธิผลการบริหารจัดการการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของอุทยานแห่งชาติแม่วงก์ จังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดกำแพงเพชร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก คือ อุทยานแห่งชาติแม่วงก์ มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการฟื้นฟูธรรมชาติที่เสื่อมโทรมให้กลับมามีความอุดมสมบูรณ์อย่างยั่งยืนกับอุทยานแห่งชาติแม่วงก์มีการปลูกป่าทดแทนเพื่อฟื้นฟูความสมดุลของป่าให้กลับมามีความอุดมสมบูรณ์อย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติแม่วงก์มีการป้องกันการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างได้ผลกับพื้นที่อุทยานแห่งชาติแม่วงก์ถูกบุกรุกลดลง ชุมชนใน และรอบพื้นที่เป็นแนวร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งอาจเป็นเพราะว่า เจ้าหน้าที่กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติแม่วงก์ และประชาชน บริเวณโดยรอบอุทยานแห่งชาติแม่วงก์ เห็นความสำคัญของธรรมชาติที่ปัจจุบันนี้จะมีธรรมชาติลดน้อยลงเรื่อย ๆ ถ้าขาดการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ดังนั้น ทุกคนจะต้องอนุรักษ์และช่วยกันฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติให้มีความอุดมสมบูรณ์จนสามารถดำรงอยู่ไปถึงชั่วลูกชั่วหลานตลอดไปอย่างยั่งยืน รวมทั้งทุกคนต้องช่วยกันสอดส่องดูแลพื้นที่ป่าเพื่อลดการบุกรุกทรัพยากรธรรมชาติและ ความรับผิดชอบต่อสังคม มีผลกระทบทางบวกต่อความสามารถในการทำกำไร พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาริยม เจ๊ะเต๊ะ ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในโรงเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น: กรณีศึกษา โรงเรียนธรรมวิทยามูลนิธิอำเภอเมือง จังหวัดยะลา นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นที่มีอายุ และระดับชั้นเรียนต่างกัน มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในโรงเรียนต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากนักเรียนแต่ละระดับชั้นมีช่วงอายุไปในทิศทางเดียวกับระดับชั้นที่ศึกษาจึงมีความรับผิดชอบต่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต่างกัน ทำให้มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในโรงเรียนต่างกัน

5.3 ศึกษาการวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงินต่อความสามารถในการทำกำไร

การวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน ประกอบด้วย อัตราส่วนทุนหมุนเวียน และอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว ต่อความสามารถในการทำกำไร ประกอบด้วย กำไรขั้นต้น กำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า อัตราส่วนทุนหมุนเวียนไม่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไร และอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็วมีอิทธิพลเชิงลบต่อความสามารถในการทำกำไร ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุพันธ์ เพ็ชรไพศาล ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ผลกระทบของอัตราส่วนทางการเงินที่มีต่อการวัดมูลค่าราคาตลาดของหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่าอัตราส่วนทุน หมุนเวียน (CR) อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (QR) อัตราส่วนกำไรต่อหุ้น (EPS) และอัตราการจ่ายเงินปันผลต่อหุ้น (DY) ไม่พบตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไรต่อหุ้น (P/E) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ผลการศึกษาวิจัยในส่วนของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ ด้านชุมชนและสังคม และด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อมูลค่ากิจการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงช่วยสนับสนุนทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับการตระหนักถึงผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัทที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวนมากและเชื่อว่าบริษัทที่มีผลการดำเนินงานทางสังคมที่ดีส่งผลถึงการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียด้วย ซึ่งทำให้มั่นใจได้ว่าบริษัทจะประสบความสำเร็จในอนาคต

6.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เนื่องจากการศึกษาวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ดำเนินงานต่อเนื่องในระหว่างปี 2562-2564 ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปอาจจะทำการศึกษาในกลุ่มธุรกิจอื่น อย่างเช่น กลุ่มบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ MAI ทั้งนี้ เพื่อผลการศึกษาวิจัยที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับอิทธิพลของโครงสร้างคณะกรรมการบริษัทและการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อมูลค่ากิจการ หรืออาจจะทำการศึกษาโดยการแยกการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรม เพื่อสะท้อนความชัดเจนมากยิ่งขึ้นว่าโดยแท้จริงแล้ว โครงสร้างคณะกรรมการบริษัทและการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมตามตัวแปรดังกล่าวข้างต้นที่นำมาใช้ศึกษานั้นจะส่งผลให้มูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมเป็นไปในทิศทางใด

2. สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปควรใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพเข้าด้วยกัน โดยใช้ทั้งการสำรวจรวมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งจะทำให้ทราบถึงข้อมูลในภาพกว้างครอบคลุมในทุกประเด็น ทราบแนวโน้มเงื่อนไขและบริบททางธุรกิจ เพื่อนำข้อมูลต่าง ๆ มาประกอบกันและวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อนำไปสู่การวางแผน การปรับใช้ในเชิงนโยบาย และการพยากรณ์ที่มีความถูกต้องแม่นยำมากยิ่งขึ้น

7. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เนื่องจากการศึกษาวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ดำเนินงานต่อเนื่องในระหว่างปี 2562-2564 ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปอาจจะทำการศึกษาในกลุ่มธุรกิจอื่น อย่างเช่น กลุ่มบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ MAI ทั้งนี้ เพื่อผลการศึกษาวิจัยที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับอิทธิพลของโครงสร้างคณะกรรมการบริษัทและการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อมูลค่ากิจการ หรืออาจจะทำการศึกษาโดยการแยกการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรม เพื่อสะท้อนความชัดเจนมากยิ่งขึ้นว่าโดยแท้จริงแล้ว โครงสร้างคณะกรรมการบริษัทและการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมตามตัวแปรดังกล่าวข้างต้นที่นำมาใช้ศึกษานั้นจะส่งผลให้มูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมเป็นไปในทิศทางใด

8. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จรูปแล้วไปได้ด้วยดีด้วยความกรุณาอย่างสูงจากท่านผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประเวศ เพ็ญภูมิกุล ซึ่งท่านได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา แนะนำข้อคิดเห็นต่าง ๆ ตรวจทานและปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัย ทำให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์จนสำเร็จลงได้ด้วยดี ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ พร้อมกันนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะกรรมการพัฒนางานวิจัย ของมหาวิทยาลัยศรีปทุมที่มอบทุนสนับสนุนงานวิจัยฉบับนี้ และได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำและแก้ไขเป็นอย่างดีถึงตลอดมาขอขอบพระคุณครอบครัว เพื่อน ๆ คณาจารย์และเจ้าหน้าที่คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม ทุก ๆ ท่าน ในการช่วยเหลือและเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมาความมีคุณค่าและประโยชน์อันพึงเกิดจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอขอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของบิดา มารดา ครูอาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพ

9. เอกสารอ้างอิง

- ณัฐภูมิ รัตนนา, ฐานันวริน โฆษิตคณิน และ นิกซ์นิภา บุญช่วย. (2565, เมษายน – มิถุนายน). ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อุตสาหกรรมบริการ ธุรกิจโรงแรม. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(2), 444-457.
- ธนาคารอสมสิน. (2562). ส่วนเศรษฐกิจรายสาขา ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก 2561. จาก <https://www.gsb.or.th/news/>
- ปิยะพร นัตพบสุข. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หมวดพัฒนาอสังหาริมทรัพย์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภาณุพันธ์ เพ็ชรไพศาล. (2562). ผลกระทบของอัตราส่วนทางการเงินที่มีต่อการวัดมูลค่าราคาตลาดของหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาบัญชี, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- มาริย์ม เจ๊ะเต๊ะ. (2556). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในโรงเรียนของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น : กรณีศึกษาโรงเรียนธรรมวิทยามูลนิธิ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการจัดการสิ่งแวดล้อม, สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์.
- สมยศ นาวิการ และ ผุสดี รัมมาคม. (2520). *องค์การทฤษฎีและพฤติกรรม*. กรุงเทพฯ: ดวงกมล.
- สุมาลี อุณหะนันท์ จิระมิตร. (2546). *การบริหารการเงิน*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2547). *การบริหารการเงิน*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัญชลี เมืองเจริญ. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อุตสาหกรรมพลังงานและสาธารณูปโภค. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*, 12(1), 111-121.
- อารักษ์ ราษฎร์บริหาร. (2546). *Money machine: วิถีคิด ทฤษฎี และการประยุกต์ใช้*. กรุงเทพฯ : Nut Republic.
- เอกรัตน์ จันทร์ศิริ. (2558). ประสิทธิภาพการบริหารจัดการการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ของอุทยานแห่งชาติแม่วังก์ จังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดกำแพงเพชร. การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.

ความสัมพันธ์ของกระแสเงินสดที่มีต่อผลตอบแทนจากการดำเนินงานและมูลค่าหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ และก่อสร้าง

The relationship of cash flows to operating returns and stock value of companies listed on the Stock Exchange of Thailand Real Estate and Construction Industry

ศรันยา ยังประเสริฐ (Saranya Yangprasert)¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของกระแสเงินสดที่มีต่อผลตอบแทนจากกิจกรรมดำเนินงานและมูลค่าหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ปี 2562-2564 รวมระยะเวลา 3 ปี จำนวน 76 บริษัท วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยเพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นที่มีต่อตัวแปรตาม ซึ่งทำการวัดด้วยผลตอบแทนจากการดำเนินงานและมูลค่าหุ้น

ผลการวิจัยพบว่า กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานและกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินต่อหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่ออัตราส่วนราคาตลาดของหุ้นต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นรวมและหนี้สินมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อสินทรัพย์สุทธิต่อกำไรในอนาคตและอัตราส่วนราคาตลาดของหุ้นต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กิจกรรมลงทุนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อสินทรัพย์สุทธิต่อหนี้สินสามัญ และกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่ออัตราส่วนราคาตลาดของหุ้นต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินส่วนของผู้ถือหุ้นรวมและหนี้สินรวมมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อสินทรัพย์สุทธิต่อหนี้สามัญ กำไรในอนาคตต่อหนี้สามัญและอัตราส่วนราคาตลาดของหุ้นต่อกำไรสุทธิอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานและกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินต่อหนี้สินรวมและส่วนของผู้ถือหุ้นให้ความสำคัญกับอัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อยอดขาย ส่วนกิจกรรมด้านการลงทุนให้ความสำคัญกับสินทรัพย์สุทธิต่อหนี้สามัญ

คำสำคัญ: กระแสเงินสด ผลตอบแทนจากการดำเนินงาน มูลค่าหุ้น

Abstract

The objective of this research was to examine the relationship between cash flows received from different activities and the value of shares of listed companies in the real estate group and construction industry. The data was collected for a period of three years, from 2019 to 2021, encompassing a total of 76 companies. Data were analyzed using descriptive statistics, correlation

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม E-mail: Saranya.yan1998@gmail.com

coefficient analysis to find the relationship between the independent variables, and multiple regression analysis to test the research hypothesis to find the relationship of the hypothesized independent variables to the dependent variables. It is measured by cash return and stock value.

Based on the findings, it was evident that cash flows from the activities studied, including financing activities, had a significant impact on the per-share market price. The statistical analysis revealed that cash flows from investing activities, as indicated in the appendix and net cycle records, had a statistically significant relationship with future earnings and the stock's market price-to-sales ratio at a significance level of 0.05. Moreover, the net per share record and cash flow from financing activities per equity continued to influence the stock's market price-to-sales ratio, showing statistical significance at the 0.05 level. Furthermore, the research findings indicated that cash flows from consolidation and consolidation funding forms had a multiplying effect on earnings per ordinary share and contributed to the market price of the stock as net profit, with statistical significance at the 0.05 level. These conclusions were drawn based on the analysis conducted by cash flow analysts, considering the cash flow from listening and financing activities per round and desired portion. These factors played a role in determining the market price per share, especially in the context of investing activities to avoid a net block per common stock. In summary, the research findings suggested that cash flows from the studied activities, particularly from investing and financing activities, significantly impacted the per-share market price. This information could provide valuable insights for investors and stakeholders in assessing the performance and value of the stock.

Keywords: Cash Flow, Operation Return, Stock Value

วันที่รับบทความ : 21 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 4 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 15 สิงหาคม 2566

1.1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ข้อมูลกระแสเงินสดทางการเงินจากรายงานจากกิจกรรมหลักนั้นก่อให้เกิดรายได้ของกิจการ ซึ่งจะช่วยลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลได้และนอกจากข้อมูลกระแสเงินสดจากการดำเนินงานยังมีข้อมูลอื่นอีกที่มีความเป็นไปได้ว่าจะสามารถสะท้อนความสามารถในการทำกำไรของกิจการซึ่งสามารถรู้ถึงผลกระทบต่อการดำเนินงานในด้าน สินทรัพย์ การใช้จ่าย งบประมาณของบริษัทในปัจจุบันและในอนาคต งบกระแสเงินสดเป็นประโยชน์ในด้านธุรกิจหลักทรัพย์ในรูปแบบของการจัดเก็บข้อมูลแหล่งที่มาที่ไปของเงินในบริษัทที่ถือหุ้นเพราะงบเงินสดจะบ่งชี้ให้ทราบถึงแหล่งที่ได้มาและแหล่งที่ใช้ไปของเงินสด และงบกำไรขาดทุน จะสะท้อนผลกำไรหรือผลขาดทุนของระยะเวลานั้นๆ ซึ่งความสามารถในการทำกำไรจะสามารถหาข้อมูลได้จากงบกำไรขาดทุนที่มีการแสดงรายการ รายได้ค่าใช้จ่าย และกำไรของกิจการทำให้ผู้ใช้ข้อมูลจากงบการเงินมีทางเลือกมากขึ้นในการคาดการณ์ความสามารถในการทำกำไรในอนาคตให้ตอบโต้ทางด้านการธุรกิจกับนักลงทุนที่จะส่งผลในการบริหารจัดการกำไรของบริษัทให้มีความโปร่งใสตรวจสอบได้อย่างมีประสิทธิภาพและถูกต้อง (วิษุตา วิบูลย์นากุล, 2557 และ ภูมิ วิชญสกุลวงศ์, 2562) ดังนั้นในการเลือกใช้นโยบายทางบัญชีหากฝ่ายบริหารเลือกใช้นโยบายทางการบัญชีและประมาณการที่ไม่เหมาะสมจะส่งผลต่อกำไรที่แสดงในงบกำไรขาดทุน

การศึกษาข้อมูลในครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์และความสามารถในการทำกำไร ซึ่งประกอบด้วย อัตราส่วนมูลค่าของหุ้นบัญชีต่อยอดขาย อัตราส่วนมูลค่าบัญชีต่อกำไรสุทธิ จากการศึกษาความสัมพันธ์ของกระแสเงินสดที่มีผลต่อผลตอบแทนจากการดำเนินงานและมูลค่าหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้หลักทฤษฎีความสามารถในการทำกำไรในอนาคต ผลตอบแทนจากการดำเนินงาน มูลค่าหุ้น โดยได้เลือกกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างมาวิเคราะห์ทางธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์เพราะเป็นกลุ่มที่น่าสนใจและจำเป็นต้องธุรกิจในการลงทุน ที่อยู่อาศัยและสามารถขยายกิจการให้เติบโตได้อย่างรวดเร็วทั้งนี้จึงมองเห็นประโยชน์ที่จะดำเนินธุรกิจกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างสู่กำไรและผลตอบแทนที่ดีในอนาคต ซึ่งในปัจจุบันมีหลายบริษัทประสบปัญหาสภาพคล่องทั้งที่ผลการดำเนินงานในงบกำไรขาดทุน จึงเป็นข้อมูลเชิงปริมาณในการวิเคราะห์ปัจจัยหลักตัวแปรที่สำคัญในการลงทุน ตัวเลขดังกล่าวเป็นปัจจัยหลักสำคัญที่นักลงทุนในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ คือผลตอบแทนจากการดำเนินงาน มูลค่าหุ้น ผลกระทบเชิงบวกในรูปแบบพฤติกรรมของบริษัท การดำเนินกลยุทธ์อาจมีการเปลี่ยนแปลงจากการดำเนินงาน ระเบียบนโยบายจะช่วยให้มองเห็นความรู้เกี่ยวกับศักยภาพของข้อมูลทางบัญชีโดยเฉพาะผลกระทบของกำไร กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน สินทรัพย์สุทธิ หนี้สินสุทธิ และส่วนของผู้ถือหุ้นสุทธิ กำไรสุทธิ กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ มีผู้วิจัยที่ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของกระแสเงินสดโดยส่งผลกระทบต่อตัวแปรตามผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ในส่วนของการกิจการผู้ถือหุ้นขึ้นอยู่กับปัญหาที่บริษัทพบเจอเมื่อไปทำการวิเคราะห์ จึงทำให้นักลงทุนเลือกใช้ข้อมูลกระแสเงินสดในการดำเนินงานทำให้ข้อมูลมีความโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ จึงสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนในบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ (นิศาชล คำสิงห์, 2560) ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาความสัมพันธ์ของกระแสเงินสดทั้ง 3 กิจกรรมที่มีต่อผลตอบแทนจากการดำเนินงานและมูลค่าหุ้นของอสังหาริมทรัพย์

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานกับผลตอบแทนจากการดำเนินงานและมูลค่าหุ้น ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง
- 1.2.2 เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนกับผลตอบแทนจากการดำเนินงานและมูลค่าหุ้น ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง
- 1.2.3 เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินกับผลตอบแทนจากการดำเนินงานและมูลค่าหุ้น ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

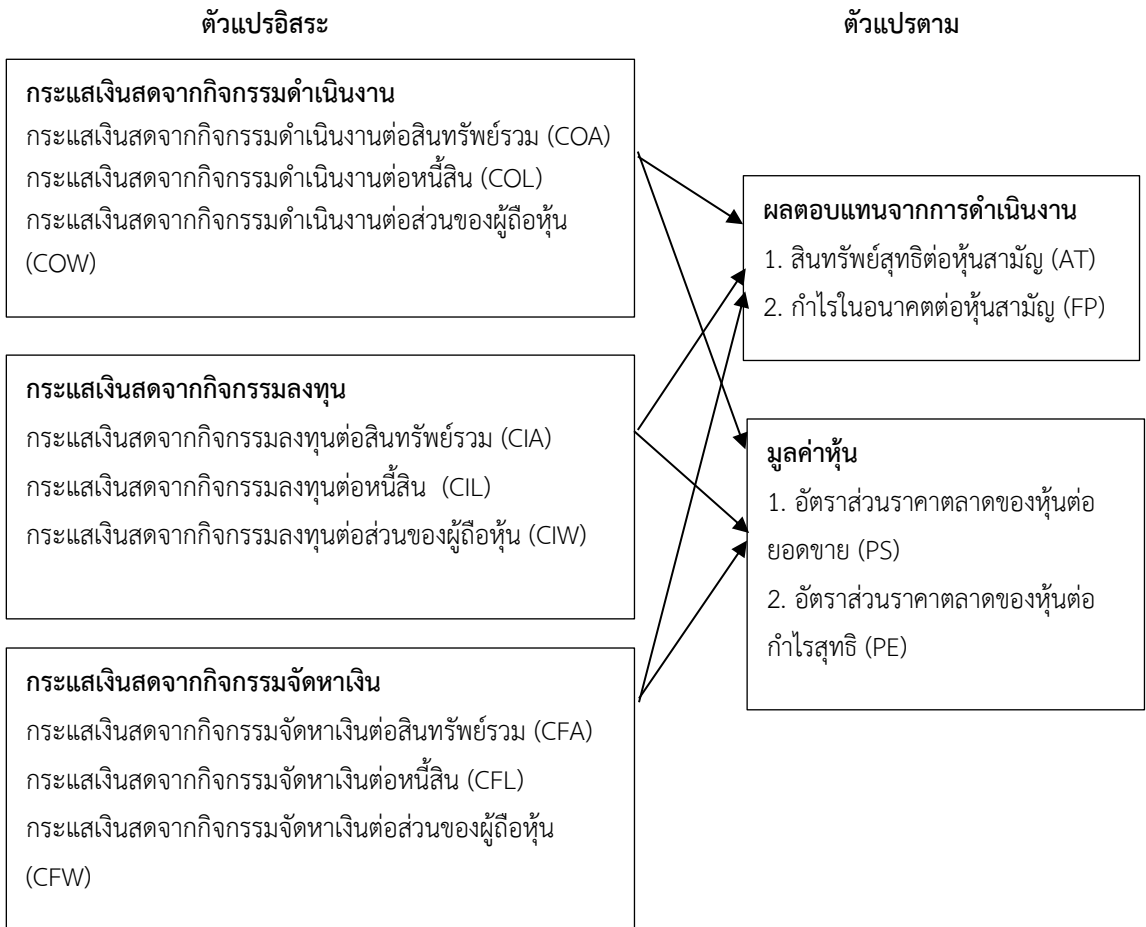
1.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 167 บริษัท ผู้ทำวิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเงื่อนไข คือ ไม่รวมบริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วนตามเกณฑ์ ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นจำนวน 76 บริษัท ในระหว่างปี พ.ศ. 2562 – 2564 เป็นระยะเวลา 3 ปี โดยกลุ่มอสังหาริมทรัพย์เป็นกลุ่มที่น่าสนใจด้านธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์มากที่สุดในการวิเคราะห์การทำกำไร ผลตอบแทนมูลค่าหุ้นรวมทั้งกระแสเงินสดที่สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วกว่ากลุ่มอื่น ๆ เนื่องจากนักธุรกิจให้ความสนใจและสร้างยอดขายให้เติบโตได้อย่างรวดเร็ว

1.3.2 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้อมูลที่นำมาจากฐานข้อมูล SET SMART ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งศึกษาบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ระหว่างปี พ.ศ. 2562-2564 รวมจำนวน 3 ปี จำนวน 76 บริษัท โดยศึกษาบริษัทที่มีรอบระยะเวลาบัญชี 12 เดือน และมีรอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคมของแต่ละปี เพื่อความสม่ำเสมอและใช้ในการเปรียบเทียบข้อมูลกันได้

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย
ที่มา : ศรีนยา ยังประเสริฐ, 2566

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 ทฤษฎีกลุ่มหลักทรัพย์ (Harry Markowitz) โดยทฤษฎีกลุ่มหลักทรัพย์ของ Markowitz มีใจความว่า “เมื่อผู้ลงทุนตัดสินใจจะลงทุนในกลุ่มหลักทรัพย์ผู้ลงทุนย่อมสนใจที่จะได้รับผลตอบแทนที่ตนจะได้รับจากการลงทุนในกลุ่มหลักทรัพย์นั้น แต่ผลตอบแทนนั้นจะเกิดขึ้นในอนาคต โดยผู้ลงทุนทราบดีว่าผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจริงในอนาคตมีความแตกต่างจากผลตอบแทนที่คาดหวังนั้นได้ Hand (2009) โดยให้แนวคิดว่าการศึกษาทางการเงินกระแสเงินสดนั้นมีความจำเป็นอย่างมากต่อกลุ่มบริษัท นักลงทุน ผู้ถือหุ้น และยุคเศรษฐกิจสมัยนี้ที่ต้องใช้บุคคลที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการจัดทำงานอย่างมีประสิทธิภาพที่สามารถนำเทคนิคข้อมูลให้เกิดประโยชน์เป็นองค์ประกอบในการอ้างอิงการทำงานของบริษัทที่สามารถนำไปปฏิบัติให้ตอบโต้กับการประเมินมูลค่าทางหลักทรัพย์ที่เหมาะสมกับการลงทุน

Harry Markowitz (1952) เสนอความคิดในการลงทุนเป็นกลุ่มหลักทรัพย์ในเกณฑ์ที่ช่วยให้การลงทุนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในด้านความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยง เนื่องจากการลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันย่อมถูกผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจในระยะเวลาเดียวกันเหมือน ๆ กันและกลุ่มหลักทรัพย์นั้นจะเป็นกลุ่มหลักทรัพย์ประสิทธิภาพได้ต้องมีผลตอบแทนสูงกว่ากลุ่มหลักทรัพย์อื่น ๆ ณ ระดับความเสี่ยงเดียวกันหรือมีระดับความเสี่ยงต่ำกว่า ณ ระดับผลตอบแทนที่เท่ากัน Rosikah (2016) ขององค์กร ในประเทศอินโดนีเซีย พบว่า

ผลตอบแทนจากสินทรัพย์กับมูลค่าของบริษัท มีผลกระทบในเชิงบวกในทิศทางเดียวกัน ส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์และผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นกับมูลค่าที่มั่นคงและกำไรต่อหุ้นมีผลกระทบเชิงบวกเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประกอบของกำไรในการพยากรณ์กระแสเงินสด

ช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันพบว่ามีการวิจัยที่สนใจศึกษาวิเคราะห์คุณภาพของกำไรกับผลตอบแทนของตลาดตามมูลค่าที่แท้จริงของหลักทรัพย์อย่างละเอียดถี่ถ้วนเข้ามาประกอบการคิดลดกำไรในการประเมินมูลค่าของหลักทรัพย์การเลือกใช้นโยบายบัญชีที่หละหลวมแล้วเท่านั้นในการประเมินมูลค่าหลักทรัพย์บ่งชี้ว่ากำไรที่มีคุณภาพคือการรับรู้รายได้ที่ยึดหลักความระมัดระวัง Black (1998) ได้ศึกษาประโยชน์ส่วนเพิ่มของกระแสเงินสดทั้งสามกิจกรรมกับมูลค่าขององค์กรตามแต่ละวัฏจักรของธุรกิจ พบว่ากระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนมีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์น้อยที่สุด นิสาชล คำสิงห์ (2560) ซึ่งได้ผลเดียวกันกับ ธนพรธม ปัญญาเฟื่อง (2558) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับผลตอบแทนหลักทรัพย์จากกลุ่มตัวอย่างบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2555-2557 อย่างไรก็ตามจากผลการศึกษาของ Zarowin & Livnat (1990) ที่ทดสอบความสัมพันธ์ของกระแสเงินสดทั้งสามกับผลตอบแทนหลักทรัพย์ และ Utomo & Pamungkas (2018) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดจากกิจกรรมทั้งสามกับการเปลี่ยนแปลงราคาของหลักทรัพย์พบว่ากระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนไม่มีความสัมพันธ์และไม่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับราคาหุ้น

มูลค่าหุ้นใช้หลักทฤษฎีแรกโดยการคำนวณราคาหุ้นโดยที่นำกระแสเงินสดจากการดำเนินงานของกิจการมาคิดลด ขณะที่การประเมินมูลค่าหุ้นด้วยทฤษฎีที่สองนั้นคือการเปรียบเทียบอัตราส่วนหุ้นสามัญของกิจการของราคาหุ้นกับตัวแปรที่แสดงความสามารถในการดำเนินกิจการที่เป็นอยู่ในตลาด การประเมินมูลค่าหุ้นจะใช้ด้วยหลายวิธีเช่นกัน ได้แก่ อัตราส่วนราคาต่อยอดขาย (The price to sales ratio: P/S Ratio) อัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น (Market price to book value per share: P/BV Ratio) รวมถึงอัตราส่วนราคาขายและอัตราส่วนมูลค่าทางบัญชี เป็นต้น ดังนั้นการประเมินมูลค่าหุ้นสามัญด้วยกระแสเงินสดจะขึ้นอยู่กับตัวแปร 2 ประเภทด้วยกัน คือ การประมาณการกระแสเงินสดที่จะเกิดขึ้นในปัจจุบันและอนาคตในการทำกำไรราคาตลาดของหุ้น (Market price) วีระวรรณ ศิริพงษ์, กมลรัตน์ สฤณีพิรพันธุ์ และ มัทนชัย สุทธิพันธุ์ (2561) นักวิเคราะห์หลักทรัพย์ได้มีการคาดการณ์ว่าบริษัทมีแนวโน้มที่ผลการดำเนินงานจะเป็นไปได้ด้วยดี และสร้างกำไรสุทธิให้แก่บริษัทได้สูง ส่งผลให้เกิดอัตราผลตอบแทนที่ผู้ถือหุ้นต้องการ ราคาหุ้นของบริษัทนี้ก็มีแนวโน้มที่จะสูง แต่ถ้าต้องการขายหุ้นมีมากกว่าการซื้อหุ้นโดยการหามูลค่าปัจจุบัน (Present value) ของกระแสเงินสดที่จะเกิดขึ้นในอนาคต Zarowin & Livnat (1990) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนเพิ่มในองค์ประกอบของกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนและกระแสเงินสดจากกิจกรรมการประเมินมูลค่าหุ้น Fama (1970) ซึ่งได้ให้แนวคิดที่ว่า ตลาดหลักทรัพย์เป็นปัจจัยหลักสำคัญในการประเมินมูลค่าทางกำไรในอนาคตหน่วยลงทุนของหลักทรัพย์ที่ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ทางการเงินของกระแสเงินสดเป็นตัวบอกถึงคุณภาพหลักทรัพย์ในราคาตลาดหุ้นของนักลงทุนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันและยังป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตโดยการใช้ประโยชน์ทางการเงิน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 167 บริษัท ผู้ทำวิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเงื่อนไข คือ ไม่รวมบริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วนตามเกณฑ์ ซึ่งจะได้ออกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นจำนวน 76 บริษัท ในระหว่างปี พ.ศ. 2562 – 2564 เป็นระยะเวลา 3 ปี

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ทำวิจัยได้ศึกษารวบรวมข้อมูลจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้ทำการเก็บข้อมูลในส่วนของตัวแปรอิสระ (Independent Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) โดยเก็บและรวบรวมข้อมูลจาก SETSMART ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ในระหว่างปี พ.ศ. 2562 – 2564 เป็นระยะเวลา 3 ปี จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 76 บริษัท ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 228 ข้อมูล โดยรวบรวมข้อมูลเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย www.set.or.th จากฐานระบบข้อมูล SETSMART ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) เก็บข้อมูลบัญชี ตั้งแต่ปี 2562 - 2564 ดังนี้

1. กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานที่แสดงในงบกระแสเงินสดจะใช้ กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานหารด้วยสินทรัพย์รวม หนี้สินรวม ส่วนของผู้ถือหุ้น

2. กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนที่แสดงในงบกระแสเงินสดจะใช้ กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนหารด้วยสินทรัพย์รวม หนี้สินรวม ส่วนของผู้ถือหุ้น

3. กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินที่แสดงในงบกระแสเงินสดจะใช้ กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินหารด้วยสินทรัพย์รวม หนี้สินรวม ส่วนของผู้ถือหุ้น

ตัวแปรตาม คือ ผลตอบแทนจากการดำเนินงานซึ่งวัดค่าโดยใช้สินทรัพย์สุทธิต่อหุ้นสามัญ (AT) กำไรในอนาคต่อหุ้นสามัญ (FP) มูลค่าหุ้น ซึ่งวัดค่าจากการใช้ Price Multiple ของมูลค่าหุ้นสามัญ โดยใช้อัตราส่วนราคาตลาดของหุ้นต่อกำไรสุทธิ (P/E Ratio) อัตราส่วนราคาตลาดของหุ้นต่อยอดขาย (P/S Ratio) ซึ่งเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ใช้ในการประเมินผลและสามารถสะท้อนถึงผลการดำเนินงาน

1. อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Asset or ROA) แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์รวมทั้งกิจการมีอยู่ว่าก่อให้เกิดผลตอบแทนในรูปแบบของกำไรให้กับธุรกิจมากหรือน้อยอย่างไรบางครั้งเรียกอัตราส่วนนี้ว่า อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment หรือ ROI) แทนค่าตัวแปรด้วย ROA วัดค่าได้จากสูตรคำนวณ

2. อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น อัตราส่วนทางการเงินที่ใช้วัดความสามารถในการสร้างผลตอบแทนจากเงินทุนที่ผู้ถือหุ้นนำมาลงทุนแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการทำกำไรของกิจการ อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นที่สูง หมายความว่ากิจการสามารถใช้เงินลงทุนจากผู้ถือหุ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพก่อให้เกิดกำไร (สินี ภาคย์อุพาร, 2558) ซึ่งสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นจะแทนตัวแปรด้วย ROE วัดค่าโดย อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น

4. สรุปผลการวิจัย

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

Descriptive Statistics				
ตัวแปร	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
COA	-361.10	15.28	-1.44	23.94
COL	-0.35	17.70	-0.35	6.38
COW	-9.47	20.24	0.17	1.63
CIA	-0.68	18.10	0.05	1.20
CIL	-11.86	14.16	-0.05	1.31
CIW	-1.01	0.94	-0.05	0.18
CFA	-17.84	1.52	-0.09	1.18
CFL	-24.83	9.48	-21.37	2.13
CFW	-2.07	1.00	-0.02	0.26
AT	-0.12	124.84	11.40	16.82
FP	-0.81	4.90	0.12	0.42
PS	0.11	384.96	13.02	45.07
PE	-4.80	1680.00	29.42	116.15

ที่มา: ศรีนยา ยังประเสริฐ, 2566

สรุปได้ว่า กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อสินทรัพย์รวม มีค่าต่ำสุดที่ -361.10 มีค่าสูงสุดที่ 15.28 กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อหนี้สินรวม มีค่าต่ำสุดที่ -89.73 ค่าสูงสุดที่ 17.70 กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีค่าต่ำสุดที่ -9.47 ค่าสูงสุดที่ 20.24 กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนต่อสินทรัพย์รวม มีค่าต่ำสุดที่ -0.68 มีค่าสูงสุดที่ 18.10 กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนต่อหนี้สินรวม มีค่าต่ำสุดที่ -11.86 ค่าสูงสุดที่ 14.16 กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีค่าต่ำสุดที่ -1.01 ค่าสูงสุดที่ 0.94 กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินต่อสินทรัพย์รวม มีค่าต่ำสุดที่ -17.84 ค่าสูงสุดที่ 1.52 กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินต่อหนี้สินรวม มีค่าต่ำสุดที่ -24.83 ค่าสูงสุดที่ 9.48 กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีค่าต่ำสุดที่ -2.07 ค่าสูงสุดที่ 1.00 สินทรัพย์สุทธิต่อหุ้นสามัญ มีค่าต่ำสุดที่ -0.12 ค่าสูงสุดที่ 124.84 กำไรในอนาคตต่อหุ้นสามัญ มีค่าต่ำสุดที่ -0.81 ค่าสูงสุดที่ 4.90 อัตราส่วนราคาตลาดของหุ้นต่อยอดขาย มีค่าต่ำสุดที่ -0.11 ค่าสูงสุดที่ 384.96 อัตราส่วนราคาตลาดของหุ้นต่อกำไรสุทธิ มีค่าต่ำสุดที่ -4.80 ค่าสูงสุดที่ 1680.00

2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระเป็น การดูทิศทางผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว โดยมี Correlation Coefficient (r) หรือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ที่ยอมรับได้จะมีค่าไม่น้อยกว่า -0.8 หรือไม่น้อยกว่า 0.8 ซึ่งค่า (r) มีระดับของความสัมพันธ์ ดังนี้

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมด ประกอบด้วย กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน เพื่อหาขนาดของความสัมพันธ์เฉพาะตัวแปรอิสระเท่านั้น ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่ามากกว่า 0.8 หรือน้อยกว่า -0.8 ถือว่าตัวแปรอิสระคู่หนึ่งมีความสัมพันธ์กันมาก เรียกว่าเกิดความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยตนเอง และจากตารางที่ 4 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปร โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันน้อยกว่า 0.80 ($r < 0.80$) โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.176 – 0.179 แสดงว่า ไม่เกิดปัญหาการที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

จัดหาเงินต่อหนี้สินรวม (CFL), กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (CFW) ไม่มีอิทธิพลต่อสินทรัพย์สุทธิต่อหนี้สามัญ (AT) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 10 ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ของการวิเคราะห์ข้อมูลแบบรวม ตั้งแต่ปี 2562 – 2564 พบว่า กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินต่อสินทรัพย์รวม (CFA), กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินต่อหนี้สินรวม (CFL), กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (CFW) ไม่มีอิทธิพลต่อกำไรในอัตราก่อหนี้สามัญ (FP) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 11 ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ของการวิเคราะห์ข้อมูลแบบรวม ตั้งแต่ปี 2562 – 2564 พบว่า กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินต่อสินทรัพย์รวม (CFA) ไม่มีอิทธิพลต่ออัตราส่วนราคาตลาดของหุ้นต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่ากระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินต่อหนี้สินรวม (CFL) มีอิทธิพลเชิงลบต่ออัตราส่วนราคาตลาดของหุ้นต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ในขณะที่กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (CFW) มีอิทธิพลเชิงบวกต่ออัตราส่วนราคาตลาดของหุ้นต่อยอดขาย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 12 ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ของการวิเคราะห์ข้อมูลแบบรวม ตั้งแต่ปี 2562 – 2564 พบว่า กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินต่อสินทรัพย์รวม (CFA), กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินต่อหนี้สินรวม (CFL), กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (CFW) ไม่มีอิทธิพลต่ออัตราส่วนราคาตลาดของหุ้นต่อกำไรสุทธิยอดขาย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

5. อภิปรายผล

จากการศึกษาสามารถสรุปและอภิปรายผล ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานกับผลตอบแทนจากการดำเนินงาน และมูลค่าหุ้น ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ผลการวิจัยพบว่า กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อหนี้สินรวมมีอิทธิพลเชิงบวกต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อยอดขาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญนิภา พรหมโคตร และณรงค์นิตย์ จันทร์จรัส (2560) ศึกษากระแสเงินสด ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ และผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ พบว่า กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับผลการดำเนินงานในอัตราก่อหนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของหทัยชนก แยมชุม (2562) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET100 พบว่า กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน และกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับอัตราผลตอบแทนจากเงินปันผล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rosikah (2016) ศึกษาผลกระทบของผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น กำไรต่อหุ้น กับมูลค่าหลักทรัพย์ขององค์กร ในประเทศอินโดนีเซีย พบว่า ผลตอบแทนจากสินทรัพย์กับมูลค่าของบริษัท มีผลกระทบในเชิงบวกในทิศทางเดียวกัน ส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นกับมูลค่าที่มั่นคงและกำไรต่อหุ้นมีผลกระทบเชิงบวกเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของนิตาชล คำสิงห์ (2560) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานกับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค พบว่า อัตราส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อสินทรัพย์รวมเฉลี่ย มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับอัตรากำไรขั้นต้นและอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ แสดงให้เห็นว่ากระแสเงินสดกับรายการคงค้างเป็นข้อมูลที่สะท้อนถึงการทำกำไรในอนาคต และสะท้อนกับราคาหุ้นที่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศราวุธ สร้อยทอง (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานกับการประเมินมูลค่าหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง พบว่า อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นและกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักต้นทุนทางการเงิน ไม่พบความสัมพันธ์ต่อการประเมินมูลค่าหุ้นด้านอัตราส่วนราคาต่อกำไรสุทธิ อัตราส่วนราคาตลาดต่อ

ยอดขาย อัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าทางบัญชี และอัตราส่วนราคาตลาดต่อกระแสเงินสดอย่างมีนัยสำคัญ โดยสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีกลุ่มหลักทรัพย์ของ Harry Markowitz เสนอความคิดในการลงทุนเป็นกลุ่มหลักทรัพย์ในเกณฑ์ที่ช่วยให้การลงทุนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในด้านความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยง ระดับความเสี่ยงเดียวกันหรือมีระดับความเสี่ยงต่ำกว่า ณ ระดับผลตอบแทนที่เท่ากัน

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนกับผลตอบแทนจากการดำเนินงานและมูลค่าหุ้น ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ผลการวิจัยพบว่า กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น นั้นสินรวมมีอิทธิพลเชิงลบต่อสินทรัพย์สุทธิและอัตราส่วนราคาตลาดของหุ้นต่อยอดขาย ซึ่งเกี่ยวข้องกับงานวิจัยของ ทิพาพร ยอดดำเนิน (2562) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสด ผลตอบแทนของสินทรัพย์และผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่ม เอ็ม เอ ไอ พบว่า กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานและการประเมินมูลค่าหุ้น การลงทุนมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราส่วนของผู้ถือหุ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Marlina (2013) ศึกษาผลกระทบของกำไรสุทธิต่อหุ้น อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และขนาดของกิจการต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าทางบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ พบว่า อัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าทางบัญชี มีผลกระทบเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Black (1998) ได้ศึกษาประโยชน์ส่วนเพิ่มของกระแสเงินสดทั้งสามกิจกรรมกับมูลค่าขององค์กรตามแต่ละวัฏจักรของธุรกิจ พบว่ากระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนมีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์น้อยที่สุด จากผลการศึกษาของ Zarowin & Livnat (1990) ที่ทดสอบความสัมพันธ์ของกระแสเงินสดทั้งสามกับผลตอบแทนหลักทรัพย์ และ Utomo & Pamungkas (2018) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดจากกิจกรรมทั้งสามกับการเปลี่ยนแปลงราคาของหลักทรัพย์พบว่ากระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนไม่มีความสัมพันธ์และไม่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผลที่เกิดขึ้นได้ ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพรรณ ปัญญาเฟื่อง (2558) ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างเงินสดและผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยผลการวิจัยพบว่าผลตอบแทนของหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์เป็นลำดับรองลงมา โดยกระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในทิศทางตรงกันข้ามกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์และมีความสัมพันธ์น้อยที่สุด โดยเป็นไปตามแนวคิดของ Fama (1970) ซึ่งได้ให้แนวคิดที่ว่า ตลาดหลักทรัพย์เป็นปัจจัยหลักสำคัญในการประเมินมูลค่าทางกำไรในอนาคตหน่วยลงทุนของหลักทรัพย์ที่ใช้เครื่องมือวิเคราะห์การเงินของกระแสเงินสดเป็นตัวบ่งชี้คุณภาพหลักทรัพย์ในราคาตลาดหุ้นของนักลงทุนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันและยังป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตโดยการใช้ประโยชน์ทางการเงินที่สามารถทำการเก็งกำไร

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินกับผลตอบแทนจากการดำเนินงานและมูลค่าหุ้น ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง โดยผลการวิจัยพบว่า กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน จัดหาเงินไม่มีอิทธิพลต่อสินทรัพย์สุทธิต่อหุ้นสามัญและกำไรในอนาคตต่อหุ้นสามัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระวรรณ ศิริพงษ์ (2561) ได้ศึกษาอิทธิพลต่อกระแสเงินสดต่อความสามารถในการทำกำไรและมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด โดยศึกษาตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ วิจัย พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลในงบกระแสเงินสด ขนาดของกิจการ และประเภทสำนักงานสอบบัญชีต่อความสามารถในการทำกำไรนั้นไม่พบความสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐาปกรณ เจียรนนทพิสุทธิ์ (2563) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดและความสามารถในการทำกำไรกับการประเมินมูลค่าหุ้น กลุ่มบริษัทอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้ศึกษาพบว่า อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าทางบัญชีต่อหุ้นมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความสัมพันธ์เชิงลบต่ออัตราส่วนของยอดขายอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ 0.05 ทั้งนี้ พบว่า ตรงกับแนวคิดของผู้วิจัย Hand (2009) โดยให้แนวคิดว่าการศึกษาการเงินกระแสเงินสดนั้นมีความจำเป็นต่อกลุ่มบริษัท นักลงทุน ผู้ถือหุ้น และยุคเศรษฐกิจสมัยนี้ที่ต้องใช้

บุคคลที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการจัดทำงานอย่างมีประสิทธิภาพที่สามารถนำเทคนิคข้อมูลให้เกิดประโยชน์เป็นองค์ประกอบในการอ้างอิงการทำงานของบริษัทที่สามารถนำไปปฏิบัติให้ตอบโจทย์เกี่ยวกับการประเมินมูลค่าทางหลักทรัพย์ที่เหมาะสมกับการลงทุน

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

6.1.1 จากผลการศึกษาค้นคว้าพบว่ากระแสเงินสดการดำเนินงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาตลาดต่อ ยอดขาย และมูลค่าราคาตลาดต่อหุ้นและมีความสัมพันธ์เชิงลบในด้านกิจกรรมจัดหาเงิน และลงทุนต่อสินทรัพย์และกำไรสุทธิต่อหุ้นในส่วนของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น ทั้งนี้ยังมีบางสมมติฐานที่ไม่มีอิทธิพลต่อตัวแปรจากการที่ได้วิเคราะห์ผลทางสถิติของตัวแปรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ซึ่งอาจเกิดจากข้อมูลของบริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบบางตัวแปรที่ใช้ในการวัดค่ารวมทั้งกลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้และระยะเวลาของปีนั้นที่นำมาใช้ในการวิจัย เนื่องจากบางปีบริษัทไม่มีข้อมูลครบทุกตัวแปรข้อมูลแสดงแค่ปีเดียวบางกรณีไม่มีข้อมูลของตัวแปรตามกรอบแนวคิดของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามเพราะในช่วง ปี 2562-2564 อยู่ในช่วงวิกฤติประสบปัญหาจากโควิดที่ส่งผลกระทบต่อบ้างในหลาย ๆ ด้านทางเศรษฐกิจ เช่น กำไร ยอดขาย สินทรัพย์ ที่เป็นผลต่อข้อมูลของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ไม่เพียงพอ ซึ่งทั้งนี้หากต้องการให้ผลจากการสมมติฐานไม่มีอิทธิพลน้อยที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยต้องเพิ่มระยะเวลาที่ใช้ศึกษาเป็นเวลา 5 ปี และเปลี่ยนตัวแปรที่ใช้ในการวัดค่าความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ครบถ้วนและผลเป็นไปในการสมมติฐานที่มีอิทธิพลครบทุกตัวแปร ครั้งนี้อาจทำให้เกิดผลการวิจัยไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ทั้งหมดตามที่ผู้ศึกษาได้ระบุไว้ ดังที่กล่าวมาเบื้องต้น

6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

6.2.1 ผู้ที่สนใจนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการลงทุนกับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง และเพื่อการบริหารจัดการกระแสเงินสดจากกิจกรรมผลตอบแทนจากการดำเนินงานและมูลค่าหุ้น ควรพิจารณาปัจจัยอื่น ประกอบด้วย เช่น ราคาตลาด มูลค่าหุ้นในหลักทรัพย์ ปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ ภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรม หรือนโยบายทางเศรษฐกิจอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมครบถ้วน แม่นยำ และเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจเพื่อได้ประโยชน์มากยิ่งขึ้น

6.2.2 ผู้ใช้ข้อมูลด้านการเงิน ควรนำผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติของกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน ซึ่งสามารถใช้วัดได้ว่ามีความสัมพันธ์ต่อผลตอบแทนจากการดำเนินงานและมูลค่าหุ้น เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุนเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจอย่างสูงสุด

6.2.3 ผู้บริหาร ควรนำผลการวิจัยมาใช้ในการกำหนดนโยบายการบริหารงานจัดการรวมทั้งการวางแผนธุรกิจ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันอย่างเหมาะสมและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้สำเร็จ เพื่อใช้ในการตัดสินใจวางแผนการบริหารธุรกิจเพื่อเป็นประโยชน์และประสิทธิภาพสูงสุด

6.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

6.3.1 การวิจัยครั้งนี้มีองค์ประกอบของกระแสเงินสด ความสามารถในการทำกำไร และการประเมินมูลค่าหุ้น โดยยังไม่ได้พิจารณาองค์ประกอบอื่นของงบการเงิน เช่น งบการเงินด้านสินทรัพย์ หนี้สิน และทุน ในงบแสดงฐานะการเงิน รายได้และค่าใช้จ่าย หมายเหตุประกอบงบการเงิน และ รายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เป็นต้น ดังนั้น

ในงานวิจัยต่อไปควรนำองค์ประกอบเหล่านี้มาร่วม วิจัย เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมองค์ประกอบของรายงานทางการเงินมากขึ้น

6.3.2 การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับบริษัทหลักทรัพย์กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างที่ได้ทำการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งนำมาใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้การศึกษาในครั้งต่อไป ควรพิจารณา กลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เพื่อให้ทราบว่าสมมติฐานที่กำหนดขึ้นนี้สามารถใช้ได้กับกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมอื่นๆ ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดและได้ประสิทธิผลและได้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ที่น่าสนใจและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

7. กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิตาภรณ์ สินจรูญศักดิ์ คณบดีคณะบัญชี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบุญ สาระพัด ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ และดร.มัทธิดา กรงเด็น ผู้เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ผู้ซึ่งให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะแนวคิด จนกระทั่งการแก้ไขและปรับปรุง ข้อบกพร่องต่าง ๆ ทางด้านวิชาการมาโดยตลอด รวมถึงคณะกรรมการสอบงานวิจัย ตลอดจนเจ้าของ ผลงานวิจัย งานวิทยานิพนธ์และเอกสารวิชาการทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศทุกท่านที่ผู้วิจัยได้ นำมาประกอบการศึกษาค้นคว้าและนำมาอ้างอิงปรับใช้เป็นแนวทางในการวิจัยในครั้งนี้ จนการค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้

8. เอกสารอ้างอิง

- ฐาปนกรณ เจียรนนทพิสุทธิ์. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดและความสามารถในการทำกำไรกับการประเมินมูลค่าหุ้นของบริษัทกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ทิพาพร ยอดดำเนิน. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดผลตอบแทนของสินทรัพย์และผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่ม เอ็ม เอ ไอ กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค. การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ธนพรธม ปัญญาเฟื่อง. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดและผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิตาชล คำสิงห์. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานกับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค. การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- เพ็ญนิภา พรหมโคตร และ นงคินิตย์ จันทร์จรัส. (2560). กระแสเงินสดผลตอบแทนของหลักทรัพย์และผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 1(3), 35-50.
- ภูมิ วิชญสกุลวงศ์. (2562). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนกระแสเงินสดและการจัดหาเงินทุนโดยการกู้ยืมกับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต: บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หมวดอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม. การค้นคว้าอิสระการบัญชีและการบริหารการเงิน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- วิชชุดา วิบูลย์ธนากุล. (2557). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนกระแสเงินสดกับความสามารถในการทำกำไร: บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หมวดสินค้าอุปโภคบริโภคของใช้ในครัวเรือน และสำนักงานและหมวดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. การค้นคว้าอิสระคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วีระวรรณ ศิริพงษ์, กมลรัตน์ สฤทธิพิรพันธุ์ และมัทนชัย สุทธิพันธุ์. (2561). อิทธิพลของกระแสเงินสดต่อความสามารถในการทำกำไรและมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด กรณีศึกษาตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI). วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 5(2), 111-20.
- ศราวุธ สร้อยทอง. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานกับการประเมินมูลค่าหุ้นของบริษัทกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- หทัยชนก แยมชุม. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET 100. การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- Black, E. L. (1998). Life-Cycle Impacts on the Incremental Value-Relevance of Earnings and Cash Flow Measures. *Journal of Financial Statement Analysis*, 4(1), 40.
- Fama, E. (1970) Efficient Capital Market: A Review of Theory and Empirical Work. *Journal of Finance*, 25, 382-417. from <https://doi.org/10.2307/2325486>
- Harry Markowitz. (1952). Portfolio Selection. *The Journal of Finance*, 7(1), 77- 91.
- Hand, D.J. (2009). Measuring classifier performance: a coherent alternative to the area under the ROC curve. *Mach Learn*, 77, 103–123. from <https://board.thaivi.org/viewtopic.php?t=40350>
- Livnat, J. and Zarowin, P. (1990). The Incremental Information Content of Cash-Flow Components. *Journal of Accounting and Economics*, 13, 25-46.
- Marlina, T. (2013). Pengaruh Earning Per Share, Return On Equity, Debt To Equity Ratio dan Size Terhadap Price To Book Value. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 1(1), 59-72.
- Rosikah. (2016). Effects of Return on Asset, Return on Equity, Earning Per Share on Corporate Value. *The International Journal of Engineering and Science (IJES)*, 7(3), 6-14.
- Utomo and Pamungkas. (2018). Cash flow activities and stock returns in manufacturing of Indonesia: A moderating role of earning management. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 22(6), 1-10.

การลดต้นทุนสินค้าคงคลังของร้านกาแฟ Full Service ประเภท Chain Store Reducing the Inventory Cost of Full-Service Chain Store Coffee Shops

สุภาวดี สายสนธิ (Suphawadee Saisanit)¹

เฉลียว บุตรวงษ์ (Chalieo Butvong)²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการลดต้นทุนสินค้าคงคลังของวัตถุดิบที่ใช้ผลิตเครื่องดื่มของร้านกาแฟ Full Service ประเภท Chain Store และ 2) เสนอแนวทางการปรับปรุงการลดต้นทุนสินค้าคงคลังเพื่อปรับปรุงนโยบายการบริหารสินค้าคงคลัง สำหรับแก้ปัญหาต้นทุนการจัดการสินค้าคงคลังสูง ที่จัดเก็บไม่เพียงพอ และวัตถุดิบไม่เพียงพอต่อความต้องการผลิตเครื่องดื่ม ใช้รูปแบบการวิจัยแบบเชิงวิเคราะห์แก้ปัญหาเพื่อหาสาเหตุของปัญหาปริมาณวัตถุดิบคงคลังไม่สัมพันธ์กับความต้องการใช้ โดยเลือกวัตถุดิบหลักจำนวน 5 รายการ มาทำการวิเคราะห์แก้ไขเป็นอันดับแรกตามความต้องการเร่งด่วน และเนื่องจากเป็นวัตถุดิบที่มีปัญหามากที่สุด จากวัตถุดิบที่ใช้ผลิตเครื่องดื่มทั้งหมด 50 รายการ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ ABC classification analysis ตามหลักการแบ่งกลุ่ม หลังจากนั้นจึงใช้โปรแกรม Minitab (education version) เพื่อทำการพยากรณ์ และ Microsoft Excel ในการวิเคราะห์ข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ข้อมูลยอดการใช้ของวัตถุดิบผลิตเครื่องดื่มของร้านกาแฟ Full Service ประเภท Chain Store ตั้งแต่เดือน มกราคม 2563 - ธันวาคม 2565 และการหาจุดสั่งซื้อใหม่

ผลการวิจัยพบว่า การลดต้นทุนสินค้าคงคลังของร้านกาแฟ Full Service ประเภท Chain Store โดยการใช้นโยบายใหม่ คือ เมื่อถึงจุดสั่งซื้อใหม่ (Reorder point: ROP) ให้สั่งซื้อเพื่อเติมเต็มจนถึงระดับที่เหมาะสมจะช่วยประหยัดต้นทุนรวมวัตถุดิบคงคลังลง 31,963.65 บาท/ปี คิดเป็นร้อยละ 41.58 สำหรับวัตถุดิบประเภท A ทุกรายการ เมื่อเทียบกับนโยบายการจัดการสินค้าคงคลังแบบเก่า โดยสามารถที่จะขยายผลเพื่อครอบคลุมสินค้าประเภทอื่น และสามารถนำจุดสั่งซื้อและปริมาณสั่งซื้อที่เหมาะสมที่เป็นผลลัพธ์จากงานวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นสำหรับการปรับปรุงนโยบายการจัดการสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การพยากรณ์ ลดต้นทุน จุดสั่งซื้อซ้ำ การจัดกลุ่มด้วยระบบเอบีซี

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the reduction of inventory costs of raw materials used in the production of beverages of full-service coffee chain stores and 2) to propose improvements in inventory cost reduction in order to improve the inventory management policy to solve the problem of high inventory management costs, insufficient storage, and insufficient raw materials to meet the demand for beverage production. Analytical research was used to solve the problem to find the cause of the problem of raw material inventory not correlated with the demand

¹ สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
E-mail: suphawadee_sa@rmutto.ac.th

² สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
E-mail: chalieo_bu@rmutto.ac.th

by selecting 5 main raw materials to be analyzed as the first priority according to urgent needs. It is also the most problematic raw material out of all 50 raw materials used in the production of beverages. Data were analyzed using the ABC classification analysis technique according to the grouping principle. After that, Minitab (education version) was used for forecasting and Microsoft Excel for data analysis. The data was collected by using data on the total consumption of raw materials to produce beverages at full-service coffee shops in the category of chain stores from January 2020 - December 2022 and finding new purchase points.

The research found that reducing inventory costs of full-service coffee chain stores by using a new policy, that is, at the point of reordering (Reorder point: ROP), ordering to replenish to an appropriate level will help save. The total cost of raw materials inventory decreased by 31,963.65 baht/year, representing 41.58% for all type A raw materials compared to the old inventory management policy, which can be extended to cover other types of products. The optimum ordering point and order quantity resulting from this research can be used as a guideline for improving inventory management efficiency.

Keywords: Forecast, Cost Reduction, Reorder Point, ABC Classification Analysis

วันที่รับบทความ : 25 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 25 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 25 สิงหาคม 2566

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การบริหารสินค้าคงคลังเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความมั่นคงและความเสถียรในธุรกิจ การวางแผนสต็อกสินค้า การจัดเก็บสินค้า และการควบคุมสต็อกสินค้าเป็นองค์ประกอบที่ช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ ดังนั้น การให้ความสำคัญและการทำความเข้าใจในการบริหารสินค้าคงคลังเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับธุรกิจใด ๆ ที่ต้องการความสำเร็จยาวนาน การบริหารจัดการสินค้าคงคลังจัดเป็นงานที่มีความยุ่งยากเนื่องจากการเก็บรักษาสินค้าคงคลังในหน่วยงานใด ๆ มักมีประเภทของสินค้าคงคลังที่หลากหลายและสินค้าแต่ละประเภทมักมีลักษณะการใช้งานที่แตกต่างกันออกไปทั้งด้านความถี่ในการเบิกใช้งาน จำนวนในการเบิกใช้งานแต่ละครั้งและมูลค่าของสินค้าที่เบิกใช้งาน (Soto, Yacout, & Angel-Bello, 2016) ปัจจุบันผู้บริหารองค์กรธุรกิจต่างเริ่มให้ความสำคัญในเรื่องการลดต้นทุนภายในองค์กรมากขึ้น โดยเฉพาะต้นทุนด้านสินค้าคงคลัง เนื่องจากสินค้าคงคลังเป็นองค์ประกอบที่ใหญ่ที่สุดของต้นทุนการผลิตและต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าคงคลัง โดยต้นทุนสินค้าคงคลังมีสัดส่วนตั้งแต่ร้อยละ 10-60 ของต้นทุนธุรกิจ แต่จะแตกต่างกันไปตามประเภทของอุตสาหกรรมหรือประเภทของธุรกิจ (กิ่งกาญจน์ ผลิยะ, 2559) ร้านกาแฟ Full Service ประเภท Chain Store ก็เช่นเดียวกันที่ประสบกับปัญหาในเรื่องต้นทุนของสินค้าคงคลัง เนื่องจากเป็นร้านกาแฟที่มีสาขาหลายแห่งทั่วประเทศ ลักษณะการบริการและหลักการทำงานคล้ายคลึงกันทุกสาขานั่นคือการให้บริการครบวงจรแก่ลูกค้า มีเมนูกาแฟและเครื่องดื่มที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นกาแฟดำเข้ม เอสเพรสโซ เครื่องดื่มปั่น เครื่องดื่มชา และอื่น ๆ อีกมากมายให้ลูกค้าได้เลือกตามความชอบ (Brand Age Online, 2566) จากการศึกษาปัญหาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหาร Chain Store Coffee และผู้จัดการร้านกาแฟจำนวน 5 ราย พบปัญหาที่สำคัญ ได้แก่ 1) ปัญหาสต็อกสินค้าเกินมาตรฐาน (Overstocking) เกิดขึ้นเมื่อสต็อกสินค้ามีจำนวนมากกว่าความต้องการจริงของตลาด สาเหตุที่เกิดปัญหานี้ ได้แก่ การวางแผนสต็อกไม่ถูกต้อง การประเมิน

ความต้องการของลูกค้าไม่แม่นยำและการจัดซื้อสินค้าเกินความจำเป็น ส่งผลต่อต้นทุนการจัดการสินค้าคงคลังสูงและที่จัดเก็บไม่เพียงพอจำเป็นที่จะต้องเช่าคลังสินค้าภายนอกทำให้มีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ปัญหาที่ตามมาอีก เช่น ปัญหาวัตถุดิบหมดอายุการใช้งานในบางช่วงเวลา ที่ยอดความต้องการสินค้าลดลง 2) ปัญหาสต็อกสินค้าไม่เพียงพอ (Understocking) เกิดขึ้นเมื่อสต็อกสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการจริงของตลาด สาเหตุสำคัญคือ การวางแผนสต็อกไม่เพียงพอหรือการประเมินความต้องการของลูกค้าที่ไม่ถูกต้อง ทำให้สูญเสียโอกาสในการขายและทำกำไร 3) ปัญหาความเสี่ยงในการบริหารสินค้าคงคลังการบริหารสินค้าคงคลังเสี่ยงต่อความสูญเสียสินค้าจากการเก็บรักษานานเกินไป การสูญหายหรือการชำรุดสินค้าจากปัญหาดังกล่าวส่งผลต่อต้นทุนรวมขององค์กรเป็นอย่างมาก หากไม่มีวิธีการบริหารจัดการที่ดีก็จะทำให้องค์กรต้องแบกรับต้นทุนที่มากเกินไปและส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคต ดังนั้นการมีกลยุทธ์ในการบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่ดีจะเป็นการยกระดับมาตรฐานในกระบวนการดำเนินงานธุรกิจเพื่อรับมือกับภาวะสงครามทางการค้าและยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนและเพิ่มการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้สูงสุด (ศศิธร ทองประไพ, 2565)

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาการลดต้นทุนสินค้าคงคลังของร้านกาแฟ Full Service ประเภท Chain Store

1.2.2 เพื่อเสนอแนวทางการปรับปรุงการลดต้นทุนสินค้าคงคลัง

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาการบริหารสินค้าคงคลัง (กิจกรรมการรับ-จัดเก็บ-จ่าย) ประเภทวัตถุดิบผลิตเครื่องดื่มของร้านกาแฟ Full Service ประเภท Chain Store จำนวน 5 แห่ง ในประเทศไทย โดยพิจารณาจากการวิเคราะห์ปริมาณเข้าสะสม และจ่ายออกสะสมย้อนหลัง 3 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2563 - ธันวาคม 2565 สำหรับวัตถุดิบที่ประสบปัญหาขาดสต็อก และการจัดเก็บมากเกินไปจนสูงที่สุด เพื่อลดต้นทุนและนำเสนอแนวทางในการจัดการปริมาณการสั่งซื้อ ปริมาณการจัดเก็บที่เหมาะสม

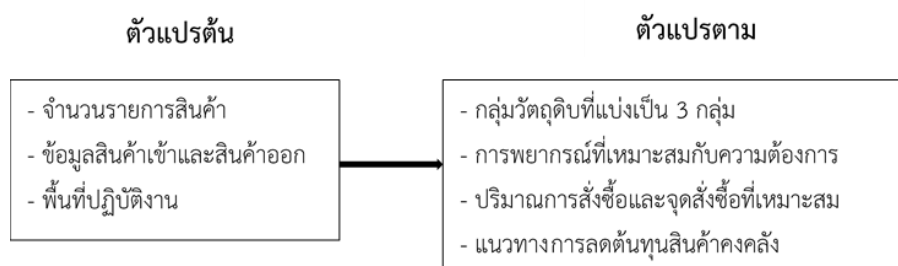
1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริหาร Chain Store Coffee และผู้ดูแลร้านกาแฟ จำนวน 5 ราย สัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับยอดการขายที่อยู่ในฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ตั้งแต่เดือน มกราคม 2563 - ธันวาคม 2565 กลุ่มตัวอย่างข้อมูล สินค้าคงคลังประเภทวัตถุดิบผลิตเครื่องดื่ม จำนวนทั้งสิ้น 50 รายการ โดยจะใช้ผลจากการแบ่งประเภท พิจารณาจากมูลค่าและปริมาณการใช้สะสมต่อปีและเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) พิจารณาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างสินค้าคงคลัง ประเภทวัตถุดิบผลิตเครื่องดื่มในกลุ่ม A จำนวน 5 รายการ เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูง และมีสินค้าคงคลังส่วนเกินปริมาณทำให้เหลือสินค้าจำนวนมากที่ยังไม่ได้ขายนำไปสู่ต้นทุนการดำเนินงานที่สูงและผลกระทบทางการเงิน

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ เดือนมกราคม 2563 - ธันวาคม 2565 จากแผนคลังสินค้าและแผนบัญชี

1.3.4 ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษาข้อมูล คือ ร้านกาแฟ Full Service ประเภท Chain Store จำนวน 5 แห่ง ในประเทศไทย

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมนำมาสู่การวิเคราะห์และสังเคราะห์ โดยผู้วิจัยได้นำไปใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยต่อไป



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

2. แนวคิดทฤษฎี

สินค้าคงคลัง หมายถึง ปริมาณสินค้าหรือบริการที่ธุรกิจมีสำรองไว้ เพื่อการใช้งานการบริหารการผลิตและการจัดจำหน่ายในอนาคต กล่าวคือ การบริหารสินค้าคงคลัง ถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในทุกธุรกิจ เนื่องจากเป็นสินทรัพย์ที่มีมูลค่าสูงและเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจเพราะจัดเป็นสินทรัพย์หมุนเวียนรายการหนึ่งซึ่งธุรกิจพึงมีไว้ เพื่อให้การจัดการผลิตหรือเพื่อที่จะทำให้การขายดำเนินไปได้อย่างราบรื่น (Leelathanapipat, & Chantuk, 2019) ซึ่งหากองค์กรใดมีการควบคุมสินค้าคงคลังที่ไม่ดีอาจส่งผลกระทบต่อความล้มเหลวของกิจการได้ ซึ่ง Sohail, & Sheikh (2018) ยืนยันว่าต้นทุนสินค้าคงคลังมีผลกระทบอย่างมากต่อความสามารถในการทำผลกำไรขององค์กร ดังนั้นการบริหารจัดการสินค้าคงคลังและการตัดสินใจที่ดีเพื่อให้มีสินค้าคงคลังในระดับที่เหมาะสม จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการช่วยลดต้นทุนรวมขององค์กรและเพิ่มสภาพคล่องทางธุรกิจ (ศศิธร ทองประไพ, 2565)

2.1 การจัดการสินค้าคงคลังด้วยนโยบาย ABC

เทคนิค ABC classification analysis เป็นการใช้มูลค่าต่อหน่วยของสินค้าเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจและจัดหมวดหมู่สินค้า เทคนิคนี้เป็นแนวคิดที่ประยุกต์จากหลักการของนักเศรษฐศาสตร์ชาวอิตาลี วิลเฟรโด พาเรโต (Vilfredo Pareto) สินค้าส่วนใหญ่แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ A B และ C โดยสินค้ากลุ่ม A เป็นสินค้าคงคลังที่มีมูลค่าในการสั่งซื้อสูงหรือหมุนเวียนสูงสุดเป็นสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวเร็วเนื่องจากเป็นที่ต้องการของลูกค้า จำนวนสินค้าโดยทั่วไปในกลุ่มนี้มีประมาณ 10-20% ของจำนวนสินค้าคงคลังทั้งหมด สินค้ากลุ่ม B เป็นสินค้าคงคลังที่มีมูลค่าในการสั่งซื้อหรือหมุนเวียนปานกลาง โดยทั่วไปจำนวนสินค้าในกลุ่มนี้มีประมาณ 30-40% ของจำนวนสินค้าคงคลังทั้งหมด ขณะที่สินค้ากลุ่ม C เป็นสินค้าคงคลังที่มีมูลค่าในการสั่งซื้อหรือหมุนเวียนต่ำที่สุด เป็นสินค้าที่มีราคาต่ำแต่มีจำนวนมากทั้งรายการ (item) และจำนวน (quantity) เพราะเป็นสินค้าที่ขายไม่ออกหรือหมดความนิยมในตลาด กลุ่มนี้มีจำนวนสินค้าประมาณ 40 - 50% ของจำนวนสินค้าคงคลังทั้งหมด (วรพล อารีย์, 2564; Eraslan, & Tansel, 2019) การกำหนดกลุ่มสินค้าคงคลังมีเป้าหมายเพื่อจัดกลุ่มดูแลสินค้า โดยสินค้าที่มีมูลค่าสูงต้องมีการจัดการและควบคุมอย่างใกล้ชิดจัดการแบ่งกลุ่มนี้ช่วยให้เกิดการบริหารงาน เวลาที่ใช้และค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม เทคนิค ABC classification analysis มีความเหมาะสมต่อสินค้าคงคลังที่มีลักษณะทางพัสดุดูที่สม่ำเสมอ (homogenous) (วรพล อารีย์, 2564) ทั้งนี้ การบริหารจัดการคลังสินค้าด้วยเทคนิค ABC classification analysis สามารถช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างชัดเจน เช่น ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ (Beheshti, Grgurich, & Gilbert, 2012; Abdul Rahim, Hassan, Nadarajah, & Radzuan, 2018) อุตสาหกรรมอาหาร (วรพล อารีย์ และคณะ, 2563) อุตสาหกรรมการผลิต (พิเชฐ พุ่มเกษร, 2558) (มนัญญ์ ภูริโกชนจันทร์, 2564) (ธัญชนก จันทรหอม, 2565) อุตสาหกรรมซื้อขายไป (Trading and Distribution) (ธีระพงษ์ ทับพร, 2561) (มนัสนันท์ เชี่ยวว่อง, 2561) (ปิยะกิจ กิตติตุลาพานนท์, 2560) อุตสาหกรรม coffee shop (วรพล อารีย์ และคณะ, 2564) อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม (ชุดิมา สีนวัฒนาเกษม และคณะ, 2556) ระบบ ABC ยังช่วยให้องค์กรตรวจสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อยอดขายและมูลค่าของสินค้าและสามารถวางแผนการจัดซื้อและการจัดสรรทรัพยากร

ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดได้เช่นกัน นอกจากการจัดการสินค้าคงคลังด้วยนโยบาย ABC แล้วการพยากรณ์อุปสงค์ก็เป็นงานหลักที่ต้องดำเนินการควบคู่กับการจัดการสินค้าคงคลัง ซึ่งมีหลายปัจจัยจากลูกค้าที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ (Ramanathan, & Muylldermans, 2010) อย่างไรก็ตาม มีผู้วิจัยหลายรายพบว่า การจัดกลุ่มสินค้าด้วยเทคนิค ABC ด้วยเกณฑ์มูลค่ายอดขายสินค้ารวมเพียงอย่างเดียวนั้นอาจไม่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน รวมถึงไม่สามารถลดต้นทุนในการบริหารจัดการสินค้าคงคลังได้ ดังนั้น จึงมีการนำเสนอการวิเคราะห์จัดกลุ่มสินค้าโดยใช้เกณฑ์การจัดกลุ่มหลายเกณฑ์พร้อมกัน (Multi-criteria ABC analysis) เพื่อให้เกณฑ์ที่สำคัญของการจัดเก็บสินค้าคงคลังและสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจไม่ถูกตัดออกไปจากการพิจารณา ส่งผลให้การจัดกลุ่มสินค้าเกิดขึ้นจากการพิจารณาถึงทุกปัจจัยอย่างรอบด้าน และมีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนกลุ่มเมื่อมีความเปลี่ยนแปลงความสำคัญของแต่ละเกณฑ์หรือแต่ละปัจจัย (ปรางวี พันธสังวาลย์, 2564)

2.2 เทคนิคการพยากรณ์ (Forecasting Techniques)

การพยากรณ์ (Forecasting) หมายถึง กระบวนการในการคาดเดาเหตุการณ์ในอนาคตหรือเหตุการณ์ที่ยังไม่เกิดขึ้น การพยากรณ์สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท การพยากรณ์ระยะสั้น การพยากรณ์ระยะปานกลาง และการพยากรณ์ระยะยาว การพยากรณ์ความต้องการยังต้องรวมไปถึงการจัดเก็บสินค้าสำรองให้เกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด การที่สั่งซื้อวัตถุดิบมาไม่เพียงพอต่อการผลิต การที่นำเข้าวัตถุดิบมาจนสิ้นเกินต่อความต้องการ และสินค้าคงคลังสำรองมีมากเกินไปทำให้ส่งผลต่อต้นทุนในสินค้าคงคลัง สินค้าเกิดหมดอายุ เสื่อมสภาพ และต้นทุนจมอยู่กับสินค้าคงคลัง (ณฐา คุปต์เชษฐี, 2558) จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า เทคนิคที่มีการนำมาใช้ส่วนใหญ่เป็นเทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณ (Quantitative Forecasting Methods) โดยวิธีวิเคราะห์อนุกรมเวลา (Time Series Analysis) ซึ่งเทคนิคการพยากรณ์แบบอนุกรมเวลาแต่ละวิธีมีความเหมาะสมกับรูปแบบของข้อมูลที่นำมาศึกษาแตกต่างกัน จึงต้องใช้ค่าความแม่นยำในการพยากรณ์เป็นตัววัดประสิทธิภาพในการพยากรณ์ (กนกกาญจน์ มูลผา, 2557) ซึ่งผลที่ได้จากการพยากรณ์ที่มีความแม่นยำสามารถนำไปใช้ในการวางแผนการผลิต รวมถึงการควบคุมปริมาณสินค้าคงคลังให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและลดต้นทุนในการบริหารจัดการคลังสินค้า

2.3 การทดสอบความเหมาะสมของรูปแบบความต้องการด้วย Peterson –Silver Rule

การทดสอบความคงที่ของข้อมูลสามารถทดสอบด้วย Peterson-Silver Rule กล่าวคือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความแปรปรวน (Variability Coefficient : VC) เป็นเครื่องมือทดสอบความแปรปรวนของข้อมูลค่า $VC < 0.25$ หมายความว่า ปริมาณความต้องการมีความคงที่ สามารถใช้รูปแบบการสั่งซื้อแบบคงที่ (Static Lot Sizing) หากค่า $VC \geq 0.25$ หมายความว่า ปริมาณความต้องการแปรปรวน ควรใช้รูปแบบการสั่งซื้อแบบพลวัต (Dynamic Lot Sizing (Bulfin & Sipper, 1998) วิธีการคำนวณ VC มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

VC แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความแปรปรวน

Dt แทน ค่าความต้องการจากการพยากรณ์ ณ ช่วงเวลา t

t แทน ช่วงเวลาในการดำเนินการศึกษาปริมาณความต้องการ โดย $t = 1, 2, 3, \dots, n$

n แทน จำนวนข้อมูลความต้องการที่ดำเนินการศึกษา ณ ช่วงเวลา t

$$VC = \frac{\text{Variance of demand per period}}{\text{Square of average demand per period}} - 1$$

$$VC = \frac{n \sum_{t=1}^n D_t^2}{(\sum_{t=1}^n D_t)^2} - 1$$

2.4 การหาปริมาณการสั่งซื้อขนาดที่ประหยัด (Economic Order Quantity: EOQ)

การหาปริมาณการสั่งซื้อที่ประหยัด หรือที่นิยมเรียกว่า “Economic Order Quantity: EOQ” เป็นหนึ่งในวิธีการที่คลาสสิกและเรียบง่ายในการจัดการสินค้าคงคลัง วิธีนี้ใช้การคำนวณหาปริมาณสั่งซื้อ ณ จุดสมดุลของต้นทุนการจัดเก็บกับต้นทุนการสั่งซื้อ ภายใต้สมมติฐานว่าอุปสงค์ของสินค้าคงที่และมีการใช้อย่างสม่ำเสมอ ส่วนอุปทานจะไม่มี

การขาดแคลน (Sigit & Nugraheni, 2014) การคำนวณหาขนาดการสั่งซื้อที่ประหยัด (EOQ) และต้นทุนรวม (TC) หาได้จากสูตร (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2556)

$$EOQ = \sqrt{\frac{(2DCo)}{Cc}}$$

$$TC_{min} = (D/Q) \times Co + (Q/2) \times Cc$$

EOQ ขนาดการสั่งซื้อต่อครั้งที่ประหยัด (Q^*)

D = ความต้องการสินค้าต่อปี (หน่วย)

Co = ต้นทุนการสั่งซื้อต่อครั้ง (บาท/ครั้ง)

Cc = ต้นทุนการเก็บรักษาต่อหน่วยต่อปี (บาท)

Q = ปริมาณการสั่งซื้อต่อครั้ง (หน่วย)

TCmin = ต้นทุนสินค้าโดยรวม (บาท)

- ต้นทุนการสั่งซื้อต่อปี = $(D/Q) \times Co$

- ต้นทุนการเก็บรักษาต่อปี = $(Q/2) \times Cc$

- จำนวนการสั่งซื้อต่อปี = D/Q^*

- รอบเวลาการสั่งซื้อ = Q^*/D

2.5 การหาจุดสั่งซื้อ (Reorder Point: ROP)

จุดสั่งซื้อใหม่ = (อัตราความต้องการ x รอบเวลา) + สต็อกเพื่อความปลอดภัย (ธีระพงษ์ ทับพร, 2561)

$$R = (\bar{d} \times L) + z\sigma_d\sqrt{L}$$

โดยที่ d = อัตราความต้องการสินค้าโดยเฉลี่ยต่อวัน

L = ช่วงเวลานำ (Lead Time)

σ_d = ความเบี่ยงเบนมาตรฐานของอัตราความต้องการสินค้าต่อวัน

z = จำนวนของค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่สอดคล้องกับระดับความน่าจะเป็นของการให้บริการ

โดยกำหนดให้ Service Level เท่ากับ 95% และ z เท่ากับ 1.65

2.6 การลดต้นทุนสินค้าคงคลัง

การลดต้นทุนสินค้าคงคลัง เป็นอีกหนึ่งต้นทุนอยู่ในมาตรการควบคุมของหลาย ๆ บริษัท โดยควบคุมไม่ให้เกินสัดส่วนที่กำหนด หรือพยายามลดให้ต่ำกว่าเกณฑ์เนื่องจากต้นทุนเหล่านี้จะส่งผลต่อต้นทุนรวมของสินค้า อย่างไรก็ตามมีหลายงานวิจัยพยายามศึกษาปัญหาการลดต้นทุนสินค้าคงคลังของบริษัท เช่น ต้นทุนติดตั้งและจำหน่ายสินค้าระบบดับเพลิงที่มีสินค้าค้างสต็อกมีมูลค่าสูงกว่าที่ควรจะมีสต็อก โดยพบว่าสินค้าที่ค้างสต็อกมีมูลค่าประมาณ 21,419,555 บาท (Bensoussan et al., 2016) เช่นเดียวกับ สมชาย เปรียงพรม (2564) ที่ศึกษาการหาแนวทางการลดต้นทุนการจัดการสินค้าคงคลังด้วยการหาปริมาณการสั่งที่เหมาะสม กรณีศึกษา: ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ชนิดกล่อง พบว่ามีสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ชนิดกล่อง ทั้งหมด 12 ชนิด มีปริมาณสินค้าที่สั่งซื้อมากกว่าปริมาณสินค้าที่ใช้จริงมีปริมาณสินค้าคงคลังปลายงวดจำนวนมาก ส่งผลให้ต้นทุนการจัดเก็บสินค้าสูง รวมถึงยังไม่มีกำหนดรูปแบบการสั่งซื้อที่ชัดเจน โดยได้ประยุกต์ใช้หลักการวิเคราะห์หาปริมาณการสั่งที่ประหยัด ประกอบด้วยการคำนวณหาปริมาณการสั่งที่ประหยัด การคำนวณหาระดับสินค้าคงคลังเพื่อความปลอดภัย การคำนวณหาจุดสั่งซื้อใหม่ การคำนวณต้นทุนการสั่งซื้อ ต้นทุนการจัดเก็บ และต้นทุนรวมของการจัดการสินค้าคงคลัง ผลการศึกษาพบว่า การประยุกต์ใช้หลักการวิเคราะห์หาปริมาณการสั่งที่ประหยัดสามารถลดต้นทุนการจัดการสินค้าคงคลังโดยรวมจากเดิม 23,316.62 บาทต่อปี ลดลงเหลือ 12,944.34 บาทต่อปี ลดลงรวม 10,372.28 บาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 44.48

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 รูปแบบการวิจัย

งานวิจัยนี้มีรูปแบบการวิจัยเชิงวิเคราะห์โดยวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างยอดขายกับขนาดของสินค้าและหาแนวทางในการแก้ปัญหาต้นทุนการจัดการสินค้าคงคลังสูงที่จัดเก็บไม่เพียงพอและวัตถุดิบไม่เพียงพอต่อความต้องการผลิต

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริหาร Chain Store Coffee และผู้ดูแลร้านกาแฟ จำนวน 5 ราย และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับยอดขายการขายที่อยู่ในฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ตั้งแต่เดือน มกราคม 2563 - ธันวาคม 2565 กลุ่มตัวอย่างข้อมูล คือ สินค้าคงคลังประเภทวัตถุดิบผลิตเครื่องดื่มของร้านกาแฟ Full Service ประเภท Chain Store จำนวนทั้งสิ้น 50 รายการ โดยจะใช้ผลจากการแบ่งประเภท พิจารณาจากมูลค่าและปริมาณการใช้สะสมต่อปีและเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) พิจารณาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างสินค้าคงคลัง ประเภทวัตถุดิบผลิตเครื่องดื่มในกลุ่ม A จำนวน 5 รายการเนื่องจากเป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูง อีกทั้งยังมีสินค้าคงคลังส่วนเกินปริมาณมากเพื่อบ่งเน้นการปรับปรุงจำนวนการสั่งซื้อสินค้าและจำนวนการเก็บรักษาเพื่อเป็นการลดต้นทุนรวมในงานวิจัย

3.3 เครื่องมือวิจัย

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก เกี่ยวกับลักษณะของการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพยากรณ์มาทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม Minitab (education version) เพื่อทำการพยากรณ์และใช้โปรแกรม Microsoft Excel ในการวิเคราะห์เกี่ยวกับการแบ่งประเภทสินค้า ABC และหาปริมาณสั่งซื้อและจุดสั่งซื้อที่เหมาะสม

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้ข้อมูลยอดขายการใช้วัตถุดิบผลิตเครื่องดื่มของร้านกาแฟ Full Service ประเภท Chain Store จำนวนทั้งสิ้น 50 รายการ ตั้งแต่เดือน มกราคม 2563 - ธันวาคม 2565 และข้อมูลประมาณการต้นทุนที่เกี่ยวข้องจากแผนกคลังสินค้าและแผนกบัญชี

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยนี้จะเริ่มจาก

(1) ทำการแบ่งกลุ่มวัตถุดิบผลิตเครื่องดื่มด้วยเทคนิค ABC classification analysis ออกเป็น กลุ่ม A, B และ C ตามลำดับ สำหรับขั้นตอนในการจำแนกกลุ่มสินค้าคงคลัง มีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เก็บรวบรวมข้อมูลของสินค้าคงคลัง โดยมีรายละเอียดเป็นปริมาณการใช้สินค้าคงคลังในรอบปีและราคาต่อหน่วยของสินค้าคงคลังแต่ละรายการ

ขั้นตอนที่ 2 คำนวณหามูลค่าสินค้าคงคลังแต่ละรายการที่หมุนเวียนในรอบปีนั้น โดยนำปริมาณการใช้สินค้าคงคลังในรอบปีคูณด้วยราคาต่อหน่วยของสินค้าคงคลัง

ขั้นตอนที่ 3 จัดเรียงลำดับจากข้อมูลสินค้าคงคลังแต่ละรายการตามมูลค่าสินค้าคงคลังที่คำนวณได้จาก ขั้นตอนที่ 2 จากมากไปหาน้อย

ขั้นตอนที่ 4 คำนวณหาร้อยละของปริมาณการใช้สินค้าคงคลังทั้งหมด และร้อยละของมูลค่าสินค้าคงคลังแต่ละรายการ ที่เรียงลำดับไว้ในขั้นตอนที่ 3

ขั้นตอนที่ 5 นำค่าที่ได้จากขั้นตอนที่ 4 มาพิจารณาจัดลำดับความสำคัญของรายการสินค้าออกเป็น 3 กลุ่ม คือ A, B และ C ตามหลักเกณฑ์ของ Magee & Boodman (1967)

(2) เลือกเฉพาะกลุ่ม A มาทำการพยากรณ์ยอดขายการใช้ในปี พ.ศ. 2567 เพื่อทำการวิเคราะห์เชิงลึกต่อไป เหตุผลที่เลือกเฉพาะกลุ่ม A นั้นสอดคล้องกับหลักปรัชญาการแก้ปัญหาเชิงพาเรโตที่จะทำการเลือกแก้ปัญหาเฉพาะจุดที่สำคัญจริงๆ เพื่อประหยัดทรัพยากรแต่กลับได้ผลลัพธ์ที่สูงนั่นคือแก้ไขเพียง 20% ของปัญหาที่มีผลกระทบถึง 80% จากทั้งหมด (มนัญญ์ ภูธร โภชนจันทร์, 2564)

(3) ใช้ข้อมูลประมาณต้นทุนที่เกี่ยวข้องซึ่งได้รับมาจากแผนบัญชีของบริษัทเพื่อทำการคำนวณหาจุดสั่งซื้อใหม่และปริมาณสั่งซื้อรวมถึงนโยบายสินค้าคงคลังที่เหมาะสม

4. สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

4.1 การลดต้นทุนสินค้าคงคลัง

นำเสนอการลดต้นทุนด้วยผลการวิเคราะห์นโยบาย ABC ผลการพยากรณ์ยอดการใช้วัตถุดิบและผลการวิเคราะห์จุดสั่งซื้อและปริมาณสั่งซื้อที่เหมาะสม ดังนี้

4.1.1 ผลการวิเคราะห์นโยบาย ABC

วัตถุดิบผลิตเครื่องดื่มที่เลือกมาทำการศึกษาทั้งหมด 50 รายการ เนื่องจากรหัสวัตถุดิบถือเป็นความลับจึงขอใช้รหัสสมมติที่สอดคล้องกับรหัสจริง RM-XX01 ถึง RM-XX50 เมื่อนำปริมาณการใช้ต่อปีมาคูณราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบจะได้มูลค่ารวมของการใช้แต่ละชนิด หลังจากนั้นจึงใช้วิธีการแบ่งกลุ่มด้วย ABC classification มาทำการแบ่งกลุ่มจะได้วัตถุดิบออกเป็น 3 กลุ่มได้ดังนี้ กลุ่ม A มีจำนวน 14 รายการ คิดเป็นร้อยละ 79.37 ของรายการสินค้าทั้งหมด มูลค่ารวม 74,214,662 บาท กลุ่ม B มีจำนวน 17 รายการ คิดเป็นร้อยละ 18.67 ของรายการสินค้าทั้งหมด มูลค่ารวม 17,761,184 บาท และกลุ่ม C มีจำนวน 19 รายการ คิดเป็นร้อยละ 1.96 ของรายการสินค้าทั้งหมด มูลค่ารวม 1,526,632 บาท จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทำให้ทราบว่าในอดีตนั้นองค์กรแห่งนี้นิยมนำมาแบ่งกลุ่มของสินค้าตามความสำคัญ ดังนั้น หากองค์กรนำนโยบาย ABC มาประยุกต์ใช้กับการบริหารสินค้าคงคลังในปัจจุบันจะทำให้การควบคุมสินค้าคงคลังมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น หลังจากนั้นผู้วิจัยทำการคัดเลือกวัตถุดิบ จำนวน 5 รายการในกลุ่ม A ที่มีมูลค่าสูงสุดและมีความสำคัญที่สุดนำไปวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป เรียงลำดับมูลค่าจากมากไปหาน้อย ได้แก่

- (1) RM-XX11 มูลค่าการใช้ 1,070,800 บาท
- (2) RM-XX09 มูลค่าการใช้ 922,950 บาท
- (3) RM-XX32 มูลค่าการใช้ 763,200 บาท
- (4) RM-XX24 มูลค่าการใช้ 571,152 บาท
- (5) RM-XX43 มูลค่าการใช้ 428,652 บาท

4.1.2 ผลการพยากรณ์ยอดการใช้วัตถุดิบ

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบการพยากรณ์ยอดการใช้วัตถุดิบและวัดความแม่นยำของการพยากรณ์ 7 วิธี

วัตถุดิบ	No.	วิธีการพยากรณ์	ค่า MAPE	วัตถุดิบ	No.	วิธีการพยากรณ์	ค่า MAPE
RM-XX11	1	Moving Average	17.0	RM-XX24	1	Moving Average	17.3
	2	WMA	17.0		2	WMA	17.0
	3	DMA	22.0		3	DMA	24.0
	4	ES	16.8		4	ES	16.5
	5	DES	17.6		5	DES	17.2
	6	Winter Multiplicative	20.8		6	Winter Multiplicative	20.4
	7	Winter Additive Method	21.1		7	Winter Additive Method	20.7
RM-XX09	1	Moving Average	23.0	RM-XX43	1	Moving Average	28.4
	2	WMA	24.0		2	WMA	28.0
	3	DMA	27.0		3	DMA	37.0
	4	ES	22.0		4	ES	25.7
	5	DES	23.3		5	DES	26.6
	6	Winter Multiplicative	26.4		6	Winter Multiplicative	24.1
	7	Winter Additive Method	26.4		7	Winter Additive Method	25.1

RM-XX32	1	Moving Average	23.1
	2	WMA	21.0
	3	DMA	26.0
	4	ES	20.9
	5	DES	21.8
	6	Winter Multiplicative	24.4
	7	Winter Additive Method	24.6

จากตารางที่ 1 เมื่อได้วัตถุดิบเป้าหมายที่อยู่ในกลุ่ม A แล้วจะทำการพยากรณ์ความต้องการใช้วัตถุดิบในปี 2567 โดยใช้โปรแกรม Minitab ช่วยพยากรณ์ เปรียบเทียบ 7 วิธี ได้แก่ 1) วิธีการพยากรณ์โดยวิธีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Moving Average) 2) วิธีการพยากรณ์โดยวิธีการเฉลี่ยเคลื่อนที่ซ้ำสองครั้ง (Double Moving Average Method) 3) วิธีการพยากรณ์โดยวิธีดับเบิลเอ็กซ์โพเนนเชียล (Double Exponential Smoothing Using Holt's Method) 4) วิธีการพยากรณ์โดยวิธีค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ (Simple Moving Averages) 5) วิธีการพยากรณ์โดยวิธีการปรับให้เรียบแบบแนวโน้มของฤดูกาลของโฮลต์วินเทอร์ (Holt-Winter's Method for Multiplicative Seasonal Effect) 6) วิธีการพยากรณ์โดยวิธีการปรับให้เรียบแบบฤดูกาลโฮลต์วินเทอร์ (Holt-Winter's Method for Additive Seasonal Effect) 7) วิธีการพยากรณ์โดยวิธีเอ็กซ์โพเนนเชียล (Exponential Smoothing) และวัดค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์โดยใช้เปอร์เซ็นต์ของความคลาดเคลื่อนสัมบูรณ์ (Mean Absolute Percentage Error : MAPE) ในการเปรียบเทียบโดยเลือกวิธีค่า MAPE น้อยที่สุดถือว่าการพยากรณ์มีความแม่นยำในระดับดี ผลจากการพยากรณ์ยอดการใช้วัตถุดิบกลุ่ม A จำนวน 5 รายการและวัดความแม่นยำของการพยากรณ์ โดยใช้ค่า MAPE ทั้ง 7 วิธี พบว่า วัตถุดิบ RM-XX11, RM-XX09, RM-XX32 และ RM-XX24 วิธีการพยากรณ์แบบ Exponential Smoothing มีความแม่นยำสูงที่สุด โดยค่า MAPE ต่ำที่สุดอยู่ที่ 16.8, 22, 20.9, 16.5 ตามลำดับและวัตถุดิบ RM-XX43 พบว่า วิธีการพยากรณ์แบบ Holt-Winter's Method for Multiplicative Seasonal Effects มีความแม่นยำสูงที่สุด โดยค่า MAPE ต่ำที่สุดอยู่ที่ 24.1

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความแปรปรวน (VC)

No.	วัตถุดิบ	ค่า VC
1	RM-XX11	0.026
2	RM-XX09	0.0012
3	RM-XX32	0.046
4	RM-XX24	0.035
5	RM-XX43	0.045

จากตารางที่ 2 เมื่อนำสินค้าคงคลังกลุ่ม A จำนวน 5 รายการ มาคำนวณหาความคงที่ของข้อมูลด้วย Peterson-Silver Rule ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความแปรปรวน (Variability Coefficient : VC) ของแต่ละรายการพบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวน (VC) < 0.25 ทั้ง 5 รายการ แสดงว่า รูปแบบความต้องการสินค้ามีลักษณะคงที่สม่ำเสมอ จึงมีความเหมาะสมกับการประยุกต์ใช้เทคนิค EOQ Model วิเคราะห์ปริมาณสั่งซื้อที่เหมาะสม

4.1.3 ผลการวิเคราะห์ปริมาณการสั่งซื้อและจุดสั่งซื้อที่เหมาะสม

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบปริมาณสั่งซื้อและจุดสั่งซื้อระหว่างนโยบายเดิมและนโยบายใหม่

No.	วัตถุดิบ	EOQ (ลัง)		ROP (ลัง)		รอบการสั่งซื้อ (วัน)	
		นโยบายเก่า	นโยบายใหม่	นโยบายเก่า	นโยบายใหม่	นโยบายเก่า	นโยบายใหม่
1	RM-XX11	925	731	ไม่มี	427	15	26
2	RM-XX09	699	518	ไม่มี	107	15	27
3	RM-XX32	656	503	ไม่มี	349	15	27
4	RM-XX24	681	523	ไม่มี	336	15	26
5	RM-XX43	671	519	ไม่มี	366	15	27

จากตารางที่ 3 การเปรียบเทียบปริมาณการสั่งซื้อและจุดสั่งซื้อที่เหมาะสมระหว่างนโยบายเก่าและนโยบายใหม่ของวัตถุดิบทั้ง 5 รายการ พบว่า นโยบายใหม่วัตถุดิบ RM-XX11 มีปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมอยู่ที่ 731 ลัง โดยจุดสั่งซื้อที่เหมาะสมคือ 427 ลัง และรอบการสั่งซื้ออยู่ที่ 26 วัน วัตถุดิบ RM-XX09 มีปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมอยู่ที่ 518 ลัง จุดสั่งซื้อที่เหมาะสมคือ 107 ลัง รอบการสั่งซื้ออยู่ที่ 27 วัน วัตถุดิบ RM-XX32 มีปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมอยู่ที่ 503 ลัง จุดสั่งซื้อที่เหมาะสมคือ 349 ลัง รอบการสั่งซื้ออยู่ที่ 27 วัน วัตถุดิบ RM-XX24 มีปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมอยู่ที่ 523 ลัง จุดสั่งซื้อที่เหมาะสมคือ 336 ลัง รอบการสั่งซื้ออยู่ที่ 26 วัน วัตถุดิบ RM-XX43 มีปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมอยู่ที่ 519 ลัง จุดสั่งซื้อที่เหมาะสมคือ 366 ลัง รอบการสั่งซื้ออยู่ที่ 27 วัน

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบต้นทุนรวมระหว่างนโยบายเดิมและนโยบายใหม่

No.	วัตถุดิบ	ต้นทุนรวม (บาท)		ประหยัด (บาท)	ประหยัด (%)
		นโยบายเก่า	นโยบายใหม่		
1	RM-XX11	15,320.04	9,310.09	6,009.95	39.23
2	RM-XX09	15,275.52	8,767.78	6,507.74	42.60
3	RM-XX32	15,645.95	9,064.37	6,581.58	42.07
4	RM-XX24	15,483.03	9,091.84	6,391.19	41.28
5	RM-XX43	15,158.13	8,684.94	6,473.19	42.70
	รวม	76,882.67	44,919.02	31,963.65	

จากตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบต้นทุนรวมของนโยบายเก่าและนโยบายใหม่ พบว่า ต้นทุนรวมวัตถุดิบทั้ง 5 รายการของนโยบายเก่าอยู่ที่ 76,882.67 บาท ต้นทุนรวมนโยบายใหม่อยู่ที่ 44,919.02 บาท จะเห็นว่าต้นทุนรวมลดลง 31,963.65 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.58 ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ต้นทุนรวมของนโยบายใหม่จะช่วยให้มีต้นทุนลดลงกว่าการใช้นโยบายเก่า

4.2 เสนอแนวทางการปรับปรุงการลดต้นทุนสินค้าคงคลัง และการปรับปรุงนโยบายการบริหารสินค้าคงคลัง

หลังจากทราบปัญหาหน้างานของกรณีศึกษา พบว่า การสั่งซื้อวัตถุดิบเกิดจากความเคยชินของพนักงานฝ่ายจัดซื้อ ซึ่งไม่มีองค์ความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการบริหารจัดการสินค้าคงคลังอีกทั้งยังไม่ทราบถึงค่าใช้จ่ายในแต่ละส่วนที่จะเกิดขึ้นจากการซื้อวัตถุดิบที่มากหรือน้อยเกินความจำเป็น จึงส่งผลกระทบต่อปริมาณสินค้าคงคลังและต้นทุนรวม ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้ประยุกต์ใช้วิธีการสั่งซื้อแบบใหม่เพื่อบริหารจัดการสินค้าคงคลังส่วนเกิน สามารถช่วยลดต้นทุนรวมลงได้ เมื่อเปรียบเทียบกับการใช้วิธีการสั่งซื้อแบบเก่า โดยในการสั่งซื้อควรนำ VMI (Vendor Managed Inventory) มาใช้เชื่อมการทำงานร่วมกับซัพพลายเออร์ ซึ่งระบบ VMI ผู้ขายจะมีความรับผิดชอบในการตรวจสอบระดับสต็อกสินค้าในคลังของลูกค้า และจัดเตรียมการส่งสินค้ามาให้ลูกค้าในเวลาที่เหมาะสม โดยอิงตามความต้องการของลูกค้าหรือ

ตามข้อมูลการซื้อขายระหว่างผู้ขายและลูกค้า ผู้ขายจะเก็บข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าในคลังของลูกค้า เช่น ปริมาณสต็อก ที่มีอยู่ อัตราการขาย รายการสินค้าที่ลูกค้าสั่งซื้อ และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการจัดการสินค้าคงคลัง และลดการสูญเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยนี้ ได้ค้นพบว่า การวิเคราะห์ด้วยวิธี ABC classification analysis เพื่อแบ่งประเภทจัดลำดับความสำคัญจะทำให้ทราบว่าสินค้ารายการใดเป็นสินค้าที่มีความสำคัญและควรให้ความสนใจมากที่สุดโดยสินค้ากลุ่ม A คือ กลุ่มสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวเร็วและมีมูลค่าต่อปีสูงที่สุด สินค้ากลุ่ม B คือ กลุ่มสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวปานกลาง ในขณะที่สินค้ากลุ่ม C คือ กลุ่มสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวช้าหรือสินค้าที่มีมูลค่าต่อปีต่ำที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ มั่นสนันท์ เชียงว่อง และคณะ (2561) เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ กิ่งกาญจน์ ผลิเก และคณะ (2559) วรพล อารี และคณะ (2564) และยิ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธันยชนก จันทร์หอม และคณะ (2565) ที่ได้นำทฤษฎี ABC Classification Analysis มาใช้ในการแบ่งกลุ่มสินค้าโดยมุ่งที่จะศึกษาและให้ความสำคัญกับสินค้าที่อยู่ในกลุ่ม A เช่นเดียวกันกับงานวิจัยนี้ที่มุ่งให้ความสำคัญกับสินค้าที่อยู่ในกลุ่ม A เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีมูลค่าสูงและมีความสำคัญมากที่สุด ผู้ประกอบการต้องหันมาให้ความสนใจอย่างใกล้ชิดและให้ความสำคัญกับสินค้าในกลุ่ม A เพิ่มขึ้น สำหรับวิธีการพยากรณ์ร่วมกับ EOQ Model และ ROP สามารถช่วยลดต้นทุนสินค้าคงคลัง ลดปัญหาสต็อกสินค้าเกินมาตรฐาน (Overstocking) สามารถช่วยในการจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับปัญหาสต็อกสินค้าไม่เพียงพอ (Understocking) ความสูญเสียสินค้าจากการเก็บรักษานานเกินไป การสูญหายหรือการชำรุดสินค้า โดยการคำนวณปริมาณสินค้าที่เหมาะสมในการสั่งซื้อและกำหนดจุดสั่งซื้อใหม่ที่เหมาะสม โดยจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อสินค้า ทำให้การบริหารสินค้าคงคลังมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับ ปรางศรี พันธุ์สังวาลย์ และคณะ (2564) ได้วิจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลังของบริษัทค้าปลีก พบว่า การจัดกลุ่มลำดับความสำคัญของสินค้า การพยากรณ์ความต้องการสินค้า และกำหนดปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมสามารถลดต้นทุนรวมของการจัดการสินค้าคงคลังลงได้ 2,176,050 บาท หรือคิดเป็นลดลง 5% และก่อให้เกิดมูลค่าสินค้าคงคลังของกลุ่มเครื่องสำอางลดลง 1,255,230 บาท หรือคิดเป็นลดลง 2% ของมูลค่าสินค้าคงคลังทั้งหมด ลดการเกิดสินค้าขาดมือในกลุ่มสินค้าเครื่องสำอางได้ 1.58% เช่นเดียวกับ มณัญญ์ ฐ์ โภชนจันทร์ (2564) ที่ได้วิจัยการลดต้นทุนสินค้าคงคลังของบริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อปรับปรุงนโยบายการบริหารสินค้าคงคลัง ที่พบว่า การวิเคราะห์โดยใช้ ABC ร่วมกับ EOQ สามารถลดต้นทุนสินค้าคงคลังของบริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์โดยการใช้นโยบายใหม่ คือ เมื่อถึงจุดสั่งซื้อใหม่ (Reorder point: ROP หรือ Min) ให้สั่งซื้อเพื่อเติมเต็มจนถึงระดับที่กำหนด (Max) จะช่วยประหยัดต้นทุนรวมวัตถุดิบคงคลังลง 5,191,643 บาท/ปี สำหรับวัตถุดิบประเภท A ทุกรายการ ซึ่งสอดคล้องกับ ธีระพงษ์ ทับพร และคณะ (2561) ได้ทำการวิจัยการพยากรณ์ยอดขายและการบริหารสินค้าคงคลังของสินค้าคงหมักยักซ์แซ่แซ่: บริษัทสยามแม็คโคร จำกัด มหาชน พบว่า การนำการพยากรณ์ยอดขายด้วยวิธีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักไปเป็นฐานข้อมูลร่วมกับกำหนดขนาดการสั่งซื้อที่ประหยัด และจุดสั่งซื้อสินค้าเข้าเมื่อระดับสินค้าคงคลังเหลือที่เหมาะสม สามารถลดต้นทุนสินค้าคงคลังได้จากเดิม 33,175 บาท เป็น 31,456 บาท คิดเป็นจำนวนเงิน 1,718 บาท ในช่วงระยะเวลา 7 เดือน เช่นเดียวกับ ชุตินา สินวัฒนาเกษม และคณะ (2556) ที่ได้วิจัยการปรับปรุงกระบวนการบริหารสินค้าคงคลังประเภทวัตถุดิบอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม: กรณีศึกษา บริษัท เอปซี จำกัด พบว่า การประยุกต์ใช้ ABC classification analysis มาใช้วิเคราะห์หาระดับความสำคัญของสินค้าแต่ละชนิด สามารถลดต้นทุนของสินค้าคงคลังเหลือเพียง 41.7 ล้านบาท จาก 71.8 ล้านบาท สามารถลดต้นทุนได้เท่ากับ 30.1 ล้านบาท หรือ 41.9% และยิ่งสอดคล้องกับ สุคนธ์ทิพย์ เพิ่มศิลป์ และคณะ, (2561) ได้ทำการวิจัยการควบคุมพัสดุคงคลังประเภทหมักพิมพ์: กรณีศึกษาบริษัทผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก พบว่า การวิเคราะห์ ABC ร่วมกับ ปริมาณการสั่งซื้อที่ประหยัดและจุดสั่งซื้อใหม่ทดแทนการใช้ประสบการณ์ของพนักงานทำให้ระดับพัสดุคงคลังลดลงจาก 4,191 กิโลกรัม เหลือ 2,751 กิโลกรัม และเงินลงทุนในพัสดุคงคลังลดลงจาก 473,583 บาทต่อปี เหลือ 310,863 บาทต่อปี ลดลงได้ 162,720 บาทต่อปี หรือคิดเป็น 34.4% ซึ่งจะช่วยให้

แนวทางให้ผู้บริหารในองค์กรคาดการณ์ในอนาคตได้ว่าจะเป็นไปในทิศทางใดและสามารถวางแผนหรือกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังช่วยให้องค์กรลดความผิดพลาดในขั้นตอนของการดำเนินงานภายใต้ความไม่แน่นอนเพราะเป็นการประยุกต์ใช้ทางสถิติทำให้ลดความคลาดเคลื่อนได้ นอกจากนี้ เมื่อเทียบกับนโยบายการจัดการสินค้าคงคลังแบบเก่าและแบบใหม่ องค์กรสามารถที่จะขยายผลเพื่อครอบคลุมสินค้าประเภทอื่นและสามารถนำจุดสั่งซื้อและปริมาณสั่งซื้อที่เหมาะสมที่เป็นผลลัพธ์จากงานวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นสำหรับการปรับนโยบายการจัดการสินค้าคงคลังวัตถุดิบประเภท A อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าผลการศึกษพบว่าจะมีการสั่งซื้อด้วยปริมาณที่เหมาะสม องค์กรควรตรวจสอบความคงที่ของข้อมูลอัตราความต้องการวัตถุดิบเป็นระยะ เพื่อความถูกต้องของปริมาณการสั่งซื้อที่คำนวณได้ เนื่องจากการใช้เทคนิคปริมาณการสั่งซื้อที่ประหยัดอยู่บนสมมติฐานที่ว่าอัตราการใช้หรืออัตราความต้องการเป็นแบบคงที่ ซึ่งหากอัตราความต้องการไม่คงที่ควรเปลี่ยนไปใช้วิธีอื่นในการหาปริมาณการสั่งซื้อ เช่น วิธี Silver Meal, Lot for Lot (L4L) หรือ Periodic Order Quantity เป็นต้น

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลงานวิจัยไปใช้

- 1) ในงานวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเดียวกัน เพื่อช่วยลดต้นทุนรวมของสินค้าคงคลังและเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและวางแผนธุรกิจในอนาคต
- 2) การหาค่า EOQ (Economic order quantity) โดยใช้ความต้องการของวัตถุดิบต่อปีของปีก่อนในการคำนวณ หากในอนาคตเศรษฐกิจเกิดการเปลี่ยนแปลงจะส่งผลให้ความต้องการวัตถุดิบเปลี่ยนแปลงไปด้วย เพิ่มขึ้นหรือลดลงอาจทำให้การคำนวณหาค่า EOQ ผิดพลาด ควรมีการตรวจสอบหาค่า EOQ เป็นไตรมาสในรอบหนึ่งปี
- 3) ควรติดตามและประเมินผลของการพยากรณ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับปรุงและแก้ไขให้เหมาะสมกับสถานการณ์จริงของร้านกาแฟ

6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรเพิ่มระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลและติดตามผลอย่างต่อเนื่องหลังจากทำการประยุกต์ใช้นโยบายใหม่ในการบริหารจัดการสินค้าคงคลังประเภทวัตถุดิบ
- 2) ควรเพิ่มการพิจารณาลักษณะความต้องการของสินค้าคงคลังในกลุ่ม B และ C เพื่อการประยุกต์ใช้นโยบายใหม่อย่างครอบคลุมและสามารถนำมาวิเคราะห์ต้นทุนรวมทั้งหมดได้ เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ
- 3) ควรเปรียบเทียบเพิ่มเติมถึงนโยบายการหาขนาดสั่งซื้อที่เหมาะสมแบบอื่น ๆ เช่น Part period balancing, Wagner-Within, Silver-Meal, Least unit cost. เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพสำหรับการลดต้นทุนรวมของสินค้าคงคลังประเภทวัตถุดิบและควรศึกษาถึงผลกระทบในด้านต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่องานวิจัยจะได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

7. เอกสารอ้างอิง

- กึ่งกาญจน์ ผลิต และคณะ. (2559). การบริหารสินค้าคงคลังโดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎี ABC Classification Analysis เทคนิค EOQ Model และวิธี Silver-Meal: กรณีศึกษา บริษัท XYZ. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 11(1), 102-114.
- กนกกาญจน์ มูลผลา. (2557). การศึกษาเทคนิคการพยากรณ์ยอดขายสินค้าอุปโภคที่เหมาะสมของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 3(1), 12-21.
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2556). การจัดการคลังสินค้าและการกระจายสินค้า. กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิง.
- ชุดิมา สีนวัฒนาเกษม และคณะ. (2556). การปรับปรุงกระบวนการบริหารสินค้าคงคลังประเภทวัตถุดิบอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม: กรณีศึกษา บริษัท เอปซี จำกัด. วารสารธุรกิจปริทัศน์, 5(1), 117-138.
- ณฐา คุปต์ชัยยธร. (2558). การวางแผนและควบคุมการผลิต. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ณัฐปรีญา ฉลาดแย้ม และคณะ. (2559). การวิเคราะห์แบบเอบีซี ABC Analysis. ค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2565, จาก http://sc2.kku.ac.th/stat/statweb/images/Eventpic/60/Seminar/02_15_.pdf
- ธีระพงษ์ ทับพร และคณะ. (2561). การพยากรณ์ยอดขายและการบริหารสินค้าคงคลังของสินค้าคงคลังหมักยักซ์แซ่แข็ง: บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด มหาชน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี (วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี)*, 2(2), 28-41.
- ธัญชนก จันทน์หอม และคณะ. (2565). การพยากรณ์แบบอนุกรมเวลา เพื่อกำหนดการสั่งซื้อที่ประหยัดที่สุดของโรงงานผลิตยางซิลิโคนแห่งหนึ่ง. *วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน*, 8(2), 28-49.
- แบรนด์ เอค ออนไลน์ (Brand Age Online). (2566). อยากเปิดร้านกาแฟจะเลือกแบบไหนดีใน 4 รสชาติ. ค้นเมื่อ 30 มกราคม 2566, จาก https://brandage.com/article/10298/?fbclid=IwAR0rJMuzNbQ-Wnplr_uofL_Yrv72v_NQeYpGQHkAn9DE9ymWZ0J1YOfbhOpA
- ปิยะกิจ กิตติตุลาพานนท์. (2560). วิธีการการพยากรณ์ความต้องการปุ๋ยเคมี กรณีศึกษา สหกรณ์การเกษตรชุมตาบง จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารวิชาการคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 10(1), 89-100.
- ปรางรวิ พันธุ์สังวาลย์ และคณะ. (2564). การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลัง กรณีศึกษา บริษัทค้าปลีก: *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 15(3), 391-405.
- พิเชฐ พุ่มเกษร และคณะ. (2558). การศึกษารูปแบบการพยากรณ์และการจัดการปริมาณวัสดุคงคลังให้เหมาะสม กรณีศึกษา กล้องบรรจุภัณฑ์. *วารสารข่าวงานวิศวกรรมอุตสาหการไทย*, 1(1), 14-22.
- มนัญญ์ภรณ์ โกชนจันทร์. (2564). การลดต้นทุนสินค้าคงคลังของบริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อปรับปรุงนโยบายการบริหารสินค้าคงคลัง. *วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน*, 7(2), 18-31.
- มนัสนันท์ เชี่ยวว่อง และคณะ. (2561). การปรับปรุงการบริหารสินค้าคงคลัง: กรณีศึกษาร้านดอนซากค้าวัสดุ, *วารสารสหศาสตร์*, 19(1), 50-82.
- วรพล อารีย์ และคณะ. (2563). การประยุกต์ใช้เทคนิค ABC classification analysis เพื่อการจัดสินค้าคงคลังกลุ่มเครื่องปรุงรสและอาหารแห้ง: กรณีศึกษา ห้างสรรพสินค้า XYZ. *วารสารวิชาการ มทร. สุวรรณภูมิ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 5(2), 153-166.
- วรพล อารีย์ และคณะ. (2564). การบริหารจัดการวัตถุดิบและจัดพื้นที่ผลิตร้านกาแฟด้วยเทคนิค ABC CLASSIFICATION ANALYSIS และแนวคิดการเก็บสินค้าตามความต้องการ : กรณีศึกษา ร้านกาแฟ AAA. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด*, 16(1), 173-186.
- ศศิธร ทองประไพ และคณะ. (2565). การปรับปรุงสินค้าคงคลังโดยประยุกต์ใช้การจำแนกประเภทกลุ่มสินค้าและแบบจำลองปริมาณการสั่งซื้อแยกตามลักษณะอุปสงค์ กรณีศึกษาในการผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 14(3), 137-151.
- สุคนธ์ทิพย์ เพิ่มศิลป์ และคณะ. (2561). การควบคุมพัสดุคงคลังประเภทหมักยักซ์แซ่แข็ง: กรณีศึกษาบริษัทผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก. *วิศวกรรมสารฉบับวิจัยและพัฒนา*, 29(4), 89-100.
- สมชาย เปรี้ยวพรม. (2564). การหาแนวทางการลดต้นทุนการจัดการสินค้าคงคลังด้วยการหาปริมาณการสั่งที่เหมาะสม กรณีศึกษา: ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ชนิดกล่อง. *วารสารศรีนครินทร์วิโรจน์วิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 13(26), 175-188.
- Abdul Rahim, M. K. I., Hassan, Q., Nadarajah, S. S. R., & Radzuan, K. (2018). A Case Study of Inventory Analysis in a Healthcare Product Manufacturing Company. *International Journal of Supply Chain Management*, 7(3), 126-130.

- Bensoussan A., Çakanyildirim M., Li M., & Sethi S.P. (2016). Managing inventory with cash register information: Sales recorded but not demands. **Production and Operations Management**, 25(1), 9–21.
- Beheshti, H. M., Grgurich, D., & Gilbert, F. W. (2012). ABC Inventory Management Support System with a Clinical Laboratory Application. **Journal of Promotion Management**, 18(4), 414-435.
- Bulfin, R & Sipper, D. (1998). **Production Planning, Control and Integration**. New York: McGraw-Hill.
- Eraslan, E., & Tansel, I.Y. (2019). An improved decision support system for ABC inventory classification. *Evolving Systems*, Retrieved 2 October 2022, From <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs12530-019-09276-7>
- Leelathanapipat J., & Chantuk T. (2019). Professional inventory management. **Veridian E-Journal, Silpakorn University**, 1(1), 226-241.
- Ramanathan, U., & Muyltermans, L. (2010). Identifying demand factors for promotional planning and forecasting: A case of a soft drink company in the UK. **International Journal of Production Economics**, 128(2), 538–545.
- Sigit Adityawan & Nugraheni Fitri. (2014). Comparative Study of EOQ and POQ Methods in Materials Inventory Cost Efficiency – A Case Study in Block Paving Company. **Proceeding of 3rd International Conference on Sustainable Built Environment**. October 21 – 22, 2014. Yogyakarta: Indonesia.
- Sohail, N., & Sheikh, T. H. (2018). A study of inventory management system case study. **Journal of Dynamical and Control System**, 10(10), 1176-1190.
- Soto, D. L., Yacout, S., & Angel-Bello, F. (2016). Inventory ABC Supervised Classification with Logical Analysis of Data. **Industrial and Systems Engineering Research Conference (ISERC 2016)**. Anaheim: California.

ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการ โรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

Expectation and Satisfaction of Elderly Thai Tourists towards the Service Quality of 3 Star Hotels in Bangkok

อภิญญา ชื่นชำ (Apinya Chuenkum)¹

มณฑกานติ ชุบชวงค์ (Montakan Chubchuwong)²

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เปรียบเทียบช่องว่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ต่อความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนไม่น้อยกว่า 400 คน ซึ่งนำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติโดยทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติแบบ t-test และสถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัยจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 406 คน พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 60-64 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นเงิน 30,001-45,000 บาท นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ($\bar{X} = 4.31$) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.26$) และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.25$) ในส่วนของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) ผลการเปรียบเทียบช่องว่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ต่อความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพรวมด้านความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ทั้ง 5 ด้าน มีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้แตกต่างกัน มีระดับความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

คำสำคัญ : ความคาดหวังและความพึงพอใจ คุณภาพการบริการ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โรงแรมระดับ 3 ดาว กรุงเทพมหานคร

Abstract

This article aimed to 1) study the expectations and satisfaction of Thai elderly tourists who use 3-star hotels in Bangkok, and 2) compare the gap between demographic characteristics towards

¹ นักศึกษาปริญญาโทคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต E-mail: apinyach12@gmail.com

² อาจารย์คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต E-mail: montakan.chu@dpu.ac.th

expectations and satisfaction with 3-star hotels in Bangkok towards the service quality of Thai elderly tourists who use 3-star hotels in Bangkok. The sample group used in the research was Thai elderly tourists aged 60 years and over who used services at 3-star hotels in Bangkok, totaling at least 400 people. The results were statistically analyzed by testing the hypothesis with a t-test and one-way ANOVA.

The research results from a total sample of 406 people found that most elderly Thai tourists who use 3-star hotels in Bangkok were females, aged between 60-64 years old with a bachelor's degree, and the average income per month was 30,001-45,000 baht. Most Thai elderly tourists had the highest level of expectation for service quality in 3 aspects: 1) service reliability ($\bar{X} = 4.31$), 2) response to the needs of service recipients ($\bar{X} = 4.26$), and 3) customer confidence ($\bar{X} = 4.25$).

As for the satisfaction of the elderly, most Thai tourists are satisfied with the service quality at the highest level. Except for the aspect of understanding and perceiving the needs of service users at a high level ($\bar{X} = 4.17$). The comparative results of the gap between demographic characteristics on expectations and satisfaction with the service quality of Thai elderly tourists who use 3-star hotels in Bangkok found that the overall expectations and satisfaction of the Thai elderly tourists classified by gender, age, education level, income, all 5 aspects had Sig. values less than the statistical significance level (0.05). Therefore, the main hypothesis (H0) was rejected, that is, Thai tourists of different genders, ages, education levels, and incomes had different levels of expectation and satisfaction with the service quality of 3-star hotels in Bangkok

Keywords: Expectation and Satisfaction, Service Quality, Elderly Tourists, 3 Star Hotels, Bangkok

วันที่รับบทความ : 26 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 18 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 21 สิงหาคม 2566

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ประเทศไทยกำลังได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged society) ภายในปี 2564 ซึ่งหมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศหรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปี มากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งประเทศ (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2563) จะเห็นได้ว่าตลาดผู้สูงอายุนั้นมีแนวโน้มเติบโตสูงในอนาคต โดยนักท่องเที่ยวสูงอายุจะให้ความสนใจกับการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนเป็นหลัก เลือกกิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับวัยของตน ให้มีความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน เน้นคุณภาพของการบริการ เช่น การดูแลสุขภาพ สันทนาการ เป็นต้น รวมถึงมีการวางแผนท่องเที่ยวอย่างรอบคอบต่อเรื่องอาหาร การกิน พาหนะเดินทาง และโรงแรมที่พัก เพื่อป้องกันเหตุไม่คาดฝันที่อาจกระทบแผนการท่องเที่ยว (เว็บไซต์ SALIKA Knowledge sharing space, 2563)

กรุงเทพมหานครเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว รวมถึงนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุด้วยเช่นกัน เพราะเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยและเป็นจุดศูนย์รวมที่หลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีทั้งโบราณสถาน แหล่งช้อปปิ้ง ร้านอาหาร และมีการคมนาคมที่หลากหลายสะดวกสบายต่อการเดินทาง ที่สำคัญยังเป็นศูนย์กลางของ

การแพทย์และโรงพยาบาลที่มีคุณภาพ ในเรื่องการดูแลรักษาสุขภาพ ซึ่งในเขตกรุงเทพมหานครมีที่พักแรมให้เลือกหลากหลายและมีจำนวนมากให้เลือกใช้บริการและมีการเพิ่มขึ้นทุกปี โดยโรงแรมระดับกลางมีจำนวนห้องพักใหม่มากที่สุด 1,338 ห้อง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 57 ของจำนวนห้องพักใหม่ทั้งหมด (พุทธรักษา ลุนคำ, 2562) ในส่วนที่พักรวมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในปัจจุบันมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยโรงแรมผู้สูงอายุจะมีนวัตกรรมมาตอบสนองการให้บริการทำให้มีบทบาทมากขึ้น ดังนั้นธุรกิจที่พักควรเริ่มต้นจากการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นของผู้สูงอายุ สำคัญ คือ การพัฒนาคุณภาพของบุคลากรรับรองแขกผู้สูงอายุ จำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจและเอาใจใส่พฤติกรรมผู้สูงอายุมากกว่านักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันอื่น ๆ ยิ่งไปกว่านั้น ควรมีการฝึกอบรมรับมือเหตุการณ์ฉุกเฉิน ผู้ให้บริการต้องมีทัศนคติที่ดีต่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและไม่เลือกปฏิบัติ (เว็บไซต์ SALIKA Knowledge sharing space, 2563)

จากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอายุของประชากรดังกล่าวนี้ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักควรจะคว้าโอกาสในการพัฒนากลยุทธ์เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยผู้ประกอบการด้านที่พักควรศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในบริการด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ ด้วยคุณภาพบริการถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้โรงแรมประสบความสำเร็จและสามารถแข่งขันกับโรงแรมคู่แข่งได้ ดังนั้นทางโรงแรมระดับ 3 ดาวควรที่จะมีการพัฒนาโรงแรม บุคลากร หรือมีการยกระดับการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจหรือสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เองจะเป็นการเพิ่มชื่อเสียง ทำให้สร้างรายได้จำนวนมาก และเพิ่มฐานลูกค้าให้กับโรงแรม โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุที่เป็นตลาดใหญ่ ซึ่งมีงานวิจัยและบทความที่ทำการศึกษาในเรื่องของคุณภาพการให้บริการ ของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในกลุ่มผู้สูงอายุยังมีไม่มากนัก

จากเหตุผลทั้งหมดที่กล่าวมาทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย โดยคาดว่าผลการศึกษจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการโรงแรมและเป็นแนวทางในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยได้ในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความคาดหวังและพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบช่องว่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัยโดยการกำหนดประเด็นวิจัย ดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัย คือ การศึกษาคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย รูปลักษณ์ทางกายภาพที่สัมผัสได้ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) และ การเข้าใจลูกค้า (Empathy)

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีมาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่มาพักอย่างน้อย 1 คืน ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย คือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่เลือกโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) เฉพาะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่การวิจัย คือ โรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตตามรายชื่อโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในปี 2563-2565 โดยสมาคมโรงแรมไทย จำนวนทั้งสิ้น 15 โรงแรม และบริเวณใกล้เคียง (สมาคมโรงแรมไทย, 2563) ดังนี้

1. BANGKOK RAMA HOTEL

2. MALAYSIA HOTEL

- | | |
|---|--|
| 3. S.D. AVENUE HOTEL | 4. ST. JAMES HOTEL |
| 5. ALEXANDER HOTEL BANGKOK | 6. HOLIDAY INN EXPRESS BANGKOK SATHORN |
| 7. IBIS STYLES BANGKOK KHAOSAN VIENGTAI | 8. PINNACLE LUMPINEE HOTEL&SPA BANGKOK |
| 9. Q-BOX HOTEL BANGKOK BLOSSOM | 10. SIRI HERITAGE BANGKOK HOTEL |
| 11. SIRI ORIENTAL BANGKOK HOTEL | 12. SIRI POSHTEL BANGKOK |
| 13. SIRI RATCHADA BANGKOK | 14. TAI-PAN |
| 15. THE PANTIP HOTEL LADPRAO BANGKOK | |

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา คือ ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2566 เป็นระยะเวลาประมาณ 3 เดือน ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลช่วงนี้เพราะเป็นช่วงเทศกาลปีใหม่ ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพเป็นจำนวนมาก

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

1.4.2 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับโรงแรม

เอลิซา แก้วสิงทอง (2560) กล่าวว่า มาตรฐานโรงแรม เรียกว่า มาตรฐานดาว เป็นสัญลักษณ์แทนค่ามาตรฐานบริการระดับต่าง ๆ สำหรับโรงแรมไม่ว่าใครก็ตามที่จะเลือกพักโรงแรมระดับไหน โดยมีตั้งแต่ระดับธรรมดาไปจนถึงระดับหรู ก็ใช้สัญลักษณ์ดาวเป็นตัวตัดสินเพื่อแบ่งแยกระดับกันอย่างชัดเจน

โรงแรมหนึ่งดาว (1 Star Hotel) หมายถึง โรงแรมที่มีขนาดเล็ก สิ่งอำนวยความสะดวกและเฟอร์นิเจอร์ มีห้องน้ำในลักษณะของการใช้ร่วมกัน มีบรรยากาศเป็นกันเอง

โรงแรมระดับสองดาว (2 Star Hotel) หมายถึง โรงแรมที่ตกแต่งไว้อย่างดีมีระดับห้องพักสูงกว่าระดับหนึ่งดาว ห้อง พักกว้างขึ้น มีห้องน้ำในตัว อาหารมีครบครันมีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับแขกภายนอก

โรงแรมระดับสามดาว (3 Star Hotel) หมายถึง โรงแรมที่ตกแต่งไว้อย่างดีห้องพักกว้างขึ้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากขึ้น มีห้องน้ำที่มีอ่างอาบน้ำ มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับบุคภายนอก

โรงแรมระดับสี่ดาว (4 Star Hotel) หมายถึง โรงแรมขนาดใหญ่ ตกแต่งดีเป็นพิเศษ มาตรฐานสูงในด้านบริการ และความสะดวกสบาย มีห้องอาหารมากกว่า 1 ห้อง

โรงแรมระดับห้าดาว (5 Star Hotel) หมายถึง โรงแรมขนาดใหญ่ประเภทหรูหรามีมาตรฐานสากลระดับสูงในทุก ๆ ด้าน คือทั้งด้านห้องพัก ห้องอาหาร การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

ปุนพร บุญรังสี และประสพชัย พสุนนท์ (2561) กล่าวว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านระบบความปลอดภัยในพื้นที่ทั่วไป ด้านห้องพัก ด้านบุคลากร และการบริการตามลำดับ ธุรกิจโรงแรมจึงควรออกแบบให้รองรับการบริการสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งนอกจากจะคำนึงถึงความสะดวกแล้ว การออกแบบยังคำนึงถึงความสะดวกและความปลอดภัยในการใช้งาน

ผู้วิจัยได้สรุปแนวคิดและทฤษฎีที่พักแรม ได้ว่า ธุรกิจที่พักแรมเป็นสถานที่ให้บริการที่พักโดยได้รับเงินจ้างจากนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนที่มาใช้บริการที่พักเป็นการชั่วคราว ซึ่งที่พักแรมจะต้องมีบริการอาหาร เครื่องดื่ม และสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีและทำให้เกิดความประทับใจ โดยมีการแบ่งมาตรฐานของโรงแรมตั้งแต่ 1-5 ดาว ตามความต้องการและจุดประสงค์ของผู้ใช้บริการ ซึ่งค่าบริการก็จะสูงตามระดับของที่พัก

แรม การอำนวยความสะดวกและการบริการของโรงแรมควรได้มาตรฐาน โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของงานวิจัยโดยใช้รายชื่อโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร มาใช้ในการกำหนดขอบเขตในงานวิจัยครั้งนี้

2.2 แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ

Kris Piroj (2017) คุณภาพการบริการ หรือ Service Quality คือ คุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านของธุรกิจบริการ ที่ทำให้ลูกค้าสามารถรับรู้ได้จากการเข้ารับบริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้าจะตัดสินหลังจากใช้บริการด้วยการนำสิ่งที่ได้ระหว่างในการบริการไปเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังก่อนรับบริการ

Zeithaml, Parasuraman, & Berry (1990) ได้ทำการศึกษาพัฒนาเครื่องมือที่จะใช้เป็นมาตรวัดคุณภาพบริการ เรียกว่า SERVQUAL ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นำมาเป็นตัววัดองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ ทั้ง 5 ด้าน ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

2. ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการที่ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม แม่นยำในทุกจุดของการบริการความสม่ำเสมอจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

3. การตอบสนองต่อความต้องการบริการ (Responsiveness) การตอบสนองต่อความต้องการบริการ หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย และ ได้รับความสะดวกจากการบริการ ผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับบริการเคารพความเป็นบุคคลของผู้รับบริการ ซึ่งในแต่ละบุคคลก็จะมีความต้องการที่แตกต่างกัน

4. การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (Assurance) การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องแสดงถึงทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี ใช้ทักษะการติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและ ให้ความมั่นใจว่าการบริการที่ให้นั้น ผู้รับบริการจะได้รับสิ่งที่ดีที่สุด

5. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ความเห็นอกเห็นใจ หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของแต่ละบุคคล ใส่ใจการรับฟังปัญหาความคิดเห็น มีสัมพันธภาพที่ดีต่อการรับฟังปัญหาของผู้รับบริการจดจำ ผู้รับบริการในสิ่งที่เฉพาะกับบุคคล และการให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการ

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า คุณภาพบริการหมายถึงความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจก่อนและหลังการใช้บริการของลูกค้า โดยมีเครื่องมือที่นำมาใช้ประเมินคุณภาพเรียกว่า SERVQUAL (service quality) ซึ่งประกอบไปด้วยการประเมินคุณภาพ 5 ด้าน ดังนี้

- | | |
|--|--|
| 1.ความเป็นรูปธรรมของการบริการ | 2.ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ |
| 3.การตอบสนองต่อความต้องการบริการ | 4.การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ |
| 5.ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ | |

2.3 แนวคิดและทฤษฎีความคาดหวัง

Zeithaml, Parasuraman, & Berry (1990) ได้กล่าวว่า ความคาดหวังคือความต้องการหรือทัศนคติของมนุษย์ที่ลูกค้าคาดหวังไว้ในบริการนั้น ๆ ที่พวกเขาจะได้รับเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และลูกค้าจะมีการประเมินผลการบริการนั้นจากทัศนคติของลูกค้าที่คาดหวังไว้ ซึ่งองค์ประกอบที่จะทำให้อุณหภูมิเกิดความคาดหวังนั้นมีทั้งหมด 4 องค์ประกอบด้วยกันดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 การบอกเล่าแบบปากต่อปาก เช่น เมื่อลูกค้าได้ยินเพื่อนบอกว่าโรงแรมแห่งนี้มีบริการที่ดีและราคาไม่แพงอยากให้ลองเข้าไปพัก เช่นนั้นแล้วลูกค้าก็จะเกิดความคาดหวังตามมาว่าจะได้รับบริการที่ดีในราคาที่ไม่แพงถ้าไม่ได้เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังเอาไว้ก็อาจจะทำให้อุณหภูมิเกิดความไม่พึงพอใจได้

องค์ประกอบที่ 2 ความต้องการส่วนบุคคล เช่นเมื่อลูกค้ามีความต้องการที่จะเข้าพักที่โรงแรมแห่งนี้และคาดหวังว่าจะได้รับการในแบบที่ตนเองต้องการ แต่เมื่อไม่ได้รับการในแบบที่ตนเองต้องการหรือมีความคาดหวังไว้ ก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจได้

องค์ประกอบที่ 3 ประสบการณ์ในอดีต เมื่อลูกค้าเคยเข้าพักโรงแรมแห่งนี้แล้วได้รับประสบการณ์ที่ดีในการได้รับบริการที่ดีจากทางโรงแรมลูกค้าก็จะอยากที่จะกลับเข้าไปใช้บริการอีกครั้ง

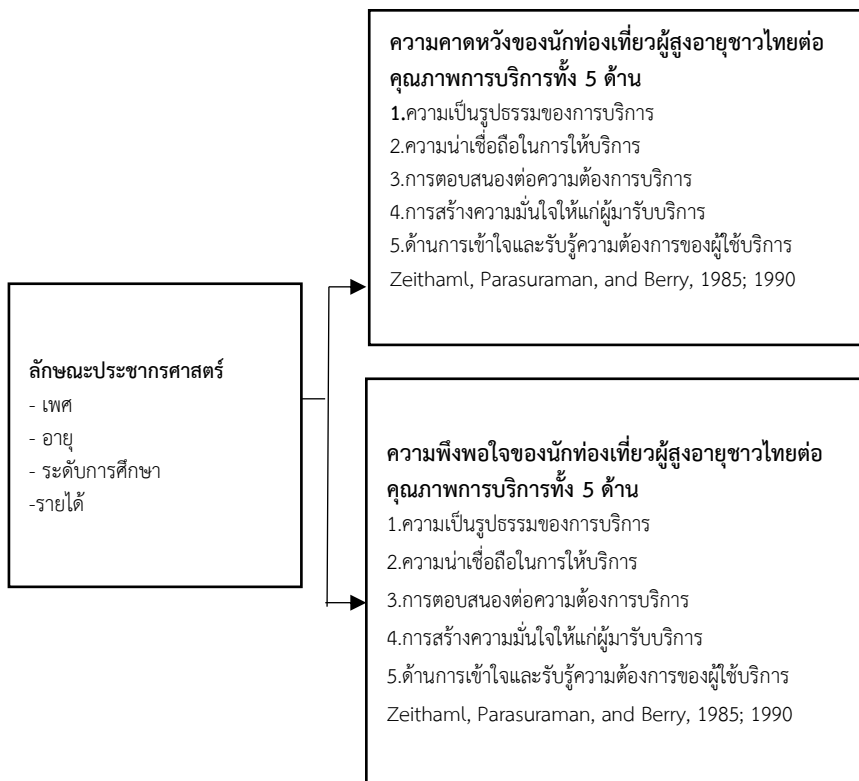
องค์ประกอบที่ 4 การสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ไปสู่ลูกค้า เมื่อลูกค้าได้รับข่าวสารต่าง ๆ จากการประชาสัมพันธ์ที่ดีแล้วลูกค้าก็จะเกิดความคาดหวังว่าต้องเป็นไปตามที่ตนเองได้รับข้อมูลข่าวสารมาตามที่ตนเองอ่านแต่ถ้าเมื่อเข้าไปใช้บริการแล้วไม่เป็นไปตามที่ได้รับข้อมูลข่าวสารมาก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจขึ้นได้

2.4 แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ

Michael Beer (1964) ได้กล่าวไว้ว่า ทักษะคติของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่เกิดความพึงพอใจ ดังนั้นแรงจูงใจของบุคคลต่อการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่ไม่สามารถมองเห็นหรือจับต้องได้ แต่จะรู้สึกได้ต่อเมื่อผู้รับบริการได้รับการตอบสนองตามที่ตนคาดหวังไว้ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ แต่เมื่อไม่เป็นอย่างที่คาดหวังไว้ก็จะเกิดความผิดหวังและจะเกิดความรู้สึกไม่พอใจได้ ซึ่งตัวแปรที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจนั้นมีหลายปัจจัย ไม่ใช่แค่ในส่วนของผู้ให้บริการอย่างเดียว รวมถึงบรรยากาศ สิ่งอำนวยความสะดวก ความสวยงาม เป็นต้น ลูกค้าที่มีความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการจากผู้ขายสินค้าหรือบริการจะส่งผลให้ลูกค้ามีความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต

2.5 กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

ที่มา : อภิญญา ชื่นชำ (2566)

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประเภทงานวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมุ่งเน้นศึกษาด้านคุณภาพการให้บริการกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ (60 ปีขึ้นไป) ที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่มาพักอย่างน้อย 1 คืน ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยเก็บแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยคำนวณกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (1977) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดผู้วิจัยจึงสำรวจไว้ 400 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือวิจัย โดยแบบสอบถามนี้สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาสรุปเพื่อสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบ Check list ที่เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-End Question) จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จากปัจจัยคุณภาพการให้บริการ 5 มิติตามทฤษฎี SERVQUAL 5 Dimensions ดังนี้

- | | |
|--|--|
| 1.ความเป็นรูปธรรมของการบริการ | 2.ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ |
| 3.การตอบสนองต่อความต้องการบริการ | 4.การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ |
| 5.ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ | |

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ แก่ผู้สูงอายุ ใช้แบบสอบถามปลายเปิด (Opened-response Question)

3.4 การสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ ดังนี้

3.4.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแบบสอบถาม

3.4.2 สร้างแบบสอบถามที่ถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.4.3 นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาดูตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา และความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

3.4.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์มาปรับปรุงแก้ไขและเสนอมหาวิทยาลัยที่ปรึกษาอีกครั้ง นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์มาปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำไปดำเนินการทดลองเก็บข้อมูล (Pre - test) จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มประชากรศึกษา แต่มีสภาพคล้ายคลึงกัน เพื่อหาข้อบกพร่องก่อนนำไปใช้จริง

3.4.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการวัดหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ไม่ต่ำกว่า 0.7 ให้อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ให้ความเห็นชอบแล้วนำแบบสอบถามที่ผ่านความเห็นชอบไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และนำไปวิเคราะห์เพื่อหาผลสรุปต่อไป

4. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเชิงสำรวจโดยใช้การสุ่มตัวอย่างตามสะดวก ทำการแจกแบบสอบถามบริเวณโรงแรมระดับ 3 ดาวและบริเวณใกล้เคียงในเขตกรุงเทพมหานคร โดยระบุว่าผู้ทำแบบสอบถามต้องมีอายุ 60 ปีขึ้นไป โดยช่วงเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือช่วงเดือน มกราคม-มีนาคม พ.ศ. 2566 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามที่เก็บได้มีทั้งหมด 406 ชุด จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (statistical Package for the social Sciences)

4.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้ว่ามีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 406 คน พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 60-64 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นเงิน 30,001-45,000 บาท

ตารางที่ 1 สรุปผลข้อมูลระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยต่อคุณภาพการบริการ

คุณภาพการให้บริการ	ความคาดหวัง		ความพึงพอใจ	
	$\bar{X}$	ระดับความคาดหวัง	$\bar{X}$	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.10	มาก	4.23	มากที่สุด
2.ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	4.31	มากที่สุด	4.21	มากที่สุด
3.ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	4.26	มากที่สุด	4.23	มากที่สุด
4.ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	4.25	มากที่สุด	4.22	มากที่สุด
5.ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.20	มาก	4.17	มาก
การรวม	4.22	มากที่สุด	4.21	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 สามารถสรุปผลข้อมูลระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนนี้ ผู้วิจัยได้จำแนกออกเป็น 5 ด้าน สามารถเขียนอธิบายได้ ดังต่อไปนี้

1) ด้านความเป็นรูปธรรม

ภาพรวมของระดับความคาดหวังด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ อยู่ในระดับมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุคาดหวังในเรื่อง สถานที่ปลอดภัย สะอาด สบายตา และทำให้รู้สึกปลอดภัยมากที่สุด

ภาพรวมของระดับความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ก็อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุพึงพอใจเรื่องการแต่งกายของผู้ให้บริการเรียบร้อยสวยงามมากที่สุด แต่พึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักเหมาะกับนักท่องเที่ยว น้อยที่สุด

2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้

ภาพรวมของระดับความคาดหวัง ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งนักท่องเที่ยวคาดหวังในเรื่องผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ทำให้รู้สึกสบายใจในการใช้บริการมากที่สุด

ภาพรวมของระดับความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ก็อยู่ในระดับมากที่สุด เช่นกัน ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในเรื่องผู้ให้บริการมีความรู้และเชี่ยวชาญในด้านการให้บริการที่ดีและด้านบริการทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอมากที่สุด แต่พึงพอใจในเรื่องพนักงานสามารถให้คำแนะนำ และตอบข้อสงสัยของท่านได้อย่างถูกต้อง น้อยที่สุด

3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ

ภาพรวมของระดับความคาดหวังด้าน การตอบสนองต่อผู้รับบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความคาดหวังในเรื่องผู้ให้บริการสามารถเข้าใช้บริการต่าง ๆ ได้ง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยากมากที่สุด

ภาพรวมของระดับความพึงพอใจด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด เช่นกัน ซึ่งนักท่องเที่ยวพึงพอใจในเรื่องผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพ ให้เกียรติผู้มาใช้บริการ มีสัญญาณให้ความช่วยเหลือในห้องพัก และพนักงานรักษาความปลอดภัยคอยดูแลมากที่สุด

4) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ

ภาพรวมของระดับความคาดหวังด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ อยู่ในระดับมากที่สุดด้านผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพให้เกียรติผู้มาใช้บริการมากที่สุด

ภาพรวมของระดับความพึงพอใจด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการอยู่ในระดับมากที่สุด แต่พึงพอใจในเรื่องเรื่องการเรียนรู้และทำความเข้าใจผู้ใช้บริการผู้สูงอายุที่มาพักในโรงแรม น้อยที่สุด

5) ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ

ภาพรวมของระดับความคาดหวังด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังในเรื่องการให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการสูงอายุอย่างใส่ใจและสุภาพมากที่สุด

ภาพรวมของระดับความพึงพอใจด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด เช่นกัน ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในเรื่องผู้ให้บริการมีความเอื้ออาทรต่อผู้ใช้บริการสูงอายุแต่ละคนมากที่สุด แต่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในประเด็นเรื่องการเรียนรู้และทำความเข้าใจผู้ใช้บริการผู้สูงอายุที่มาพักในโรงแรม น้อยที่สุด

สรุปผลการวิเคราะห์ พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่ค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจ ยกเว้นด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ซึ่งอาจวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ อาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง และมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ และคุ้มค่าที่สุด ซึ่งในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครนั้น มีตัวเลือกที่หลากหลาย และมีจำนวนมาก ทำให้ก่อนที่จะเลือกใช้บริการจึงมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการสูง ทำให้ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความคาดหวังมากกว่าระดับความพึงพอใจ เพราะว่าโรงแรมระดับ 3 ดาวนั้นเป็นโรงแรมระดับเล็กและมีข้อจำกัดหลายอย่าง เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ พนักงานไม่เพียงพอ ความยุ่งยากและล่าช้าของระบบ หรือ ความรู้และการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวยังไม่ดีพอ ทางโรงแรมต้องมีการปรับปรุงทั้งด้านตัวสถานที่และพนักงาน โดยเฉพาะการอบรมให้ความรู้แก่ในการเรียนรู้พฤติกรรมและการเตรียมความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เพื่อสร้างความประทับใจและตอบสนองต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้ในอนาคต

5. อภิปรายผล

5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1. เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

5.1.1 ด้านความคาดหวัง

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยคาดหวังในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการสูงสุด รองลงมาคือด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ

งานวิจัยของคุจดรินทร์ คำขำ (2564) ศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมในอำเภอสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวัง ต่อคุณภาพการให้บริการ ของธุรกิจโรงแรมในทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีความคาดหวังด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการสูงที่สุด ในส่วนของการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย

5.1.2 ด้านความพึงพอใจ

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้น ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยมีความพึงพอใจด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ Kris Piroj (2017) กล่าวว่า SERVQUAL และความพึงพอใจของลูกค้า เป็นสิ่งที่ธุรกิจต้องตอบสนองให้มากกว่าความคาดหวังของลูกค้า เพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เพราะผลลัพธ์ของการให้บริการหลักจากที่ลูกค้าเกิดการเปรียบเทียบจะมีอยู่ 2 กรณีคือ พึงพอใจ และไม่พึงพอใจ ถ้าสิ่งที่ได้รับจากการบริการมากกว่าสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง ลูกค้าก็จะพึงพอใจ แต่ ถ้าสิ่งที่ได้รับการบริการต่ำกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจได้

5.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2. เปรียบเทียบช่องว่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

5.2.1 จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาพบว่า เพศต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการส่วนใหญ่ แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ ของภาพรวมด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำแนกตามเพศ ทั้ง 5 ด้าน มีค่า Sig. เท่ากับ .003 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเพศหญิงมีความคาดหวังมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเพศชายในทุกด้าน เหตุที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเพศหญิงมีความอ่อนไหวและมีความต้องการในการดูแลมากกว่าเพศชาย ทำให้มีความคาดหวังมากกว่า โรงแรมควรที่จะใส่ใจและให้การดูแลนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้มากขึ้น โดยเฉพาะด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ที่มีความคาดหวังสูงที่สุด โดยมีปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาในด้านนี้คือ 1.พนักงานสามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยของท่านได้อย่างถูกต้อง 2.ผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ทำให้รู้สึกสบายใจในการใช้บริการ 3.ผู้ให้บริการมีความรู้และเชี่ยวชาญในด้านการให้บริการที่ดี 4.บริการทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ 5.ผู้ให้บริการสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้ดี ซึ่งถ้าผู้ประกอบการโรงแรมสามารถจัดอบรมพนักงานในเรื่องความรู้ในการดูแลผู้สูงอายุ ก็จะสามารถตอบสนองความคาดหวังและเพิ่มระดับความพึงพอใจให้สูงขึ้นได้

5.2.2 จำแนกตามอายุ

จากการศึกษาพบว่า อายุต่างกันมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ ของภาพรวมด้านความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำแนกตามอายุ ทั้ง 5 ด้าน มีค่า Sig. เท่ากับ .000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีอายุระหว่าง 60-64 ปี จะมีความคาดหวังสูงสุดในทุกด้าน ยกเว้นด้าน การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ โดยนักเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 70-74 ปี มีความคาดหวังในด้านนี้สูงที่สุด เหตุที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีอายุระหว่าง 60-64 ปี เป็นวัยที่พึ่งเกษียณอายุและยังมีร่างกายที่แข็งแรง เลย์ทำ

ให้ได้การเดินทางท่องเที่ยว และใช้บริการที่พักแรมมากกว่าช่วงอายุอื่น ๆ จึงทำให้มีความคาดหวังมาก ส่วนช่วงอายุ 70-74 ปีที่มีความคาดหวังในด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการมากที่สุด อาจเป็นเพราะว่า ด้วยร่างกายและจิตใจที่อ่อนไหวเพราะอายุที่มาก ทำให้มีความต้องการในการดูแลเอาใจใส่ตลอดเวลาและพนักงานต้องเตรียมความพร้อมเมื่อเกิดเหตุไม่คาดคิดเสมอ ซึ่งปัจจัยในด้านนี้ประกอบไปด้วย 1.ผู้ให้บริการสามารถเข้าใช้บริการต่าง ๆ ได้ง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยาก 2.การให้บริการของโรงแรม มีความพร้อม รวดเร็ว และ ตรงตามต้องการของผู้ใช้บริการ 3.พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ 4.การมีประชาสัมพันธ์ให้ผู้ให้บริการสามารถสอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลา 5.มีพนักงานบริการดูแลตลอด 24 ชั่วโมง ถ้าผู้ประกอบการให้ความใส่ใจและเตรียมความพร้อมทั้งระบบ และตัวพนักงาน จะทำให้เกิดความไว้วางใจและสามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการได้

5.2.3 จำแนกตามระดับการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาต่างกันมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการส่วนใหญ่ แตกต่างกัน ยกเว้นด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ ของภาพรวมด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ .001.และด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย มีค่า Sig. เท่ากับ .000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความคาดหวังสูงที่สุดในทุกด้าน เหตุที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่สูงอาจมีความรู้ความเข้าใจ และประสบการณ์ในการเดินทาง และได้ใช้บริการโรงแรมที่หลากหลาย ทำให้เห็นถึงข้อแตกต่างและสิ่งที่ควรคาดหวังในแต่ละโรงแรม ทำให้สามารถนำมาเปรียบเทียบและเกิดความคาดหวังที่สูงกว่า ผู้ประกอบการควรที่จะเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก และสร้างข้อแตกต่างในการอบรมพนักงานให้มีความพร้อมด้านการบริการ และการรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

5.2.4 จำแนกตามรายได้

จากการศึกษาพบว่า รายได้ต่างกันมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน แตกต่างกันจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ ของภาพรวมด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย จำแนกตามรายได้ ทั้ง 5 ด้าน มีค่า Sig. เท่ากับ .000 และด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย มีค่า Sig. เท่ากับ .004 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน เหตุที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีรายได้สูงทำให้มีอำนาจในการเลือกและตัดสินใจได้มากกว่า และมีประสบการณ์ในการเลือกใช้บริการที่พักที่หลากหลาย ทำให้มีความคาดหวังสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า ซึ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีรายได้ 60,000 ขึ้นไปนั้น มีความคาดหวังในด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการสูงที่สุด ซึ่งปัจจัยในด้านนี้ประกอบไปด้วย คือ 1.โรงแรมอยู่ในเครือโรงแรมที่มีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จัก 2.ผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพให้เกียรติผู้มาใช้บริการ 3.ผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการให้บริการผู้สูงอายุ 4.มีสัญญาณให้ความช่วยเหลือในห้องพัก และพนักงานรักษาความปลอดภัยคอยดูแล ซึ่งมีความสำคัญใน การสร้างความมั่นใจนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดทั้งในเรื่องความปลอดภัยและการดูแลต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทางโรงแรมควรให้ความสำคัญ เพราะนักท่องเที่ยวสูงอายุมีความต้องการในเรื่องของความพร้อมในการดูแลและความปลอดภัยใน การเข้าพัก ด้วยร่างกายที่อ่อนแอและอารมณ์ที่อ่อนไหวง่าย ทำให้การสร้างความมั่นใจนั้นทั้งในเรื่องความพร้อมใน การบริการและความปลอดภัยจึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ โดยการสร้างชื่อเสียงผ่านการรีวิว หรือ การที่มีการอบรมและตรวจสอบความปลอดภัยภายในโรงแรมอยู่เสมอ

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะ

6.1.1 โรงแรมควรให้ความสำคัญกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันด้านประชากรศาสตร์ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด โดยความคาดหวังในคุณภาพการบริการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความคาดหวังในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และ ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและมีการพัฒนาบุคลากรให้สามารถตอบสนองต่อความต่อความคาดหวังแก่ผู้มาใช้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้มากที่สุด

6.1.2 โรงแรมควรมีการจัดอบรมพนักงานให้มีความรู้สร้างความเข้าใจในการดูแลและการให้บริการผู้สูงอายุ เพื่อให้มีความเข้าใจและเตรียมความพร้อมในการบริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ดีที่สุด

6.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

6.2.1 ควรศึกษาเพิ่มเติมในเชิงคุณภาพซึ่งเป็นการสัมภาษณ์หรือเก็บข้อมูลจากผู้บริหารของโรงแรมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

6.2.2 ควรขยายพื้นที่ในการศึกษาวิจัยเพื่อเปรียบเทียบมิติด้านคุณภาพการบริการในจังหวัดอื่น ๆ

7. เอกสารอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2563). เทรนด์ท่องเที่ยวที่มาแรงที่สุดในปี 2020. ค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2565, จาก <http://www.dop.go.th>.
- ดุจดรินทร์ คำขำ. (2564). ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- บุญพร บุญรังษี และประสพชัย พสุนนท์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยธนบุรี, 12(29), 193-205.
- เว็บไซต์ SALIKA Knowledge sharing space. (2563). แอร์โฮเตียพัฒนาการท่องเที่ยวให้พร้อมสำหรับ ‘นักท่องเที่ยวสูงวัย’ หัวใจพร้อมลุย. ค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2566, จาก <https://www.salika.co/2022/09/18/idea-for-aging-society-tourism/>
- เอลิษา แก้วสิงทอง. (2560). มาตรฐานโรงแรม 1-5 ดาว. ค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2566, จาก <https://www.alisa.net/topic/2024>
- Kris Piroj. (2017). Service Quality. Retrieved September 11, 2023, from <https://greedisgoods.com/author/admin/>
- Michael Beer. (1964). **Human resource Management: a general manager's Perspective: text and case.** New York: Free Press
- Cochran, W.G. (1977). Sampling Techniques. (3d ed.). New York: John Wiley and Sons.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1990). **Delivery quality service: balancing customer perceptions and expectations.** New York: A Division of Macmillan.

การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าอะไหล่ กรณีศึกษา บริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์

Efficiency Improvement of Spare Parts Warehouse Management: A Case study of KNC Tyre Service Center Company

ไพโรจน์ ชัชวาลย์ (Pairoj Chatchawan)¹ วรณวิศา ชัชวาลย์ (Wanwisa Chatchawan)²
บุญส่ง มาสกุล (Bunsong Masakul)³ ปิยฉัตร เกษนาค (Piyachat Kednak)⁴
จิรวรรณ ชินสุทธิประภา (Jirawan Chinsuthiprapha)⁵

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ปัญหาในคลังสินค้าอะไหล่ 2) ปรับปรุงขั้นตอนการดำเนินงานในคลังสินค้าอะไหล่ และ 3) เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าอะไหล่ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) โดยอาศัยวงจร PAOR มีกระบวนการวางแผน (Planning) การปฏิบัติ (Acting) การสังเกตผล (Observing) และการสะท้อนผล (Reflecting) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้บริหารและพนักงานของบริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์ ทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 5 คน ประกอบด้วย 1) กรรมการผู้จัดการ จำนวน 1 คน 2) พนักงานแผนกบัญชี-คลังสินค้า จำนวน 3 คน และ 3) ช่างซ่อมรถ จำนวน 1 คน โดยใช้การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก มีการตรวจสอบความสอดคล้องกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มนักวิจัย และกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในสายอาชีพเพื่อวิเคราะห์ปัญหา ออกแบบขั้นตอนการดำเนินงาน รวมถึงวัดผลการดำเนินงานก่อนและหลังการปรับปรุงการดำเนินงาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัญหาในคลังสินค้าอะไหล่ คือ มีการจัดวางสินค้าปะปนกัน ไม่มีการระบุตำแหน่งในการจัดเก็บที่ชัดเจน ทำให้ค้นหาสินค้าได้ยาก ต้องใช้เวลามากในการหยิบสินค้าตามใบเบิกสินค้า ส่งผลให้การทำงานของแผนกบัญชี-คลังสินค้าเกิดความล่าช้า 2) ทำการปรับปรุงขั้นตอนการดำเนินงานในคลังสินค้าอะไหล่ โดยการแบ่งกลุ่มและจัดเรียงสินค้า พร้อมทั้งจัดทำข้อมูลตำแหน่งของสินค้า และ 3) ทำการวัดประสิทธิภาพโดยการทดสอบหยิบสินค้าของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 5 คน โดยให้แต่ละคนหยิบสินค้าตามใบเบิกสินค้าเหมือนกันคนละ 10 รายการ ก่อนและหลังการจัดเรียง ผลการดำเนินงาน พบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ใช้ระยะเวลาเฉลี่ยในการหยิบสินค้า 1 รายการ ลดลงเฉลี่ยร้อยละ 46 ส่งผลให้การหยิบสินค้ารวดเร็วขึ้น และทำให้การจัดการคลังสินค้าอะไหล่ของบริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์ มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: คลังสินค้าอะไหล่ การหยิบสินค้า ประสิทธิภาพ

Abstract

The Objectives of this research were to 1) analyze the problems in the spare parts warehouse, 2) improve the operational processes in the spare parts warehouse, and 3) enhance the efficiency of spare parts warehouse management. This research was conducted by using a participatory action

¹ สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย E-mail: Pairoj.cha@lru.ac.th

² การจัดการการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย E-mail: wanwisa.nac@lru.ac.th

³ สาขาวิชาการจัดการการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย E-mail: bunsongmas@gmail.com

⁴ นักศึกษาปริญญาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย E-mail: piyachat.kednak1470@gmail.com

⁵ บริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์ E-mail: jirawan.chin@gmail.com

research (PAR) methodology utilizing the PAOR cycle, which involved Planning, Acting, Observing, and Reflecting. The key informants for this study were the managing director and employees of K.N.C. Tyres Service Center Company. The informants were selected by method of purposive sampling, comprising a total of 5 participants, including 1 managing director, 3 employees from the accounting and warehouse department, and 1 mechanic. The data collection methods employed were group discussions and structured interviews. The collected data were cross-checked with the key informant group, a group of researchers, and a group of qualified professionals with expertise in the relevant field to analyze the problems and design the operational processes, as well as measure the performance before and after process improvement.

The research findings revealed the following: Firstly, there were issues in the spare parts warehouse, such as mixed placements and unclear storage locations, making it difficult to locate items, resulting in a significant amount of time spent searching for products based on the goods withdrawal forms. Consequently, the operations of the accounting and warehouse departments were delayed.

Moreover, the improvements were made by categorizing and arranging the products, as well as creating a database of product locations. In addition, the performance was evaluated by testing the product retrieval of the key informant group comprising 5 individuals before and after the rearrangement. Each person retrieved 10 items based on the goods withdrawal forms. The results indicated that the key informant group reduced the average time taken to retrieve an item by 46%, leading to faster product retrieval and significantly improved spare parts warehouse management efficiency at K.N.C. Tyres Service Center Company.

Keywords: Spare Parts Warehouse, Spare Parts Picking, Efficiency

วันที่รับบทความ : 26 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 21 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 23 สิงหาคม 2566

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจรูปแบบสินค้าหรือบริการ ในการบริหารธุรกิจสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงอันดับแรกๆ คือต้นทุนและการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า โดยเฉพาะบริษัทที่มีคลังสินค้าในการจัดเก็บสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า สิ่งที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุดคือการบริหารจัดการคลังสินค้าให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการเก็บสินค้า การจัดเรียงสินค้า การหยิบสินค้า การบริหารต้นทุน หรือการดำเนินงานอื่นๆ ในคลังสินค้า เพื่อให้การดำเนินงานในคลังสินค้าเกิดความรวดเร็วมากที่สุด และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการที่จะทำให้การดำเนินงานในคลังสินค้าเกิดความรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำมากที่สุด ตำแหน่งในการจัดวางสินค้าถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะช่วยให้การจัดเรียงสินค้า การจัดเก็บ การตรวจสอบ การตรวจนับ และการหยิบสินค้าเป็นไปได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ส่งผลให้การบริหารจัดการคลังสินค้ามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บริษัท เค เอ็น ซี ไทร์ เซอร์วิส เซ็นเตอร์ เป็นธุรกิจที่ให้บริการเกี่ยวกับการตรวจเช็ค ซ่อมบำรุง และจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการดูแล ซ่อมบำรุงรถ จึงต้องจัดเก็บสินค้าเพื่อใช้ในการตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ การบริหารธุรกิจของบริษัท เค เอ็น ซี ไทร์ เซอร์วิส เซ็นเตอร์ มีสิ่งที่ควรคำนึงถึงคือเรื่องต้นทุนการจัดการและความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยบริษัทมีการจัดเก็บสินค้าหลากหลายชนิด แต่สินค้าที่มีผลต่อการให้บริการและต้นทุนของบริษัทมาก คือสินค้าที่อยู่ในคลังสินค้าอะไหล่ซึ่งเป็นส่วนที่จะช่วยตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งปัญหาที่พบในส่วนของการคลังสินค้าอะไหล่ คือ สินค้ามีการจัดวางปะปนกัน ไม่มีตำแหน่งที่ชัดเจน ส่งผลให้กระบวนการเบิกสินค้าเป็นไปอย่างล่าช้า หากสินค้าที่ต้องการเบิกได้ยาก หากผู้ที่ทำการหยิบสินค้าเป็นประจำไม่อยู่ จะส่งผลทำให้หาสินค้าไม่เจอ หรือใช้เวลานานในการหยิบหรือตรวจนับสินค้า และยังส่งผลให้เกิดต้นทุนในการจัดเก็บสูงอีกด้วย (จิราวรรณ ชินสุทธิประภา, 2566)

จากปัญหาดังกล่าวส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าอะไหล่ของบริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์ ในการจัดเก็บสินค้าและการเบิกสินค้า ผู้จัดทำจึงสนใจศึกษาเพื่อหาแนวทางแก้ไข โดยได้ทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) และใช้กระบวนการ PAOR ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ การวางแผน (Planning) การปฏิบัติ (Action) การสังเกตการณ์ (Observation) การสะท้อนผล (Reflection) (จิตชนก ปรีชาพันธ์, 2560) ซึ่งนำแนวคิด ABC Analysis เพื่อมาวิเคราะห์แบ่งกลุ่มสินค้า จัดเรียงสินค้าใหม่ตามประเภทการใช้งาน มาประยุกต์ใช้ในการจัดเรียงสินค้าในคลังสินค้าอะไหล่ให้เป็นระเบียบ ใช้พื้นที่น้อย สามารถดูแลบริหารจัดการและหยิบสินค้าได้ง่าย พร้อมทั้งระบุตำแหน่งของสินค้าไว้อย่างชัดเจนทั้งในส่วนของการคลังสินค้าจริงและในระบบฐานข้อมูลเพื่อง่ายต่อการค้นหาซึ่งจะส่งผลให้ลดระยะเวลาการหยิบสินค้า ง่ายต่อการตรวจนับ และยังตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. วิเคราะห์ปัญหาในคลังสินค้าอะไหล่ บริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์
2. ปรับปรุงขั้นตอนการดำเนินงานในคลังสินค้าอะไหล่ บริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์
3. เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าอะไหล่ บริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

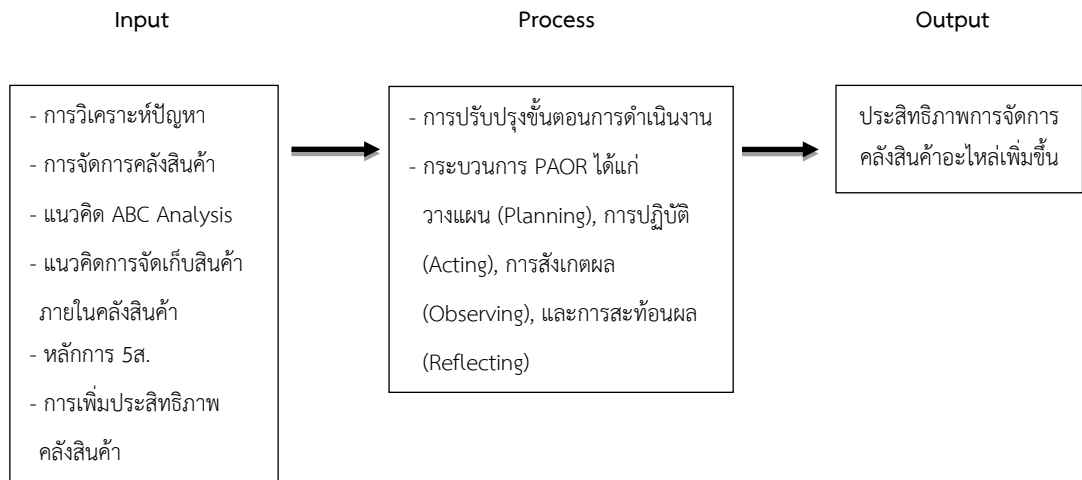
1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าอะไหล่ของบริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์ โดยใช้แนวคิดแนวคิด ABC Analysis แนวคิดการจัดเก็บสินค้าภายในคลังสินค้า, หลักการ 5ส. การเพิ่มประสิทธิภาพคลังสินค้า รวมถึงกระบวนการวางแผน (Planning) การปฏิบัติ (Acting) การสังเกตผล (Observing) และการสะท้อนผล (Reflecting)

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้บริหารและพนักงานของบริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์ ทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 5 คน ประกอบด้วย 1) กรรมการผู้จัดการ จำนวน 1 คน 2) พนักงานแผนกบัญชี-คลังสินค้า จำนวน 3 คน และ 3) ช่างซ่อมรถ จำนวน 1 คน

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ บริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการวิจัย ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง เมษายน 2566

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 การจัดการคลังสินค้า

ค่านาย อภิปรัชญาสกุล (2556) ได้นิยามการจัดการคลังสินค้าว่าเป็นกระบวนการบูรณาการทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานคลังสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ต้องบริหารงานให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการปฏิบัติการทำให้เกิดผลประโยชน์ตามที่กำหนดไว้ ดังนั้นจะต้องมีเป้าหมายในการดำเนินงานหรือมีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้าให้มีประสิทธิภาพอยู่ 4 ประการ ดังนี้

2.1.1 การใช้เนื้อที่ให้ได้ประโยชน์สูงสุด เนื้อที่ที่สูญเสียไปโดยไม่ได้ใช้ประโยชน์คือค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนที่ต้องเสียเปล่าของคลังสินค้า ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงกับการเกิดรายได้และผลกำไรของธุรกิจ

2.1.2 การใช้เวลาและแรงงานให้ได้ประโยชน์มากที่สุด กำลังคนคือทรัพยากรและต้นทุนของการจัดการคลังสินค้า การใช้เวลาหรือแรงงานมีผลกระทบโดยตรงต่อต้นทุนหรือกำไรของธุรกิจ ต้องบริหารจัดการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของการดำเนินงาน

2.1.3 การเข้าถึงสินค้าที่เก็บไว้ได้สะดวกที่สุด สินค้าต้องได้รับการจัดเก็บในลักษณะที่สามารถนำออกได้ง่าย และจัดส่งไปโดยมีเป้าหมายให้ค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ซึ่งการจัดเก็บสินค้าต้องพิจารณาให้สามารถเข้าถึงได้สะดวกที่สุด ตำแหน่งทางเข้า-ออก ทางเดิน แกว และทิศทางของการจัดเก็บสินค้า

2.1.4 การป้องกันสินค้าที่เก็บรักษาได้เป็นอย่างดีที่สุด สินค้าจะต้องได้รับการจัดเก็บในลักษณะที่ป้องกันการสูญหายจากการลักขโมยและการบุบสลายอันเนื่องมาจากสาเหตุต่างๆ อาจรวมไปถึงความต้องการในการใช้มาตรการดูแลรักษาเป็นพิเศษต่อสินค้าบางรายการในขณะที่เก็บรักษาอยู่ในคลังสินค้า

2.2 แนวคิด ABC Analysis

สุรศักดิ์ พรบรรเจิดกุล (2564) ได้ให้แนวทางในการจัดกลุ่มสินค้าและออกแบบพื้นที่ในการจัดวางสินค้าตามแนวคิด ABC Analysis ดังนี้

2.2.1 การจัดกลุ่มสินค้าโดยใช้แนวคิด ABC Analysis ตามการเคลื่อนไหว (Movement) ของสินค้าดังนี้

- 1) สินค้าที่มีการเคลื่อนไหวเร็ว (Fast Moving) หรือมียอดขายร้อยละ 80 ให้จัดอยู่กลุ่ม A
- 2) สินค้าที่มีการเคลื่อนไหวปานกลาง (Medium Moving) หรือมียอดขายร้อยละ 15 ให้จัดอยู่กลุ่ม B
- 3) สินค้าที่มีการเคลื่อนไหวช้า (Slow Moving) หรือมียอดขายร้อยละ 5 ให้จัดอยู่กลุ่ม C

2.2.2 ออกแบบพื้นที่ในการจัดวางสินค้าให้สอดคล้องกับการเคลื่อนไหวของสินค้า

- 1) สินค้าที่มีการเคลื่อนไหวเร็ว (Fast Moving) เบิกบ่อย กลุ่ม A ให้วางใกล้ประตูเข้า-ออก
- 2) สินค้าที่มีการเคลื่อนไหวปานกลาง (Medium Moving) กลุ่ม B วางถัดจากกลุ่ม A
- 3) สินค้าที่มีการเคลื่อนไหวช้า (Slow Moving) กลุ่ม C วางท้ายสุดของคลังสินค้า

2.3 แนวคิดการจัดเก็บสินค้าภายในคลังสินค้า

James & Jerry (1998) ได้แบ่งรูปแบบการจัดเก็บสินค้าเป็น 5 รูปแบบ ดังนี้

2.3.1 ระบบการจัดเก็บโดยไร้รูปแบบ (Informal System) เป็นรูปแบบการจัดเก็บสินค้าที่ไม่มีการบันทึกตำแหน่งการจัดเก็บเข้าระบบและสินค้าทุกชนิดสามารถจัดเก็บไว้ตำแหน่งใดก็ได้ในคลังสินค้า

2.3.2 ระบบการจัดเก็บโดยกำหนดตำแหน่งตายตัว (Fixed Location System) การจัดเก็บสินค้าทุกรหัสสินค้าที่มีการจำแนกประเภทสินค้า (Stock Keeping Unit: SKU) นั้นจะมีตำแหน่งจัดเก็บที่กำหนดไว้ตายตัวอยู่แล้ว

2.3.3 ระบบการจัดเก็บโดยเรียงตามรหัสสินค้า (Part Number System) รูปแบบการจัดเก็บโดยใช้รหัสสินค้า (Part Number)

2.3.4 ระบบการจัดเก็บสินค้าตามประเภทของสินค้า (Commodity System) เป็นรูปแบบการจัดเก็บสินค้าตามประเภทของสินค้า (Product type)

2.3.5 ระบบการจัดเก็บที่ไม่ได้กำหนดตำแหน่งตายตัว (Random Location System) เป็นการจัดเก็บที่ไม่ได้กำหนดตำแหน่งตายตัว ทำให้สินค้าแต่ละชนิดสามารถถูกจัดเก็บไว้ในตำแหน่งใดก็ได้ในคลังสินค้า

2.4 หลักการ 5ส.

ภัทรา อุดมกัลยารักษ์ (2560) ได้นำหลักการ 5ส. มาเป็นแนวทางในการจัดเก็บ ดังนี้

2.3.1 สะสาง สรรวพื้นที่ขององค์กรและคัดแยกวัตถุ癖

2.3.2 สะดวก กำหนดพื้นที่จัดเก็บวัตถุ癖 โดยคำนึงถึงความสะดวกต่อการเบิกใช้วัตถุ癖 จัดเรียงตามประเภทและแสดงป้ายแสดงรายละเอียดวัตถุ癖ให้ชัดเจน

2.3.3 สะอาด ทำความสะอาดพื้นที่ทำงานของพนักงานแต่ละคน รวมถึงพื้นที่ส่วนรวมภายในองค์กร

2.3.4 สุขลักษณะ กิจกรรม 3 ขั้นตอนแรกส่งเสริมให้ภายในองค์กรถูกสุขลักษณะ พร้อมทั้งเพิ่มอุปกรณ์ความปลอดภัยในการทำงานให้พนักงาน

2.3.5 สร้างนิสัย กำหนดหัวหน้าในการทำกิจกรรม 5ส. และมอบหมายหน้าที่ ความรับผิดชอบให้พนักงานแต่ละคนให้ปฏิบัติกิจกรรม 5ส. อย่างต่อเนื่อง

2.5 ประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า

ณัฐภัทรศญา เศรษฐโชติสมบัติ และ ประสิทธิ์ การนอก (2562) ได้กล่าวถึงการเพิ่มประสิทธิภาพเป็นกระบวนการวางแผนที่จะพัฒนาความสามารถขององค์กร เพื่อให้บรรลุระดับการปฏิบัติงานที่พึงพอใจที่สุด วัดประสิทธิภาพได้จากการเติบโตขององค์กร การเพิ่มประสิทธิภาพยังรวมถึงการจัดระเบียบในการเก็บ การวางและรักษาสินค้าอย่างเป็นระบบ มีระเบียบ เพื่อป้องกันและรักษาสินค้าให้อยู่ในสภาพดี มีความพร้อมสำหรับการจ่ายออกได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว ทันเวลา และมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่ำ รวมการกำหนดมาตรฐาน วิธีการปฏิบัติงานที่สามารถควบคุมและวัดผลการดำเนินงานได้ ซึ่งการเพิ่มประสิทธิภาพคลังสินค้าคือการทำให้การปฏิบัติงานด้านการจัดการคลังสินค้าดีขึ้น ในด้านจำนวนสินค้าคงคลังมีความเหมาะสม การลดเวลาขนย้ายสินค้า การลดขั้นตอนการทำงาน มีการวางแผนที่จะพัฒนาความสามารถขององค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมาย รักษาระดับปฏิบัติงานที่ดี และสามารถวัดผลสำเร็จได้

2.6 การดำเนินงานวิจัยเชิงปฏิบัติการ

Kemmis & McTaggart (1988) ได้กล่าวถึงกระบวนการดำเนินงานวิจัยเชิงปฏิบัติการ ประกอบด้วยกิจกรรมการวิจัยที่สำคัญ 4 ขั้นตอนหลัก คือ

1. การวางแผนเพื่อไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น (Planning)

2. ลงมือปฏิบัติการตามแผน (Action)
3. สังเกตการณ์ (Observation)
4. สะท้อนกลับ (Reflection) กระบวนการและผลของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 พรพลอย พุฒิพงศ์บวรภัก และ ปริญ วีระพงษ์ (2561) การลดระยะเวลาในการหยิบจ่ายสินค้า กรณีศึกษา บริษัท PP&A จำกัด มีปัญหาการหาสินค้าล่อจ่ายล่าช้าเนื่องจากระบบการเก็บที่ไม่เป็นระบบ แก้ไขโดยใช้การแบ่งกลุ่มของสินค้าตามหลักระบบการจัดเก็บสินค้าตามประเภทของสินค้า (Commodity System) พร้อมจัดลำดับตำแหน่งในการวางสินค้าโดยนำข้อมูลยอดจ่ายมาทำการจัดลำดับตามหลักการวิเคราะห์จัดแบ่งวัสดุตามความถี่ในการใช้งาน (FSN Analysis) และเพื่อหาสินค้าที่ง่ายขึ้นจึงใช้ เทคนิคการควบคุมด้วยการมองเห็น (Visual control) เพื่อจัดทำป้ายบ่งชี้เพื่อบอกประเภทของสินค้า

2.6.2 จักรินทร์ สุขหมอก และ เพียงจันทร์ โกญจนาท (2563) การเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการหยิบสินค้า ด้วยการให้หลักการของพื้นที่การหยิบสินค้าอย่างรวดเร็ว กรณีศึกษา: คลังสินค้า บริษัท A มีวัตถุประสงค์เพื่อลดระยะเวลาในกระบวนการหยิบสินค้าตามใบสั่งที่มีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากพื้นที่หยิบสินค้าอย่างรวดเร็วเป็นพื้นที่ที่มีขนาดเล็ก การบริหารจัดการในการเลือกรายการสินค้าที่จะนำมาเก็บในพื้นที่นี้ รวมถึงการวางแผนในการเติมเต็มสินค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญ

2.6.3 สมชาย เปรียงพรม และ กรรณิการ์ เกิดแก้ว (2565) การพัฒนาระบบการจัดเก็บและกระบวนการหยิบสินค้าในคลังสินค้า กรณีศึกษา: บริษัท จัดจำหน่ายสินค้าประเภทไอที จำกัด พบว่า พนักงานใช้เวลาในการค้นหาสินค้าและหยิบสินค้านานเกินความจำเป็น เนื่องจากไม่มีการกำหนดรหัสโลเคชั่น และการจัดทำป้ายรหัสโลเคชั่น รวมทั้งไม่มีการบันทึกตำแหน่งที่จัดเก็บสินค้า และคู่มือในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน ทำให้พนักงานไม่สามารถปฏิบัติงานได้ถูกต้อง

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 รูปแบบการวิจัย

รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการกระบวนการวิจัย ดังนี้

3.1.1 การเตรียมการ (Preparation) โดยประชุมชี้แจงการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาของนักศึกษา วิธีการดำเนินการทำวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) โดยอาศัยวงจร PAOR (Planning, Acting, Observing, และ Reflecting) รวมถึงบทบาทของผู้วิจัย และแผนการปฏิบัติการ

3.1.2 การวางแผน (Planning) โดยประชุมเพื่อวิเคราะห์สภาพปัจจุบัน ปัญหา อุปสรรค ความคาดหวัง และทำการกำหนดประเด็นปัญหา วางแผนปฏิบัติการ รวมถึงกำหนดผู้รับผิดชอบ

3.1.3 การปฏิบัติ (Acting) โดยการนำแผนการปฏิบัติการไปปฏิบัติ มีการบันทึก ติดตามความก้าวหน้า เรียนรู้ และปรับปรุงแก้ไข

3.1.4 การสังเกตผล (Observing) โดยการประชุมเพื่อประเมินผลการปฏิบัติการ และสรุปสิ่งที่ได้

3.1.5 การสะท้อนผล (Reflecting) โดยการประชุมเพื่อสรุปผลการดำเนินงาน ผลการเรียนรู้ และข้อเสนอแนะ

3.2 กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย ได้แก่

3.2.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้บริหารและพนักงานของบริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์ ทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 5 คน ประกอบด้วย 1) กรรมการผู้จัดการ จำนวน 1 คน 2) พนักงานแผนกบัญชี-คลังสินค้า จำนวน 3 คน และ 3) ช่างซ่อมรถ จำนวน 1 คน

3.2.2 กลุ่มผู้ร่วมวิจัย จำนวน 4 คน ได้แก่ 1) อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จำนวน 1 คน 2) อาจารย์ประจำสาขาวิชาการค้าสมัยใหม่ คณะ

วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จำนวน 2 คน และ 3) นักศึกษาปฏิบัติงานสหกิจศึกษาสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จำนวน 1 คน

3.2.3 ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้แทนจากสมาคมวิชาชีพโลจิสติกส์และซัพพลายเชนรวมคำแหง จำนวน 3 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่

3.3.1 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และมีการตรวจสอบข้อคำถามและคุณภาพเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญจากสมาคมวิชาชีพโลจิสติกส์และซัพพลายเชนรวมคำแหง จำนวน 3 คน

3.3.2 การสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) โดยมีการกำหนดประเด็นการสนทนาเกี่ยวกับการกำหนดปัญหา การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา กระบวนการแก้ปัญหา และการสรุปผลการดำเนินการ

3.4 การเก็บข้อมูล

มีการเก็บรวบรวมข้อมูล 4 ระยะ ได้แก่

3.4.1 เก็บรวบรวมข้อมูลสภาพปัจจุบัน ปัญหา อุปสรรค ความคาดหวัง โดยการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) ร่วมกัน 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2) กลุ่มผู้ร่วมวิจัย 3) ผู้ทรงคุณวุฒิ

3.4.2 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้บริหารและพนักงานของบริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์ จำนวน 5 คน ประกอบด้วย 1) กรรมการผู้จัดการ จำนวน 1 คน 2) พนักงานแผนกบัญชี-คลังสินค้า จำนวน 3 คน และ 3) ช่างซ่อม จำนวน 1 คน รวมถึงทำการทดสอบโดยให้ทุกคนหยิบสินค้าตามใบเบิกสินค้าในคลังสินค้าอะไหล่ และบันทึกผลการดำเนินงาน

3.4.3 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) ร่วมกัน 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2) กลุ่มผู้ร่วมวิจัย 3) ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหา และปรับปรุงขั้นตอนการดำเนินงานในคลังสินค้าอะไหล่ พร้อมทำการทดสอบหยิบสินค้าตามใบเบิกสินค้าในคลังสินค้าอะไหล่หลังจากปรับปรุงการดำเนินงาน และบันทึกผลการดำเนินงาน

3.4.4 เก็บรวบรวมข้อมูลผลการดำเนินการร่วมกัน 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2) กลุ่มผู้ร่วมวิจัย 3) ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อเป็นการตรวจสอบสามเส้าโดยการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion)

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 วิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) ร่วมกัน 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2) กลุ่มผู้ร่วมวิจัย 3) ผู้ทรงคุณวุฒิสภาพปัจจุบัน เพื่อให้ทราบถึงปัญหา อุปสรรค ความคาดหวัง รวมถึงทำการกำหนดปัญหา และออกแบบวิธีการปฏิบัติการ พร้อมกำหนดผู้รับผิดชอบเพื่อแก้ปัญหา

3.5.2 วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้บริหารและพนักงานของบริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์ จำนวน 5 คน ประกอบด้วย 1) กรรมการผู้จัดการ จำนวน 1 คน 2) พนักงานแผนกบัญชี-คลังสินค้า จำนวน 3 คน และ 3) ช่างซ่อม จำนวน 1 คน เพื่อหาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา และผลกระทบที่เกิดขึ้น รวมถึงทำการวิเคราะห์และสรุปผลการทดสอบหยิบสินค้าตามใบเบิกสินค้าในคลังสินค้าอะไหล่ของแต่ละคน

3.5.3 วิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) เพื่อสรุปวิธีการแก้ปัญหา และปรับปรุงขั้นตอนการดำเนินงานในคลังสินค้าอะไหล่ร่วมกัน 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2) กลุ่มผู้ร่วมวิจัย 3) ผู้ทรงคุณวุฒิ และสรุปผลการทดสอบหยิบสินค้าตามใบเบิกสินค้าในคลังสินค้าอะไหล่หลังจากปรับปรุงการดำเนินงาน

3.5.4 วิเคราะห์และสรุปผลการดำเนินการโดยการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) ร่วมกัน 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2) กลุ่มผู้ร่วมวิจัย 3) ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อเป็นการตรวจสอบสามเส้า พร้อมวิเคราะห์และสรุปแสดงข้อมูลเปรียบเทียบผลการดำเนินการก่อน-หลังการดำเนินการ

4. สรุปผลการวิจัย

4.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ปัญหาในคลังสินค้าอะไหล่ บริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์

4.1.1 กิจกรรมในแผนกบัญชี-คลังสินค้านั้น มีกระบวนการจัดซื้อ จัดเก็บสินค้า และการหยิบสินค้าตามรายการในใบเบิกสินค้า พบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการทำงานของแผนกบัญชี-คลังสินค้านั้นคือ ใช้เวลาในการหาและหยิบสินค้าตามใบเบิกสินค้าช้า และหากผู้ที่ทำการหยิบสินค้าเป็นประจำไม่อยู่ จะส่งผลทำให้หาสินค้าไม่เจอ หรือใช้เวลานานในการหยิบสินค้า ส่งผลให้การทำงานของแผนกบัญชี-คลังสินค้าเกิดความล่าช้า จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) ร่วมกัน 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2) กลุ่มผู้ร่วมวิจัย และ 3) ผู้ทรงคุณวุฒิ ปัญหาดังกล่าวเกิดจากสาเหตุดังต่อไปนี้

(1) การวางสินค้าในคลังสินค้าอะไหล่วางปะปนกัน ไม่มีการจำแนกเป็นหมวดหมู่ ไม่มีการแยกประเภทของสินค้า

(2) ไม่มีการระบุตำแหน่ง (Location) ให้กับสินค้า และไม่มีการติดป้ายกำกับสินค้า ทำให้การเบิกสินค้าหรือการหยิบสินค้า รวมถึงการตรวจนับสินค้าคงคลังต้องใช้เวลามาก เกิดความสูญเปล่าในการทำงาน และส่งผลกระทบต่อค่าบริการลูกค้า การตรวจนับสินค้าคงคลังต้องทำหลังจากเลิกปฏิบัติงาน และต้องใช้เวลาอย่างมากทำให้ต้นทุนค่าล่วงเวลาในการตรวจนับสินค้าคงคลังในแต่ละรอบมาก

(3) ไม่มีฐานข้อมูลสินค้าคงคลังและข้อมูลตำแหน่ง (Location) จัดเก็บของสินค้า ทำให้ไม่สามารถค้นหาและตรวจสอบสินค้าได้ทันที ทำให้มีปัญหาระงับสินค้าขาด ส่งผลต่อค่าบริการลูกค้า และจำนวนสินค้าคงคลังหลายรายการก็มีมาก และเนื่องจากไม่ได้กำหนดสินค้าคงคลังขั้นต่ำและจุดสั่งซื้อซ้ำ (Re-Order Point) ไว้ ส่งผลให้ต้นทุนในการจัดเก็บสินค้าสูง

4.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อปรับปรุงขั้นตอนการดำเนินงานในคลังสินค้าอะไหล่ บริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์

4.2.1 ดำเนินการปรับปรุงขั้นตอนการดำเนินงานด้วยการจัดกลุ่มสินค้าตามแนวคิด ABC Analysis ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ตีจำนวนครั้งที่เบิกสินค้า 6 เดือน ย้อนหลัง

ขั้นตอนที่ 2 จากนั้นก็เรียงลำดับจากมากไปน้อย

ขั้นตอนที่ 3 คำนวณเปอร์เซ็นต์จำนวนครั้งที่เบิกของสินค้าแต่ละประเภทและเปอร์เซ็นต์สะสม

ขั้นตอนที่ 4 คำนวณเปอร์เซ็นต์ลำดับรายการสะสม

ขั้นตอนที่ 5 จัดกลุ่มสินค้า A, B และ C โดยสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวเร็ว (Fast Moving) หรือมียอดขายประมาณร้อยละ 80 ให้จัดอยู่กลุ่ม A สินค้าที่มีการเคลื่อนไหวปานกลาง (Medium Moving) หรือมียอดขายประมาณร้อยละ 15 ให้จัดอยู่กลุ่ม B และสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวช้า (Slow Moving) หรือมียอดขายประมาณร้อยละ 5 ให้จัดอยู่กลุ่ม C

ขั้นตอนที่ 6 วิเคราะห์ตำแหน่งที่เหมาะสมในการจัดวางสินค้าแต่ละประเภท โดยสินค้าที่เบิกบ่อยกลุ่ม A ให้วางใกล้ประตูเข้าออก กลุ่ม B วางถัดจากกลุ่ม A และกลุ่ม C วางท้ายสุดของคลังสินค้า

และยังมีการจัดเรียงสินค้าแบบระบบการจัดเก็บสินค้าตามประเภทของสินค้า (Commodity System) ซึ่งเป็นรูปแบบการจัดเก็บสินค้าตามประเภทของสินค้า (Product type) ตามลักษณะการใช้งาน โดยจัดวางสินค้าในกลุ่มเดียวกันหรือตามประเภทเดียวกันไว้ตำแหน่งใกล้เคียงกัน ถ้าสินค้ากลุ่มใดมีการใช้งานร่วมกันบ่อยๆ มีการเบิกร่วมกันบ่อยๆ จำเป็นที่จะต้องใช้งานร่วมกันก็จะนำสินค้าเหล่านั้นมาจัดเรียงไว้ใกล้ๆ กัน เช่น หากมีการเบิกน้ำมันเครื่องเพื่อจะนำไปเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ช่างจะมาเบิกสินค้าในคลังสินค้าอะไหล่ ซึ่งสินค้าที่จะต้องใช้ในการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องจะมี น้ำมันเครื่อง ไส้กรองน้ำมันเครื่อง และแหวนรองน็อต จึงต้องจัดสินค้าเหล่านี้ไว้ใกล้กันเพื่อความรวดเร็วในการหยิบสินค้า เป็นต้น เพื่อให้ง่ายต่อการหยิบสินค้า

หลังจากที่มีการจัดเรียงสินค้าตามหลักการจัดเรียงแล้ว ผู้จัดทำได้มีการจัดทำและติดป้ายระบุตำแหน่ง (Location) ของสินค้า และขึ้นวางเพื่อระบุตำแหน่งที่ชัดเจนของสินค้าเพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา หยิบ และเติมสินค้า

ในตำแหน่งเดิม พร้อมนำข้อมูลตำแหน่ง (Location) ของสินค้ามาบันทึกลงในโปรแกรม Microsoft Excel เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการค้นหาตำแหน่ง (Location) รวมไปถึงรายละเอียดสินค้าจากในระบบ ทำให้ง่ายต่อการค้นหา ตรวจสอบ และนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ด้านอื่นๆ ต่อไป

4.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าอะไหล่ บริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์

ประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าอะไหล่เพิ่มขึ้น ดังนี้

4.3.1 การจัดผังการวางสินค้าในคลังสินค้าอะไหล่เป็นหมวดหมู่ มีการแยกประเภทของสินค้า มีป้ายกำกับบอกสินค้า

4.3.2 มีฐานข้อมูลสินค้าและตำแหน่งในการจัดเก็บสินค้า ทำให้สามารถค้นหาสินค้าได้อย่างรวดเร็ว และทำให้การตรวจนับสินค้าคงคลังสามารถทำได้รวดเร็วขึ้น ใช้เวลาน้อยลง ลดต้นทุนการจ่ายค่าล่วงเวลาในการตรวจนับสินค้าคงคลังในแต่ละรอบ

4.3.3 สามารถวางแผนในการจัดซื้อสินค้าได้ดีขึ้น ไม่มีปัญหาเรื่องสินค้าขาด แต่ในขณะเดียวกันก็สามารถลดจำนวนสินค้าคงคลังหลายรายการลงได้โดยที่ไม่กระทบการให้บริการ ส่งผลให้ต้นทุนในการจัดเก็บสินค้าต่ำลง และการให้บริการลูกค้าดีขึ้น

4.3.4 สามารถหยิบสินค้าตามใบเบิกสินค้าได้เร็วขึ้น สามารถลดเวลาในการทำงาน และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการลูกค้าได้มากขึ้นจากการดำเนินการตามแผนการดำเนินงาน ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการดำเนินการโดยการจับเวลาการหยิบสินค้าตามใบเบิกสินค้าก่อนและหลังการดำเนินการ และนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยเวลาในการหยิบสินค้าต่อชิ้น หลังจากนั้นเปรียบเทียบข้อมูลเพื่อสรุปผลก่อนและหลังการดำเนินการ โดยการสุ่มหยิบสินค้าตามใบเบิกสินค้าโดยมีรายการสินค้าเหมือนกันของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 5 คน พร้อมจับเวลาการหยิบสินค้าทุกรายการ จำนวนคนละ 10 รายการ ผลการดำเนินการพบว่า ระยะเวลาการหยิบสินค้าของพนักงานคนที่ 1 ก่อนการจัดเรียงใช้ระยะเวลาการหยิบสินค้า 1 รายการเฉลี่ยอยู่ที่ 0.40 นาที ระยะเวลาการหยิบสินค้าหลังการจัดเรียงใช้ระยะเวลาการหยิบสินค้า 1 รายการเฉลี่ยอยู่ที่ 0.20 นาที ใช้ระยะเวลาในการหยิบสินค้าลดลง 0.20 นาที ระยะเวลาการหยิบสินค้าของพนักงานคนที่ 2 ก่อนการจัดเรียงใช้ระยะเวลาการหยิบสินค้า 1 รายการเฉลี่ยอยู่ที่ 0.48 นาที ระยะเวลาการหยิบสินค้าหลังการจัดเรียงใช้ระยะเวลาการหยิบสินค้า 1 รายการเฉลี่ยอยู่ที่ 0.21 นาที ใช้ระยะเวลาในการหยิบสินค้าลดลง 0.27 นาที ระยะเวลาการหยิบสินค้าของพนักงานคนที่ 3 ก่อนการจัดเรียงใช้ระยะเวลาการหยิบสินค้า 1 รายการเฉลี่ยอยู่ที่ 0.45 นาที ระยะเวลาการหยิบสินค้าหลังการจัดเรียงใช้ระยะเวลาการหยิบสินค้า 1 รายการเฉลี่ยอยู่ที่ 0.23 นาที ใช้ระยะเวลาในการหยิบสินค้าลดลง 0.22 นาที ระยะเวลาการหยิบสินค้าของพนักงานคนที่ 4 ก่อนการจัดเรียงใช้ระยะเวลาการหยิบสินค้า 1 รายการเฉลี่ยอยู่ที่ 0.58 นาที ระยะเวลาการหยิบสินค้า หลังการจัดเรียงใช้ระยะเวลาการหยิบสินค้า 1 รายการเฉลี่ยอยู่ที่ 0.38 นาที ใช้ระยะเวลาในการหยิบสินค้าลดลง 0.20 นาที ระยะเวลาการหยิบสินค้าของพนักงานคนที่ 5 ก่อนการจัดเรียงใช้ระยะเวลาการหยิบสินค้า 1 รายการเฉลี่ยอยู่ที่ 0.59 นาที ระยะเวลาการหยิบสินค้า หลังการจัดเรียงใช้ระยะเวลาการหยิบสินค้า 1 รายการเฉลี่ยอยู่ที่ 0.35 นาที ใช้ระยะเวลาในการหยิบสินค้าลดลง 0.24 นาที และค่าเฉลี่ยการหยิบสินค้าของพนักงาน 5 คน จำนวน 1 รายการก่อนมีการจัดเรียงมีค่าเท่ากับ 0.50 ค่าเฉลี่ยการหยิบสินค้าหลังมีการจัดเรียงมีค่าเท่ากับ 0.27 นาที ซึ่งใช้ระยะเวลาในการหยิบสินค้า 1 รายการเฉลี่ยลดลง 0.23 นาที หรือคิดเป็นร้อยละ 46

5. อภิปรายผล

1. จากการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาในคลังสินค้าอะไหล่ บริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์ พบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการทำงานของแผนกบัญชี-คลังสินค้า ที่ใช้เวลาในการหาและหยิบสินค้าตามใบเบิกสินค้าช้า และหากผู้ที่ทำการหยิบสินค้าเป็นประจำไม่อยู่ส่งผลทำให้หาสินค้าไม่เจอ หรือใช้เวลานานในการหยิบสินค้า มีสาเหตุจากไม่มีการจัดผังการวางสินค้าในคลังสินค้าอะไหล่ สินค้าวางปะปนกัน ไม่มีการจำแนกเป็นหมวดหมู่ ไม่มีการแยกประเภท

ของสินค้า และไม่มีป้ายกำกับสินค้า รวมถึงไม่มีฐานข้อมูลสินค้าและตำแหน่งในการจัดเก็บสินค้าในคลังสินค้าอะไหล่ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการพัฒนากระบวนการจัดเก็บและกระบวนการหยิบสินค้าในคลังสินค้า กรณีศึกษา: บริษัท จัดจำหน่ายสินค้าประเภทไอที จำกัด ของสมชาย เปรียงพรม และ กรณีการ เกิดแก้ว พบว่า พนักงานใช้เวลาในการค้นหาสินค้าและหยิบสินค้านานเกินความจำเป็นเนื่องจากไม่มีการกำหนดรหัสโลเคชั่น และการจัดทำป้ายรหัส โลเคชั่น รวมทั้งไม่มีการบันทึกตำแหน่งที่จัดเก็บสินค้า และคู่มือการปฏิบัติงานที่ชัดเจน (สมชาย เปรียงพรม และ กรณีการ เกิดแก้ว, 2565)

2. ทำการดำเนินการปรับปรุงขั้นตอนการดำเนินงานในคลังสินค้าอะไหล่ บริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์ โดยการวิเคราะห์ตำแหน่งในการจัดวางสินค้าแต่ละประเภท ทำการจัดกลุ่มสินค้าตามแนวคิด ABC Analysis จากปริมาณการเบิกสินค้าหรือยอดขายโดยสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวเร็ว (Fast Moving) หรือมียอดขายประมาณร้อยละ 80 ให้จัดอยู่กลุ่ม A สินค้าที่มีการเคลื่อนไหวปานกลาง (Medium Moving) หรือมียอดขายประมาณร้อยละ 15 ให้จัดอยู่กลุ่ม B และสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวช้า (Slow Moving) หรือมียอดขายประมาณร้อยละ 5 ให้จัดอยู่กลุ่ม C รวมถึงวิเคราะห์ตำแหน่งที่เหมาะสมในการจัดวางสินค้าแต่ละประเภท โดยสินค้าที่เบิกบ่อย กลุ่ม A ให้วางใกล้ประตูเข้าออก กลุ่ม B วางถัดจากกลุ่ม A และกลุ่ม C วางท้ายสุดของคลังสินค้าเพื่อให้ง่ายต่อการหยิบสินค้าและการตรวจเช็คความเคลื่อนไหว สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องระยะเวลาในการหยิบจ่ายสินค้า กรณีศึกษา บริษัท PP&A จำกัด ของแพรพลอย พุฒิพงศ์วรภัก และ ปริญ วีระพงษ์ ในการแบ่งประเภทของสินค้าเพื่อให้ง่ายต่อการหยิบจ่ายสินค้า และจัดทำป้ายระบุตำแหน่ง (Location) ของสินค้า และขึ้นวางเพื่อระบุตำแหน่งที่ชัดเจนของสินค้าเพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา หยิบ และเติมสินค้าในตำแหน่งเดิม (แพรพลอย พุฒิพงศ์วรภัก และ ปริญ วีระพงษ์, 2561) พร้อมนำข้อมูลตำแหน่ง (Location) ของสินค้ามาบันทึกลงในโปรแกรม Microsoft Excel เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการค้นหาตำแหน่ง (Location) สอดคล้องกับแนวคิด ABC Analysis ในการจัดกลุ่มสินค้าตามการเคลื่อนไหว (Movement) และการออกแบบพื้นที่ในการจัดวางสินค้าให้สอดคล้องกับการเคลื่อนไหวของสินค้า รวมถึงสอดคล้องกับแนวคิดการจัดเก็บสินค้าภายในคลังสินค้า แบบระบบการจัดเก็บสินค้าตามประเภทของสินค้า (Commodity System) ซึ่งเป็นรูปแบบการจัดเก็บสินค้าตามประเภทของสินค้า (Product type)

3. ประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าอะไหล่ บริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์ เพิ่มขึ้นจากการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ มีการแยกประเภทของสินค้า มีการระบุตำแหน่งในการจัดเก็บสินค้า รวมถึงมีฐานข้อมูลสินค้าและตำแหน่งในการจัดเก็บสินค้า ส่งผลให้สามารถค้นหาสินค้าได้อย่างรวดเร็ว โดยค่าเฉลี่ยการหยิบสินค้าของพนักงาน 5 คน จำนวน 1 รายการก่อนมีการจัดเรียงมีค่าเท่ากับ 0.50 นาที ค่าเฉลี่ยการหยิบสินค้าหลังมีการจัดเรียงมีค่าเท่ากับ 0.27 นาที ซึ่งใช้ระยะเวลาในการหยิบสินค้า 1 รายการเฉลี่ยลดลง 0.23 นาที หรือคิดเป็นร้อยละ 46 รวมถึงยังสามารถวางแผนในการจัดซื้อสินค้าและบริหารสินค้าคงคลังได้ดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการพัฒนากระบวนการจัดเก็บและกระบวนการหยิบสินค้าในคลังสินค้า กรณีศึกษา: บริษัท จัดจำหน่ายสินค้าประเภทไอที จำกัด ของสมชาย เปรียงพรม และ กรณีการ เกิดแก้ว ในการดำเนินการแก้ไขปัญหโดยการกำหนดรหัสโลเคชั่นในแต่ละจุดที่ใช้จัดเก็บสินค้าและจัดทำป้ายรหัสโลเคชั่น และทำการบันทึกข้อมูลตำแหน่งที่จัดเก็บ (สมชาย เปรียงพรม และ กรณีการ เกิดแก้ว, 2565)

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

6.1.1 บริษัทควรมีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานและให้ความรู้เรื่องการปฏิบัติงานแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อจะได้สามารถทำงานทดแทนกันได้

6.1.2 บริษัทควรมีการสำรวจความพึงพอใจและความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานหลังจากมีการปรับวิธีการทำงานใหม่

6.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

6.2.1 ควรมีการศึกษาซ้ำพหุหลายแขนงและผลกระทบที่เกี่ยวข้องในภาพรวมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในภาพรวมระดับองค์กร และสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

7. เอกสารอ้างอิง

- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2556). **การจัดการคลังสินค้าและการกระจายสินค้า**. กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดีย แอนด์พับลิชชิง.
- จักรินทร์ ศุขหมอก และ เพียงจันทร์ โกญจนาน. (2563). การเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการ หีบสินค้าด้วยการใช้หลักการของพื้นที่การหีบสินค้าอย่างรวดเร็ว กรณีศึกษา: คลังสินค้า บริษัท A. ใน **การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15** (หน้า 1464-1474). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- จิราวรรณ ชินสุทธิประภา. (2566, 10 มกราคม). กรรมการผู้จัดการ บริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์, สัมภาษณ์. ชิดชนก ปริษานนท์. (2560). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาวิทยากร กระบวนการเพื่อขับเคลื่อนสู่ชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงสำหรับเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลลังกาใหญ่ อำเภอยะผิง จังหวัดนครราชสีมา. **วารสารราชพฤกษ์**, 15(3), 97-104.
- ณัฏฐภัทรศญา เศรษฐโชติสมบัติ และ ประสิทธิ์ การนอก. (2562). การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารพื้นที่คลังสินค้าอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ด้วยแนวคิดเชิงบูรณาการ: กรณีศึกษา บริษัท โตไครเค (ไทยแลนด์) จำกัด. **วารสารวิชาการ วิศวกรรมศาสตร์ ม.อบ.**, 13(1), 127-140.
- แพรวพลอย พุดพิงศ์บวรภัก และ ปริญ วีระพงษ์. (2561). การลดระยะเวลาในการหีบจ่ายสินค้า กรณีศึกษา บริษัท PP&A จำกัด. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านนวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้และสิ่งประดิษฐ์ ครั้งที่ 2** (หน้า 102-114). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ภัทรา อุดมกัลยารักษ์. (2560). **แนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพระบบการจัดการคลังสินค้าสำหรับโรงงานแปรรูป เหล็ก สแตนเลส และอลูมิเนียม: กรณีศึกษา บริษัท พีเอ็มที มอเตอร์โปรดักส์ จำกัด**. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วีระยุทธ์ ขาตะกาญจน์. (2558). การวิจัยเชิงปฏิบัติการ. **วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี**, 2(1), 29-49
- สมชาย เปรียงพรม และ กรรณิการ์ เกิดแก้ว (2565). การพัฒนาระบบการจัดเก็บและกระบวนการหีบสินค้าในคลังสินค้า กรณีศึกษา: บริษัท จัดจำหน่ายสินค้าประเภทไอที จำกัด. **วารสารพัฒนารัฐกิจและอุตสาหกรรม**, 2(3), 17-33.
- สุรศักดิ์ พรบรรเจิดกุล. (2564). **บริหารคลังสินค้าให้มีประสิทธิภาพและทำกำไรทันที**. กรุงเทพฯ: กู๊ดเฮดพรินต์ติ้ง แอนด์ แพคเกจจิง.
- James, A. T., & Jerry, D.S. (1998). **The warehouse management handbook**. (2nd ed.). Nottingham: Tompkins press.
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (1988). **The Action Research Planer** (3 ed.). Victoria: Deakin University.

การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากผ้ามัดหมี่ไทยพวน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี :

กรณีศึกษากลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน

Costs and returns analysis of Thai Puan Mudmee fabric Ban Mi District, Lopburi Province :

Case Study in Ban Phuan Women' Volunteer Group

วรรณวิไล โกษะโยธิน (Wanwilai Kosayothin)¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาต้นทุนจากผ้ามัดหมี่ไทยพวน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี : กรณีศึกษากลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน 2) วิเคราะห์ผลตอบแทนจากผ้ามัดหมี่ไทยพวน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี : กรณีศึกษากลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน ประชากรคือสมาชิกกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวนจำนวน 60 คน สุ่มตัวอย่างจากสมาชิกกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน จำนวน 13 คนโดยวิธีเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในกระบวนการผลิต การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้ได้ข้อมูลต้นทุน และรายได้จากการขายนำมาการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และวิเคราะห์ผลตอบแทนด้วยการหาอัตราส่วนกำไรขั้นต้นและอัตราส่วนกำไรสุทธิ

ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบผ้าเป็นผ้าทอมัดหมี่ 2 ตะกอนขนาดกว้าง 1 เมตร ยาว 2 เมตร มีทั้งผ้าพื้นและผ้าลาย โดยมีต้นทุน ดังนี้ วัสดุดิบทางตรงต่อผืนของผ้าพื้น 125.00 บาท ผ้าลายโบราณและผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ 112.50 บาท ค่าแรงงานต่อผืนของผ้าพื้น 150.00 บาท ผ้าลายโบราณ 238.00 บาท และผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ 288.00 บาท และค่าใช้จ่ายการผลิตต่อผืนของผ้าพื้น 30.00 บาท ผ้าลายโบราณ 78.02 บาท และผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ 63.02 บาท รวมเป็นต้นทุนการผลิตต่อผืนของผ้าพื้น 305.00 บาท ผ้าลายโบราณ 428.52 บาท และผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ 463.52 บาท นอกจากนี้ยังพบว่าค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อผืนของผ้าทุกลาย 20 บาท

เมื่อผลิตเสร็จมีราคาขายผ้าพื้นต่อผืน 500.00 บาท ผ้าลายโบราณและลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯต่อผืน 800.00 บาท เมื่อคำนวณผลตอบแทน กำไรขั้นต้นต่อผืนของผ้าพื้น 195.00 บาท ผ้าลายโบราณ 371.48 บาท และผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ 336.48 บาท และกำไรสุทธิต่อผืนของผ้าพื้น 175.00 บาท ผ้าลายโบราณ 351.48 บาท และผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ 316.48 บาท จึงได้อัตราส่วนกำไรขั้นต้นของผ้าพื้น 39.00% ผ้าลายโบราณ 46.44% และผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ 42.06% และอัตราส่วนกำไรสุทธิของผ้าพื้น 35.00% ผ้าลายโบราณ 43.94% และผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ 39.56%

คำสำคัญ: ผ้ามัดหมี่ไทยพวน, ต้นทุน, ผลตอบแทน

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the cost of Thai Puan Mudmee Fabric, Ban Mi District, Lop Buri Province: a case study of Ban Puan Women Volunteer Group, and 2) to analyze the cost of Thai Puan Mudmee Fabric, Ban Mi District, Lop Buri Province: A case study of Ban Puan Women's Volunteer Group. The population was 60 Ban Phuan women's volunteer group members randomly selected from 13 Ban Phuan women's volunteer group members by purposive sampling. As for the tool, the research used an interview form. As for the methods, non-participant observation was conducted to obtain the manufacturing process, while in-depth interviews and focus group discussions

¹ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี E-mail : wanwilai.k@lawasri.tru.ac.th

were conducted to attain cost and sales revenue. The content analysis was applied to find the gross profit margin ratio, then calculated the net profit margin ratio.

The research found that the pattern of the fabric was 2 takors, 1 meter wide and 2 meters long. There were both plain and patterned fabrics. The cost of Mudmee fabric comprised of raw materials per piece of plain fabric was 125.00 baht. The traditional pattern fabric and Chao Fah Sirivannavari pattern fabric cost 112.50 baht. Second, the labor cost per piece of plain fabric was 150.00 baht, the traditional pattern fabric was 238.00 baht, and Chao Fah Sirivannavari pattern fabric was 288.00 baht. Third, the manufacturing overhead per piece of plain fabric was 30.00 baht. The traditional pattern fabric cost 78.02 baht. Chao Fah Sirivannavari pattern fabric cost 63.02 baht. In total, the production cost per piece of plain fabric was 305.00 baht, traditional pattern fabric was 428.52 baht, and the Chao Fah Sirivannavari pattern fabric was 463.52 baht. There was 20 baht administrative and selling expenses per piece added to all types of fabric.

Finding of Mudmee fabric returns resulted as follows, the sale price per piece of plain fabric was 500.00 baht, while the sale prices per piece of traditional pattern fabric and Chao Fah Sirivannavari pattern fabric were the same which cost 800.00 baht. The gross profit per piece of plain, traditional pattern and Chao Fah Sirivannavari pattern were 195.00 baht, 371.48 baht and 336.48 baht respectively. Following by the net profits per piece of plain fabric, traditional pattern fabric and Chao Fah Sirivannavari pattern fabric were 175.00 baht, 351.48 baht, and 316.48 baht. After calculation of gross profit margin ratio showed 39.00% for plain fabric, 46.44% for traditional pattern fabric, and 42.06% for Chao Fah Sirivannavari pattern fabric. Lastly, the net profit margin ratio of plain fabric was 35.00%, traditional pattern fabric was 43.94% and Chao Fah Sirivannavari pattern fabric was 39.56%.

Keyword: Thai Puan Mudmee fabric, Cost, Returns

วันที่รับบทความ : 26 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 11 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 21 สิงหาคม 2566

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การทอผ้า นับเป็นงานหัตถศิลป์ที่ได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ กรรมวิธีการทอผ้าแต่ละพื้นที่นั้น จะมีลักษณะแตกต่างกันทั้งรูปแบบของสีเส้นและลวดลาย การทอผ้ามัดหมี่เป็นภูมิปัญญาที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทย พวนอำเภอบ้านหมี่โดยใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นร่วมกับจินตนาการนำมาสร้างสรรค์ลวดลายโบราณออกมาเป็นผ้าทอมัดหมี่อันประณีตงดงามและควรค่าแก่การอนุรักษ์ ผ้ามัดหมี่นิยมทอไว้ใช้ในชีวิตประจำวันภายในครัวเรือน ใช้ในพิธีกรรม ประเพณีต่าง ๆ รวมทั้งจำหน่ายสร้างรายได้เลี้ยงครอบครัว และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง นอกจากนี้ยังทำให้ภูมิปัญญาด้านการทอผ้ามัดหมี่ไม่สูญหายสืบทอดกันมาอย่างต่อเนื่อง

อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ตั้งเป็นอำเภอเมื่อปี พ.ศ. 2426 แรกตั้งใช้ชื่ออำเภอสยามแสง ในปี พ.ศ. 2482 มีพระราชกฤษฎีกา เปลี่ยนเป็นอำเภอบ้านหมี่ ซึ่งตั้งชื่อบ้านตามการประกอบอาชีพทอผ้ามัดหมี่ การมัดหมี่ (ikat) เป็นภาษาอินโดนีเซีย-มลายู หมายถึง การมัดลายที่เส้นยืนหรือเส้นพุ่งด้วยเชือกฟางเป็นเปลาะ ๆ ตามลายที่กำหนดก่อนนำไปย้อมสี เพื่อให้เกิดลวดลายและสีเส้นตามที่ผู้ทอต้องการเรียกว่า การมัดย้อม ซึ่งความสวยงามและเอกลักษณ์ของผ้า

ทอหมัดหมี่อำเภอบ้านหมี่ คือ รอยสีที่ค่อยซึมในเนื้อผ้าที่ติดกับลวดลาย ผ้าที่ทอจะเป็นผ้าชิ้น ผ้าขาวม้า ปัจจุบันมีการทอผ้าแล้วนำไปเย็บเป็นผ้าชิ้นสำเร็จรูปหรือผ้านำไปตัดเสื้อผ้าสำเร็จรูป ประชากรในอำเภอบ้านหมี่ประกอบอาชีพทำนาทำไร่เป็นหลักและอาชีพรอง คือ ทอผ้า เลี้ยงสัตว์ ภาษาวุฒที่ใช้ คือ ไทย ลาวและพวน การทอผ้าหมัดหมี่แสดงถึงเอกลักษณ์ของชาวไทยพวนซึ่งอาศัยอยู่กันอย่างหนาแน่นในเขตตำบลบ้านกล้วย ตำบลบ้านทราย และตำบลหินปัก จากการสัมภาษณ์คุณวนิดา รักพรหม ความเป็นมาของการทอผ้าหมัดหมี่ว่าในวัยเด็กของเธอได้เรียนรู้การทอผ้าหมัดหมี่มาโดยตลอด หลังเลิกเรียนทุกครั้งจะลงมือปั่นด้ายเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระของแม่ เมื่อโตขึ้นก็เริ่มช่วยทอผ้าเพื่อทอผ้าไว้ใช้สอยในครัวเรือนหรือจำหน่ายเป็นรายได้เสริม

กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน ตั้งอยู่ 82 หมู่ 10 ต.หินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ในอดีตการทอผ้าทำเป็นอิสระแต่ละบ้านมีกี่หรือหูกและแม่บ้านของแต่ละหลังคาเรือนก็จะลงทุน ทอผ้าและขายต่อให้กับพ่อค้าคนกลางหรือร้านค้าที่ขายวัตถุดิบในตลาดบ้านหมี่ ต่อมามีการรวมกลุ่มทอผ้าขึ้นในปี 2527 เริ่มต้นจากรวมหุ้นกันในราคาหุ้นละ 100 บาท ในระยะเริ่มแรกเป็นเพียงกลุ่มแม่บ้านทอผ้าหมัดหมี่ธรรมดา มีสมาชิกกว่า 10 คน ทุนจึงมีไม่มากนัก ต่อมาเมื่อ 27 ตุลาคม 2543 แม่บ้านที่ทอผ้าหมัดหมี่ได้รวมกลุ่มกันจัดตั้ง “กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการทอผ้าหมัดหมี่ เป็นการอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมของบรรพบุรุษและเพื่อเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน มีสมาชิกแรกตั้ง 30 คน ถือหุ้นคนละ 100 บาท มีคุณวนิดา รักพรหมเป็นประธาน ได้รับการสนับสนุนขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) หินปัก จัดสรรงบประมาณสำหรับการจัดตั้งกลุ่มจำนวน 100,000 บาท จึงนำมาเป็นทุนในการบริหารจัดการ กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวนจะมีสมาชิกสมทบ คือ เป็นสมาชิกแต่ไม่ได้ร่วมทอซึ่งกลุ่มนี้จะได้รับเงินปันผลจากการลงทุนหุ้นละ 2 - 3 บาท ส่วนรายได้ร่วมทอจำนวน 10 - 15 คนนั้น จะได้รับเงินปันผลจากการลงทุน และยังได้รับค่าทอตามปริมาณงาน ซึ่งถือเป็นรายได้อีกทางหนึ่งสำหรับครัวเรือนที่ทอผ้าเป็นอาชีพ แม้ว่าการทอผ้าจะกระจายไปยังบ้านสมาชิกแต่ผ้าทุกผืนจะได้รับการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพจากคุณวนิดา โดยจะทำการตรวจสอบเมื่อสมาชิกนำผ้าที่ทอเสร็จมาส่งให้กลุ่มฯ ทั้งนี้ในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กลุ่มฯงดจ่ายปันผล (วนิดา รักพรหม, 2565) คุณวนิดาใช้เวลาเข้าอบรมเพื่อเรียนรู้การบริหารจัดการแล้วนำมาปรับให้เข้ากับการดำเนินงานของกลุ่ม ทางด้านการผลิตมีการแบ่งงานให้สมาชิกตามความถนัด เช่น มัดหมี่ ย้อมหมี่ ทอ ซึ่งเป็นความสามารถเฉพาะตัวของสมาชิกแต่ละคน สมาชิกกลุ่มฯ ยังคงทำการผลิตที่บ้าน ทางด้านการตลาดบ้านคุณวนิดาเป็นศูนย์รวมสำหรับลูกค้าติดต่อซื้อขายหรือดูงาน การเข้าถึงของลูกค้าพบว่ามีอุปสรรคเนื่องจากตั้งอยู่กลางหมู่บ้าน แต่ด้วยฝีมือการทอและคุณภาพ ความสวยงามของผ้าปัญหาการเข้าถึงของลูกค้าจึงหมดไป ลูกค้าส่วนใหญ่จะเข้ามาเพื่อสั่งผ้าทอหมัดหมี่ที่กลุ่มฯ ลูกค้าหลักที่สำคัญคือ กลุ่มข้าราชการและหน่วยงานภาครัฐที่นิยมสั่งทอมีทั้งภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคอีสาน (สุจิต เมืองสุข, 2564)

กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวนจะดำเนินงานมากกว่า 20 ปี ในการดำเนินงานกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวนมีการบันทึกบัญชีรับ - จ่ายอย่างง่าย สามารถคิดต้นทุนการผลิตอย่างคร่าวๆ ได้ แต่ยังไม่เพียงพอที่จะนำมาใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนและตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง อันจะมีผลต่อการกำหนดนโยบายราคา การกำหนดนโยบายส่งเสริมการขาย การกำหนดนโยบายสินค้าที่จะทำการผลิตและขาย ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาต้นทุนและอัตราผลตอบแทนของผ้าหมัดหมี่และพัฒนาความรู้ในการคำนวณต้นทุน การบริหารจัดการและการควบคุมต้นทุนในการผลิต เพื่อให้สามารถกำหนดกลยุทธ์อย่างเหมาะสม ทำให้กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวนมีความเจริญเติบโตและยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาต้นทุนจากผ้าหมัดหมี่ไทยพวน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี : กรณีศึกษากลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน
2. เพื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนจากผ้าหมัดหมี่ไทยพวน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี : กรณีศึกษากลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

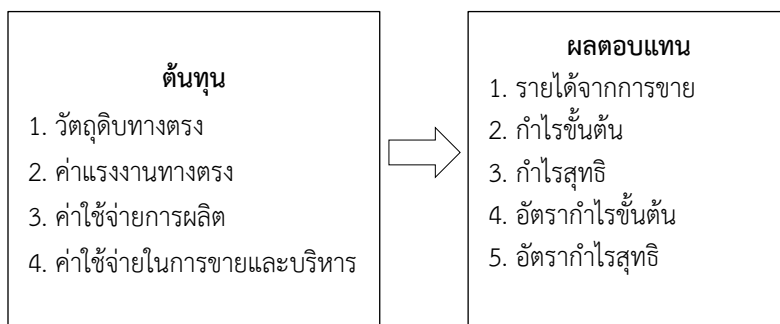
การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยผู้วิจัยเลือกศึกษากลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน ตั้งอยู่ 82 หมู่ 10 ต.หินปัก อ.บ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี โดยวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์ผ้าหมัดหมี่

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาในครั้งนี้ คือ กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน สมาชิกทั้งหมด 60 คน
 1.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เป็นตัวแทนของกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน ตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี จำนวน 13 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sample) ได้แก่ ประธานกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน 1 คน และตัวแทนของผู้ที่ทำหน้าที่คั้นหัวหมี่ 2 คน ออกแบบลายผ้า มัดหมี่และย้อมสี 3 คน ย้อมสี แกะหมี่ ปั่นหมี่และทอผ้า 7 คน

2. ด้านพื้นที่ เลขที่ 82 หมู่ 10 ตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี
3. ด้านเนื้อหาที่ศึกษา ในการศึกษาทำการศึกษเฉพาะผ้าทอมัดหมี่ 2 ตะกอล ประกอบด้วย
 - 3.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน
 - 3.2 กระบวนการผลิตผ้ามัดหมี่
 - 3.3 ต้นทุน
 - 3.4 ผลตอบแทน
4. ด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการทำวิจัยคือ มิถุนายน 2565 ถึง มกราคม 2566

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย (ถ้ามี)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

2. แนวคิดทฤษฎี

ผ้ามัดหมี่ มัดหมี่ (ikat) เป็นชื่อเรียกที่รู้จักกัน โดยทั่วไป โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานซึ่งมีการทอผ้ามัดหมี่มากที่สุดในภาคเหนือนิยมเรียกว่า มัดก่าน มัดหมี่เป็นกรรมวิธีการสร้างลวดลายบนผืนผ้าแบบหนึ่ง ที่เกิดจากการมัดเส้นด้ายที่จะนำไปใช้ในการทอผืนผ้าโดยมัดเส้นด้ายให้เป็นเปลาะ ๆ ตามลวดลายที่กำหนดไว้ให้แน่นด้วยวัสดุต่าง ๆ ตามแต่ละท้องถิ่นนิยมใช้ เช่น เชือกกล้วย ใบवानสากเหล็ก หรือเส้นเชือกพลาสติกเพื่อปิดกั้นไม่ให้เส้นด้ายที่มัดไว้สัมผัสกับสีย้อม แล้วนำเส้นด้ายที่มัดแล้วไปย้อมสีเมื่อแห้งแล้วแกะวัสดุที่มัดนั้นออก หากต้องการให้เกิดลวดลายที่มีหลายสี ต้องมัดและย้อมสีทับกันหลายครั้งเพื่อให้ได้ลวดลายสีสันทตามต้องการ หลังจากนั้นเตรียมเส้นด้ายเพื่อใช้ทอเป็นผืนผ้า เมื่อทอออกมาเป็นผืนผ้าเสร็จแล้วจะเกิดเป็นลวดลายและสีสันทที่ต้องการ วิธีการมัดหมี่แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) มัดหมี่เส้นยืน 2) มัดหมี่เส้นพุ่ง และ 3) มัดหมี่สองทาง (กรมศิลปากร, ม.ป.ป.)

ต้นทุน หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรที่สูญเสียไปเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการ โดยมูลค่านั้นจะต้องสามารถวัดได้เป็นหน่วยเงินตรา ซึ่งเป็นลักษณะของการลดลงในสินทรัพย์หรือเพิ่มขึ้นในหนี้สิน ต้นทุนที่เกิดขึ้นอาจจะให้ประโยชน์ในปัจจุบันหรือในอนาคตก็ได้ เมื่อต้นทุนใดที่เกิดขึ้นแล้วและกิจการได้ใช้ประโยชน์ไปทั้งสิ้นแล้ว ต้นทุนนั้นก็จะถือเป็น “ค่าใช้จ่าย” (Expenses) ดังนั้น ค่าใช้จ่ายจึงหมายถึงต้นทุนที่ได้ให้ประโยชน์และกิจการได้ใช้ประโยชน์ทั้งหมดไปแล้วในขณะนั้นและสำหรับต้นทุนที่กิจการสูญเสียไป แต่จะให้ประโยชน์แก่กิจการในอนาคตเรียกว่าสินทรัพย์ (Assets) (อนุรักษ์

ทองสุโขวงศ์, 2562) ต้นทุนประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง ค่าใช้จ่ายการผลิต และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ผลตอบแทน เป็นการรายงานผลการดำเนินงานซึ่งสามารถแสดงในรูปงบกำไรขาดทุน (Income statement) เป็นหนึ่งในงบการเงินที่รายงานเกี่ยวกับรายได้ ค่าใช้จ่าย กำไร และขาดทุนในแต่ละรอบบัญชี ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพการดำเนินงาน (หลักทรัพย์บัวหลวง, 2564) สามารถคำนวณหาได้ ดังนี้

รายได้จากการขายและบริการ – ต้นทุนการขาย = กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้น + รายได้อื่นๆ – ค่าใช้จ่ายในการขาย – ค่าใช้จ่ายในการบริหาร = กำไรที่มาจากการดำเนินงาน

กำไรที่มาจากการดำเนินงาน – ค่าใช้จ่ายทางการเงิน = กำไรก่อนหักภาษีเงินได้

กำไรก่อนหักภาษีเงินได้ – ค่าใช้จ่ายภาษี = กำไรสุทธิ

นอกจากผลตอบแทนจะแสดงในรูปแบบงบกำไรขาดทุนแล้วยังสามารถแสดงผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นการเปรียบเทียบกำไรจากการลงทุนเปรียบเทียบกับรายได้ โดยวิเคราะห์จากความสามารถในการทำกำไร ซึ่งเป็นอัตราส่วนวัดความสามารถในการหากำไร เป็นอัตราส่วนที่ใช้ประเมินความสามารถในการทำกำไรเปรียบเทียบกับรายได้ของธุรกิจ ประกอบด้วยอัตราส่วนสำคัญ (นุชจรี พิเชฐกุล, 2561) ดังนี้

อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin Ratio) เป็นอัตราส่วนที่แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรขั้นต้นของกิจการว่าเป็นกี่เปอร์เซ็นต์ของรายได้จากการขาย

$$\text{อัตราส่วนกำไรขั้นต้น} = \frac{\text{กำไรขั้นต้น} \times 100}{\text{รายได้จากการขาย}}$$

อัตราส่วนกำไรสุทธิ (Net Profit Margin Ratio) เป็นอัตราส่วนที่แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรสุทธิของกิจการว่าเป็นกี่เปอร์เซ็นต์ของรายได้จากการขาย

$$\text{อัตราส่วนกำไรสุทธิ} = \frac{\text{กำไรสุทธิ} \times 100}{\text{รายได้จากการขาย}}$$

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นภลัย บุญทิม (2565) ได้ศึกษาเรื่องต้นทุนและผลตอบแทนผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์ งานวิจัยนี้นำเสนอต้นทุนและผลตอบแทนผ้าทอพื้นเมืองใน จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนผ้าทอพื้นเมือง โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทหล่ม ในอำเภอหล่มสักและอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลแบบเจาะจง สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจะแสดงผลด้วยการแจกแจงความถี่ค่าร้อยละ การคำนวณต้นทุน รายได้ กำไร(ขาดทุน) อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย ระยะเวลาคืนทุน และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน ผลการศึกษาพบว่า มีวิธีการทอผ้าด้วยการมัดหมี่ที่มีลวดลายเหมือนกัน ซึ่งถือเป็นอัตลักษณ์ของชาวไทหล่มโดยผ้าทอดังกล่าวนั้นมีชื่อเรียกว่า “ชินหัวแดงตีนก่าน” ผลการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของชินหัวแดงตีนก่านต่อผืน (1 ผืน เท่ากับ 1.80 เมตร) พบว่า (1) ค่าใช้จ่ายในการลงทุนในอุปกรณ์ทอผ้าโดยเฉลี่ยกลุ่มละ 128,000 บาท และต้นทุนเฉลี่ยจำแนกตามวัสดุที่ใช้ในการทอซึ่งได้แก่ไหม ต้นทุนเท่ากับ 1,409.90 บาท ส่วนด้ายประดิษฐ์ผสมไหมต้นทุนเท่ากับ 877.74 บาท และด้ายประดิษฐ์ ต้นทุนเท่ากับ 768.50 บาท ต้นทุนส่วนใหญ่เกิดจากค่าแรงงานในการทอผ้า

เนื่อทอง ระดาสาร และธนาพร วิสัยศิลป์ (2565) เรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการจากการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ : กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่บ้านหัวฝาย ตำบลปอแดง อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการผลิต ต้นทุน และผลตอบแทนจากการผลิตผ้าไหมมัดหมี่กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่บ้านหัวฝาย ตำบลปอแดง อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น เก็บรวบรวมข้อมูลจากประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 1 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลผลการวิจัยพบว่า 1) กระบวนการผ้าไหมมัดหมี่มีรูปแบบการผลิต 2 รูปแบบ ได้แก่ 1. ผู้ผลิตเองทุกกระบวนการตั้งแต่การปลูกหม่อน เลี้ยงไหม สาวไหม ย้อมสี มัดหมี่ และทอ 2. ผู้ผลิตที่ซื้อเส้นไหมจากแหล่งปลูกหม่อนและเลี้ยงไหมทั้งในหมู่บ้านและต่างจังหวัดนำมามัดหมี่ ย้อมสี แกมหมี่ และทอออกมาเป็นผ้าไหมมัดหมี่ 2) ต้นทุนในการผลิตผ้าไหมมัดหมี่จากผู้ทำซื้อเส

นใหม่มาทำการผลิตเองทุกกระบวนการ พบว่า มีต้นทุนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่เฉลี่ยต่อเดือน 40 เมตร และมีต้นทุนการผลิตต่อ 1 เมตร เป็นวัตถุดิบทางตรง 315 บาท ค่าแรงงานทางตรง 300 บาท ค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร 91.25 บาท ค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่ 5.77 บาท รวมต้นทุนการผลิตต่อเมตร 712.02 บาท

นันทิศา ชะเวงรัมย์ นฤมล วงษ์สุวรรณ ชนิภา พลคาเมทินี ศรีพุฒ และสุพัตรา รักการศิลป์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุน ผลตอบแทน และวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง มีรายได้จากการขายจำนวน 6,600,000 บาท และมีต้นทุนการผลิตจำนวน 3,016,190 บาท คิดเป็นกำไรขั้นต้นจำนวน 3,583,810 บาท คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น 54.30% คิดเป็นกำไรสุทธิจำนวน 3,532,050 บาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ 53.52%

แก้วณิ อุทิรัมย์, จริญญา สันฐิตินาวินทร์, น้ำอ้อย จันทะนาม, แพร่วิภา นิลแก้ว และสุภาภรณ์ แสนทุนท้าว (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการทอผ้าไหมมัดหมี่ตีนแดง ตำบลนาโพธิ์ อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการทอผ้าไหมมัดหมี่ตีนแดง ตำบลนาโพธิ์ อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้าน ตำบลนาโพธิ์ อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 11 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 60 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือ ผลการวิจัยพบว่า ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านตำบลนาโพธิ์มีรายได้จากการขายต่อปีเท่ากับ 12,320,000 บาท มีรายได้จากการขายต่อหูกเท่ากับ 220,000 บาท โดยเฉลี่ยทั้ง 11 กลุ่ม มีรายได้ จากการขายทั้งปีเท่ากับ 1,120,000 บาท มีรายได้จากการขายต่อหูกเท่ากับ 20,000 บาท และมีต้นทุนรวม เท่ากับ 6,330,586 บาท จำแนกเป็นต้นทุนขาย เท่ากับ 6,204,306 บาท และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เท่ากับ 126,280 บาท ซึ่งส่งผลให้กลุ่มศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านตำบลนาโพธิ์ มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 6,115,694 บาทคิด เป็นอัตรากำไรขั้นต้น 49.64 และมีกำไรสุทธิจากการดำเนินงาน เท่ากับ 5,989,414 บาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ 48.62

จากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการทอผ้า ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลแบบเจาะจง โดยใช้ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม เป็นเครื่องมือ และมีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ค่าร้อยละ การคำนวณต้นทุน รายได้ กำไร (ขาดทุน) อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวิธีการดำเนินงาน ดังนี้

1. คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sample) จำนวน 13 คน ได้แก่ ประธานกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน 1 คน และตัวแทนของผู้ที่ทำหน้าที่ค้นหัตถ์ 2 คน ออกแบบลายผ้า มัดหมี่และย้อมสี 3 คน ย้อมสี แกะหมี่ ปั่นหมี่ และทอผ้า 7 คน

2. ติดต่อประสานงานกับกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวนเพื่อสร้างความเข้าใจในการจัดกิจกรรม แนะนำตัวผู้วิจัยและทีมงาน โครงการวิจัย วัตถุประสงค์ กระบวนการ ประโยชน์ของการวิจัย ขออนุญาตในการเก็บและเผยแพร่ข้อมูล

3. จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิต และต้นทุนการผลิตผ้าทอมัดหมี่ จำนวน 1 ครั้ง ในวันที่ 29 พฤศจิกายน 2565 โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้เรื่อง กระบวนการผลิต ความหมายของต้นทุน ประเภทของต้นทุน การคำนวณต้นทุนและการนำต้นทุนไปใช้ในการวางแผนและการตัดสินใจ จำนวนผู้เข้าร่วมอบรม 13 คน เมื่อสิ้นสุดการบรรยายทำการประเมินผลโดยการให้ผู้เข้ารับการอบรมตอบคำถาม

4. จัดเก็บข้อมูลจากผู้เข้าร่วมอบรมความรู้ในวันที่ 13 ธันวาคม 2565 โดยการสังเกตกระบวนการผลิต การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลกระบวนการผลิต ต้นทุน และผลตอบแทนของผ้ามัดหมี่ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์และใช้ข้อคำถามแบบเปิด

(Open-end Question) แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตผ้ามัดหมี่ ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนผ้ามัดหมี่ และ ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับผลตอบแทนผ้ามัดหมี่

5. รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มฯ นำมาเรียบเรียง แล้วนำกลับไปให้ผู้เข้าร่วมอบรมตรวจสอบและยืนยันความถูกต้องของข้อมูลในวันที่ 12 มกราคม 2566

6. ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับข้อมูลที่ได้จากผู้ทอผ้ามัดหมี่ไทยพวน เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน กระบวนการผลิตของผ้ามัดหมี่ ปัญหาและอุปสรรค และใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) สำหรับข้อมูลที่ได้เกี่ยวกับต้นทุนการผลิตของผ้ามัดหมี่ ประกอบด้วย 1) วัตถุดิบทางตรง 2) ค่าแรงงาน 3) ค่าใช้จ่ายการผลิต 4) ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร และผลตอบแทนของผ้ามัดหมี่ ประกอบด้วย รายได้จากการขาย กำไรขั้นต้น กำไรสุทธิ แล้วนำมาคำนวณหาอัตราส่วนกำไรขั้นต้น และอัตราส่วนกำไรสุทธิ

7. ผู้วิจัยนำข้อมูลให้กลุ่มฯ ตรวจสอบความถูกต้อง และเผยแพร่

4. สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน

1.1 การบริหารกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน

กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน ตั้งอยู่ 82 หมู่ 10 ต.หินปัก อ.บ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี มีสมาชิกทั้งหมด 60 คน มี นางวนิดา รักพรม เป็นประธานกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน และเป็นผู้ทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของกลุ่มฯ โดยสมาชิกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 40-75 ปี สมาชิกมีประสบการณ์ในการทอผ้าไม่น้อยกว่า 15 ปี

1.2 ด้านการผลิต

การผลิตผ้าทอมัดหมี่มีการสืบสานภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น นอกจากนั้นยังศึกษาค้นคว้า และทดลองการทอผ้ามัดหมี่ลายใหม่ ๆ เช่น ลายดอกพิกุลสัญลักษณ์ของจังหวัดลพบุรี ลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ การทอมัดหมี่มีความเปลี่ยนแปลงไปจากในอดีตผู้ทอจะทำตั้งแต่เริ่มต้นในการขึ้นด้ายยืน มัดหมี่ ย้อมสี บันทึบและทอผ้าจนเสร็จเป็นผืนรวมทั้งรับผิดชอบต้นทุนทั้งหมดในการทอผ้ามัดหมี่ แต่ในปัจจุบันการทอผ้ามัดหมี่ของกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน จะดำเนินงานในรูปแบบกลุ่ม โดยมีประธานและกรรมการเป็นผู้ดำเนินงาน ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การกำหนดและจ่ายค่าแรงงาน ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ โดยสมาชิกจะได้รับค่าแรงงานในการผลิตผ้าทอเท่านั้น และในการผลิตมีการแบ่งงานกันทำตามความเชี่ยวชาญ เช่น ผู้เชี่ยวชาญงานย้อมก็จะทำเฉพาะการย้อม หรือผู้เชี่ยวชาญการทอก็จะทออย่างเดียว การจ่ายค่าแรงจะคิดให้ตามงาน เป็นต้น

1.3 ด้านการตลาด

กลุ่มฯ จะทำหน้าที่กำหนดราคาขาย และมีการจัดจำหน่ายผ่านหน้าร้าน ซึ่งเป็นที่ทำการของกลุ่มฯ เป็นหลัก และมีช่องทางส่งเสริมการจัดจำหน่ายผ่าน Facebook และ Line และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการในการสร้างช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การนำไปขายในงานแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์มหาราช นอกจากนี้ยังรับคำสั่งทอผ้าสำหรับตัดเสื้อผ้าจากโรงเรียนหรือหน่วยงานราชการ

2. กระบวนการผลิตผ้ามัดหมี่

การผลิตผ้าทอมัดหมี่ของกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน มี 2 ลักษณะ คือ 1) การทอผ้ามัดหมี่ 2 ตะกอ เป็นลายขัดธรรมดา ผ้าจะใช้ได้เพียงหน้าเดียว และ 2) การทอผ้ามัดหมี่ 4 ตะกอ จะทำให้ได้เนื้อผ้าที่แน่น และมีความหนามากกว่า 2 ตะกอ ผ้าทอมัดหมี่ 1 ผืน มีความกว้างโดยประมาณ 1 เมตร และความยาวโดยประมาณ 2 เมตร จะสามารถตัดเสื้อได้ 1 ตัว ผ้าทอมัดหมี่ของกลุ่มจะทอได้ประมาณเดือนละ 15 ผืน ขึ้นอยู่กับลายและความยากง่ายในการทอว่าเป็นผ้าพื้น ผ้าลายโบราณ หรือลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ การผลิตผ้าทอมัดหมี่ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การคันหัวหมี่ เป็นการนำด้ายประดิษฐ์มาคัน ตามลายหมี่ โดยนำด้ายเป็นโงมลำดับเส้นให้เป็นหัวหมี่ เรียกว่า การคันหมี่ แล้วนำมาใส่โงมมัดหมี่ เพื่อเตรียมการมัดหมี่ต่อไป

2. การมัดหมี่ และการย้อมสี เป็นขั้นตอนที่มีการนำหมี่ที่คันแล้วมามัดลายตามที่ต้องการด้วยเชือกฟาง แล้วนำไปย้อมสี โดยแช่ในน้ำสีที่อุณหภูมิประมาณ 30 นาที ให้สีค่อยๆ ซึมเข้าเส้นด้าย ใช้ไม้คนตลอดห้ามหยุดคนจนกว่าน้ำจะจืด (สีจะใส) หลังจากนั้นจึงนำหมี่มาบิดแล้วนำมาตากให้แห้ง

3. การแกะหมี่ และการปั่นหมี่ เป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นหลังจากนำด้ายมัดหมี่ที่ย้อมสีและตากจนแห้งสนิทแล้วมาแกะเชือกฟางออก ซึ่งเรียกว่า การแกะหมี่ นำมาใส่กองเพื่อปั่นหมี่ใส่หลอดด้ายเล็ก ๆ ตามลายผ้าโดยต้องเรียงลำดับต่อเนื่องกันไปจนหมดหัวหมี่เพื่อให้ได้ลายผ้าต่อเนื่องกัน หากเรียงลำดับไม่ถูกต้องจะทำให้ลายผ้าทอดเพี้ยนหรือไม่เป็นลาย

4. การทอผ้า เป็นการเอาด้ายยืนและด้ายพุ่งมาขัดกัน เพื่อให้เกิดเป็นลวดลายต่าง ๆ บนผืนผ้า โดยด้ายพุ่ง และด้ายยืนอาจเป็นด้ายสีเดียวกัน หรือต่างสีกันขึ้นกับประเภทผ้า และลายมัดหมี่

3. ต้นทุนผ้ามัดหมี่

การทอผ้ามัดหมี่ มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรกกับอุปกรณ์ทอผ้า และต้นทุนในการทอผ้ามัดหมี่ มีรายละเอียดดังนี้

3.1 เงินลงทุนเริ่มแรก เป็นเงินลงทุนสำหรับการซื้ออุปกรณ์ในการผลิตผ้ามัดหมี่ เช่น กี่ทอผ้า กอง หลา โงมมัดหมี่ พิมพ์ เป็นต้น รวมทั้งสิ้น เท่ากับ 8,635.00 บาท และคิดค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์ต่อปี เท่ากับ 650.50 บาท ในงานวิจัยนี้ไม่รวมค่าเสื่อมราคาในต้นทุนการผลิต เพราะอุปกรณ์ใช้งานมานานเกินกว่าอายุการใช้งาน

3.2 ต้นทุน ในการวิจัยนี้จำแนกต้นทุนตามลักษณะลายผ้าออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) ผ้าพื้น เป็นผ้าที่ทอโดยใช้ด้ายประดิษฐ์สำเร็จรูปทั้งด้ายยืนและด้ายพุ่ง 2) ผ้าลายโบราณ เป็นผ้าที่ทอโดยใช้ด้ายประดิษฐ์สำเร็จรูปเป็นด้ายยืน และด้ายพุ่งใช้ด้ายประดิษฐ์สีขาวซึ่งผ่านการมัดหมี่ และการย้อมสี และ 3) ผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ เป็นผ้าที่ทอโดยใช้ด้ายประดิษฐ์สำเร็จรูปเป็นด้ายยืนและด้ายพุ่งใช้ด้ายประดิษฐ์สีขาวซึ่งผ่านการมัดหมี่และการย้อมสี ซึ่งแตกต่างจากผ้าลายโบราณในขั้นตอนการแกะหมี่ และการปั่นหมี่ที่มีความซับซ้อนมากกว่า ต้นทุนผ้ามัดหมี่ประกอบด้วย ต้นทุนการผลิต ได้แก่ วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง ค่าใช้จ่ายการผลิต และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร มีรายละเอียด ดังนี้

3.2.1 ต้นทุนวัตถุดิบทางตรง ประกอบด้วยด้ายประดิษฐ์สำเร็จรูปและด้ายประดิษฐ์สีขาวซึ่งจะนำไปย้อมสีเองตามลายผ้ามัดหมี่ ทั้งนี้ในการทอผ้ามัดหมี่ 1 ผืน จำนวน 2.5 ไร่ และด้ายพุ่ง จำนวน 2.5 ไร่ โดยด้ายประดิษฐ์สำเร็จรูป มีราคาไร่ละ 25 บาท และด้ายประดิษฐ์สีขาว มีราคาไร่ละ 20 บาท

3.2.2 ค่าแรงงานทางตรง การจ่ายค่าแรงงานในการผลิตผ้ามัดหมี่จะแบ่งเป็น 3 ส่วน โดยการคิดค่าแรงงานมีรายละเอียดดังนี้

1) ค่าแรงงานในการคันหัวหมี่ ค่าแรงงานที่จ่ายให้กับสมาชิกที่ทำหน้าที่คันหมี่ มีต้นทุนต่ำกว่าค่าแรงงานในขั้นตอนอื่น เนื่องจากปัจจุบันได้มีการนำเครื่องจักรมาใช้คันหมี่ โดยคิดต้นทุนของผ้า 1 ผืนใช้เส้นด้ายประดิษฐ์ 13 ลำ มีต้นทุนต่อลำ เท่ากับ 1 บาท คิดค่าแรงงานผืนละ 13 บาท

2) ค่าแรงงานในการมัดหมี่และย้อมหมี่ คนมัดหมี่และย้อมหมี่ของกลุ่มฯ เป็นคนเดียวกัน กลุ่มฯ จะคิดค่าแรงงานให้สำหรับการมัดหมี่และย้อมหมี่ ผืนละ 75 บาท

3) ค่าแรงงานในการแกะหมี่ ปั่นหมี่ และทอผ้า กลุ่มฯ จะคิดค่าแรงงานให้สำหรับแกะหมี่ ปั่นหมี่และทอผ้า ผ้าพื้นผืนละ 150 บาท ผ้าลายสูงสุดไม่เกิน 250 บาท ขึ้นอยู่กับลายผ้า เช่น ลายโบราณที่ต้องใช้ด้ายประดิษฐ์ 49 ลำ คิดค่าแรงงานให้ผืนละ 250 บาท และสำหรับลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ จะเพิ่มค่าปั่นหมี่ ผืนละ 50 บาท

3.2.3 ค่าใช้จ่ายการผลิต ค่าใช้จ่ายในการผลิตผ้าทอมัดหมี่ จะประกอบไปด้วยค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร และค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่ มีรายละเอียดดังนี้

1) ค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร มีรายละเอียดดังนี้

- สีย้อมด้ายประดิษฐ์ การทอผ้ามัดหมี่ลายโบราณ หรือลายขอเจ้าฟ้าสิริวัฒนภักดี อาจใช้ 2 สี หรือ 3 สี ต้นทุนของสีห่อละ 10 บาท ในการวิจัยนี้จะคิดต้นทุนของสีที่ใช้ในจำนวนสูงสุดของผ้าแต่ละประเภท โดยผ้าลายพื้นไม่มีต้นทุนค่าสีย้อม ส่วนผ้าลายโบราณจะใช้ 2 - 3 สี คิดต้นทุนของปริมาณการใช้ต่อผืนสูงสุด เท่ากับ 3 ห่อ รวมต้นทุนค่าสีย้อมด้ายประดิษฐ์ต่อผืน เท่ากับ 30 บาท และผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัฒนภักดี จะใช้ 1 - 2 สี คิดต้นทุนของปริมาณการใช้ต่อผืนสูงสุด เท่ากับ 2 ห่อ รวมต้นทุนค่าสีย้อมด้ายประดิษฐ์ต่อผืน เท่ากับ 20 บาท

- ค่าสาธารณูปโภค ซึ่งประกอบด้วย ค่าไฟฟ้าเฉลี่ยผืนละ 20.00 บาท และค่าน้ำประปาใช้ในการย้อมเฉลี่ย ผืนละ 0.02 บาท(ยกเว้นผ้าพื้น) รวมต้นทุนค่าสาธารณูปโภคต่อผืน 20.02 บาท

- ถูมือ ใส่เพื่อใช้ย้อมผ้ามัดหมี่ขึ้นอยู่กับจำนวนสีที่ใช้ในการย้อม มีราคาเฉลี่ยคู่ละ 5 บาท ผ้าลายโบราณใช้ 3 คู่ 15 บาท และผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัฒนภักดี ใช้ 2 คู่ 10 บาท

- เชือกฟาง ใช้สำหรับมัดหมี่เพื่อกำหนดลายที่ต้องการก่อนนำไปย้อมราคาม้วนละ 15 บาท ซึ่งในการย้อมผ้ามัดหมี่แต่ละผืนจะใช้ไม่เท่ากันขึ้นกับลายผ้า ในส่วนนี้จึงเฉลี่ยให้กับผ้าผืนละ 3 บาท

- ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เป็นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตที่นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้ว เช่น ค่าพิน ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์ เป็นต้น โดยประมาณต้นทุนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ผืนละ 10 บาท

2) ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่ ได้แก่ ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์ ปีละ 650.50 บาท แต่จากการศึกษาพบว่าอุปกรณ์ดังกล่าวมีการใช้งานมากกว่า 20 ปี จึงไม่มีการคำนวณค่าเสื่อมราคา

การรวบรวมข้อมูลต้นทุนการผลิตผ้าทอมัดหมี่ ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิตนำมาคำนวณเป็นต้นทุนการผลิตผ้ามัดหมี่ต่อผืน ดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ต้นทุนการผลิตผ้ามัดหมี่ต่อผืน

รายการ	ผ้าพื้น (บาท)	ผ้าลายโบราณ (บาท)	ผ้าลายขอเจ้า ฟ้าสิริวัฒนภักดี (บาท)
วัตถุดิบทางตรง (ด้ายประดิษฐ์)			
- ด้ายยืน	62.50	62.50	62.50
- ด้ายพุ่ง	62.50	50.00	50.00
รวมต้นทุนวัตถุดิบทางตรง	125.00	112.50	112.50
ค่าแรงงานทางตรง			
- ค่าแรงงานในการค้นหัวหมี่	-	13.00	13.00
- ค่าแรงงานในการมัดหมี่ และย้อมหมี่	-	75.00	75.00
- ค่าแรงงานในการแกะหมี่ ปั่นหมี่ และทอผ้า	150.00	150.00	200.00
รวมต้นทุนค่าแรงงาน	150.00	238.00	288.00
ค่าใช้จ่ายการผลิต :			
- สีย้อมด้ายประดิษฐ์	-	30.00	20.00
- ค่าสาธารณูปโภค	20.00	20.02	20.02
- ถูมือ	-	15.00	10.00

- เชือกฟาง	-	3.00	3.00
- ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	10.00	10.00	10.00
รวมต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิต	30.00	78.02	63.02
รวมต้นทุนการผลิต	305.00	428.52	463.52

จากตารางที่ 1 ต้นทุนการผลิตผ้าสูงสุด คือ ผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ ต่อผืน 463.52 บาท รองลงมา ผ้าลายโบราณต่อผืน 428.52 บาท และต่ำที่สุดผ้าพื้นต่อผืน 305.00 บาท และเมื่อพิจารณาตามองค์ประกอบต้นทุน พบว่า ผ้าทุกประเภทมีต้นทุนค่าแรงงานมากที่สุด รองลงคือวัตถุดิบ และต่ำที่สุดคือ ค่าใช้จ่ายการผลิต

3.2.4 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดการดำเนินงานของกลุ่มฯ และการนำสินค้าไปจำหน่าย ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จากการสัมภาษณ์ พบว่า กลุ่มฯ ไม่มีการคิดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานหรือค่าบริหาร ส่วนใหญ่มีแต่ค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายเอง ได้แก่ ค่าบรรจุภัณฑ์ต่อผืน 20 บาท ค่าใช้จ่ายในการขายหลัก เช่น หากต้องเดินทางไปขายนอกที่ตั้งของกลุ่มฯ หรือมีค่าเช่าพื้นที่ในการขายสินค้า หรือมีการส่งสมาชิกเข้าร่วมอบรมหรือไปถ่ายทอดความรู้ต่าง ๆ ในการพัฒนา กลุ่มฯ ได้รับเงินสนับสนุนค่าใช้จ่ายจากส่วนราชการที่ให้นำสินค้าไปขาย

4. ข้อมูลเกี่ยวกับผลตอบแทนผ้ามัดหมี่

จากการสัมภาษณ์กลุ่มฯ ได้กำหนดราคาขายของผ้าทอ 2 ตะก้อ เป็นผ้าพื้นผืนละ 500 บาท ผ้าลายโบราณ ผืนละ 800 - 1,200 บาท ขึ้นอยู่กับลายผ้าทอมัดหมี่ และผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ ผืนละ 800 บาท มีการลดราคาของผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ จากผืนละ 1,000 บาท เพื่อให้ขายได้เร็วและง่ายขึ้น และมีเงินทุนหมุนเวียนสร้างรายได้ภายในกลุ่มฯ ในการวิจัยนี้จะนำเสนอรายได้จากราคาขายที่ต่ำสุดของแต่ละลาย และต้นทุนการผลิตจะใช้ต้นทุนที่ได้จากการประมาณการสูงสุด นำมาหาค่ากำไรขั้นต้น และกำไรสุทธิของผ้าทอมัดหมี่ต่อผืน ดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 รายได้จากการขาย และต้นทุนขาย กำไรขั้นต้น และกำไรสุทธิต่อผืน

รายการ	ผ้าพื้น (บาท)	ผ้าลายโบราณ (บาท)	ผ้าลายขอเจ้าฟ้า สิริวัณณวรีฯ (บาท)
รายได้จากการขาย	500.00	800.00	800.00
หัก ต้นทุนการขาย	305.00	428.52	463.52
กำไรขั้นต้น	195.00	371.48	336.48
หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	20.00	20.00	20.00
กำไรสุทธิ	175.00	351.48	316.48

จากตารางที่ 2 ผ้าที่มีกำไรขั้นต้นสูงสุด คือ ผ้าลายโบราณต่อผืน 371.48 บาท รองลงมา คือ ผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ ต่อผืน 336.48 บาท และต่ำที่สุด คือ ผ้าพื้นต่อผืน 195.00 บาท สอดคล้องกับกำไรสุทธิสูงสุด คือ ผ้าลายโบราณต่อผืน เท่ากับ 351.48 บาท รองลงมาผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ ต่อผืน 316.48 บาท และต่ำที่สุดผ้าพื้นต่อผืน 175.00 บาท

จากข้อมูลข้างต้นสามารถนำมาคำนวณหาผลตอบแทนจากอัตรากำไรขั้นต้น และอัตรากำไรสุทธิ โดยจำแนกตามลายผ้า ดังตาราง 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 อัตรากำไรขั้นต้น และอัตรากำไรสุทธิ

รายการ	ผ้าพื้น	ผ้าลายโบราณ	ผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ
	(บาท)	(บาท)	(บาท)
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น = $\frac{\text{กำไรขั้นต้น} \times 100}{\text{ขายสุทธิ}}$	$= \frac{195.00 \times 100}{500.00}$	$= \frac{371.48 \times 100}{800.00}$	$= \frac{336.48 \times 100}{800.00}$
	= 39.00%	= 46.44%	= 42.06%

ตารางที่ 3 อัตรากำไรขั้นต้น และอัตรากำไรสุทธิ (ต่อ)

รายการ	ผ้าพื้น	ผ้าลายโบราณ	ผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ
	(บาท)	(บาท)	(บาท)
อัตราส่วนกำไรสุทธิ = $\frac{\text{กำไรสุทธิ} \times 100}{\text{ขายสุทธิ}}$	$= \frac{175.00 \times 100}{500.00}$	$= \frac{351.48 \times 100}{800.00}$	$= \frac{316.48 \times 100}{800.00}$
	= 35.00%	= 43.94%	= 39.56%

จากตารางที่ 3 ผ้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงสุด คือ ผ้าลายโบราณ 46.44% รองลงมา คือ ผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ 42.06% และต่ำที่สุด คือ ผ้าพื้นต่อผืน 39.00% สอดคล้องกับอัตรากำไรสุทธิสูงสุด คือ ผ้าลายโบราณต่อผืน 43.94% รองลงมาผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ ต่อผืน 39.56% และต่ำที่สุดผ้าพื้นต่อผืน 35.00%

5. อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ต้นทุน และผลตอบแทนผ้าไหมมัดหมี่ไทยพวน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ของกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. การศึกษาต้นทุนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ มีต้นทุนการผลิตผ้าพื้นต่อผืน เท่ากับ 305.00 บาท (ค่าวัตถุดิบทางตรง 125.00 บาท ค่าแรงงาน 150.00 บาท และค่าใช้จ่ายการผลิต 30.00 บาท) ผ้าลายโบราณต่อผืน เท่ากับ 428.52 บาท (ค่าวัตถุดิบทางตรง 112.50 บาท ค่าแรงงาน 238.00 บาท และค่าใช้จ่ายการผลิต 78.02 บาท) และผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ ต่อผืน เท่ากับ 463.52 บาท (ค่าวัตถุดิบทางตรง 112.50 บาท ค่าแรงงาน 288.00 บาท และค่าใช้จ่ายการผลิต 63.02 บาท) ซึ่งต่ำกว่างานวิจัยของนภลัย บุญทิม (2565) ที่ศึกษาเรื่องต้นทุนและผลตอบแทนผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์ งานวิจัยนี้นำเสนอต้นทุนและผลตอบแทนผ้าทอพื้นเมืองใน จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผ้าทอพื้นเมืองจากด้ายประดิษฐ์ที่มีชื่อเรียกว่า “ชินหัวแดงตีนก่าน” มีต้นทุนรวมเท่ากับ 768.50 บาท และต่ำกว่างานวิจัยของเนื่อทอง ระดาสาร และธนพร วิไลศิลป์ (2565) ที่ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ : กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่บ้านหัวฝาย ตำบลปอแดง อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น ซึ่งพบว่า มีต้นทุนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ต่อ 1 เมตร เป็นวัตถุดิบทางตรง 315 บาท ค่าแรงงานทางตรง 300 บาท ค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร 91.25 บาท ค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่ 5.77 บาท รวมต้นทุนการผลิตต่อเมตร 712.02 บาท ทั้งนี้เพราะการศึกษานี้เป็นการผลิตผ้าไหมซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ราคาสูงกว่าด้ายประดิษฐ์

2. องค์ประกอบต้นทุนการผลิตผ้าทอ เมื่อพิจารณาผ้าทั้ง 3 ประเภท พบว่า องค์ประกอบต้นทุนการผลิตที่สูงที่สุด คือ ค่าแรงงาน โดยต้นทุนส่วนใหญ่เกิดจากค่าแรงงานในการทอผ้า รองลงมา คือ วัสดุดิบและค่าใช้จ่ายการผลิตตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนภลัย บุญทิม (2565) ที่ศึกษาเรื่องต้นทุนและผลตอบแทนผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผ้าทอพื้นเมืองจากด้ายประดิษฐ์ที่มีชื่อเรียกว่า “ชินหัวแดงตีนก่าน” ซึ่งพบว่า ต้นทุนส่วนใหญ่เกิดจากค่าแรงงานในการทอผ้า และมีค่าใช้จ่ายการผลิตต่ำสุด

3. การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการทอผ้ามัดหมี่ ด้านผลตอบแทน ผู้ผลิตผ้ามัดหมี่บ้านพวน ตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี มีกำไรขั้นต้นต่อผืนสำหรับผ้าพื้น 195.00 บาท ผ้าลายโบราณ 371.48 บาท และผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ ต่อผืน 336.48 บาท และมีกำไรสุทธิต่อผืนสำหรับผ้าพื้น 175.00 บาท ผ้าลายโบราณ 351.48 บาท ผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ 316.48 บาท ซึ่งทำให้ผ้าลายโบราณมีกำไรขั้นต้น และกำไรสุทธิสูงสุด ในขณะที่ผ้าพื้นมีกำไรขั้นต้น และกำไรสุทธิต่ำที่สุด เนื่องจากผ้าพื้นมีการกำหนดราคาขายต่ำกว่าลายอื่นๆ ส่วนผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ มีต้นทุนในการผลิตสูงสุดเนื่องจากมีวิธีการผลิตซับซ้อนขึ้นทำให้ค่าแรงงานเพิ่มขึ้นจากผ้าลายโบราณ และเมื่อนำกำไรขั้นต้น และกำไรสุทธิมาเปรียบเทียบกับรายได้จะมีอัตรากำไรขั้นต้นของผ้าพื้น 39.00% ผ้าลายโบราณ 46.44% และผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ 42.06% อัตรากำไรสุทธิของผ้าพื้น เท่ากับ 35.00% ผ้าลายโบราณ เท่ากับ 43.94% และผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ เท่ากับ 39.56% ซึ่งต่ำกว่างานวิจัยของนันทิดา ชะเวงรัมย์, นฤมล วงษ์สุวรรณ, ชนิภา พลคำ, เมทินี ศรีพุ่ม และสุพัตรา รักการศิลป์ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้น 54.30% และอัตรากำไรสุทธิ 53.52% และต่ำกว่างานวิจัยแก้วมณี อุทิมรัมย์, จริญญา สันฐิตินาวังค์, น้ำอ้อย จันทะนาม, แพรววิภา นิลแก้ว และสุภาภรณ์ แสนทันท้าว (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการทอผ้าไหมมัดหมี่ตีนแดง ตำบลนาโพธิ์ อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีอัตรากำไรขั้นต้น 49.64% และอัตรากำไรสุทธิ 48.62%

6. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

นำต้นทุนที่คำนวณไปใช้ในการวางแผนและการตัดสินใจ เช่น การกำหนดนโยบายส่งเสริมการขายที่มุ่งเน้นผ้าลายโบราณซึ่งเป็นผ้าที่มีอัตรากำไรสูงสุด ส่วนผ้าพื้นเป็นผ้าที่มีอัตรากำไรต่ำสุดและให้ผลตอบแทน (ค่าแรงงาน) กับสมาชิกกลุ่มต่ำสุดเช่นเดียวกัน การกำหนดราคาขายของผ้าแต่ละลายโดยใช้ต้นทุนเป็นฐาน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนผ้ามัดหมี่ของกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวนกับกลุ่มอื่นที่ทำผ้าประเภทเดียวกัน

7. เอกสารอ้างอิง

กรมศิลปากร. (ม.ป.ป.). ผ้าไหมมัดหมี่. ค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2565, จาก

<https://www.finearts.go.th/chiangmaimuseum/view/34868-ผ้าไหมมัดหมี่>.

แก้วมณี อุทิมรัมย์, จริญญา สันฐิตินาวังค์, น้ำอ้อย จันทะนาม, แพรววิภา นิลแก้ว และสุภาภรณ์ แสนทันท้าว. (2560, กรกฎาคม-ธันวาคม). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการทอผ้าไหมมัดหมี่ตีนแดง ตำบลนาโพธิ์ อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 12(2), 116-124.

นภลัย บุญทิม. (2565, มกราคม-มิถุนายน). ต้นทุนและผลตอบแทนผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์. วารสาร

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 11(1), 1-17.

นันทิดา ชะเวงรัมย์, นฤมล วงษ์สุวรรณ, ชนิภา พลคำ, เมทินี ศรีพุ่ม และสุพัตรา รักการศิลป์. (2561). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก

อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์. ใน รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 2 (หน้า 999 - 1007). บุรีรัมย์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

นุชจรี พิเชฐกุล. (2561). รายงานการเงินและการวิเคราะห์. (พิมพ์ครั้งที่ 2). ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

เนื่อทอง รัตตาสาร และธนาพร วิลัยศิลป์. (2565). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการผลิตผ้ามัดหมี่ กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่บ้านหัวฝาย ตำบลปอแดง อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยนครราชสีมา หัวข้อ : งานวิจัยทางสุขภาพและบริการ เพื่อพัฒนาชุมชนเชิงพื้นที่ (หน้า 359-368). นครราชสีมา: วิทยาลัยนครราชสีมา.

วนิดา รักพรหม. (2565, 20 มีนาคม). ประวัติความเป็นมาของกลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน. ตำแหน่งผู้ให้สัมภาษณ์, สัมภาษณ์).

สุจิต เมืองสุข. (2564). ผ้ามัดหมี่ของดีเมืองลึง ฝีมือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีอาสาบ้านพวน. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2565, จาก https://www.technologychaoban.com/bullet-news-today/article_181877.

หลักทรัพย์บัวหลวง. (2564). รู้จัก งบกำไรขาดทุน คืออะไร และสะท้อนถึงประสิทธิภาพของบริษัทได้อย่างไร. ค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2565, จาก <https://knowledge.bualuang.co.th/knowledge-base/incomestatement/>.

อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์. (2562). การบัญชีต้นทุน. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

การเพิ่มประสิทธิภาพคลังสินค้า โดยใช้ Fastest turning closest to the door Method

กรณีศึกษา บริษัทแห่งหนึ่งในอุตสาหกรรมอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยส่วนบุคคล

Warehouse Efficiency Optimization Using Fastest Turning Closest to the Door Method Case Study A company in the personal security equipment industry

เฉลียว บุตรวงษ์ (Chalileo Butvong)¹

สุภาวดี สายสนธิ (Suphawadee Saisanit)²

บทคัดย่อ

การทำวิจัยฉบับนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์กระบวนการทำงานภายในคลังสินค้า เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า ในด้านการลดระยะเวลาในการค้นหาสินค้า และลดระยะทางในการหยิบสินค้า โดยข้อมูลที่ใช้ในการทำวิจัยเป็นเชิงปริมาณ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลความเคลื่อนไหวของสินค้าคงคลังภายในคลังสินค้าย้อนหลัง 2 ปี (พ.ศ. 2565 – 2566) โดยศึกษาสาเหตุของปัญหาและแนวทางแก้ไข ในการจัดการคลังสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ จากการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล พบปัญหาลังสินค้าไม่มีรูปแบบการจัดเก็บที่ชัดเจน วางสินค้าปะปนกัน ส่งผลให้ใช้ระยะเวลาในการค้นหาสินค้านาน ใช้ระยะทางในการหยิบสินค้านาน และหยิบสินค้าผิดพลาด จากปัญหาดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงมีแนวทางการแก้ปัญหา โดยการปรับปรุงรูปแบบการจัดเก็บสินค้าแบบ ABC Analysis แบ่งกลุ่มสินค้าตามการเคลื่อนไหว และใช้หลักทฤษฎีสินค้าที่มีความเคลื่อนไหวบ่อยวางใกล้ประตู (Fastest turning closest to the door Method)

ผลการศึกษาพบว่า จากการจัดกลุ่มสินค้าแบบ ABC Analysis โดยมีผลการจัดกลุ่มสินค้านี้ สินค้ากลุ่ม A มีสินค้า 11 รายการ จำนวนสินค้า 42 กล่อง สินค้ากลุ่ม B มีสินค้า 20 รายการ จำนวนสินค้า 45 กล่อง และสินค้ากลุ่ม C มีสินค้า 217 รายการ จำนวนสินค้า 245 กล่อง และนำทฤษฎีสินค้าที่มีความเคลื่อนไหวบ่อยวางใกล้ประตู (Fastest turning closest to the door Method) และทดสอบประสิทธิภาพ ผลที่ได้พบว่า ใช้ระยะเวลาค้นหาสินค้าก่อนปรับปรุง 599.14 ชั่วโมง/เดือน หลังปรับปรุงใช้ระยะเวลาค้นหาสินค้า 451.51 ชั่วโมง/เดือน หรือคิดเป็นร้อยละ 24.64 ก่อนปรับปรุงใช้ระยะทางในการหยิบสินค้า 2,155,481 เมตร/เดือน หลังจากการปรับปรุงใช้ระยะทางในการหยิบสินค้า 1,672,249 เมตร/เดือน หรือคิดเป็นร้อยละ 22.42 แสดงให้เห็นว่าการปรับปรุงรูปแบบการจัดเก็บสินค้าแบบใหม่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ: สินค้าที่มีความเคลื่อนไหวบ่อยวางใกล้ประตู การจัดการคลังสินค้า สินค้าคงคลัง

Abstract

The purposes of this research were 1) to study and analyze the work processes in the warehouse, and 2) to study the efficiency of warehouse management in terms of reducing product search time and picking distance. The quantitative data was gathered on historical inventory

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีโลจิสติกส์และการจัดการระบบขนส่ง คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก E-mail: Chalileo_bu@rmutto.ac.th

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีโลจิสติกส์และการจัดการระบบขนส่ง คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก E-mail: Suphawadee_Sai@rmutto.ac.th

movement within the warehouse over two years (2022–2023). By studying the root causes of existing challenges and proposing effective solutions, the research identifies issues arising from an unclear storage layout, resulting in item congestion, extended search and retrieval times, and increased picking errors. To address these challenges, the researchers propose a solution involving the implementation of ABC analysis-based inventory categorization, grouping items based on their movement patterns. Furthermore, the "Fastest Turning Closest to the Door Method" is employed, positioning frequently accessed items near the entrance.

Findings from the study revealed that after implementing the ABC analysis-based categorization and rearrangement strategy, the inventory items were grouped as follows: Group A (11 items, 42 boxes), Group B (20 items, 45 boxes), and Group C (217 items, 245 boxes). The "Fastest Turning Closest to the Door Method" was then tested, showing significant efficiency improvements. Before the changes, the average monthly time spent searching for items was 599.14 hours, and the average monthly distance traveled for item retrieval was 2,155,481 meters. After the changes, these figures were reduced to 451.51 hours (a 24.64% improvement) and 1,672,249 meters (a 22.42% improvement), respectively. These results demonstrated that the proposed new inventory storage format effectively enhanced operational efficiency.

Keywords: Fastest Turning Closest to the Door Method, Warehouse Management, Inventory

วันที่รับบทความ : 29 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 13 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 22 สิงหาคม 2566

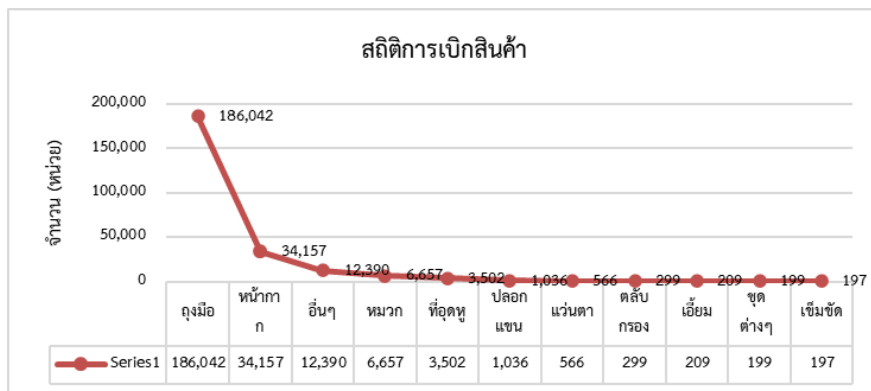
1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การจัดการสินค้าคงคลังและการจัดการคลังสินค้า มีบทบาทสำคัญต่อการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานโดยรวม ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนโลจิสติกส์โดยตรง การจัดการคลังสินค้ามีบทบาทสำคัญ คือ การจัดการสินค้าคงคลัง ที่มีเป้าหมายหลักในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานภายในคลังสินค้า โดยวัดจากร้อยละความถูกต้องในคลังสินค้า และระยะเวลาที่ใช้ในการเบิกจ่าย ปัจจัยนี้ส่งผลถึงความสามารถในการบริหารจัดการคลังสินค้าโดยตรง ดังนั้น สิ่งสำคัญของการจัดการคลังสินค้า คือ การมีปริมาณสินค้าคงคลังที่เหมาะสม และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างรวดเร็ว (นิธิศ ปุณณกรภักดิ์ และคณะ, 2565) การจัดการคลังสินค้า เป็นหัวใจหลักในการพัฒนาภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งถือว่ามีจำนวนมากที่สุด จำเป็นที่บุคลากรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะต้องได้รับการส่งเสริมให้เกิดความรู้ความเข้าใจแนวคิดการจัดการสินค้าคงคลังที่จะนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์พัฒนาปรับกระบวนการทางธุรกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า ความเข้าใจในเรื่องมาตรฐานต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การจัดการทางธุรกิจอย่างสอดคล้องและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าขั้นสุดท้ายได้อย่างมีประสิทธิภาพในที่สุด (ปฐมพงศ์ หอมศรี และ จักรพันธ์ คงชนะ, 2557)

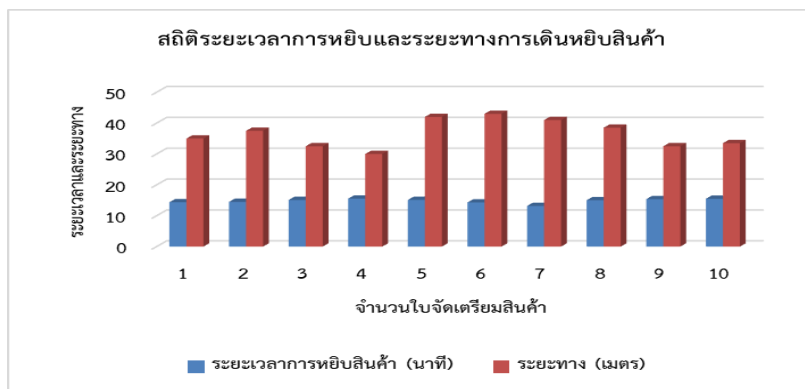
บริษัท XYZ จำกัด เปิดดำเนินการเป็นระยะเวลา 15 ปี ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดกลางและเป็นผู้นำเข้าการจำหน่ายอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยส่วนบุคคล คลังสินค้ามีพื้นที่ภายในคลังสินค้าทั้งหมด 173.46 ตารางเมตร โดยบริษัทมีพื้นที่จัดเก็บสินค้าอยู่ทั้งหมด 3 แห่ง คือ ด้านหน้าคลังสินค้ามีพื้นที่ 63.58 ตารางเมตร ด้านบนคลังสินค้ามีพื้นที่ 65.64 ตารางเมตร และด้านหลังคลังสินค้ามีพื้นที่ 44.24 ตารางเมตร ปริมาณในการจัดเก็บสินค้าทั้งหมด 250,000 - 300,000

รายการ จากการดำเนินงานของบริษัทพบปัญหาของคลังสินค้า คือ คลังสินค้ามีการจัดเก็บสินค้าแบบไร้รูปแบบ จึงทำให้ยากต่อการค้นหาสินค้า สินค้าชนิดเดียวกันถูกจัดเก็บไว้หลายที่ สินค้าที่ออกบ่อยถูกจัดเก็บไว้ด้านในสุด ทำให้ใช้ระยะเวลาในการค้นหาสินค้านาน และการตรวจนับสินค้าใช้เวลานาน ส่งผลต่อการทำงานของแผนกสโตร์ของบริษัท จากปัญหาดังกล่าว คณะผู้วิจัย ได้หาวิธีแก้ไขในการบริหารจัดการสินค้าคงคลังและคลังสินค้า โดยการวิเคราะห์แบบเอบีซี (ABC analysis) และใช้ความเคลื่อนไหวบ่อยวางใกล้ประตู (Fastest turning closest to the door) กลยุทธ์การจัดเก็บสินค้าในคลังสินค้า เพื่อลดระยะเวลาในการค้นหาสินค้าและลดระยะทางในการหยิบสินค้าภายในคลังสินค้าของบริษัทกรณีศึกษา



ภาพที่ 1 แสดงสถิติการเบิกสินค้า

ที่มา : บริษัทแห่งหนึ่งในอุตสาหกรรมอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยส่วนบุคคล (พ.ศ.2565-2566)



ภาพที่ 2 แสดงระยะเวลาในการหยิบสินค้าและระยะทางในการเดินหยิบสินค้า

ที่มา : บริษัทแห่งหนึ่งในอุตสาหกรรมอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยส่วนบุคคล (พ.ศ.2565-2566)

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์กระบวนการทำงานภายในคลังสินค้า

1.2.2 เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า ในด้านการลดระยะเวลาในการค้นหาสินค้าและลดระยะทางในการหยิบสินค้า

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การทำวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการคลังสินค้าของคลัง การจัดเก็บสินค้าภายในคลังสินค้า เพื่อความรวดเร็วในการหยิบสินค้า โดยทำการศึกษากระบวนการทำงานภายในคลังสินค้า โดยการเก็บข้อมูล (พ.ศ. 2565-2566)

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การทำวิจัยครั้งนี้เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลความเคลื่อนไหวของสินค้าคงคลังภายในคลังสินค้านาน 2 ปี (พ.ศ. 2565 – 2566) เพื่อวางแผนการลดระยะทางในการหยิบสินค้า และลดระยะเวลาในการหยิบสินค้า

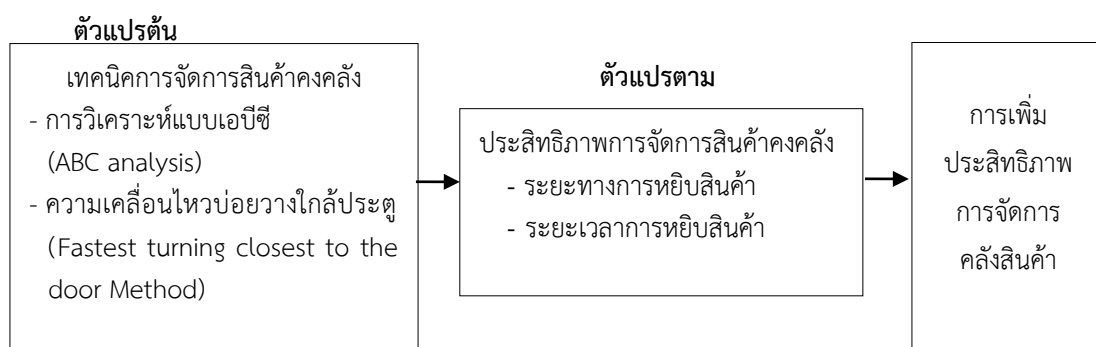
1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาในการทำวิจัยครั้งนี้ เป็นรายการสินค้าภายในคลังสินค้า ที่มีปริมาณในการจัดเก็บ 250,000 – 300,000 รายการ ย้อนหลัง 2 ปี (พ.ศ. 2565 – 2566)

1.4 สมมติฐานการทำวิจัย

การตั้งข้อสมมติฐานในงานวิจัย โดยใช้เทคนิคจัดการสินค้าคงคลังที่สามารถช่วยลดระยะทางในการหยิบสินค้าได้ และใช้เทคนิคการจัดการสินค้าคงคลังสามารถช่วยลดระยะทางในการหยิบสินค้าได้เนื่องจากการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคเชิงปริมาณ ABC analysis

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 3 แสดงกรอบแนวคิดการทำวิจัย

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 การจัดการคลังสินค้า

คลังสินค้า (Warehousing) หมายถึง การจัดระเบียบในการจัดเก็บวางและรักษาสินค้าอย่างเป็นระบบ มีระเบียบแบบแผนเพื่อป้องกัน และรักษาสินค้าให้อยู่ในสภาพที่ดี สินค้ามีความพร้อมในการนำออกจำหน่ายได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (อภิศักดิ์ วงศ์สินทิ, 2563)

การจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management) หมายถึง การจัดระเบียบการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บ การวางและการรักษาสินค้าอย่างเป็นระบบมีระเบียบแบบแผนเพื่อรักษาสินค้าให้อยู่ในสภาพที่ดีด้วยต้นทุนที่ต่ำ เพื่อช่วยในการดำเนินงานและสร้างผลกำไรให้กับกิจการ การดำเนินงานในลักษณะนี้ เกิดจากการบริหารทรัพยากรทั้งหมดภายในคลังสินค้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุด (เจนรตชา แสงจันทร์, 2562)

ปฏิบัติการคลังสินค้า (Warehouse Operations)

1. งานรับสินค้า (Receiving)

งานรับสินค้าเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ที่จะต้องปฏิบัติในขณะที่สินค้าได้ส่งเข้ามายังคลังสินค้าเพื่อการจัดเก็บรักษา การดำเนินการกรณีในการการรับต่อสินค้าที่ถูกส่งเข้ามานั้นอย่างทันทีทันใดและถูกต้องแน่นอนย่อมมีความสำคัญต่อการดำเนินงานคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ สินค้าอาจได้รับเข้ามาจากแหล่งต่างกัน การขนส่ง สินค้ามายังสินค้าอาจกระทำด้วยยานพาหนะที่แตกต่างกัน ด้วยภาระ บรรจุหีบห่อที่มีลักษณะแตกต่างกัน สิ่งเหล่านี้ย่อมมีผลทำให้รายละเอียดในการปฏิบัติงานรับสินค้าแตกต่างกันออกไปด้วย การจัดทำเอกสารในการรับสินค้าและการดำเนินการกรณีการรับที่รวดเร็วและถูกต้องย่อมมีความสำคัญและเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับกิจการคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ

2. การตรวจแยกประเภท (Sorting Goods)

ในสินค้าหรือวัสดุบางอย่างอาจมีความจำเป็นต้องแยกประเภทเพื่อความสะดวกในการเก็บรักษา เช่น เป็นของดี ของชำรุด ของเก่า ของใหม่ ซึ่งต้องแยกออกจากกันในการเก็บรักษาสินค้า

3. งานจัดเก็บสินค้า (Put Away)

การขนย้ายสินค้าจากพื้นที่รับสินค้าเข้าไปยังตำแหน่งเก็บที่ได้ไว้กำหนดไว้ล่วงหน้า และจัดวางสินค้านั้นไว้อย่างเป็นระเบียบ รวมทั้งการบันทึกเอกสารเก็บรักษาที่เกี่ยวข้อง เช่น บัตรตำแหน่งเก็บ ป้ายประจำกอง และปัจจุบันมีการใช้ระบบรหัสแท่ง รวมถึงระบบ RFID เป็นต้น ก่อนที่จะจัดวางสินค้าลงไป ในที่เก็บอาจจำเป็นต้องจัดแจงสินค้านั้นให้เหมาะสม เพื่อให้สามารถจัดเก็บได้อย่างมั่นคง

4. งานดูแลรักษาสินค้า (Holding Goods)

หลังจากที่ได้จัดเก็บสินค้าในพื้นที่เก็บรักษาของคลังสินค้าจะต้องเอามาตรการต่างๆ ของการดูแลรักษามาใช้ เพื่อป้องกันไม่ให้สินค้าที่เก็บรักษาอยู่ในคลังสินค้าเกิดความเสียหาย สูญหายหรือเสื่อมคุณภาพ อันเป็นภาระรับผิดชอบที่สำคัญของผู้เก็บรักษา

5. การนำออกจากที่เก็บ (Picking)

การนำสินค้าออกจากที่เก็บเพื่อการจัดส่ง เป็นการเลือกเอาสินค้าจากพื้นที่ต่างๆ ในคลังเก็บสินค้ามารวมกันไว้ยัง พื้นที่จัดส่งเพื่อการตรวจสอบ ความถูกต้อง และพิสูจน์ให้แน่นอนว่าเป็นไปตามหลักฐานการสั่ง จ่าย หรือตามความต้องการของผู้รับ หรือตามละจุดหมายปลายทางที่จะส่งการเลือกหยิบสินค้า สามารถแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ 4 กลุ่ม ดังนี้

- Discreet picking การเลือกหยิบสินค้าทีละรายการแล้วดำเนินการตั้งแต่ต้นจนจบ
- Batch picking การเลือกหยิบสินค้าเป็นชุดหรือโหล
- Zone picking การเลือกหยิบของตามโซนที่เลือกไว้ในคลังเก็บ
- Wave picking การเลือกหยิบตามชนิดของการขนส่ง

6. การจัดส่ง (Shipping)

ประกอบด้วยการตรวจสอบคำสั่งซื้อที่จะส่งไปการปรับปรุงรายงานสินค้าคงคลัง การแยกประเภทสินค้าและการจัดบรรจุภัณฑ์ตามคำสั่งซื้อ ซึ่งสินค้าจะถูกจัดเก็บในกล่อง หีบห่อ พาเลทหรือตู้คอนเทนเนอร์ และมีการติดสติกเกอร์บาร์โค้ด การบันทึกข้อมูลเพื่อเตรียมส่ง สินค้าออกจากคลัง เช่น ต้นทาง ปลายทาง ผู้ส่ง ผู้รับ และรายละเอียดสินค้าที่ส่ง เป็นต้น (ธัญดา ใจไหมคร้าม, 2558)

2.2 การวางผังคลังสินค้า (Warehouse Layout)

การวางผังของคลังสินค้าหรือวัสดุโดยทั่วไปมักจะต้องการให้สินค้ามีลักษณะการเคลื่อนที่เป็นเส้นตรง, ระยะทางการเคลื่อนที่ทั้งของพนักงานและสินค้าต้องสั้น กะทัดรัดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นี้ช่องทางเดินควรจะแคบที่สุดเท่าที่ทำได้และไม่ควรเป็นทางตัน (Smith, 1988)

โดยทั่วไปการวางผังมักจะมีแนวคิดที่ผิดเกี่ยวกับการออกแบบผังให้มีความยืดหยุ่นสามารถเปลี่ยนแปลงการจัดเก็บได้ตามเหตุการณ์ (Flexibility) ไม่มีการกำหนดเส้นแบ่งช่องทางเดิน-ส่วนจัดเก็บ เพราะมีเหตุผลว่าชนิดและปริมาณสินค้าที่จัดเก็บมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งในการออกแบบถ้าพิจารณาเฉพาะเพียงความยืดหยุ่น

เพียงอย่างเดียวจะทำให้กิจกรรมอื่นๆ เช่น การขนย้าย (Handling) และการจัดเก็บรักษา (Storage) ขาดประสิทธิภาพ ดังนั้น ในการวางแผนควรพิจารณาทั้งปัจจัยความสามารถยืดหยุ่นได้, ปริมาณสินค้าที่สามารถจัดเก็บได้แน่นอนและความหนักเบาในการจัดเก็บ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ควรได้รับคำนวณและบันทึกอย่างปล่อยให้ “ความยืดหยุ่นได้” เป็นคำเดียวกับ “ความสูญเสีย” (Jenkins, 1968; วรรณวิภา ชื่นเพชร, 2560)

2.3 กลยุทธ์การจัดเก็บสินค้าในคลังสินค้า

Tompkins, & Smith (1998) กล่าวว่า หลักการของการจัดการคลังสินค้าแบ่งรูปแบบในการจัดเก็บสินค้าเป็น 6 แนวคิด ดังนี้

1. ระบบการจัดเก็บไร้รูปแบบ (Informal System) เป็นรูปแบบการจัดเก็บสินค้าที่ไม่มีการบันทึกตำแหน่งการจัดเก็บไว้ในระบบ และสินค้าทุกชนิดสามารถจัดเก็บไว้ในตำแหน่งใดก็ได้ในคลังสินค้า ซึ่งพนักงานที่ปฏิบัติงานภายในคลังจะเป็นผู้รู้ตำแหน่งในการจัดเก็บ รวมทั้งจำนวนที่จัดเก็บเหมาะสำหรับคลังสินค้าขนาดเล็ก มีจำนวนรายการสินค้า (Stock Keeping Unit : SKU) น้อย

2. การจัดเก็บโดยกำหนดตำแหน่งตายตัว (Fixed Location system) สินค้าทุกชนิดหรือทุกรายการสินค้า (Stock Keeping Unit : SKU) จะมีตำแหน่งจัดเก็บที่กำหนดไว้ตายตัวอยู่แล้ว การจัดเก็บรูปแบบนี้เหมาะกับคลังสินค้าขนาดเล็ก มีจำนวนพนักงานไม่มากและมีจำนวนสินค้าหรือจำนวนรายการสินค้าที่จัดเก็บน้อย มีข้อจำกัด หากเกิดกรณีที่สินค้ามีการสั่งซื้อเข้ามาน้อยในช่วงเวลานั้น จะทำให้เกิดพื้นที่ที่เตรียมไว้สำหรับสินค้าชนิดนั้นว่าง ซึ่งไม่ใช่การใช้ประโยชน์ของพื้นที่ในการจัดเก็บที่ดี

3. ระบบการจัดเก็บโดยจัดเรียงตามรหัสสินค้า (Part Number System) มีแนวคิดใกล้เคียงกับการจัดเก็บแบบกำหนดตำแหน่งตายตัว (Fixed Location system) โดยข้อแตกต่างจะอยู่ที่การเก็บแบบใช้รหัสสินค้า จะมีการลำดับการจัดเก็บเรียงกัน เช่น รหัสหมายเลข A123 นั้นจะถูกจัดเก็บก่อนรหัสสินค้าหมายเลข B123 เป็นต้น การจัดเก็บแบบนี้เหมาะกับบริษัทที่มีความต้องการส่งเข้าและนำออกของรหัสสินค้าที่มีจำนวนคงที่เนื่องจากมีการกำหนดตำแหน่งการจัดเก็บไว้แล้ว ในการจัดเก็บแบบใช้รหัสสินค้านี้ จะทำให้พนักงานรู้ตำแหน่งของสินค้าได้ง่าย แต่จะไม่มี ความยืดหยุ่นในกรณีที่ต้องครหรือบริษัทนั้น

4. ระบบการจัดเก็บสินค้าตามประเภทของสินค้า (Commodity System) เป็นรูปแบบการจัดเก็บสินค้าตามประเภทของสินค้าหรือประเภทสินค้า (product type) โดยมีการจัดตำแหน่งการจัดเก็บคล้ายกับร้านค้าปลีกหรือตาม supermarket ทั่วไปที่มีการจัดวางสินค้าในกลุ่มเดียวกันหรือประเภทเดียวกันไว้ ซึ่งรูปแบบในการจัดเก็บสินค้าแบบนี้จะ ช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บสินค้า คือ มีการเน้นเรื่อง การใช้งานพื้นที่จัดเก็บมากขึ้น และยังง่ายต่อพนักงาน pick สินค้าในการทราบถึงตำแหน่งของสินค้าที่จะต้องไปหยิบ แต่มีข้อเสียพนักงานที่หยิบสินค้าจำเป็นต้องมีความรู้ในเรื่องของสินค้าแต่ละชนิดหรือแต่ละยี่ห้อที่จัดอยู่ในประเภทเดียวกัน

5. ระบบการจัดเก็บที่ไม่ได้กำหนดตำแหน่งตายตัว (Random Location System) เป็นการจัดเก็บที่ไม่ได้กำหนดตำแหน่งตายตัว ทำให้สินค้าแต่ละชนิดสามารถถูกจัดเก็บไว้ในตำแหน่งใดก็ได้ในคลังสินค้า แต่รูปแบบการจัดเก็บแบบนี้จำเป็นต้องมีระบบสารสนเทศในการจัดเก็บและติดตาม ข้อมูลของสินค้าว่าจัดเก็บอยู่ในตำแหน่งใดโดยต้องการปรับปรุงข้อมูลอยู่ ตลอดเวลาด้วย ซึ่งในการจัดเก็บแบบนี้จะเป็นรูปแบบที่ใช้พื้นที่จัดเก็บอย่างคุ้มค่า เพิ่มการใช้งานพื้นที่จัดเก็บและเป็นระบบที่ถือว่ามีความยืดหยุ่นสูงเหมาะกับคลังสินค้าทุกขนาด

6. ระบบการจัดเก็บแบบผสม (Combination System) เป็นรูปแบบการจัดเก็บที่ผสมผสานหลักการของรูปแบบการจัดเก็บในข้างต้น โดยตำแหน่งในการจัดเก็บนั้นจะมีการพิจารณาจากเงื่อนไขหรือข้อจำกัดของสินค้า ชนิดนั้นๆ เช่น หากคลังสินค้านั้นมีสินค้าที่เป็นวัตถุดิบทรายหรือสารเคมีต่างๆ รวมอยู่กับสินค้าอาหาร จึงควรแยกการจัดเก็บสินค้าอันตราย และสินค้าเคมีดังกล่าวให้อยู่ห่างจากสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ซึ่งถือเป็นรูปแบบการจัดเก็บแบบกำหนดตำแหน่งตายตัว สำหรับพื้นที่ที่เหลือในคลังสินค้านั้น เนื่องจากการคำนึงถึงเรื่องการใช้งานพื้นที่จัดเก็บ ดังนั้นจึงจัดใกล้ที่เหลือมีการจัดเก็บแบบไม่ได้กำหนดตำแหน่งตายตัว (Random) ก็ได้ โดยรูปแบบการจัดเก็บ

แบบนี้เหมาะสำหรับคลังสินค้าทุกๆแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคลังสินค้าที่มีขนาดใหญ่และสินค้าที่จัดเก็บนั้นมีความหลากหลาย (นฤทธิ์ เกิดวิมลสิ่ง และ เชษฐิตา กุศลไศยวรรณ์, 2559)

2.4 แนวคิดประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพในการทำงานสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ระดับ ดังนี้

2.3.1 ประสิทธิภาพส่วนบุคคล บุคคลที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน คือ บุคคลที่ตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถใช้กลวิธีหรือเทคนิคในการสร้างผลงานได้มาก เป็นผลงานที่มีคุณภาพเป็นที่พึงพอใจในการทำงานเป็นบุคคลที่จะเพิ่มพูนคุณภาพและปริมาณของผลงาน คิดค้น ดัดแปลงวิธีการทำงานให้ดีขึ้นอยู่เสมอ

2.3.2 ประสิทธิภาพขององค์กร หมายถึง การที่องค์กรสามารถดำเนินการต่างๆ ตามภารกิจหน้าที่ขององค์กรโดยใช้ทรัพยากรปัจจัยต่างๆ รวมทั้งกำลังคนอย่างคุ้มค่าที่สุด มีการสูญเสียน้อยที่สุด มีลักษณะของการดำเนินงานไปสู่วัตถุประสงค์ได้ด้วยดีโดยประหยัดทั้งเวลา ทรัพยากรและบุคคลขององค์กร ระบบการบริหารจัดการที่เอื้อต่อผลผลิตและการบริการได้ตามเป้าหมาย องค์กร มีความสามารถใช้ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ วิธีการเทคนิคและเทคโนโลยีอย่างฉลาด ทำให้เกิดวิธีการทำงานอย่างเหมาะสม มีความราบรื่นในการดำเนินงาน มีอุปสรรคและความขัดแย้งน้อยที่สุด บุคลากรมีขวัญและกำลังใจที่ดีมีความสุขความพอใจในการทำงาน (สมใจ ลักษณะ, 2552)

2.5 การวิเคราะห์แบบเอบีซี (ABC analysis)

การวิเคราะห์แบบ ABC Analysis เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับสินค้าตามกลุ่มสินค้า โดยการจัดลำดับสินค้าตามยอดขายหรือส่วนแบ่งกำไรของสินค้านั้น ซึ่งสินค้าที่จัดอยู่ในกลุ่ม A จะประกอบด้วยสินค้าเพียงไม่กี่ประเภทหรือมีจำนวน SKU (Stock Keeping Unit) น้อยแต่เป็นสินค้าที่มียอดขายหรือส่วนแบ่งกำไรมากที่สุด ส่วนสินค้าที่มียอดขายหรือส่วนแบ่งกำไรรองลงไปได้รับความสำคัญน้อยลงเป็น B และ C ตามลำดับ (Stock, & Lambert, 2001)

Tompkins, & Smith (1998) ได้กล่าวไว้ในหนังสือเรื่อง The Warehouse Management Handbook (second edition) ในเรื่อง Stock Location Assignment โดยได้กล่าวถึงเกณฑ์ ABC Analysis ไว้ว่าเป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในเรื่องการจัดตำแหน่งการวางสินค้า โดยจะจัดกลุ่มตามการเคลื่อนไหวหรือ movement ของสินค้า โดยจากการจัดสินค้าตามเกณฑ์ดังกล่าวจะพบว่าสินค้าที่มีจำนวนเพียง 20% นั้นจะมีการ movement ของสินค้ามากถึง 80% ของสินค้าทั้งหมด โดยสินค้าที่จัดอยู่ในกลุ่ม A นั้นควรเป็นสินค้าที่องค์กรควรให้ความสำคัญควรมีการ monitor หรือการจัดการดูแลอย่างใกล้ชิดเพราะเป็นสินค้าที่ขายดีและควรจัดตำแหน่งในการจัดเก็บให้อยู่ในตำแหน่งที่สะดวกต่อการจัดเก็บและสะดวกต่อการหยิบ (pick) มากที่สุด มากกว่าสินค้า ประเภท B และ C แต่ทั้งนี้ในการใช้เกณฑ์ ABC นั้น อาจมีการจัดแบ่งกลุ่มสินค้าเป็นกลุ่มย่อย ลงได้มากกว่า 3 อันดับ เช่น อาจจัดแบ่งเป็น A, B, C และ D ตามลำดับเพื่อเป็นการกระจายเปอร์เซ็นต์การ movement หรือยอดขายของสินค้าในกลุ่ม A ออกมา เช่น สินค้าที่มีการ movement หรือมียอดขาย 50% ให้จัดอยู่ในกลุ่ม A สินค้ากลุ่ม B เท่ากับ 30% สินค้ากลุ่ม C เท่ากับ 12% และ สินค้ากลุ่ม D เท่ากับ 8% เป็นต้น (นราวิชญ์ มงคลรัชตารมย์, 2559)

ตารางที่ 1 การแบ่งกลุ่มตามความเคลื่อนไหว

Classification	Percent of SKUs	Percent of Movement
A	20%	80%
B	25-30%	15%
C	50-55%	5%

2.6 ทฤษฎีสินค้าที่มีความเคลื่อนไหวบ่อยวางใกล้ประตู (Fastest turning closest to the door Method)

สมการใช้ตัวแบบโปรแกรมเชิงเส้น (Linear Programming) คือ สมการที่ใช้หาตำแหน่งการจัดวาง สินค้าอย่างเหมาะสมสำหรับสินค้าแต่ละประเภท โดยคำนึงถึงระยะทางที่ใช้ในการวัดการนำสินค้าเข้าและการนำสินค้าออก โปรแกรมเชิงเส้น สามารถนำปัจจัยหรือทรัพยากรทั้งที่จับต้องได้และจับต้องได้มาคำนวณเพื่อหาคำตอบตามเป้าหมาย โปรแกรมเชิงเส้นยังกำหนดขอบเขตในการศึกษาเพื่อใช้เฉพาะในกิจการหรือกรณีศึกษานั้นๆ (ขวัญวรา หอมทรัพย์, 2560) รวมถึงข้อมูลความถี่ในการจัดเก็บสินค้ามาใช้ในการพิจารณาด้วยหลักการของตัวแบบโปรแกรมเชิงเส้น (Linear

Programming) โดยใช้ร่วมกับหลักการที่ว่าวิธีสินค้าที่มีความเคลื่อนไหวบ่อยวางใกล้ประตู (Fastest turning closest to the door) มาใช้ในการปรับเปลี่ยนตำแหน่งการจัดเก็บสินค้าใหม่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพมากขึ้น (Marc Goetschalckx, 2003 และ พงษ์ชัย อธิคมรัตน์กุล, 2554)

สูตรที่ใช้คำนวณ

$$\text{Min} \sum_{i=1}^M \sum_{j=1}^N f_i e_{ij} x_{ij}$$

$$\text{s. t.} \sum_{i=1}^N x_{ij} = q_i$$

$$\sum_{i=1}^M x_{ij} \leq 1$$

$$x_{ij} = (0,1)$$

กำหนดให้	f_i	=	ความถี่ของสินค้า i
	e_{ij}	=	ระยะทางการเดินทางของผลิตภัณฑ์ i จากประตูไปยังโซน j
	q_i	=	ความต้องการพื้นที่จัดเก็บสินค้าของผลิตภัณฑ์ i
	x_{ij}	=	1 ยอมรับผลิตภัณฑ์ i ไปเก็บยังโซน j
		=	0 ไม่ยอมรับผลิตภัณฑ์ i ไปเก็บยังโซน j
และ	i	=	1 ถึง M
	j	=	1 ถึง N

คำนวณค่า ระยะทางรวมจากสูตร

$$T_i = 4r_i t_i = 4r_i t_i \left(\frac{\sum_{j \in z_i} e_j}{q_i} \right) = 4f_i \sum_{j \in z_i} e_j$$

$$T = \sum_{p=1}^p T_p$$

การจัดตำแหน่งในการวางสินค้าโดยการใช้ Fastest turning closest to the door Method จากสูตร

$$f_i \frac{r_i}{q_i}$$

การคำนวณค่า Travel distance from the door location

จากสูตร	E_j	=	$p_1 \times T_{1j}$
เมื่อ	P_i	=	ความน่าจะเป็นของสินค้าผ่านประตู P_i
	T_{1j}	=	ระยะทางจากประตู 1 ถึงโซน j

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการทำวิจัยเชิงปริมาณ โดยมุ่งเน้นในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานภายในคลังสินค้า ด้านลดระยะเวลาการค้นหาสินค้า ลดระยะทางการหยิบสินค้า เพื่อให้การทำงานภายในคลังสินค้ามีประสิทธิภาพ

3.2 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษาเป็นสินค้าที่จัดเก็บภายในคลังสินค้า จำนวน 250,000 – 300,000 รายการ โดยใช้การจัดกลุ่มสินค้าเป็น ABC Analysis ตามความเคลื่อนไหว และทฤษฎีสินค้าที่มีความเคลื่อนไหวบ่อยวงใกล้ประตู (Fastest turning closest to the door Method) เพื่อจัดลำดับความเคลื่อนไหวของสินค้าที่อยู่ภายในคลังสินค้า

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

ในการทำวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการทำวิจัย คือ การวิเคราะห์แบบเอบีซี (ABC analysis) โดยจัดกลุ่มสินค้าตามความเคลื่อนไหวและความเคลื่อนไหวบ่อยวงใกล้ประตู (Fastest turning closest to the door Method) เพื่อจัดลำดับความเคลื่อนไหวของสินค้าที่อยู่ภายในคลังสินค้า

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บข้อมูลเพื่อทำวิจัยนี้ โดยการเก็บสถิติการเบิกสินค้า สถิติการระยะเวลาการจัดเตรียมสินค้า สถิติระยะเวลาการหยิบสินค้า และสถิติระยะทางในการหยิบสินค้า โดยระยะเวลาการเก็บข้อมูลในการทำวิจัยเป็นระยะเวลา 2 ปี (พ.ศ. 2565 – 2566)

3.5 ขั้นตอนการดำเนินงาน

3.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 ท่าน ได้แก่ ผู้จัดการบริษัท และหัวหน้าแผนกคลังสินค้า โดยการสัมภาษณ์เป็นข้อมูลขั้นตอนการจัดเก็บการค้นหาสินค้าและเบิกสินค้า ข้อมูลพื้นที่จัดเก็บสินค้าภายในคลังสินค้า ข้อมูลระยะทางในการเดินค้นหาสินค้า ข้อมูลระยะเวลาในการค้นหา ข้อมูลสินค้าทั้งหมดที่เข้า-ออกในคลังสินค้า และข้อมูลเรื่องปัญหาที่เกิดขึ้นในคลังสินค้า และสังเกตจากการปฏิบัติงานของบุคลากรในส่วนงานที่เกี่ยวข้อง

3.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิในที่นี่จะเป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสารของทางบริษัทที่ได้มีการรวบรวมข้อมูลเอาไว้แล้ว รวมถึงตำราต่างๆ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาจากการค้นคว้าจากบทความ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ ที่เกี่ยวข้อง

3.5.3 นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล มาวิเคราะห์ตามแนวทฤษฎีการวิเคราะห์แบบ ABC analysis โดยจัดกลุ่มตามความเคลื่อนไหว เพื่อจัดวางสินค้าตามผังของคลังสินค้า

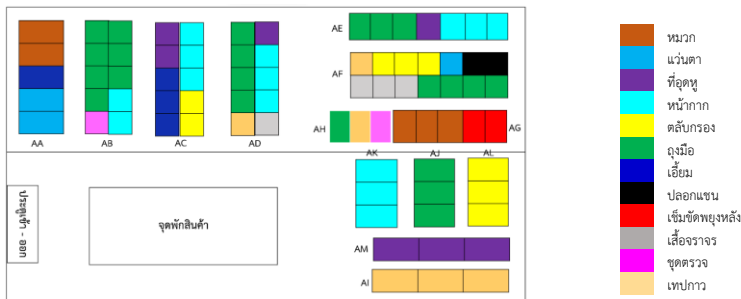
3.5.4 นำข้อมูลระยะทางที่จัดเก็บสินค้าจากประตูถึงพื้นที่จัดเก็บ ข้อมูลจำนวนสินค้าเข้า-ออกต่อเดือน ความน่าจะเป็นของสินค้าที่ผ่านประตูที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์ตามแนวทฤษฎีสินค้าที่มีความเคลื่อนไหวบ่อยวงใกล้ประตู (Fastest turning closest to the door Method) เพื่อช่วยในการวางแผน และการจัดสรรพื้นที่ภายในคลังสินค้าให้มีประสิทธิภาพ

3.5.5 เมื่อทราบค่าทฤษฎีสินค้าที่มีความเคลื่อนไหวบ่อยวงใกล้ประตู (Fastest turning closest to the door Method) นำมาเปรียบเทียบกับ การจัดเก็บสินค้าแบบเก่ากับแบบใหม่ ระยะเวลาการหยิบสินค้าและระยะทางการหยิบสินค้า

3.5.6 เปรียบเทียบการดำเนินงานก่อนและหลังปรับปรุง โดยวัดจากระยะเวลาในการค้นหาสินค้าและระยะทางในการหยิบสินค้า

3.5.7 สรุปผลการวิจัย

4. สรุปผลการวิจัย



ภาพที่ 4 แสดงผังการจัดเก็บสินค้าภายในคลังสินค้า

ภาพที่ 4 แสดงพื้นที่ภายในคลังสินค้าทั้งหมด 173.46 ตารางเมตร มีปริมาณในการจัดเก็บสินค้า 250,000 – 300,000 ชิ้น การจัดเก็บสินค้าเป็นการจัดเก็บแบบไร้รูปแบบ ทำให้ใช้เวลานานในการหยิบสินค้า ซึ่งสินค้าที่จัดเก็บภายในคลังสินค้าจะเป็นสินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย มีดังนี้ หมวก แวนตา ที่อุดหู หน้ากาก ตลับกรอง ถังมือ เข็ม ปอดกาน เข็มขัดพวงหลัง เสื้อจากร ชุดตรวจ และเทปขาว มีชั้นวางสินค้าสำหรับจัดเก็บสินค้าทั้งหมด 12 ชั้น โดยแต่ละชั้นจะแบ่งหมวดหมู่การจัดเก็บตามประเภทของสินค้า เพื่อให้มีความสะดวกในค้นหาสินค้า หยิบสินค้า และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของคลังสินค้า

4.1 การจัดกลุ่มสินค้าตามความถี่ตามกลุ่มสินค้า ABC Analysis โดยสรุปเป็นดังนี้

ตารางที่ 2 สถิติการจัดเก็บสินค้าตามความถี่ตามกลุ่มสินค้า ABC Analysis

สินค้า	จำนวนรายการสินค้า	จำนวนกล่อง
A	11	42
B	20	45
C	217	245
รวม	248	332

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลรายการสินค้า โดยสรุปผลการจัดกลุ่มสินค้า ABC Analysis สินค้า A มีสินค้าอยู่ทั้งหมด 42 กล่อง สินค้า B มีสินค้าอยู่ทั้งหมด 45 กล่อง และสินค้า C มีสินค้าอยู่ทั้งหมด 245 กล่อง รวมทั้งสิ้น 332 กล่อง

4.1 การวางสินค้าที่มีความเคลื่อนไหวบ่อยวงใกล้ประตู (Fastest turning closest to the door) ตามข้อมูลประกอบการวิเคราะห์และสูตรดังนี้

$$f_i = \frac{r_i}{q_i}$$

กำหนดให้	f_i	=	ความถี่ในการใช้งานพื้นที่จัดเก็บ
	r_i	=	จำนวนพาเลทที่รับเข้าคลังสินค้า
	q_i	=	จำนวนพื้นที่ที่ใช้ในการจัดเก็บสินค้าแต่ละชนิด

ตารางที่ 3 แสดงค่าความถี่ของแต่ละโซน

กลุ่มสินค้า	พื้นที่จัดเก็บ (กล่อง) (QI)	จำนวนชั้นที่รับเข้าต่อเดือน (ชั้น) (RI)	ความถี่ในการใช้พื้นที่จัดเก็บ (FI)
กลุ่มสินค้า A	42	117,472	2,796.95
กลุ่มสินค้า B	45	26,283	584.07
กลุ่มสินค้า C	245	9,901	40.41

จากตารางที่ 3 แสดงค่าความถี่ในการใช้งานพื้นที่จัดเก็บ ได้แก่ สินค้ากลุ่ม A มีความถี่ 2,796.95 สินค้ากลุ่ม B มีความถี่ 584.07 สินค้ากลุ่ม C มีความถี่ 40.41 จำนวนชั้นที่รับเข้าต่อเดือน (ชั้น) (RI) สินค้ากลุ่ม A 117,427 ชั้น สินค้ากลุ่ม B 26,283 ชั้น และ สินค้ากลุ่ม C 9,901 ชั้น โดยพื้นที่จัดเก็บโดยรวม 332 กล่อง

คำนวณตามตัวแปรสมการทางคณิตศาสตร์ที่ใช้คำนวณในการคิดหาระยะทางรวมของพื้นที่ในการเดินไปในทุกสินค้า ตามสูตรดังนี้

$$T_p = 4f_p \left(\frac{\sum e_j}{j \in Z_p} \right)$$

$$T = \sum_{p=1}^p T_p$$

- กำหนดให้
- T_p = ระยะทางการเดินรวมของสินค้า i
 r_i = ความต้องการของสินค้า i
 t_i = ระยะทางของสินค้า i
 e_j = ระยะทางการเดินถึงโซน j
 q_i = ความต้องการพื้นที่จัดเก็บสินค้าของผลิตภัณฑ์ i
 f_i = รูปแบบการเข้ามาของสินค้าในโซน i

คำนวณระยะทางรวมของพื้นที่แต่ละประเภทสินค้า โดยนำผลรวมแต่ละประเภท e_j (ค่าความเป็นไปได้ในการเดินทาง) คูณค่า F (ความถี่) ได้ระยะทางแต่ละประเภทสินค้าและรวมผลระยะทางแต่ละประเภทสินค้า รายการสินค้า จำนวนพาเลทที่สินค้าจัดเก็บ ค่า FTCD ค่า e_j รวม ระยะทางรวมแต่ละประเภท (เมตร) เมตร : วินาที (เดือน) และเมตร : ชม. (เดือน) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงระยะทางรวม (เมตร) ต่อเดือนของพื้นที่คลังสินค้า กลุ่ม A

	กล่อง	FTCD	e_j รวม	ระยะทางรวมแต่ละประเภท (เมตร)	เมตร : ชม. (เดือน)
x1	2	13,450	2	107,600.00	29.89
x2	4	4,063	4	65,000.00	18.06
x3	4	3,853	5	77,050.00	21.4
x4	4	3,150	6	75,600.00	21
x5	4	2,645	6.5	68,770.00	19.1
x6	4	2,435	11	107,140.00	29.76
x7	6	1,042	25.5	106,250.00	29.51
x8	4	1,645	15	98,700.00	27.42
x9	4	1,365	16	87,360.00	24.27
x10	4	966	17.5	67,585.00	18.77
x11	2	1,920	7.5	57,600.00	16
รวม				918,655.00	255.18

ตารางที่ 4 แสดงระยะทางรวม (เมตร) ต่อเดือน ของพื้นที่คลังสินค้า ของสินค้ากลุ่ม A มีระยะทางรวม เท่ากับ 918,655 เมตร ระยะเวลารวม เท่ากับ 255.18 ชั่วโมง

ตารางที่ 5 แสดงระยะทางรวมเมตรต่อเดือนของพื้นที่สินค้ากลุ่ม B

	กล่อง	FTCD	ej รวม	ระยะทางรวมแต่ละประเภท (เมตร)	เมตร : ชม. (เดือน)
x12	2	1,690	9	60,840.00	16.9
x13	4	798	19	60,610.00	16.84
x14	2	1,520	9	54,720.00	15.2
x15	2	890	9	32,040.00	8.9
x16	2	808	9	29,070.00	8.08
x17	2	650	9.5	24,700.00	6.86
x18	2	760	9.5	28,880.00	8.02
x19	2	613	9.5	23,275.00	6.47
x20	4	274	21	22,995.00	6.39
x21	2	555	9.75	21,645.00	6.01
x22	4	219	21.5	18,812.50	5.23
x23	2	386	10	15,440.00	4.29
x24	1	780	4.75	14,820.00	4.12
x25	2	397.5	10	15,900.00	4.42
x26	2	334	10	13,360.00	3.71
x27	2	332.5	10.25	13,632.50	3.79
x28	2	500	10	20,000.00	5.56
x29	2	271.5	10.5	11,403.00	3.17
x30	2	250	10.5	10,500.00	2.92
x31	2	215	11.5	9,890.00	2.75
รวม				502,533.00	139.59

ตารางที่ 5 แสดงระยะทางรวม (เมตร) ต่อเดือน ของพื้นที่คลังสินค้า ของสินค้ากลุ่ม B มีระยะทางรวม เท่ากับ 502,533 เมตร ระยะเวลารวม เท่ากับ 139.59 ชั่วโมง

ตารางที่ 6 แสดงระยะทางรวมเมตรต่อเดือนของพื้นที่สินค้ากลุ่ม C

	กล่อง	FTCD	ej รวม	ระยะทางรวมแต่ละประเภท (เมตร)	เมตร : ชม. (เดือน)
x32	1	408.0	5.75	9,384.00	2.61
x33	1	975.0	5.75	22,425.00	6.23
x34	2	237.5	12.00	11,400.00	3.17
x35	1	325.0	5.75	7,475.00	2.08
x36	2	145.0	12.50	7,250.00	2.01
x37	1	330.0	5.75	7,590.00	2.11
x38	2	169.5	12.50	8,475.00	2.35
x39	1	260.0	5.75	5,980.00	1.66
x40	1	20.0	7.75	620.00	0.17
x41	1	225.0	6.25	5,625.00	1.56
x42	1	254.0	5.75	5,842.00	1.62
x43	4	73.5	26.50	7,791.00	2.16
x44	1	208.0	6.25	5,200.00	1.44
x45	1	208.0	6.25	5,200.00	1.44
x46	1	300.0	5.75	6,900.00	1.92
x47	1	180.0	6.25	4,500.00	1.25
x48	1	1,000.0	5.75	23,000.00	6.39
x49	1	150.0	6.25	3,750.00	1.04
...	...		...		
...		...		...	...
x246	1	1.0	11.25	45.00	0.01
x247	1	1.0	11.25	45.00	0.01
x248	1	1.0	11.25	45.00	0.01
รวม				251,061.00	70.14

ตารางที่ 6 แสดงระยะทางรวม (เมตร) ต่อเดือน ของพื้นที่คลังสินค้า ของสินค้ากลุ่ม C มีระยะทางรวม เท่ากับ 251,061 เมตร ระยะเวลารวม เท่ากับ 70.14 ชั่วโมง

ตารางที่ 7 แสดงการเปรียบเทียบระยะทางก่อน-หลังปรับปรุง

การดำเนินงาน	ก่อนปรับปรุง (เมตร)	หลังปรับปรุง (เมตร)	ผลต่าง	เปอร์เซ็นต์
ระยะทางหยิบสินค้า	2,155,481.00	1,672,249.00	483,232.00	22.42%

ตารางที่ 8 แสดงการเปรียบเทียบระยะเวลาก่อน-หลังปรับปรุง

การดำเนินงาน	ก่อนปรับปรุง (ชั่วโมง)	หลังปรับปรุง (ชั่วโมง)	ผลต่าง	เปอร์เซ็นต์
ระยะเวลาหยิบสินค้า	599.14	451.51	147.63	24.64%

5. อภิปรายผล

การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า ในด้านการลดระยะเวลาในการค้นหาสินค้าและลดระยะทางในการหยิบสินค้า ซึ่งคลังสินค้าเป็นคลังเก็บอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยส่วนบุคคล รูปแบบการจัดเก็บสินค้าเป็นแบบไร้รูปแบบ สินค้าวางปะปนกัน สินค้าชนิดเดียวกันถูกจัดเก็บไว้หลายที่ สินค้าที่ถูกจัดส่งออกบ่อยถูกจัดวางไว้ด้านในสุด มีการใช้ระยะเวลาในกระบวนการทำงานแต่ละขั้นตอนนาน เช่น การค้นหาสินค้า การหยิบสินค้า การนับสินค้าคงคลัง เป็นต้น พื้นที่ภายในคลังสินค้าทั้งหมด 173.46 ตารางเมตร ปริมาณในการจัดเก็บสินค้า 250,000 – 300,000 รายการ จากปัญหาดังกล่าว คณะผู้วิจัยได้นำปัญหาและข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อให้เกิดการจัดการคลังสินค้ามีประสิทธิภาพ โดยการใช้รูปแบบการจัดเก็บ ABC Analysis ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (นพรัตน์ จิตสันเทียะ, 2563) ได้ศึกษาการปรับปรุงแผนผังคลังจัดเก็บวัตถุดิบ กรณีศึกษา โรงงานอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งในการแบ่งกลุ่มสินค้า เป็นกลุ่ม A ความถี่การเบิกจ่าย 80% กลุ่ม B ความถี่การเบิกจ่าย 15% และกลุ่ม C ความถี่การเบิกจ่าย 5% การจัดกลุ่มสินค้าตามความเคลื่อนไหว ซึ่งจากการวิจัยจัดกลุ่ม ABC Analysis เป็นดังนี้ สินค้ากลุ่ม A มีจำนวนรายการสินค้า 11 รายการ จำนวนสินค้า 42 กล่อง สินค้ากลุ่ม B มีจำนวนรายการสินค้า 20 รายการ จำนวนสินค้า 45 กล่อง และสินค้ากลุ่ม C มีจำนวนรายการสินค้า 217 รายการ จำนวนสินค้า 245 กล่อง หลังจากนั้น ได้นำการวางสินค้าที่มีความเคลื่อนไหวบ่อยวางใกล้ประตู (Fastest turning closest to the door) ผลจากการวิเคราะห์และวางแผน สรุปผล ก่อนปรับปรุงใช้ระยะเวลาในการค้นหาสินค้า 599.14 ชั่วโมง/เดือน หลังปรับปรุงใช้ระยะเวลาในการค้นหาสินค้า 451.51 ชั่วโมง/เดือน ผลต่าง 147.63 คิดเป็น ร้อยละ 24.60 ก่อนปรับปรุงใช้ระยะทางในการหยิบสินค้า 2,155,481 เมตร หลังปรับปรุงใช้ระยะทางในการหยิบสินค้า 1,672,249 เมตร ผลต่าง 483,232.00 เมตร คิดเป็น 22.42% จากผลการวิจัยทำให้คลังสินค้าของบริษัท กรณีศึกษาทำงานได้อย่างมีระบบ สามารถวางแผนการดำเนินงานภายในคลังสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มขีดจำกัดความสามารถของคลังสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (เมธิณี ศรีกาญจน์ และ ชุมพล มณฑาทิพย์กุล, 2555) ได้ศึกษาเรื่อง การปรับปรุงประสิทธิภาพตำแหน่งการจัดวางสินค้าในคลังสินค้าของ บริษัท ศรีไทยซูเปอร์แวร์ จำกัด (มหาชน) โดยใช้หลักการตัวแบบโปรแกรมเชิงเส้น (Linear Programming Method) ตามทฤษฎีสินค้าเคลื่อนไหวเร็ววางไว้ใกล้ประตู (Fast Mover Closest to the Door) ร่วมกับเครื่องมือโซล ได้ผลสรุปว่าระยะเวลาการรวมเฉลี่ยในการดำเนินการกิจกรรมลดลง 9.81% และการใช้ทรัพยากรในการดำเนินการกิจกรรมโดยวัดจากการใช้ทรัพยากร 2 ชนิดด้วยกัน คือ การใช้งานของรถโฟล์คคลิฟท์ที่สามารถลดลง 9.30% และการใช้งานของโซนพื้นที่การจัดวางสินค้าต่อเวลาที่สามารถลดลง 13.33% โดยใช้หลักการโปรแกรมเชิงเส้น (Linear Programming Method) ตามทฤษฎีวิธีการวางสินค้าที่มีความเคลื่อนไหวบ่อยวางใกล้ประตู (Fastest turning closest to the door) ร่วมกับเครื่องมือโซลเวอร์ (Solver) ของ (Microsoft Excel) ได้ผลสรุปว่าระยะเวลาการรวมเฉลี่ยในการดำเนินการกิจกรรมลดลงเท่ากับ 9.81% สอดคล้องในส่วนของ การใช้เครื่องมือในการหาพื้นที่วางสินค้าที่มีความเคลื่อนไหวบ่อยวางใกล้ประตู (Fastest turning closest to the door) แล้วได้ผลสรุปว่าได้ผลลัพธ์ระยะทางในการเดินหยิบสินค้าที่ลดลง

5. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งนี้

6.1.1 จากการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัย ทำให้ทราบปัญหาที่เกิดขึ้นภายในคลังสินค้า ซึ่งจะต้องวางแผนและหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้ถูกวิธี เพื่อให้การดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนมีความรวดเร็วและถูกต้อง อย่างมีประสิทธิภาพ

6.1.2 จากการศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพคลังสินค้า ซึ่งจัดเก็บสินค้าประเภทอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยส่วนบุคคล จะต้องจัดเก็บสินค้าอย่างเป็นระบบ เป็นหมวดหมู่ เพื่อให้ลดระยะเวลาในการค้นหาสินค้า ลดระยะทางในการหยิบสินค้า และสามารถตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

6.1.3 คลังสินค้าที่จัดเก็บสินค้าอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยส่วนบุคคลหรือใกล้เคียงสามารถนำแนวทางไปวางแผนและบริหารพื้นที่ภายในคลังสินค้าให้สามารถใช้พื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ

6.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

6.2.1 ในการทำวิจัยนี้ วิธีการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า ในด้านการลดระยะเวลาในการค้นหาสินค้าและลดระยะทางในการหยิบสินค้า สามารถเพิ่มเติมในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการคลังสินค้า เช่น การใช้ระบบ Barcode ระบบ RFID เพื่อความแม่นยำ สะดวกและรวดเร็วในการปฏิบัติงานของคลังสินค้าเพิ่มมากขึ้น

6.2.2 ในการทำวิจัยนี้สามารถนำไปต่อยอดการทำวิจัย ทางด้านการสำรวจสินค้าที่ไม่มีความเคลื่อนไหวสำรวจสินค้าที่เสียหาย สามารถลดต้นทุนการจัดเก็บ และวางแผนกลุ่มสินค้าที่มีความเคลื่อนไหวน้อยให้เป็นระบบเพื่อให้การทำงานภายในคลังสินค้ามีประสิทธิภาพ

6. เอกสารอ้างอิง

- ขวัญรา หอมทรัพย์. (2560). การประยุกต์ใช้ Linear Programming สำหรับการวางแผนจัดการวัตถุดิบ สำหรับธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ขนาดย่อม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เจนรตชา แสงจันทร์. (2562). การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าโดยการประยุกต์ใช้วิธีการจัดแบ่งวัสดุตามความถี่ในการใช้ กรณีศึกษา บริษัทแห่งหนึ่งในอุตสาหกรรมการพิมพ์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ธิญาดา ไฉนหมอกรัมย์. (2558). การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า กรณีศึกษา คลังสินค้า 2 ราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร องค์การคลังสินค้า. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นฤทธิ์ เกิดวิมลสิ่ง และ เชษฐธิดา กุศลไสยนนท์. (2559). แนวทางการจัดการคลังสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการดำเนินงานเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของอุตสาหกรรมโรงสีข้าวไทย. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีรัตนโกสินทร์.
- นพรัตน์ จิตสันเทียะ. (2563). การปรับปรุงแผนผังจัดเก็บวัตถุดิบ กรณีศึกษา โรงงานอิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์ วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นราวิชัย มงคลรัชดาภิเษก. (2559). การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลัง กรณีศึกษาบริษัท B ชัฟฟลายเซน จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- นิธิต ปุณณกรภัทร์ ปัญญา สำราญพันธ์ และคณะ. (2565, มกราคม - มิถุนายน). การพัฒนาระบบคลังสินค้าวัตถุดิบ กรณีศึกษา โรงงานผลิตเสื้อผ้ากีฬา. วารสารก้าวทันโลกวิทยาศาสตร์, 22(1), 156-172.
- ปฐมพงษ์ หอมศรี และ จักรพันธ์ คงชนะ. (2557, กรกฎาคม - ธันวาคม). การพัฒนาระบบการจัดการสินค้าคงคลัง กรณีศึกษาบริษัท ติดตั้งและบำรุงรักษาเครื่องจักรของโรงงาน. SME วารสารวิชาการคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม, 7(2), 42-56.
- พงษ์ชัย อธิคมรัตนกุล. (2554). เอกสารประกอบการเรียนวิชาการจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- เมธินี ศรีกาญจน์ และ ชุมพล มณฑาทิพย์กุล. (2555, กันยายน-ธันวาคม). การปรับปรุงประสิทธิภาพตำแหน่งการจัดวางสินค้าในคลัง กรณีศึกษา บริษัท ศรีไทยซูเปอร์แวร์ จำกัด (มหาชน) สาขาสุขสวัสดิ์. WMS Journal of Management,

2(3), 8-20.

วรรณวิภา ชื่นเพชร. (2560). การวางแผนคลังสินค้าสำเร็จรูปด้วยเทคนิค ABC ANALYSIS กรณีศึกษา บริษัท AAA จำกัด. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

สมใจ ลักษณะ. (2552). การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

อภิศักดิ์ วงศ์สนิท. (2563). การจัดการคลังสินค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บสินค้า. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

Tompkins, J. A., & Smith, J. D. (1998). **The Warehouse Management Handbook**. (2nd ed). Raleigh, NC: Tompkins.

Jenkins, G. M., & Watts, D. G. (1968). **Spectral Analysis and Its Applications** Holden-Day. San Francisco.

Goetschalckx, M. (2003). Supply Chain Engineering. **International Series in Operations Research & Management Science**. Atlanta, Georgia.

Smith, J.D. (1988). **The warehouse management handbook**. New York: McGraw- Hill.

Stock, J.R., & Lambert, D.M. (2001). **Strategic Logistics Management**. (4th Ed). New York: McGraw Hill.

ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน (Community Mall) ในยุควิถีถัดไป

MARKETING MIX ON CONSUMER PERCEPTION (7C'S) AFFECTING TO SATISFACTION OF THE RESTAURANT SERVICE IN COMMUNITY MALL IN THE NEXT NORMAL

นภเกตน์ สายสมบัติ (Noppakate Saisombut)¹

เปรมมิกา ศิริวิเศษวงศ์ (Pramemika Sirivisakevong)²

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน (Community Mall) ในยุควิถีถัดไป และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในยุควิถีถัดไป กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มผู้เคยใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน ช่วงสถานการณ์มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล จำนวน 440 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ได้แก่ T-test, One-way ANOVA และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณค่าที่จะได้รับ ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ด้านความสบาย ด้านการดูแลและเอาใจใส่ ด้านต้นทุนของลูกค้า ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านความสะดวก ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ของร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน โดยรวมมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มีดนตรีสด และร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามลำดับ

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของผู้ใช้บริการ มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ในการใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนที่ต่างกัน ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ปัจจัยด้านคุณค่าที่จะได้รับ ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในยุควิถีถัดไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนมีผลเชิงบวกต่อมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 สำหรับประเภทร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ ส่วนประสมทางการตลาด ธุรกิจบริการอาหารในศูนย์การค้าชุมชน โควิด-19 สุขอนามัยและความปลอดภัย

Abstract

The purpose of this research was to study 1) the marketing mix in the customer perspective (7C's) that affects the satisfaction of restaurant business users in the community mall in the next

¹ สาขาวิทยาการจัดการธุรกิจการค้า คณะการจัดการธุรกิจอาหาร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ E-mail: noppakatesai@pim.ac.th

² สาขาวิทยาการจัดการธุรกิจการค้า คณะการจัดการธุรกิจอาหาร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ E-mail: pramemikasir@pim.ac.th

normal and 2) the factors affecting customer satisfaction of restaurant business in community mall in the next normal. The sample group used in this research was a group of 440 former restaurant business users in the community mall during the COVID-19 epidemic prevention measures in Bangkok and a questionnaire was used as a data collection tool. Statistics used in descriptive data analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation. In addition, inferential data analysis includes T-test, One-way ANOVA, and Multiple Regression Analysis.

The study found that overall customer satisfaction with the customer-facing marketing mix (7C's) was at the highest level. The highest satisfaction of respondents was the consumer value, followed by completion, comfort, caring, cost to the customer, communication, and convenience, respectively at a significance level of 0.05. Customer satisfaction with measures to prevent the spread of COVID-19 in restaurants in the community mall, the overall satisfaction level was at a high level. The highest satisfaction was restaurants selling food and beverages followed by restaurants selling food and beverages with live music and restaurants selling food and beverages. Drinks with alcohol consumption respectively.

From hypothesis testing, it was found that the level of respondents' satisfaction was differ according to the demographic of the consumers such as age, education, occupation, and income. The marketing mix in customer perspective (7C's) in the factor of customer value affect positively customer satisfaction regarding the prevention of the spread of COVID-19 in the community mall at a level of significance of 0.05, and the customer satisfaction about prevention of the spread of COVID-19 in community mall, a restaurant selling food and beverage affect positively in the customer satisfaction at a level of significance of 0.05.

Keywords: Marketing Mix, Food Service, COVID-19, Safety and Hygiene

วันที่รับบทความ : 27 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 10 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 22 สิงหาคม 2566

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) (ตั้งแต่ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 เป็นต้นมา) (กระทรวงสาธารณสุข, 2563) ส่งผลทำให้เศรษฐกิจทั่วโลกเกิดการชะลอตัวลง ซึ่งธุรกิจบริการอาหารเป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบเป็นอันดับต้นๆ โดยเฉพาะการนั่งรับประทานในร้านที่ผู้บริโภคมีความระมัดระวังตัวมากขึ้น ส่งผลให้เดินทางออกไปรับประทานอาหารในร้าน โดยพบว่าในปี 2564 ร้านอาหารที่ได้รับผลกระทบปานกลางเนื่องจากร้านอาหารเหล่านั้นมีช่องทางการขายหลากหลาย มีโครงสร้างต้นทุนยืดหยุ่นและการปรับรูปแบบการลงทุนของผู้ประกอบการรายใหญ่ ได้แก่ 1) ร้านอาหารที่มีการให้บริการอย่างจำกัด มีสัดส่วนการขายไปยังภายนอกสูง เช่น บริการส่งกลับไปรับประทานที่พกอาศัย (Take away) การขับรถเข้าไปรับบริการที่ร้านโดยไม่ลงจากรถ (Drive through) และบริการจัดส่งอาหารถึงที่พักอาศัย (Delivery food) นอกจากนี้ ได้มีการปรับรูปแบบของผู้ประกอบการรายใหญ่ โดยการใช้ร้านอาหารขนาดเล็กเป็นศูนย์กระจายในการจัดส่งอาหาร โดยคาดว่าจะมีมูลค่ารวมที่ 6.1 – 6.3 หมื่นล้านบาท หดตัว -2.5% ถึงขยายตัว 0.7% และ 2) ร้านอาหารข้างทางที่มีพื้นที่หน้าร้าน ได้รับนโยบายช่วยเหลือจากรัฐบาลและการเข้าถึงผู้บริโภคที่ง่ายขึ้น ทำให้การหมุนเวียนของผู้ประกอบการในร้านอาหารประเภทนี้ เกิดการขยายตัวเล็กน้อยบน

ความเปราะบางจากสถานการณ์ที่ไม่ปกติ คาดว่าจะมีมูลค่ารวมที่ 1.82 -1.87 แสนล้านบาท หดตัว -1.0% ถึงขยายตัว 1.7% ผู้ประกอบการโดยเฉพาะกลุ่มที่มีความเสี่ยงทั้งด้านการสร้างรายได้ การจัดจำหน่ายที่ไม่หลากหลาย และอาจมีความเสี่ยงด้านโครงสร้างต้นทุนและหนี้สิน จึงจำเป็นต้องทำการสำรวจความพร้อม เพิ่มความระมัดระวังและเร่งปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ดังกล่าว (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564)

เมื่อ COVID-19 ที่กลายเป็นโรคประจำถิ่น (Endemic) ที่จะอยู่กับเราไปตลอด ก่อให้เกิดวิถีชีวิตรูปแบบใหม่ ทำให้ผู้ประกอบการขาดแนวทางในการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการร้านอาหารที่เหมาะสมตามวิถีความปกติใหม่ (Next normal) ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจร้านอาหารที่ต้องมีกระบวนการให้บริการร้านอาหารที่ถูกต้องตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุข แต่เนื่องจากมาตรการของกระทรวงสาธารณสุขเป็นมาตรการในรูปแบบองค์รวมที่ไม่ได้ออกแบบมาเพื่อธุรกิจบริการอาหาร และให้ตรงกับมุมมองความต้องการของผู้รับบริการ ที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัยเมื่อใช้บริการในธุรกิจบริการอาหาร เช่น มีการกำหนดมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social distancing) แนวทางการทำความสะอาดในพื้นที่บริการอาหาร เป็นต้น (กระทรวงสาธารณสุข, 2563) จึงจำเป็นต้องพิจารณาถึงส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7Cs) ซึ่งประกอบไปด้วย คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Consumer value) ต้นทุนของลูกค้า (Cost to customer) ความสะดวก (Convenience) ความสบาย (Comfort) การติดต่อสื่อสาร (Communication) การดูแลเอาใจใส่ (Caring) ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาออกมาออกแบบการจัดการให้บริการอาหารได้รับความสะดวกสบายและความปลอดภัยให้ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการแต่ยังอยู่ภายใต้มาตรการของกระทรวงสาธารณสุขกำหนด

จากข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน (Community mall) ในยุควิถีถัดไปที่เหมาะสมซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจบริการอาหาร

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในยุควิถีถัดไป
2. เพื่อศึกษามาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในยุควิถีถัดไป

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษารุ่นนี้มุ่งศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในยุควิถีถัดไป ซึ่งจะทำให้การเก็บข้อมูลในเขตกรุงเทพมหานครฯ โดยนำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจบริการอาหาร แนวทางปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการ แนวทางปฏิบัติสำหรับผู้ให้บริการ และยุควิถีถัดไป

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน ในกรุงเทพมหานครฯ โดยมีอายุตั้งแต่ 19 ปีขึ้นไป จำนวน 4,439,896 คน แบ่งเป็นชาย 2,031,530 คน เพศหญิง 2,408,366 คน (สำนักสถิติแห่งชาติ, 2563)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานครฯ และมีอายุตั้งแต่ 19 ปีขึ้นไป จำนวน 4,439,896 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรของทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1967 อ้างถึงใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ, 2549) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างที่ระดับ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ผู้วิจัยเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 10 จะได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 440 ตัวอย่าง

1.4 สมมติฐานการวิจัย

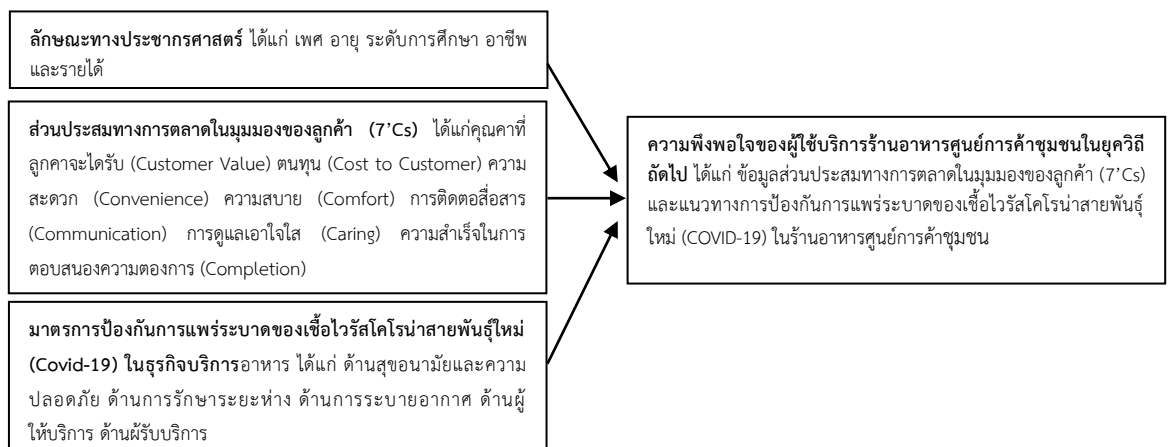
1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของผู้ใช้บริการ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ในการใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน ไม่แตกต่างกัน

2. ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ที่มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในยุคโควิด-19

3. มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในยุคโควิด-19 มีกรอบแนวคิดงานวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

2.1.1 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ประกอบด้วยพื้นฐาน 4 ด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) (Kotler, 1997) และส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service marketing mix) จะเพิ่มเติมในด้านของพนักงาน (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence) การที่ธุรกิจการตลาดบริการจะประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นจะต้องพิจารณาถึงส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) ซึ่งประกอบไปด้วย

(1) คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Consumer value) หมายถึง เมื่อลูกค้าจะเลือกใช้บริการ สิ่งแรกที่ลูกค้าจะพิจารณาเป็นหลักคือ คุณค่าหรือคุณประโยชน์ต่างๆ ที่จะได้รับเมื่อเทียบกับเงินที่จ่าย ดังนั้น ธุรกิจต้องเสนอเฉพาะบริการที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างแท้จริง

(2) ต้นทุนของลูกค้า (Cost to customer) หมายถึง ต้นทุนหรือเงินที่ลูกค้ายินดีจ่ายสำหรับบริการที่ลูกค้าได้รับ โดยลูกค้าที่มีความยินดีที่จ่ายในราคาที่สูงจะมีความคาดหวังที่สูงในบริการที่ได้รับด้วย ดังนั้น ในธุรกิจบริการอาหารต้องหาราคาที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่าย เพื่อให้ธุรกิจสามารถเสนอบริการในราคาที่ลูกค้ายอมรับได้

(3) ความสะดวก (Convenience) หมายถึง ความสะดวกสบายที่ลูกค้าได้รับ ธุรกิจบริการอาหารจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงการสร้างความสะดวกให้ลูกค้า เช่น ช่องทางการติดต่อการใช้บริการ การใช้บริการที่ร้าน (Dine-in) บริการส่งกลับบ้าน (Take away) หรือบริการส่งถึงบ้าน (Delivery)

(4) ความสบาย (Comfort) หมายถึง สิ่งแวดล้อมในการให้บริการ จะต้องสร้างความสบายตา สบายใจและความปลอดภัยแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ทั้งอาคาร เฟอร์นิเจอร์ ห้องน้ำ ทางเข้าร้านอาหาร ที่นั่งรอการบริการ โต๊ะรับประทานอาหาร มีติดป้ายแจ้งลูกค้าว่ามีอุปกรณ์ป้องกันการแพร่เชื้อ มีเจลแอลกอฮอล์ มีที่วัดอุณหภูมิ มีการชำระเงินด้วยการใช้คิวอาร์โค้ดหรือการโอนเงินในการใช้บริการ

(5) การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การให้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์จากธุรกิจ มีช่องทางติดต่อการให้บริการและข้อร้องเรียน ความคิดเห็นจากลูกค้า ดังนั้นธุรกิจบริการอาหารที่จะประสบความสำเร็จจะต้องจัดหาสื่อที่เหมาะสมสำหรับการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาด

(6) การดูแลเอาใจใส่ (Caring) หมายถึง การที่ลูกค้าต้องการความเอาใจใส่ในเรื่องความสะดวกและปลอดภัยจากผู้ให้บริการ ตั้งแต่ก่อนการให้บริการ ระหว่างบริการ จนหลังการให้บริการ ไม่ว่าลูกค้าจะได้รับบริการจากพนักงานคนใดก็ตาม จะต้องมีความปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

(7) ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) หมายถึง ลูกค้ามุ่งหวังการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบด้วยการยกระดับมาตรฐานความสะดวกสบายของร้านให้กับลูกค้า โดยการบริการจะต้องตรงกับความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในธุรกิจอาหาร เช่น การเว้นระยะห่างระหว่างโต๊ะระหว่างที่นั่งสำหรับนั่งทานที่ร้าน รวมถึงระยะห่างระหว่างทางเดินอย่างน้อย 1 เมตร การทำความสะอาดพื้นและพื้นผิวสัมผัสบ่อยๆ การมีฉากกันใส (Window shield) ภายในโต๊ะ เป็นต้น

2.2 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

Kotler (2006) อธิบายว่าความพึงพอใจ หมายถึง การทำให้บุคคลรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติหรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจกับความคาดหวังของลูกค้าซึ่งเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ

Millet (1954) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจในบริการ (Satisfactory service) หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ โดยวัดจาก (1) การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable service) ได้แก่ ความยุติธรรม เสมอภาคและเสมอหน้า ไม่ว่าผู้ใช้บริการนั้นจะเป็นใคร (2) การให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลา (Timely service) คือการให้บริการตามลักษณะความจำเป็นเร่งด่วน (3) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) คือความเพียงพอในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ (4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ (Continuous service) (5) การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive service) คือการพัฒนางานบริการทางด้านปริมาณและคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อยๆ

ดังนั้น ความพึงพอใจในงานวิจัยนี้ หมายถึง ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อแนวทางการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 ของร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในยุควิถีถัดไป ได้แก่ ร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ร้านอาหารที่จำหน่ายและเครื่องดื่มที่มีดนตรีสด และร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจบริการอาหาร

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้แพร่อย่างรวดเร็วและกว้างขวางไปหลายประเทศทั่วโลกซึ่งมีผู้ติดเชื้อและเสียชีวิตเป็นจำนวนมาก ประกอบกับองค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้การระบาดของโรคโควิด 19 เป็นการระบาดใหญ่ (Pandemic) ประเทศไทยมีความเสี่ยงอย่างยิ่งที่จะเกิดการติดต่อของโรคโควิด 19 (ราชกิจจานุเบกษา, 2563) การแพร่ระบาดส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเภทร้านอาหารที่ให้บริการอย่างเต็มรูปแบบ (Full-service restaurant) มีกว่าหลายหมื่นร้านที่ต้องปิดตัวลงไม่ว่าจะโดยชั่วคราวหรือถาวรในช่วงที่ผ่านมา เนื่องด้วยมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดที่

จำเป็นต้องทำตั้งแต่ต้นเดือนพฤษภาคม 2564 ที่ห้ามการรับประทานอาหารภายในร้านและจำกัดเวลาเปิดปิดในพื้นที่ควบคุมและพื้นที่ควบคุมสูงสุด (สีแดงเข้ม) แม้ว่าในช่วงปัจจุบัน มาตรการจะเริ่มผ่อนคลายบ้างแล้ว โดยอนุญาตให้รับประทานอาหารในร้านได้ไม่เกินร้อยละ 25 ของที่นั่งในร้าน และเปิดให้นั่งได้ถึง 21.00 น. (สุพริศร์ สุวรรณิก, 2564)

ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจบริการอาหารจำเป็นต้องปรับตัวและปฏิบัติตามมาตรการควบคุมหลักและมาตรการเสริมสำหรับพื้นที่ธุรกิจบริการอาหาร ตามแนวทางของศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (ศบค.) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค (กระทรวงสาธารณสุข, 2563)

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน ในกรุงเทพมหานครฯ โดยมีอายุตั้งแต่ 19 ปีขึ้นไป (สำนักสถิติแห่งชาติ, 2563)

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานครฯ และมีอายุตั้งแต่ 19 ปีขึ้นไป จำนวน 4,439,896 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรของทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1967 อ้างถึงใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ, 2549) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างที่ระดับ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ผู้วิจัยเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 10 ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 440 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 ทำการเลือกตัวอย่างโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ตามสัดส่วนประชากร โดยมีวิธีการแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ ตามคำจำกัดความพื้นที่และชนิดของศูนย์การค้า

เขตพื้นที่ให้บริการศูนย์การค้าชุมชน บริเวณใจกลาง เมือง (Downtown) จำนวน 7 เขต			เขตพื้นที่รอบใจกลางเมือง (Midtown) จำนวน 5 เขต		
พื้นที่	ร้อยละ	จำนวน	พื้นที่	ร้อยละ	จำนวน
ภาษีเจริญ	16	71	ลาดพร้าว	7	31
คลองเตย	12	53	บางกอกน้อย	6	28
วัฒนา	11	47	ธนบุรี	6	27
ยานนาวา	10	44	พระโขนง	6	24
สาทร	10	43	ดุสิต	5	22
บางรัก	6	26			
ปทุมวัน	5	24			
รวม	70	308	รวม	30	132

ที่มา : (วิจัยกรุงศรี, 2564)

ขั้นที่ 2 การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเลือกตัวอย่างเฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการธุรกิจบริการอาหาร ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เท่านั้น

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ผู้วิจัยได้ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ทำการทดสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์

การครอบคลุมเนื้อหา โครงสร้าง และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ และได้ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยทดลองใช้แบบสอบถาม (Try out) จำนวน 30 ชุด โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มที่มีลักษณะเหมือนกลุ่มตัวอย่างแต่ไม่ใช่ผู้ที่ถูกเลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง และนำมาทดสอบด้วยวิธีทางสถิติ (Cronbach, 1951) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาชอัลฟา (Cronbach's alpha) ซึ่งพบว่ามีค่าอยู่ที่ 0.97 ซึ่งมากกว่า 0.70 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง และมีความเชื่อมั่น สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยครั้งนี้

โดยแบบสอบถามประกอบไปด้วยคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิด จำนวน 4 ส่วน คือ 1) คำถามคัดกรองเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจอาหารในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) คำถามเกี่ยวกับด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7'C's) 3) คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในธุรกิจอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในยุควิถีชีวิตไป

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามกับผู้ตอบแบบสอบถามที่พักอาศัยหรือมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีอายุตั้งแต่ 19 ปีขึ้นไป ที่ใช้บริการธุรกิจบริการร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาข้อมูลทางสถิติ เอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ ข้อมูลเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยใช้ข้อมูลดังกล่าวร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามกับผู้ตอบแบบสอบถามที่พักอาศัยหรือมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีอายุตั้งแต่ 19 ปีขึ้นไป ที่ใช้บริการธุรกิจบริการร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

(1) วิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยใช้ค่าสถิติ คือ แจกแจงความถี่ (Frequency) และการคำนวณร้อยละ (Percentage)

(2) วิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7'C's) และมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) ของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในยุควิถีชีวิตไป โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) แล้วนำไปเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งเพื่อวัดระดับคุณลักษณะต่างๆ ตามมาตรวัดระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ มาตราส่วนลิเคิร์ต (Likert Scale)

3.4.2 ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการวิเคราะห์สมมติฐาน ดังนี้

(1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของผู้ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7'C's) ในการใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน ไม่แตกต่างกัน ใช้ t-Test และ One-way ANOVA

(2) ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7'C's) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในยุควิถีชีวิตไป ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

(3) มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) ของธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนที่มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในยุควิถีชีวิตไปโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

4. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในยุคโควิด-19 สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ ผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 อายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 61.60 การศึกษาปริญญาตรี จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 29.10 รายได้ 10,001 -20,000 บาท จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0

ตารางที่ 2 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ในการใช้บริการธุรกิจร้านอาหารศูนย์การค้าชุมชน โดยรวม

(n=440)

ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
ด้านคุณค่าที่จะได้รับ	4.29	0.43	มากที่สุด	1
ด้านต้นทุนของลูกค้า	4.14	0.57	มาก	5
ด้านความสะดวก	4.07	0.58	มาก	7
ด้านการติดต่อสื่อสาร	4.09	0.55	มาก	6
ด้านการดูแลเอาใจใส่	4.15	0.54	มากที่สุด	4
ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ	4.21	0.46	มากที่สุด	2
ด้านความสบาย	4.16	0.55	มากที่สุด	3
รวม	4.25	0.47	มากที่สุด	

ตารางที่ 3 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในการใช้บริการธุรกิจร้านอาหารประเภทร้านอาหารที่ให้บริการในศูนย์การค้าชุมชนโดยรวม

(n=440)

ประเภทร้านอาหารที่ให้บริการในศูนย์การค้าชุมชน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
ร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม	4.10	0.44	มาก	1
ร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มีดนตรีสด	4.09	0.55	มาก	2
ร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	4.06	0.52	มาก	3
รวม	4.08	0.46	มาก	

ตารางที่ 4 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในการใช้บริการธุรกิจร้านอาหารประเภทร้านอาหารที่ให้บริการในศูนย์การค้าชุมชน โดยจำแนกรายประเภท ดังนี้

ประเภทร้านอาหารที่ให้บริการในศูนย์การค้าชุมชนตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19	ประเภทร้านอาหาร								
	ร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม			ร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มีดนตรีสด			ร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย	4.17	0.47	มาก	4.14	0.69	มาก	4.03	0.61	มาก
ด้านการรักษาระยะห่าง	3.99	0.58	มาก	-	-	-	-	-	-
ด้านการระบายอากาศ	4.13	0.58	มาก	-	-	-	-	-	-
ด้านผู้ให้บริการ	4.11	0.57	มาก	4.03	0.65	มาก	4.08	0.59	มาก
ด้านผู้รับบริการ	4.07	0.63	มาก	4.18	0.75	มาก	4.08	0.68	มาก
รวม	4.10	0.44	มาก	4.09	0.55	มาก	4.06	0.52	มาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของผู้ใช้บริการ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ในการใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน ไม่แตกต่างกัน

ผู้ให้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ในการใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ให้บริการเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยด้านความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย

ผู้ให้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ในการใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หลังจากได้ทำการทดสอบค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายด้าน พบว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ในด้านคุณค่าที่จะได้รับ ด้านต้นทุนของลูกค้า ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านความสะดวก และด้านความสบายมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 และ 0.04 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า อายุของผู้ใช้บริการที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ในการใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หลังจากได้ทำการทดสอบค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายด้านพบว่า ด้านคุณค่าที่จะได้รับ ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านการดูแลเอาใจใส่ มีค่า Sig. เกินกว่า 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านต้นทุนของลูกค้า ด้านความสะดวก ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ และด้านความสบายมีค่า Sig. ต่ำกว่า 0.05

หมายความว่าระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7'Cs) แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ในการใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หลังจากได้ทำการทดสอบค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายด้าน พบว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ในด้านความสะดวก และด้านความสบายมีค่า Sig. เกินกว่า 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านคุณค่าที่จะได้รับ ด้านต้นทุนของลูกค้า ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความสบายมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00, 0.01, 0.02, 0.00 และ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า อายุของผู้ใช้บริการที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7'Cs) แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ให้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ในการใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หลังจากได้ทำการทดสอบค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายด้านพบว่า ผู้ให้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ในด้านคุณค่าที่จะได้รับ ด้านต้นทุนของลูกค้า ด้านความสะดวก ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ และด้านความสบายที่ไม่แตกต่างกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ในทุกๆ ด้าน ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า รายได้ของผู้ใช้บริการที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7'Cs) แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2

ตารางที่ 5 ตารางแสดงผลวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ที่มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในยุครีไถดไป

ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's)	B	SE B	Beta	t	Sig
(ค่าคงที่)	0.26	0.16		1.66	0.09
คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (X ₁)	0.22	0.04	0.21	5.31	0.00*
ต้นทุนของลูกค้า (X ₂)	0.11	0.03	0.14	3.69	0.00*
ความสะดวก (X ₃)	0.05	0.03	0.07	1.73	0.08
การติดต่อสื่อสาร (X ₄)	0.11	0.03	0.13	3.58	0.00*
การดูแลเอาใจใส่ (X ₅)	0.18	0.04	0.21	4.88	0.00*
ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (X ₆)	0.13	0.04	0.13	3.08	0.00*
ความสบาย (X ₇)	0.11	0.03	0.14	3.33	0.00*
r = 0.74 R ² = 0.60 adjusted R ² = 0.59 SE = 0.29 p < 0.05					

จากตารางที่ 5 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า 6 ด้าน มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในยุครีไถดไป พบว่า ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Sig = 0.00) ด้านต้นทุนของลูกค้า (Sig = 0.00) ด้านการติดต่อสื่อสาร (Sig = 0.00) ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Sig = 0.00) ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Sig = 0.00) ด้านความสบาย (Sig = 0.00) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ด้านความสะดวก (Sig = 0.08) ส่งผลเชิงลบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในยุครีไถดไป โดยตัวแปรทั้งหมดมีอิทธิพลต่อการพยากรณ์อยู่ที่ร้อยละ 60 (R² = 0.60) และส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 40 เกิดจากตัวแปรอื่น และมีความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์อยู่ที่ 0.29 (Standard Error) ดังตารางที่ 5

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในยุควิถีถัดไป พบว่า ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในยุควิถีถัดไปมากที่สุด ($B = 0.22$) รองลงมา ด้านการดูแลเอาใจใส่ ($B = 0.18$) ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ($B = 0.13$) ด้านต้นทุนของลูกค้า ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านความสบาย ($B = 0.11$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3

ตารางที่ 6 ตารางแสดงการวิเคราะห์มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน

มาตรการป้องกันโควิดตามประเภทร้านอาหารโดยรวม	B	SE B	Beta	t	Sig
(ค่าคงที่)	1.138	0.10		11.96	0.00*
ร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม (X_1)	0.70	0.04	0.81	18.35	0.00*
ร้านอาหารที่จำหน่ายและเครื่องดื่มที่มีดนตรีสด (X_2)	-0.00	0.03	-0.00	-0.07	0.94
ร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (X_3)	0.04	0.03	0.05	1.12	0.26
$r = 0.84$ $R^2 = 0.70$ adjusted $R^2 = 0.70$ $SE = 0.21$ $p < 0.05$					

จากตารางที่ 6 พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนที่มีผลเชิงบวกต่อมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 คือ ร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ($Sig = 0.00$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ร้านอาหารที่จำหน่ายและเครื่องดื่มที่มีดนตรีสด ($Sig = 0.94$) และร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ($Sig = 0.26$) ส่งผลเชิงลบต่อมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ของร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน โดยตัวแปรทั้งหมดมีอิทธิพลต่อการพยากรณ์อยู่ที่ร้อยละ 70 ($R^2 = 0.70$) และส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 30 เกิดจากตัวแปรอื่น และมีความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์อยู่ที่ 0.21 (Standard Error) ดังตารางที่ 6

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 พบว่า ร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีผลเชิงบวกต่อมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 มากที่สุด ($B = 0.70$)

5. อภิปรายผล

ผลการอภิปรายด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของผู้ใช้บริการ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ในการใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนไม่แตกต่างกัน ด้วยระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัย นารากรสมประสิทธิ์ (2564) ที่ศึกษากระบวนการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารช่วงโควิด ร้านประเภท 6 ของคนวัยทำงานในพื้นที่เขต จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ประชากรวัยทำงานในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีเพศ สถานภาพ ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารช่วงโควิดของร้านประเภท 6 โดยภาพรวมไม่ต่างกัน นอกจากนี้ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของผู้ใช้บริการ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ของร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน ไม่แตกต่างกัน ด้วยระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัย วัฒนะ สุขขวัญ (2563) ที่ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อ

ร้านอาหารที่ปรับตัวในช่วงวิกฤต Covid-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยลักษณะของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มี อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ต่างกัน ทำให้ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่ปรับตัวในช่วงวิกฤต covid-19 ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ 1

ด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) โดยรวมมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในยุคโควิด-19 ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ สุจิตรา ใจเอื้อ (2564) ได้ทำการวิจัย เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7C's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการใน Application Food Panda ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7C's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในแอปฯ ได้แก่ ด้านการเอาใจใส่ดูแล ความสบาย ความสะดวก คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ต้นทุน การติดต่อสื่อสาร ด้วยระดับนัยสำคัญที่ 0.05 และสอดคล้องกับ ฤทัยรัตน์ ไชยทองสี และคณะ (2564) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของพนักงานในการให้บริการห้องรับประทานอาหารศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ : ศึกษาในช่วงการผ่อนคลายมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา พบว่า ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก ขณะที่ด้านราคา ด้านคุณภาพ และการบริการอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความพึงพอใจของพนักงานในการให้บริการห้องรับประทานอาหารศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ ประเภทบุคลากร พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน ขณะที่เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ความพึงพอใจในด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าในด้านของการติดต่อสื่อสารควรทำอย่างสม่ำเสมอ ควรมีช่องทางที่หลากหลายเพื่อทำโปรโมชั่น อัปเดตข่าวสาร มีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า และค้นหาร้านได้ผ่านแพลตฟอร์ม (Platform) เพื่อเข้าถึงลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ดังนั้น สรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐานที่ 2 โดยสามารถพยากรณ์ได้ดังสมการนี้

$$Y = 0.26 (\text{ค่าคงที่}) + 0.22 (X_1) + 0.11(X_3) + 0.11(X_4) + 0.18(X_5) + 0.13(X_6) + 0.11(X_7)$$

ด้านมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ของธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในยุคโควิด-19 สอดคล้องกับ สุภาวดี ธงภักดิ์ และ สันติธร ภูริภักดิ์ (2564) ศึกษาเรื่อง แนวทางการปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริการของร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม “ร้านอาหารยามเย็น กรุงเทพมหานคร” ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 พบว่า แนวทางการปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริการประกอบด้วย การกำหนดแนวทางปฏิบัติ ผู้ประกอบการมีการคำนึงถึงแนวทางปฏิบัติในด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน การจัดการรูปแบบการบริการ ผู้ประกอบการได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการ โดยยึดหลักตามมาตรการในการเว้นระยะห่างทางสังคม การจัดการความเปลี่ยนแปลง ผู้ประกอบการมีการวิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งในด้านการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการควรปรับปรุงและทำตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านอาหารที่จำหน่ายและเครื่องดื่ม ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในความปลอดภัยและมีความพึงพอใจต่อร้านอาหารที่ผู้ประกอบการที่ทำตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งสอดคล้องกับ ศลิษา รกรากทอง และคณะ (2564) ศึกษาเรื่อง การปรับตัวของธุรกิจคาเฟ่ร้าน 111 Social Club เพื่อรองรับสถานการณ์โควิด-19 ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า มีการเพิ่มมาตรการเพื่อรักษาความปลอดภัยของพนักงาน และลูกค้าภายในร้านตามที่รัฐบาลกำหนดช่วงหลังสถานการณ์คลี่คลายแล้ว โดยธุรกิจมีการปรับตัวด้านกระบวนการให้บริการและบุคลากร โดยผู้ประกอบการธุรกิจคาเฟ่ ได้เพิ่มจำนวนพนักงาน มีการขยายพื้นที่รองรับลูกค้า แบ่งหน้าที่พนักงานอย่างชัดเจน รักษาระยะห่างทางสังคม ใช้แอปพลิเคชันไทยชนะ มีอุปกรณ์ตรวจวัดอุณหภูมิและแอลกอฮอล์ จัดคิวในการให้บริการและผู้ประกอบการมีการเพิ่มช่องทางในการโฆษณา สอดคล้องกับ พรพรรณราย อินทร์รัตน์ (2563) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อการปรับตัวศูนย์อาหารในมุมมองผู้บริโภคช่วงสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการผู้บริโภค ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้บริโภค ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการปรับตัวศูนย์อาหารในมุมมองผู้บริโภคช่วงสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดพิษณุโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นสรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐานที่ 3 โดยสามารถพยากรณ์ได้ดังสมการนี้

$$Y = 1.138 (\text{ค่าคงที่}) + 0.70 (X_1)$$

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

6.1.1 ควรมีการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้บริการด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดมุมมองของลูกค้า (7'Cs) ถึงความต้องการด้านใดมากเป็นพิเศษ และผู้ให้บริการดังกล่าวมีจำนวนมากพอ ในการสร้างคุณค่าที่จะได้รับ ด้านต้นทุนของลูกค้า ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ

6.1.2 ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7'Cs) ปัจจัยด้านคุณค่าที่จะได้รับ ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในยุควิถีชีวิตไป โดยรวมมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจบริการร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน ควรพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพอยู่เสมอ มีมาตรฐานของคุณภาพของอาหารมีความปลอดภัย ขณะเดียวกันปัจจัยทางด้านความสะดวกส่งผลเชิงลบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนในยุควิถีชีวิตไป ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจบริการร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน ควรพิจารณาถึงความสะดวกในการเดินทาง การพัฒนาระบบจองคิว การสั่งอาหาร และมีช่องทางในการแจ้งปัญหาในการใช้บริการ เพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน ให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในยุควิถีชีวิตไป

6.1.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชนมีผลเชิงบวกต่อมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 สำหรับประเภทร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มโดยรวมมากที่สุด ในขณะที่ประเภทร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มีดนตรีสด และร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่งผลเชิงลบต่อมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ของร้านอาหารในศูนย์การค้าชุมชน ดังนั้นร้านควรปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้แก่ การจัดอุปกรณ์การบริโภคอาหาร และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นรายบุคคล หลีกเลี่ยงการใช้ภาชนะที่มีโอกาสสัมผัสหรือใช้ร่วมกัน เป็นต้น

6.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งถัดไป

6.2.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งในอนาคตอาจจะมีสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้ การทราบถึงความพึงพอใจที่มีต่อมาตรการที่ใช้อยู่ในปัจจุบันทำให้ทราบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของร้านอาหารในศูนย์อาหารชุมชน เพื่อการปรับปรุงธุรกิจให้ทันต่อสถานการณ์ และในอนาคตสามารถนำมาศึกษาอีกครั้ง เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษา

6.2.2 ควรทำการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์กับผู้ให้บริการ เพื่อได้ข้อมูลเชิงลึก และควรเพิ่มการใช้ทฤษฎี เช่น กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

7. เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงสาธารณสุข. (2563). สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มาตรการสาธารณสุข และปัญหาอุปสรรคการป้องกันควบคุมโรคในผู้เดินทาง. ค้นเมื่อ 22 กันยายน 2564, จาก <https://ddc.moph.go.th/uploads/files/2017420210820025238.pdf>
- กระทรวงสาธารณสุข. (2563). คู่มือการปฏิบัติตามมาตรการผ่อนปรนกิจการและกิจกรรมเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 สำหรับประเภทกิจการและกิจกรรม กลุ่มที่ 2. ค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2564, จาก http://www.tosh.or.th/covid19/index.php/manual/item/download/44_56a76485619aa5fa8e969bf1c32feaa1.pdf
- ธานีรินทร์ ศิลปจักร. (2549). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์พรีนท์.

- นารากร สมประสิทธิ์. (2564). กระบวนการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารช่วงโควิดร้านประถม 6 ของคนวัยทำงานในพื้นที่เขตจังหวัดเชียงใหม่. ค้นเมื่อ 28 ตุลาคม 2565, จาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sun18/6214070045.pdf>
- ราชกิจจานุเบกษา. (2563). ประกาศและคำสั่งของจังหวัดที่ออกโดยผู้ว่าราชการจังหวัด ตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558. ค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2564, จาก www.ratchakitthasoc.go.th/DATA/PDF/2563/E104_3/1.PDF
- ฤทัยรัตน์ ไชยทองสี และคณะ. (2564, กรกฎาคม – สิงหาคม). ความพึงพอใจของพนักงานในการใช้บริการห้องรับประทานอาหารศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่: ศึกษาในช่วงการผ่อนคลายมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 3(4), 27-42.
- วัฒน์ะ สุขขวัญ. (2563). ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่ปรับตัวในช่วงวิกฤต covid-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร. ค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2564, จาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin-8/6114154060.pdf>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ :ธรรมสาร
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: อีระฟิล์ม และ ไชเท็ก.
- ศูนย์วิจัยกรุงศรี. (2564). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2564-2566: ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่. ค้นเมื่อ 22 กันยายน 2564, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/wholesale-retail/modern-trade/io/io-modern-trade-21>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). ร้านอาหารปี 64 รายได้ธุรกิจหดตัว -5.6% ถึง -2.6%. ค้นเมื่อ 22 กันยายน 2564, จาก <https://kasikomresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Restaurant-FB-10-05-21.aspx>
- สุจิตรา ใจเอื้อ. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7C's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการใน Application Foodpanda ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุพริศร์ สุวรรณิก. (2564). ธุรกิจร้านอาหาร... เราจะผ่านวิกฤตนี้ไปด้วยกัน!. ค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2564, จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_12Jun2021.aspx
- สุภาวดี ธงภักดิ์. (2564). แนวทางการปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริการของร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม “ร้านอาหารยามเย็น กรุงเทพมหานคร”. ค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2564, จาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JLASI/article/view/249558>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ. ค้นเมื่อ 22 กันยายน 2564, จาก http://statbbi.nso.go.th/staticreport/Page/sector/TH/report/sector_01_11101_TH_.xlsx
- Cronbach, L.J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16 (3), 297-334.
- Kotler, P. (2006). *Marketing management*. (12th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.
- Millet, J.D. (1954). *Management in the public service: the quest for effective performance*. New York: McGraw-Hill.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา ของผู้บริโภคชาวไทย

Factors which Influence Thai consumers' perception on benefits of Cannabis contained products

ณัฐกร รัตนถาวรกิติ (Natthakorn Ratthanathawornkiti)¹

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ในมิติต่างๆ ต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาสำหรับผู้บริโภคในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างปัจจัยการเลือกอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา และการรับรู้ประโยชน์ของอาหารสำหรับผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา และ 3) เพื่อจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านการรับรู้ของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาโดยใช้วิธี Importance-performance map analysis (IPMA) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มผู้บริโภควัยทำงานที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยเป็นจำนวน 300 คน โดยจะต้องเป็นผู้ที่เคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาตั้งแต่ปี 2565 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการประเมินแบบโครงสร้าง (Structural Model Assessment) ตัวแบบสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Square Structural Equation Model: PLS-SEM) ใช้วิเคราะห์และหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SMART-PLS

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้มากกว่าเดือนละ 45,000 บาท 1) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเชิงบวกในด้านสังคม ด้านอารมณ์ ด้านความคุ้มค่า และด้านรสชาติตามลำดับ และไม่มีความคิดเห็นเชิงบวกในด้านความปลอดภัย ต่อการรับรู้ประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา 2) จากผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างในการเลือกบริโภคต่อการรับรู้ประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา พบว่า ด้านสังคมส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามากที่สุด รองลงมาคือด้านอารมณ์ ด้านความคุ้มค่า ด้านรสชาติ และด้านความปลอดภัยตามลำดับ 3) อีกทั้งยังสามารถจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากวิธี IPMA ส่งผลให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านสังคมมากที่สุด รองลงมาคือด้านอารมณ์ ด้านความคุ้มค่า ด้านรสชาติ และด้านความปลอดภัยตามลำดับ

คำสำคัญ: การรับรู้ประโยชน์ อาหารเพื่อสุขภาพ กัญชา

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ E-mail: Natthakorn.ratt@gmail.com

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to study cognitive factors in various dimensions; 2) to study the structural relationship between the factors of cannabis healthy food choices and perceived food benefits for Thai consumers in choosing healthy food from cannabis, and 3) to prioritize consumer perception factors affecting cannabis-based healthy food choices using an Importance-performance map analysis (IPMA). The subjects used in the study were 300 working-age consumers aged 20 and over living in Thailand who had consumed cannabis-based healthy foods since 2022. The study tool was an online questionnaire. Statistics used in data analysis were percentage, mean, and standard deviation. Structural Model Assessment and Partial Least Square Structural Equation Model: PLS-SEM were used to analyze and find relationships between variables using the SMART-PLS package.

The study found that most of the respondents were female, aged between 20-30 years old. Most of them had bachelor's degree education, worked as private employees, and earned more than 45,000 baht per month. From the results, it was found that 1) the respondents had positive opinions on social, emotional, value, and taste, respectively, and no positive opinions on safety on perceived benefits of food. 2) From the results of the structural equation analysis of consumer choice on the perceived benefits of cannabis healthy food, it was found that the social aspect had the second highest effect on the perceived benefits of cannabis healthy food. comes in terms of emotion, value, taste, and safety, respectively. 3) the priority of the factor of perceived benefit from the method IPMA results indicated that respondents value social aspects the most, followed by emotion, value, taste, and safety, respectively.

Keywords: Perceived Benefits, Healthy Food, Cannabis

วันที่รับบทความ : 27 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 7 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 11 สิงหาคม 2566

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ปัจจุบันหลายประเทศผลักดันให้มีการใช้กัญชาอย่างเสรีและไม่ผิดกฎหมาย เนื่องจากถ้าใช้กัญชาในปริมาณที่พอเหมาะจะส่งผลเชิงบวกมากกว่าเชิงลบ คลังความรู้ (Scimath) (2562) รวมไปถึงกัญชายังถูกนำไปประกอบอาหารเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกเจริญอาหารมากยิ่งขึ้นอีกด้วย ทางด้านสรรพคุณทางยาทางแพทย์แผนปัจจุบันได้ทำการวิจัยออกมาหลายชิ้นระบุไว้ว่า พบสารจำพวก Cannabinoids ซึ่งมีฤทธิ์ทางเภสัชวิทยาหลายด้าน ที่สำคัญคือ ฤทธิ์ที่ใช้ต้านมะเร็ง ฤทธิ์ที่ใช้ต้านอาการอาเจียน ฤทธิ์ที่ใช้แก้อาการปวด และฤทธิ์ที่ช่วยในการนอนหลับ เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาเกี่ยวกับกัญชาในการรักษาโรคมะเร็งพบว่า สาร THC (Delta-9-Tetrahydro-Cannabinoids) มีส่วนช่วยลดอาการคลื่นไส้หรืออาเจียนของผู้ป่วย จากการเข้ารับการรักษาโดยใช้ยาเคมีบำบัดและกัญชายังสามารถเสริมฤทธิ์ยาเคมีบำบัด และเพิ่มประสิทธิภาพการต้านมะเร็งได้ ส่งผลดีเกี่ยวกับการดำรงชีวิตของผู้ป่วยที่ทำการรักษาโรคมะเร็งระยะสุดท้ายดีขึ้น นริศา คำแก่น และเจริญ ตรีศักดิ์ (2562)

ปัจจุบันแนวโน้มธุรกิจกัญชาของประเทศไทยรวมไปถึงในต่างประเทศนั้น ล้วนมีแนวโน้มไปในทิศทางที่จะปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น เพื่อรองรับให้ตรงตามความต้องการที่ถูกใช้ให้ถูกต้องตามกฎหมาย ทั้งในกลุ่มแพทย์ กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มร้านอาหารเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ซึ่งปัจจุบันตลาดอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาในประเทศไทย มีร้านอาหารจำนวนมากได้มีการนำกัญชามาเป็นวัตถุดิบเสริมในการประกอบอาหารเมนูต่างๆ เช่น ก๋วยเตี๋ยว กะเพรา ขนมปังหน้าหมู รวมไปถึง บราวนี่ น้ำปลาร้า อาหารเสริม และเครื่องดื่ม

จากการศึกษารวบรวมข้อมูลเบื้องต้น พบว่า ในประเทศไทยมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับกัญชาเพื่อการนำมารักษาโรคเฉพาะทางการแพทย์เท่านั้น แต่ยังไม่มีการสำรวจหรือศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องในเรื่องของทางด้านอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาโดยตรง จึงทำให้ผู้วิจัยได้เกิดความคิดที่จะทำการศึกษาค้นคว้าและทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่ได้เคยรับประทานอาหารที่มีวัตถุดิบหรือส่วนผสมจากกัญชา สอดคล้องกับข้อเสนอแนะของชนม์ชุตา วัฒนะธนากร และบุญกา ปันทุรอำพร (2563) ที่กล่าวว่า ควรมีการศึกษาและค้นคว้ารวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยในด้านการตัดสินใจที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคหรือเลือกซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมหรือวัตถุดิบจากกัญชา เพื่อที่จะได้นำข้อมูลเหล่านี้มาปรับปรุงแก้ไขให้ได้รับรู้ข้อมูลที่แท้จริง

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ในมิติต่างๆ ต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาสำหรับผู้บริโภคในประเทศไทย

1.2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างปัจจัยการเลือกอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา และการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าของอาหารสำหรับผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

1.2.3 เพื่อจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านการรับรู้ของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาโดยใช้วิธี Importance-performance map analysis (IPMA)

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา ได้แก่ 1) ด้านรสชาติของอาหาร 2) ด้านสังคม 3) ด้านอารมณ์ 4) ด้านความคุ้มค่า และ 5) ด้านความปลอดภัย

ตัวแปรตาม คือ การรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาภายในประเทศไทย

1.3.2 ขอบเขตด้านกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคชาวไทยอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาจำนวนทั้งหมด 300 คน

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา คือ 15 เมษายน 2566 ถึง 31 พฤษภาคม 2566

1.4 สมมติฐานการวิจัย

H1: สมมติฐานที่ 1 คือ ด้านรสชาติของอาหารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

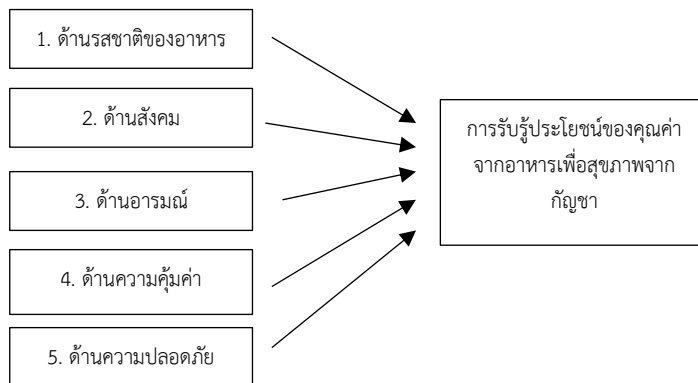
H2: สมมติฐานที่ 2 คือ ด้านสังคมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

H3: สมมติฐานที่ 3 คือ ด้านอารมณ์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

H4: สมมติฐานที่ 4 คือ ด้านความคุ้มค่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

H5: สมมติฐานที่ 5 คือ ด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

1.5 กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านการรับรู้

การรับรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ นับเป็นส่วนที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคว่าจะเลือกซื้อสินค้าหรือไม่นั้น มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Slimani, Ferrari, Ocke, Welch, & Boeing-Messing (2015) กล่าวว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่นั้น มักจะมีการรับรู้เกี่ยวกับคุณค่าทางสารอาหาร และคุณภาพของสินค้าที่จะเลือกซื้อ ผ่านการสัมผัสจากสิ่งเร้า ซึ่งการรับรู้ที่มีความแตกต่างกัน ย่อมมีส่วนที่จะส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกที่จะตัดสินใจที่แตกต่างออกไปตามแต่ประสบการณ์ สังคม ข่าวสาร โฆษณา สื่อประชาสัมพันธ์ หรือการสัมผัสสิ่งเร้านั้น ๆ โดยตรง

2.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่า

การรับรู้ประโยชน์ในด้านของคุณค่านั้น มีการให้ความหมายไว้ว่า สิ่งทีบุคคลแต่ละบุคคลให้ความสำคัญกับเรื่อง นั้น ๆ ว่ามีประโยชน์มากน้อยเพียงใด ซึ่งส่วนใหญ่ผู้คนมักจะตัดสินใจจากการคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ตนเองจะได้รับตามมาเสมอ อิทธิพลในสังคม สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ยังเข้ามามีบทบาทต่อการตัดสินใจ ส่งผลให้ผู้คนมีการตัดสินใจ หรือคล้อยตามคนอื่นสุดท้ายแล้วจะส่งผลต่อการตัดสินใจทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง Venkatesh, Morris, Davis, & Davis (2003) สำหรับบริบทในงานวิจัยชิ้นนี้ การรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าในกัญชาจะทำให้ผู้บริโภคมีการไตร่ตรอง ทำความเข้าใจในประโยชน์และโทษของกัญชาก่อนตัดสินใจบริโภค ไม่ว่าจะเป็นการคำนึงถึงด้านความปลอดภัยของอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา ด้านสังคม ในการต้องการการยอมรับ ด้านอารมณ์ ด้านรสชาติอาหาร หรือแม้กระทั่งความคุ้มค่า ล้วนเป็นสิ่งที่สำคัญในการตัดสินใจเพื่อการรับรู้ทั้งสิ้น

2.3 แนวคิดและทฤษฎีด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า

กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคนั้นประกอบไปด้วยหลายปัจจัย ทั้งปัจจัยทางการรับรู้ แรงจูงใจ อารมณ์ของผู้บริโภคขณะที่ซื้อ สถานภาพทางครอบครัว สถานภาพทางสังคม สถานภาพทางการเงิน รวมไปถึงสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมล้วนเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคทั้งสิ้น แต่ส่วนใหญ่ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับการแสวงหาข้อมูล และความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า และหลังจากซื้อสินค้าและบริการแล้วจะเกิดพฤติกรรมหลังจากการซื้อโดยสามารถแบ่งได้เป็นความพึงพอใจในสินค้าและบริการ และไม่พึงพอใจในสินค้าและบริการ กนกพร มโนมัยพันธุ์ (2564)

2.4 แนวคิดและทฤษฎีด้านอาหารเพื่อสุขภาพ

ตลาดของอาหารเพื่อสุขภาพในประเทศไทยนั้น ยังสามารถที่จะขยายตัวและเติบโตขึ้นได้อีกอย่าง และสามารถตอบโจทย์ให้กับผู้บริโภคด้านความต้องการที่มีเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน และมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของผู้บริโภคที่เลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากในช่วงที่เกิดโรคระบาดโควิด-19 ได้เป็นการจุดประกายให้ประชาชนชาวไทยหันกลับมารักสุขภาพ และให้ความสำคัญแก่อาหารเพื่อสุขภาพในรูปแบบต่างๆ จึงส่งผลต่อตลาดอาหารเพื่อสุขภาพภายในประเทศไทยที่ได้รับผลเชิงบวกไปในทิศทางที่ดีขึ้น และมีการเติบโตอย่างเห็นได้ชัด โดยผู้บริโภคชาวไทยส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญมากกับรสชาติของอาหาร รองลงมาคือสารอาหารในจานที่จะได้รับอีกด้วย ยูนิลีเวอร์ ฟู้ด โซลูชันส์ (Unilever Food Solution) (2565)

2.5 แนวคิดและทฤษฎีด้านอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

กัญชาเป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศไทยที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั้งในส่วนของสินค้าอุปโภคและบริโภคต่าง ๆ แต่ผลิตภัณฑ์กัญชาแต่ละชนิดนั้นล้วนมีปริมาณของกัญชาและสารที่สกัดออกมาที่แตกต่างกันออกไป การที่ผู้บริโภคหรือผู้ประกอบการจะนำกัญชามาใช้จึงควรจะมีการศึกษาทั้งในส่วนของคุณประโยชน์และผลลัพธ์ที่จะตามมาในภายหลัง เพราะถ้าหากนำกัญชามาใช้ไม่ระมัดระวังอาจก่อให้เกิดโทษต่อทางร่างกายได้ ในส่วนของทางการแพทย์ราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ได้มีงานวิจัยของนริศรา คำแก่น และเจริญ ตรีศักดิ์ (2562) ออกมาว่า กัญชาสามารถยับยั้งการเติบโตของเซลล์มะเร็งได้ และยังมีส่วนช่วยลดอาการคลื่นไส้ หรืออาเจียนของผู้ป่วยที่ได้รับยาเคมีบำบัด เพราะเมื่อเปรียบเทียบกับยามาตรฐานที่ใช้ลดอาการอาเจียนที่แพทย์จ่ายให้กับผู้ป่วยแล้วนั้น กัญชายังช่วยเพิ่มความอยากอาหารให้แก่ผู้ป่วยเอดส์ ที่มีการสูญเสียมวลกล้ามเนื้ออย่างมาก และสาร THC ที่พบในกัญชายังนำมาใช้ในการลดอาการปวดแบบฉับพลัน และแบบเรื้อรังได้ และนอกจากกัญชาจะมีประโยชน์ในทางอื่น ๆ ได้อีกมากมาย เช่น สามารถช่วยด้านอาการซึมเศร้าของผู้ป่วยลดอาการวิตกกังวล ผ่อนคลายกล้ามเนื้อ และยังช่วยให้ผ่อนคลายจากความเครียดต่าง ๆ ได้ อย่างไรก็ตามตลาดอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาในประเทศไทยก็ยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในประเทศไทยสามารถสังเกตได้จากจำนวนที่คนไทยเข้าไปลงทะเบียนจดแจ้งปลูกกัญชาในแอปพลิเคชัน “ปลูกกัญ” ที่มียอดเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วใน 17 วัน ซึ่งมีผู้ลงทะเบียนถึง 934,629 คน กรุงเทพมหานคร (2565)

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคชาวไทยที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปี และต้องเป็นผู้บริโภคที่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาตั้งแต่ปี 2565 เป็นต้นมาเท่านั้น

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้การทดสอบสมมติฐาน และการวิเคราะห์ผลการวิจัยแบบจำลองเชิงโครงสร้าง (SEM) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการใช้สถิติควรมีจำนวนอย่างน้อย 5 - 10 เท่าของดัชนีชี้วัด ในการศึกษาครั้งนี้มีคำถามในแบบสอบถามจำนวน 26 ข้อ ส่งผลให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำควรมีประมาณ 260 ตัวอย่าง เพื่อให้จำนวนตัวอย่างเป็นอุปสรรคในการคำนวณค่าสถิติต่าง ๆ Henseler, Hubona, & Ray (2016) ป้องกันการคลาดเคลื่อนของข้อมูล และทำให้ได้ข้อมูลการวิจัยที่สมบูรณ์ที่สุด ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างที่มากกว่าจำนวนขั้นต่ำที่กำหนดไว้ จำนวน 300 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยลักษณะคำถามจะมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Closed form) และเก็บข้อมูลจากการทำแบบสอบถามผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Questionnaire)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยทำการเลือกเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อช่วยสร้างความเข้าใจขั้นพื้นฐานแก่ตัวผู้วิจัยเอง และช่วยในเรื่องการออกแบบของแบบสอบถามในการวิจัย รวมไปถึงได้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน

ยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยเลือกเก็บแบบสอบถามจากผู้บริโภคที่เคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาตั้งแต่ปี 2565 จำนวน 300 คน และเลือกใช้การเก็บแบบสอบถามผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ผ่านโปรแกรม Google Form

4. สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงในร้อยละ 67 มีช่วงอายุอยู่ที่ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 39 การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71 ประกอบอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 39 ส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 33 และเคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาในประเภทเมนูอาหารหวานมากที่สุด (ร้อยละ 35) รองลงมาคืออาหารคาว (ร้อยละ 33) ซึ่งในอนาคตยังมีความสนใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาในประเภทเครื่องดื่มมากที่สุด (ร้อยละ 40) รองลงมาคืออาหารคาว (ร้อยละ 32)

4.1 คุณภาพแบบจำลองโดยรวม (Model fit)

ผลการศึกษาของแบบจำลองโดยรวมพิจารณาจากแบบจำลองที่กำหนด (Estimated Model) และแบบจำลองอิ่มตัว (Saturated Model) แสดงผลลัพธ์ทางสถิติได้ว่า SRMR, dULS และ dG มีค่าต่ำกว่าค่าสองเฉลี่ยของเศษมาตรฐานเท่ากับ 0.034 นับว่าแบบจำลองนี้มีความกลมกลืนเนื่องจากมีค่าต่ำกว่า 0.08 Hu, & Bentler (1999)

4.2 คุณภาพแบบจำลองการวัด (Measurement Model หรือ Outer Model)

พิจารณาจากความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ค่า Loading จำเป็นจะต้องมากกว่า 0.5 ถึงจะนับว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า Loading ที่ได้เท่ากับ 0.622-0.936 ค่า AVE ของตัวแปรแฝงทั้ง 5 ตัวแปรมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด 0.5963-0.8387 ซึ่งในส่วนของความน่าเชื่อถือสามารถวัดได้ด้วยค่าของ Cronbach Alpha, Dijkstra-Henseler's rho และ Joreskog's rho ที่ทุกค่าควรมีมากกว่า 0.7 Henseler, Hubona & Ray (2016) ซึ่งในแบบจำลองนี้แสดงถึงค่า Cronbach Alpha ระหว่าง 0.7303 ถึง 0.9117 ค่า Dijkstra-Henseler's rho ระหว่าง 0.7379 ถึง 0.9129 และสุดท้ายค่า Joreskog's rho ระหว่าง 0.8806 และ 0.9340 ดังตารางที่ 1

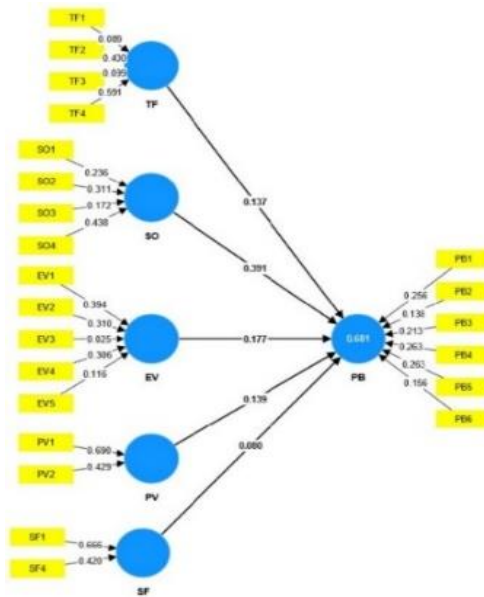
ตารางที่ 1 ผลการทดสอบความเที่ยงและน้ำหนักองค์ประกอบของเครื่องมือวัดทางเทคนิค

	AVE	Cronbach Alpha	Dijkstr-Henseler's rho	Joreskog's rho
Taste of food	0.649	0.820	0.838	0.880
Society	0.733	0.878	0.881	0.916
Emotional Value	0.738	0.911	0.912	0.934
Perceived Value	0.787	0.730	0.737	0.880
Safety of food	0.838	0.808	0.812	0.912
Perceived benefits	0.596	0.862	0.870	0.897

ความเที่ยงตรงในเชิงจำแนก (Discriminant Validity) พิจารณาจากค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) จะต้องมีความสูงกว่าสหสัมพันธ์กับตัวแปรแฝงอื่นๆ Fornell, & Larcker (1981) จากการศึกษาทำให้ได้ค่า AVE ระหว่างตัวแปรแฝงนั้นกับตัวแปรแฝงอื่นๆมีค่ามากกว่าค่าสหสัมพันธ์ และค่า HTMT น้อยกว่า 1 อีกทั้งค่าน้ำหนักของดัชนีวัดในตัวแปรแฝงสูงกว่า Cross Loading ในตัวแปรแฝงอื่น ทุกตัวเป็นไปตามที่เกณฑ์กำหนด

4.3 คุณภาพแบบจำลองโครงสร้าง (Structural Model หรือ Inner Model)

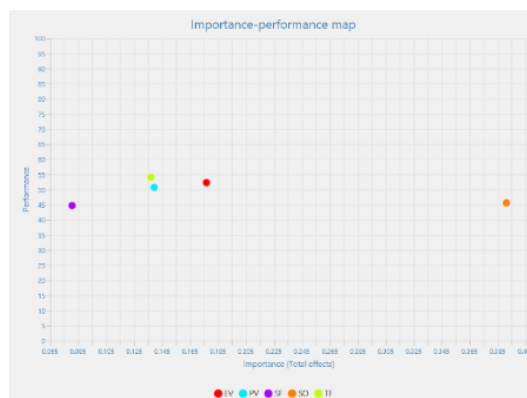
พิจารณาจากคุณภาพสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) ค่า R^2 ของการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภค มีค่าเท่ากับ 68.1 ค่าผลกระทบ F^2 ตั้งแต่ 0.009-0.132 โดยค่าที่เข้มแข็งที่สุดมีค่าเท่ากับ 0.132 คือเส้นทาง Society: SO > Perceived benefits: PB ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลลัพธ์ทางสถิติจากโปรแกรม SMART-PLS

4.4 การวิเคราะห์แผนภาพความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (Importance Performance Map Analysis: IPMA)

จากการอ่านค่าแผนภาพความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (IPMA) แสดงให้เห็นค่าค่า Society: SO มีความสำคัญมากที่สุด คือ 0.391 รองลงมา คือ Emotional Value: EV มีค่าเท่ากับ 0.177 และ Perceived Value: PV มีค่าเท่ากับ 0.178 ในส่วนของข้อมูลด้านประสิทธิภาพ ข้อมูลที่มากที่สุดคือ Taste of food: TF มีค่าเท่ากับ 54.084 รองลงมาคือ Emotional Value: EV มีค่าเท่ากับ 52.344 และ Perceived Value: PV มีค่าเท่ากับ 50.713 ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ผลลัพธ์ของสถิติจากโปรแกรม SMART-PLS

5. อภิปรายผล

งานวิจัยครั้งนี้มีการให้ความสำคัญกับตัวแปรด้านการรับรู้ประโยชน์ของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จากทฤษฎี เนื่องจากผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาและต่อยอดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย โดยมีการพิจารณาจากตัวแปรต้น 5 ตัวแปร ได้แก่ ด้านรสชาติอาหาร ด้านสังคม ด้านอารมณ์ ด้านความคุ้มค่า และด้านความปลอดภัย นำข้อมูลต่างๆ มาวิเคราะห์และแสดงผลในรูปแบบ PLS-SEM ผลจากการทดสอบดัชนีตัวชี้วัดแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรทุกตัวสามารถตอบสนองถึงคุณลักษณะของการศึกษาได้ดีตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผลการศึกษาที่สรุปได้ว่า ด้านรสชาติของอาหารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากทฤษฎี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานงานวิจัยที่ตั้งไว้ เป็นไปตามแนวคิดของ Slimani, Ferrari, Ocke, Welch & Boeing-Messing (2015) สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชกร อัครพิน (2562) ได้กล่าวว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีการคำนึงถึงรสชาติของอาหารมาเป็นอันดับแรก รวมไปถึงยังมีความคาดหวังในตัวรสชาติอาหารและมีแนวโน้มที่จะปฏิเสธในการที่จะต้องบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ หากผู้บริโภครู้สึกว่าไม่มีรสชาติที่อร่อย

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ผลการศึกษาที่สรุปได้ว่า ด้านสังคมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากทฤษฎี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานงานวิจัยที่ตั้งไว้ จากกล่าวไว้ในบทที่ 2 เรื่อง กระแสสังคม ความนิยม ย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากทฤษฎี สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิณชา กิจเกษมพงศา (2561) และพัลลภา ปิตินันต์ และ พัทธณี มาเสถียร (2564)

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ผลการศึกษาที่สรุปได้ว่า ด้านอารมณ์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากทฤษฎี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานงานวิจัยที่ตั้งไว้ตามแนวคิดและทฤษฎีของ พัชรี เขยจรรยา และคณะ (2543)

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 4 ผลการศึกษาที่สรุปได้ว่า ด้านความคุ้มค่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากทฤษฎี จากการศึกษางานวิจัย กนกพร มโนมัยพันธุ์ (2564) กล่าวว่า ผู้บริโภคแต่ละบุคคลมีการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าที่แตกต่างกัน โดยหนึ่งในเหตุผลของการเลือกตัดสินใจ คือความคุ้มค่าในสินค้าเหล่านั้น

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 5 ผลการศึกษาที่สรุปได้ว่า ด้านความปลอดภัยไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากทฤษฎี จากการศึกษางานวิจัยในเบื้องต้นพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความกังวลเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจากทฤษฎี ทั้งในเรื่องของส่วนผสมและผลที่อาจตามมาจากการบริโภคในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัลลภา ปิตินันต์ และ พัทธณี มาเสถียร (2564)

ผลการวิเคราะห์แผนภาพความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (IPMA: Importance-Performance Map Analysis) พบว่า หากต้องการให้บรรลุเป้าหมายในการเพิ่มการรับรู้ประโยชน์ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากทฤษฎี ผู้ประกอบการทั้งภาครัฐและเอกชนควรให้ความสำคัญในเรื่อง Society: SO หรือด้านสังคม เนื่องจากเป็นด้านที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดมากกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิณชา กิจเกษมพงศา (2561) พัลลภา ปิตินันต์ และ พัทธณี มาเสถียร (2564) ชนัญชิตา คำมินเศก (2553) และมนัสพงศ์ พัฒนวิบูลย์ (2553) กล่าวว่า กระแสสังคม ความนิยม ในสังคมนั้นเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ถ้ากระแสสังคมเป็นที่ยอมรับนั้นย่อมส่งผลให้ความรู้สึกรับรู้และการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นไปในทิศทางเชิงบวกมากยิ่งขึ้น

สรุปผลที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้สามารถตอบวัตถุประสงค์ได้ตามประเด็นดังต่อไปนี้ 1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเชิงบวกในด้านสังคม ด้านอารมณ์ ด้านความคุ้มค่า และด้านรสชาติตามลำดับ และไม่มีความคิดเห็นเชิงบวกในด้านความปลอดภัย ต่อการรับรู้ประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพจากทฤษฎี 2. จากผลการวิเคราะห์ผลการโครงสร้างในการเลือกบริโภคต่อการรับรู้ประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพจากทฤษฎี พบว่า ด้านสังคมส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพจากทฤษฎีมากที่สุด รองลงมาคือด้านอารมณ์ ด้านความคุ้มค่า ด้านรสชาติ และด้านความปลอดภัยตามลำดับ 3. อีกทั้งยังสามารถ

จัดลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากวิธี IPMA ส่งผลให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านสังคมมากที่สุด รองลงมาคือด้านอารมณ์ ด้านความคุ้มค่า ด้านรสชาติ และด้านความปลอดภัยตามลำดับ

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้

6.1.1 ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญโดยตรงไปที่การรับรู้ประโยชน์ของผู้บริโภคชาวไทยในปัจจุบันด้านต่างๆ และจากการทดสอบทางสถิติในส่วนของการปัจจัยด้านสังคมเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคส่วนมากให้ความสนใจมากที่สุด กระแสสังคม ค่านิยม ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่จะเลือกบริโภคหรือไม่ ดังนั้นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องย่อมต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับกระแสสังคมในเชิงบวก เพื่อกระตุ้นการบริโภคให้มากยิ่งขึ้น

6.1.2 ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ดังนั้นผู้ประกอบการทางด้านธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มควรเพิ่มความหลากหลายของเมนูอาหาร การสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่มีเอกลักษณ์ เพื่อให้ผู้บริโภคนั้นสามารถจดจำได้ง่าย และเกิดกระแสสังคมและการบอกต่อและทำให้เกิดการภักดี (Loyalty) ต่อแบรนด์ในอนาคตได้

6.2 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

ในระยะเวลาของการทำงานวิจัยชิ้นนี้ กล้วยาถูกปลดออกจากสารเสพติดทำให้ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มมีการผลิตอาหารที่มีส่วนผสมของกล้วยาเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงอาหารจากกล้วยาได้ง่ายกว่าปกติ ในอนาคตหากกล้วยาถูกควบคุมการจำหน่ายและการปลูกอีกครั้ง อาจส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นผู้ประกอบการควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค และปฏิบัติตามกฎหมายส่วนรวม

7. เอกสารอ้างอิง

- กนกพร มโนมัยพันธุ์. (2564). การศึกษาการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคของสายการบินไทยสมายล์แอร์เวย์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2558). 'ทัศนคติ' ความหมาย และความสำคัญ. จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/109397>.
- คลังความรู้ (Scimath). (2562). กล้วยากับการประโยชน์ในทางการแพทย์. จาก <https://www.scimath.org/article-chemistry/item/9808-2019-02-21-07-38-06>
- ชนัญชิตา คำมินเสก. (2553). การรับรู้สื่อรณรงค์ Quit Line 1600 สายเลิกบุหรี่และความคิดเห็นของข้าราชการทหารกองบัญชาการกองทัพไทย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- ชนม์ชุตา วัฒนธนากร และบุญภา ปันทุรอำพร. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกล้วยา-กล้วยของของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นริศา คำแก่น และ เจริญ ตรีศักดิ์. (2562). กล้วยาทางการแพทย์สำหรับมะเร็ง. The Journal of Chulabhorn Royal Academy, 1(1), 16-29.
- พินิจา กิจเกษมพงศา. (2561). คุณภาพของอาหาร ความคุ้มค่าด้านราคา ความพึงพอใจ คุณค่าด้านสุขภาพ และทัศนคติต่ออาหารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารริมทางของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. จาก

http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3796/1/pinicha_kitk.pdf.

พัลลภา ปิตินันต์ และ พัทณี มาเสถียร. (2564). การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์และทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเสริมอาหารที่ใช้สารให้ความหวานแทนน้ำตาลของผู้บริโภค. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.

พัชรี เขยจรรยา และคณะ. (2543). ทฤษฎีแม่บททางนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มนัสพงศ์ พัฒนวิบูลย์. (2553). การรับรู้ข่าวสาร และทัศนคติของประชาชนผู้รับบริการเกี่ยวกับภาพลักษณ์ในการให้บริการของธนาคารสินเอเซีย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ยูนิลีเวอร์ ฟู้ด โซลูชันส์ (Unilever Food Solution). (2565). เทรนด์อาหารกำลังมาแรงปี 2022: อาหารเพื่อสุขภาพ. จาก <https://www.unileverfoodsolutions.co.th/th/chef-inspiration/trendwatch/trend1-healthier-indulgence.html>.

รัชกร อัครพิน. (2562). อิทธิพลของทัศนคติต่อการมีสุขภาพดีและทัศนคติต่อรสชาติที่มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ: พิจารณาในบทบาทของการรับรู้เชิงคุณค่าต่อสุขภาพ และการรับรู้ถึงความคุ้มค่า. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.

Henseler, J., Hubona, G. & Ray, P. A. (2016). Using PLS Path Modeling in New Technology Research: updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2–20

Hu, L. T., Bentler, P.M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6, 1-55.

Slimani, N., Ferrari, P., Ocke, M., Welch, A., & Boeing-Messing, H. (2015). Standardization of the 24-hour diet recall calibration method used in the European prospective investigation into cancer and nutrition (EPIC). from <http://hypatia.teiath.gr/xmlui/handle/11400/8709?show=full>.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 27(3), 425-478.

ระบบการปฏิบัติงานและระบบการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ที่ส่งผลต่อ คุณภาพรายงานทางการเงินของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

Operational system and financial management system the new e-government treasury that affects quality financial report of the Royal Thai Police

นิตยา ใจฝัน (Nitthaya Jaifun)¹

มัตติมา กรงเต้น (Mattima Krongten)²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบการปฏิบัติงานและระบบการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ กลุ่มตัวอย่างคือ ข้าราชการตำรวจที่ปฏิบัติงานด้านบัญชี จำนวน 142 คน เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามช่วง พ.ค.-มิ.ย. ปี 2566 และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 18-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อายุราชการต่ำกว่า 5 ปี อยู่ในตำแหน่งผู้บังคับหมู่ มีความคิดเห็นว่า 1) ปัจจุบันระบบการปฏิบัติงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจุบันระบบการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) ปัจจุบันระบบการปฏิบัติงาน คือ ด้านสภาพแวดล้อมตามกฎหมาย ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และการสื่อสารส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินทุกด้าน ส่วนปัจจัยระบบการปฏิบัติงาน ด้านความรู้และประสบการณ์บัญชี ด้านประสบการณ์การใช้เทคโนโลยี ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน ด้านความเข้าใจได้ 2) ปัจจุบันระบบการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ คือ ด้านระบบการบริหารงบประมาณภาครัฐ ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินทุกด้าน ส่วนปัจจัยระบบการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ ด้านระบบการเงินการบัญชีภาครัฐ ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเข้าใจได้ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และปัจจัยระบบการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ ด้านความสะดวกรวดเร็วและประหยัดเวลา ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน ด้านความเข้าใจได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ระบบการปฏิบัติงาน ระบบการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ คุณภาพรายงานทางการเงิน

Abstract

The objective of this study was to examine the new electronic government financial management system's impact on the financial reporting quality of the Royal Thai Police. The sample group consisted of 142 police officers working in accounting roles. Data was collected through a questionnaire during May to June of the year 2023, and the collected data underwent statistical analysis, including frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The study's findings revealed that the majority of respondents were female, aged between 18 and 30 years, holding a bachelor's degree, with less than 5 years of government service, and occupying squad

¹ นักศึกษาปริญญาโท คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม E-mail: Nitthaya8711@gmail.com

² อาจารย์ คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม E-mail: Matthima.kr@spu.ac.th

leader positions. They expressed opinions that the overall perception of factors related to the work process system and the new electronic government financial management system were high.

The results of the hypothesis testing revealed that for factors related to the work process system, the aspects of legal compliance, interpersonal relationships, and communication significantly influenced financial reporting quality across all dimensions. As for the aspects of accounting knowledge and experience, and experience with technology utilization significantly impacted financial reporting quality, particularly in terms of comprehensibility.

Regarding the factors related to the new electronic government financial management system, the aspect of the public sector budget management significantly influenced financial reporting quality in all dimensions. As for the aspect of the public sector financial accounting system significantly impacted financial reporting quality concerning trustworthiness, comprehensibility, decision-making relevance. Additionally, the aspects of the convenience, speed, and time-saving effect on financial reporting quality, particularly in terms of comprehensibility statistically significant at the 0.05 level.

Keywords: Operating System, New e-Government Financial Management System, Financial Report Quality

วันที่รับบทความ : 24 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 20 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 23 สิงหาคม 2566

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

โลกปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการบริหารงานในทุกองค์กรทั้งองค์กรภาครัฐและเอกชน รัฐบาลจึงมีนโยบายให้นำโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีเข้ามาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการยกระดับการทำงานขององค์กรภาครัฐให้มีประสิทธิภาพ และเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานขององค์กรภาครัฐให้ดียิ่งขึ้น การนำระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ หรือ New GFMS Thai มาใช้ซึ่งมีจุดเริ่มต้นมาจากระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือ GFMS (เดิม) ย่อมาจาก Government Fiscal Management Information System โดยระบบเดิมนั้นมีข้อจำกัดเรื่องของซอฟต์แวร์สำเร็จรูปที่เป็นลิขสิทธิ์ของต่างประเทศ ภาครัฐจึงมีนโยบายการจัดทำโปรแกรมที่ตอบสนองการใช้งานของภาครัฐ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของรายงานทางการเงิน และรองรับระบบที่อาจจะเข้ามาใหม่ในอนาคตโดยสามารถพัฒนาต่อได้ในนามลิขสิทธิ์ของประเทศไทย นำมาซึ่งการปฏิรูปของระบบปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับบัญชีในระบบราชการไทย ลิขสิทธิ์โปรแกรมของคนไทยใช้ในการจัดระบบการบริหารงบประมาณ ระบบจัดซื้อจัดจ้าง ระบบเบิกจ่าย ระบบรับและนำส่งรายได้ ระบบบัญชีแยกประเภทและระบบสินทรัพย์ถาวร ระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ หรือ New GFMS Thai ต้องตอบสนองความต้องการด้านการเงินการบัญชีของภาครัฐให้มีความโปร่งใส และการตัดสินใจง่าย รวมถึงมีวิธีการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น การพัฒนาระบบราชการและการกำหนดเป้าหมายเพื่อพัฒนาระบบราชการให้เป็นไปตามทิศทางที่ดีขึ้น การพัฒนาประเทศเป็นสิ่งที่สำคัญโดยมุ่งเน้นให้ภาครัฐมีขนาดที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและฐานข้อมูล (Data Driven) รวมถึงการนำนวัตกรรมมาเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการบริหารงานภาครัฐ อันจะส่งผลให้ภาครัฐมีประสิทธิภาพสูงขึ้น สามารถตรวจสอบการทำงานของปฏิบัติได้ เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม ตลอดจนตอบสนองปัจจัยหลักคือการบริหารประเทศที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางโดยมุ่งเน้นกระจายอำนาจจากส่วนกลางไปสู่ระดับล่างและท้องถิ่นให้มี

ความทันสมัยและให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้ระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนากลยุทธ์และเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการปฏิรูประบบราชการของไทย รวมถึงเป็นแหล่งรวมการพัฒนากระบวนการงานทางอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ในอนาคตได้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2564)

สำนักงานตำรวจแห่งชาติเป็นหน่วยงานราชการที่ปฏิบัติงานในระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ (New GFMS Thai) ในการบริหารด้านการเงินการคลังภาครัฐเพื่อให้กระบวนการดำเนินงาน และการจัดการด้านการเงินการคลังของภาครัฐเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ทั้งระดับผู้บริหารสามารถนำข้อมูลจากรายงานทางการเงินในระบบ (New GFMS Thai) ไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่สำนักงานตำรวจแห่งชาติ และหน่วยงานของรัฐแล้วนั้น ข้อมูลในการปฏิบัติงานมีความโปร่งใส แต่ปัจจุบันการปฏิบัติงานในระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐด้วยแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ (New GFMS Thai) ยังคงเกิดปัญหาหลายประการส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ เช่น ด้านผู้ปฏิบัติงาน ผู้ปฏิบัติงานได้รับการอบรมความรู้การใช้งานไม่ทั่วถึง ผู้ปฏิบัติงานในบางหน่วยเบิกจ่ายมีความรู้ประสบการณ์การทำงานทางด้านบัญชีและการใช้ระบบสารสนเทศ ไม่เพียงพอต้องทำงานแบบลองผิดลองถูกทำให้มียกเลิกรายการทางบัญชีจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดปัญหาทำงานเสร็จไม่ทันตามห้วงเวลาการทำงานของผู้ปฏิบัติงานส่งผลไปถึงไม่สามารถทำตามมาตรฐานการบัญชีภาครัฐและนโยบายการบัญชีภาครัฐ (กรมบัญชีกลาง, 2562) ได้อย่างครบถ้วนถูกต้อง ทั้งนี้ผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่ยังขาดความชำนาญเกี่ยวกับการใช้ระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ (New GFMS Thai) ทั้งนี้การบริหารงบประมาณภาครัฐสำคัญต่อการปฏิบัติงานทั้ง และด้านความสามารถในการปฏิบัติงานการเงินการบัญชี และด้านความรู้และประสบการณ์ทางบัญชี (ธมลวรรณ เจนธนสาร, 2564) รวมไปถึงด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสารในที่ทำงาน การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีจะช่วยให้การแก้ไขปัญหาได้ดียิ่งขึ้น แต่ก็จะจะมีเจ้าหน้าที่ของกรมบัญชีกลางช่วยตอบคำถาม และแก้ไขข้อขัดข้องที่เกิดจากการใช้งานระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ (New GFMS Thai) คำตอบได้ช้าไม่ทันต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ทำให้การปฏิบัติงานเกิดความล่าช้า (กุลยา จันทะเดช, 2557) มีผลกระทบต่อความถูกต้องครบถ้วนของรายงานทางการเงินและการนำข้อมูลไปใช้เพื่อการตัดสินใจของผู้บริหารได้

จากความสำคัญของปัญหาในข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีสนใจที่จะศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินผ่านระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ (New GFMS Thai) ของผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีในสังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติเพื่อจะได้นำผลการศึกษามาใช้เป็นข้อมูลและแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขวิธีการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานผ่านระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ (New GFMS Thai) เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความเสถียรภาพมากยิ่งขึ้น มีความรู้ความเข้าใจการใช้งานมากที่สุด และให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพถูกต้อง ต้องมีคุณสมบัติที่ทำให้ข้อมูลในงบการเงินมีประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงิน (กุลยา จันทะเดช, 2557) และมีความโปร่งใสทันต่อการบริหารการเงินการคลังภาครัฐในภาพรวมของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ สามารถนำข้อมูลรายงานทางการเงินการคลังจากรายงานในระบบ New GFMS Thai ไปใช้ในการบริหารองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน รวมถึงช่วยให้ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลไปใช้ตัดสินใจบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยให้บรรลุนโยบายยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พุทธศักราช 2561-2580 ได้ตามที่กำหนดไว้ได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับของระบบการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน

1.2.2 เพื่อศึกษาระดับของระบบการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ข้าราชการตำรวจที่ปฏิบัติงานด้านบัญชีในสังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติที่ใช้ระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ข้าราชการตำรวจที่ปฏิบัติงานด้านบัญชีในสังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติที่ปฏิบัติงานผ่านระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ จำนวน 220 หน่วยเบิกจ่าย (1 หน่วยเบิกจ่าย : 1 คน) โดยใช้สูตรการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane คงเหลือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 142 คน

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาระบบการปฏิบัติงาน ระบบการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ และคุณภาพรายงานทางการเงินของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

1.3.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ คือ ระบบการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลัง ประกอบด้วย ด้านความรู้และประสบการณ์ทางบัญชี, ด้านความรู้และประสบการณ์ทางด้านระบบสารสนเทศ, ด้านสภาพแวดล้อมทางกฎหมาย และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร และระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ ประกอบด้วย ด้านระบบการบริหารงบประมาณภาครัฐ, ด้านระบบการเงินการบัญชีภาครัฐ และด้านความสะดวกรวดเร็วและประหยัด

ตัวแปรตาม คือ คุณภาพรายงานทางการเงิน ประกอบด้วย ด้านความเชื่อถือได้, ด้านความเข้าใจได้, ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และด้านความเปรียบเทียบกันได้

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ระหว่างเดือนพฤษภาคม ถึงมิถุนายน พ.ศ.2565 เป็นระยะเวลา 2 เดือน

1.3.5 ข้อจำกัดของงานวิจัย

ข้อจำกัดของการวัดค่าตัวแปรอิสระปัจจัยระบบการปฏิบัติงาน คือ ด้านความรู้และประสบการณ์ทางบัญชี ด้านความรู้และประสบการณ์ทางด้านระบบสารสนเทศ ด้านสภาพแวดล้อมทางกฎหมาย และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ไม่สามารถวัดค่าตัวแปรอิสระด้วยแบบสอบถามแบบ Rating Scale ได้อย่างเหมาะสมเนื่องจากทักษะของแต่ละบุคคลไม่เท่ากัน ซึ่งหากเลือกใช้การวัดค่าตัวแปรที่เหมาะสมจะช่วยให้ผลการวิจัยมีความถูกต้อง ชัดเจน และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีมากยิ่งขึ้น

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 ระบบการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลังส่งผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเชื่อถือได้

1.4.2 ระบบการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลังส่งผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเข้าใจได้

1.4.3 ระบบการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลังส่งผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

1.4.4 ระบบการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลังส่งผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านการเปรียบเทียบกันได้

1.4.5 ระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเชื่อถือได้

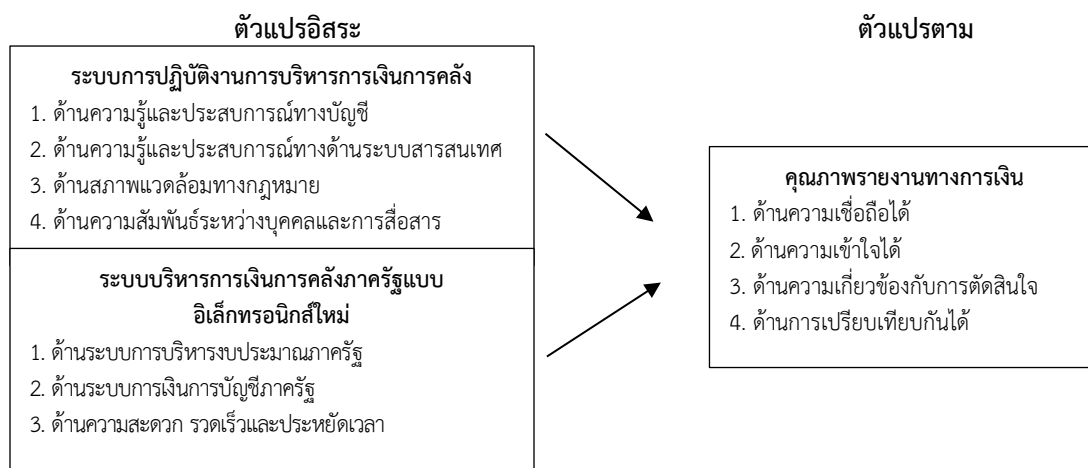
1.4.6 ระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเข้าใจได้

1.4.7 ระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

1.4.8 ระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านการเปรียบเทียบกันได้

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับหลักการและนโยบายการบัญชีภาครัฐ ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดเป็นตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ในกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. แนวคิดทฤษฎี

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ระบบการปฏิบัติงานและระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ มีแนวคิดทฤษฎี ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับระบบการปฏิบัติงาน คือ การปฏิบัติงานของบุคคลหรือกลุ่มคนในหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ จะมีผลเป็นอย่างมากต่อการปฏิบัติงาน กล่าวคือ ผู้ปฏิบัติงานที่มีความพึงพอใจในการทำงานก็ย่อมปฏิบัติงานได้สำเร็จและมีประสิทธิภาพมากกว่า มีความเต็มใจที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุประสงค์ขององค์กร มีความเสียสละ และอุทิศร่างกาย แรงใจ แรงปัญญาให้แก่การปฏิบัติงานนั้น รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงานของภาครัฐ ช่วยให้รัฐบาลมีการบริหารประเทศได้อย่างมีศักยภาพ สามารถปรับตัวให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ทันสมัย มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล ช่วยเสริมประสิทธิภาพการทำงานของภาครัฐโดยสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อภาครัฐได้อย่างแท้จริง (พิรุณวรรณ กิตติคุณ, 2558) ในการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลังดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล และช่วยพัฒนาระบบราชการเป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งในการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ (New GFMS Thai) มีปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1.1 ประสบการณ์ในการทำงานของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีนั้น จะนับรวมตั้งแต่การปฏิบัติงานเป็นผู้ฝึกหัดงานตามหลักสูตรการเรียนการสอน ซึ่งการปฏิบัติงานดังกล่าว อาจจะทำไปพร้อมกับการเรียนได้ (ปิ่นรส มาลากุล ณ อยุธยา, 2546)

2.1.2 ด้านทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการปฏิบัติหน้าที่ (Technical and Functional Skills) ต้องประกอบด้วยทักษะทั่วไป และทักษะเฉพาะ สำหรับศาสตร์การบัญชี ศาสตร์การคำนวณ การจำลองการตัดสินใจและการวิเคราะห์ความเสี่ยง การวัดมูลค่าและการรายงาน และการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับอื่นๆ ที่ระบุไว้ และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร คือ สามารถทำงานและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ความร่วมมือในการทำงานและสามารถทำงานเป็นทีมร่วมกับคนในองค์กรได้ เพื่อมุ่งหวังปฏิบัติงานขององค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายได้ สามารถสื่อสารได้อย่างกระชับรัดกุม และชัดเจน เมื่อนำเสนอรายงาน หรืออภิปรายผลของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ มีทักษะการให้คำปรึกษามาประยุกต์ใช้เพื่อลดหรือแก้ไขปัญหาข้อ

ขัดแย้งภายในองค์กร สหพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ (The International Federation of Accountants : IFAC) (นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ และศิลาเพชร ศรีจันเพชร, 2550)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่

กระทรวงการคลังได้ดำเนินการโครงการพัฒนาระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ (New GFMS Thai) เพื่อนำมาทดแทนระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ (GFMS) ที่ใช้อยู่เดิม และได้กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการปฏิบัติงานผ่าน ระบบ New GFMS Thai โดยให้หน่วยงานผู้เบิกดำเนินการเบิกเงินจากคลัง รับเงิน จ่ายเงิน และนำเงินส่งคลังผ่านระบบ New GFMS Thai ซึ่งได้นำมาใช้ปฏิบัติ ตั้งแต่วันที่ ๔ เมษายน ๒๕๖๕ เป็นต้นมา ซึ่งระบบด้านปฏิบัติการเป็นระบบที่ใช้ในการบันทึกข้อมูลทางการเงินการคลังของส่วนราชการ ซึ่งครอบคลุมระบบงานทั้ง 6 คือ ระบบบริหารงบประมาณ ระบบจัดซื้อจัดจ้าง ระบบเบิกจ่าย ระบบรับและนำส่งรายได้ ระบบบัญชีแยกประเภท และระบบบัญชีสินทรัพย์ถาวร โดยปฏิบัติงานผ่านระบบ New GFMS Thai (กรมบัญชีกลาง, 2565)

2.2.1 ระบบบริหารงบประมาณภาครัฐ เป็นการจัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ การจัดสรรงบประมาณ การโอนและหรือเปลี่ยนแปลงรายการงบประมาณของส่วนราชการ โดยจุดเริ่มต้นของการใช้ งบประมาณเริ่มจากการของบประมาณไปที่สำนักงานงบประมาณและการเงิน หรือสำนักงานงบประมาณที่ดูแลส่วนราชการ นั้น ๆ เพื่อขออนุมัติเงินตามแผนการใช้จ่ายเงินงบประมาณในระบบ New GFMS Thai ให้กับหน่วยงานเจ้าของงบประมาณ เมื่อหน่วยงานก่องหน้ผูกพันแล้ว ซึ่งระบบบริหารงบประมาณนี้จะเชื่อมโยงกับกระบวนการอื่นๆ ได้แก่ กระบวนการจัดซื้อจัด จ้าง กระบวนการเบิกจ่าย กระบวนการจัดการสินทรัพย์ถาวร และกระบวนการในระบบบัญชีแยกประเภททั่วไปอย่าง สมบูรณ์ โดยระบบ New GFMS Thai จะเชื่อมต่อกับระบบสารสนเทศการงบประมาณ (Budget Information System : BIS) ของสำนักงานงบประมาณ

2.2.2 ระบบการเงินการบัญชีภาครัฐ คือระบบการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลทางการเงินที่เกิดจาก ระบบรับเงิน และจ่ายเงินภาครัฐในการดำเนินงานหรือดำเนินกิจกรรมของส่วนราชการ โดยนำข้อมูลทางการเงินตามประเภทของเงิน ได้แก่ เงินงบประมาณ เงินนอกงบประมาณ และเงินรายได้แผ่นดิน มาวิเคราะห์รายการทางบัญชีเพื่อนำข้อมูลทางการเงิน ดังกล่าวที่เกิดขึ้นมาบันทึกรายการบัญชี โดยจัดทำขึ้นตามมาตรฐานและนโยบายการบัญชีภาครัฐเพื่อนำเสนอรายงาน ทางการเงินให้หัวหน้าส่วนราชการและส่งให้สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินตรวจสอบ (กรมบัญชีกลาง, 2558)

2.2.3 ความสะดวกรวดเร็วและประหยัด ลดภาระและความซ้ำซ้อน ในการจัดทำรายงานด้านงบประมาณ บัญชี การเงิน การคลัง การพัสดุ ประเภทต่าง ๆ ที่ต้องจัดทำส่งส่วนกลาง เนื่องจากส่วนกลางสามารถเรียกดูข้อมูลได้ทันที จากฐานข้อมูลกลางเดียวกัน (สำนักงานโครงการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์, 2547)

2.3 แนวคิดคุณภาพรายงานทางการเงิน

ลักษณะเชิงคุณภาพงบการเงินสำหรับหน่วยงานภาครัฐ ตามแนวทางสำนักมาตรฐานด้านการบัญชีภาครัฐ (2562) หมายถึง คุณสมบัติที่ทำให้ข้อมูลในงบการเงินมีประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงิน ประกอบด้วย ความเข้าใจได้ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความเชื่อถือได้ และการเปรียบเทียบกันได้ (กุลยา จันทะเดช, 2557) มีรายละเอียดดังนี้

2.3.1 ความเชื่อถือได้คือ ข้อมูลที่ไม่มีข้อผิดพลาดที่มีนัยสำคัญ เป็นข้อมูลที่เป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรมซึ่งเป็นข้อมูล ที่ไม่มีความลำเอียงและกำหนดค่าได้อย่างน่าเชื่อถือ การแสดงรายการหรือเหตุการณ์ทางบัญชีต้องแสดงเนื้อหาและความเป็นจริงเชิงเศรษฐกิจ

2.3.2 ความเข้าใจได้คือ ข้อมูลในงบการเงินต้องสามารถเข้าใจได้ทันทีที่ผู้ใช้งบการเงินใช้ข้อมูล

2.3.3 ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ คือ ข้อมูลที่มีประโยชน์ต้องเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้ใช้งบการเงิน ช่วยให้ผู้ใช้งบการเงินสามารถประเมินเหตุการณ์ในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต รวมทั้งยืนยันข้อผิดพลาดของการประเมินผลที่ผ่านมาของผู้ใช้งบการเงินได้

2.3.4 การเปรียบเทียบกันได้ คือ ผู้ใช้สามารถเปรียบเทียบงบการเงินของหน่วยงานในระยะเวลาต่างกันได้ เพื่อคาดคะเนแนวโน้มของฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของหน่วยงานนั้น และต้องสามารถเปรียบเทียบงบการเงิน ระหว่างหน่วยงานเพื่อประเมินฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน และการเปลี่ยนแปลงฐานะการเงิน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามและการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาเพื่อทราบลักษณะโดยทั่วไปของตัวแปรที่เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ข้าราชการตำรวจที่ปฏิบัติงานด้านบัญชีของหน่วยเบิกจ่ายในสังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติ จำนวน 220 หน่วยเบิกจ่าย (1 หน่วยเบิกจ่าย : 1 คน) โดยใช้สูตรการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane คงเหลือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 142 คน

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการศึกษาคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) พัฒนขึ้นจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีรวมถึงเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกำหนดเป็นคำถามปลายปิด และปลายเปิด แบ่งเป็น 5 ตอนดังนี้

(1) ตอนที่ 1 เป็นคำถามแบบ Check list ซึ่งเป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุราชการ ตำแหน่งงาน

(2) ตอนที่ 2 – 4 เป็นคำถามปลายปิด แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแนวคิดของ ลิเคิร์ท (Likert Scale) (ศิริชัย กาญจนวสี และคณะ, 2547) เกี่ยวกับระบบการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลังเกี่ยวกับระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ และเกี่ยวกับคุณภาพรายงานทางการเงิน

(3) ตอนที่ 5 เป็นคำถามปลายเปิด เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับระบบการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลัง และระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง มีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

3.2.1 นำหนังสือแนะนำตัวจากมหาวิทยาลัยส่งถึงหน่วยเบิกจ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.2 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 142 คน โดยการส่งแบบสอบถามในรูปแบบ Google form ให้กับข้าราชการตำรวจที่ปฏิบัติงานด้านบัญชีของหน่วยเบิกจ่ายในสังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติ พร้อมชี้แจงรายละเอียดให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้เข้าใจ และให้กรอกแบบสอบถามภายในเวลาที่กำหนด

3.2.3 นำแบบสอบถามที่ได้รับ ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ที่ได้รับกลับคืนมา จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติ

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบลักษณะโดยทั่วไปของตัวแปรที่เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554) และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประกอบด้วย การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน เขียนรายงานผลข้อมูลจากการศึกษาแปรผลค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ของเบส์ท์และคาร์ห์น คือ

คะแนนเฉลี่ย	4.51 - 5.00	หมายถึง	มีผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.51 - 4.50	หมายถึง	มีผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.51 - 3.50	หมายถึง	มีผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.51 - 2.50	หมายถึง	มีผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.50	หมายถึง	มีผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินน้อยที่สุด

4. สรุปผลการวิจัย

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 89.40 ส่วนใหญ่มีอายุ 18-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.70 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นอัตราร้อยละ 76.06 มีอายุราชการต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นอัตราร้อยละ 65.50 ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งผู้บังคับหมู่ จำนวน 97 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 68.31 รองลงมาอยู่ตำแหน่งรองสารวัตร จำนวน 37 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 26.06 ตำแหน่งสารวัตร จำนวน 6 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 4.23 และน้อยที่สุดอยู่ในตำแหน่งรองผู้กำกับการ จำนวน 2 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 1.40

4.2 ระบบการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลัง

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลระบบการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลัง

ระบบการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลัง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความรู้และประสบการณ์ทางบัญชี	3.60	0.71	มาก
ด้านความรู้และประสบการณ์ทางด้านระบบสารสนเทศ	3.85	0.63	มาก
ด้านสภาพแวดล้อมทางกฎหมาย	4.22	0.61	มาก
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	4.15	0.64	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96	0.65	มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระบบการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลังภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.65) เมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสภาพแวดล้อมทางกฎหมาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.61) รองลงมาคือด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.64) ด้านความรู้และประสบการณ์ทางด้านระบบสารสนเทศ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.63) และน้อยที่สุดคือ ด้านความรู้และประสบการณ์ทางบัญชี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 0.71) ตามลำดับ

4.3 ระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่

ระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านระบบการบริหารงบประมาณภาครัฐ	4.23	0.57	มาก
ด้านระบบการเงินการบัญชีภาครัฐ	4.18	0.63	มาก
ด้านความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดเวลา	4.18	0.65	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.20	0.44	มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.44) เมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านระบบการบริหารงบประมาณภาครัฐ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.57) รองลงมาคือ ด้านระบบการเงินการบัญชีภาครัฐ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.63) และน้อยที่สุดคือ ด้านความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดเวลา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.65) ตามลำดับ

4.4 คุณภาพรายงานทางการเงิน

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพรายงานทางการเงิน

คุณภาพรายงานทางการเงิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความเชื่อถือได้	4.38	0.56	มาก
ด้านความเข้าใจได้	4.13	0.59	มาก
ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	4.10	0.58	มาก
ด้านการเปรียบเทียบกันได้	4.15	0.61	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.19	0.56	มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อคุณภาพรายงานทางการเงินภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.56) เมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเชื่อถือได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.56) รองลงมาคือ ด้านการเปรียบเทียบกันได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.61) ด้านความเข้าใจได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.59) และน้อยสุดคือ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.58) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ตัวแปร	ค่า B	ค่า Sig.	ส่งผลกระทบ
สมมติฐานข้อที่ 1 ระบบการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลังส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเชื่อถือได้	1. ด้านความรู้และประสบการณ์ทางบัญชี	-.077	.261	-
	2. ด้านความรู้และประสบการณ์ทางด้านระบบสารสนเทศ	.073	.333	+
	3. ด้านสภาพแวดล้อมทางกฎหมาย	.533	.000**	+
	4. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	.161	.037*	+
สมมติฐานข้อที่ 2 ระบบการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลังส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเข้าใจได้	1. ด้านความรู้และประสบการณ์ทางบัญชี	.162	.022*	+
	2. ด้านความรู้และประสบการณ์ทางด้านระบบสารสนเทศ	.196	.011*	+
	3. ด้านสภาพแวดล้อมทางกฎหมาย	.249	.001**	+
	4. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	.197	.013*	+
สมมติฐานข้อที่ 3 ระบบการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลังส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	1. ด้านความรู้และประสบการณ์ทางบัญชี	.096	.179	+
	2. ด้านความรู้และประสบการณ์ทางด้านระบบสารสนเทศ	.082	.292	+
	3. ด้านสภาพแวดล้อมทางกฎหมาย	.305	.000**	+
	4. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	.280	.001**	+
สมมติฐานข้อที่ 4 ระบบการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลังส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านการเปรียบเทียบกันได้	1. ด้านความรู้และประสบการณ์ทางบัญชี	.106	.169	+
	2. ด้านความรู้และประสบการณ์ทางด้านระบบสารสนเทศ	.007	.931	+
	3. ด้านสภาพแวดล้อมทางกฎหมาย	.338	.000**	+
	4. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	.313	.000**	+
สมมติฐานข้อที่ 5 ระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเชื่อถือได้	1. ด้านระบบการบริหารงบประมาณภาครัฐ	.531	.000**	+
	2. ด้านระบบการเงินการบัญชีภาครัฐ	.188	.015*	+
	3. ด้านความสะดวก รวดเร็วและประหยัดเวลา	.015	.827	+
สมมติฐานข้อที่ 6 ระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบ	1. ด้านระบบการบริหารงบประมาณภาครัฐ	.284	.001**	+
	2. ด้านระบบการเงินการบัญชีภาครัฐ	.205	.008**	+

สมมติฐาน	ตัวแปร	ค่า B	ค่า Sig.	ส่งผลกระทบ
อิเล็กทรอนิกส์ใหม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเข้าใจได้	3. ด้านความสะดวก รวดเร็วและประหยัดเวลา	.317	.000**	+
สมมติฐานข้อที่ 7 ระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	1. ด้านระบบการบริหารงบประมาณภาครัฐ	.403	.000**	+
	2. ด้านระบบการเงินการบัญชีภาครัฐ	.246	.003**	+
	3. ด้านความสะดวก รวดเร็วและประหยัดเวลา	.111	.141	+
สมมติฐานข้อที่ 8 ระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านการเปรียบเทียบกันได้	1. ด้านระบบการบริหารงบประมาณภาครัฐ	.443	.000**	+
	2. ด้านระบบการเงินการบัญชีภาครัฐ	.147	.122	+
	3. ด้านความสะดวก รวดเร็วและประหยัดเวลา	.117	.180	+

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1-4 พบว่า ปัจจัยระบบการปฏิบัติงานทั้งหมดส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินทุกด้าน ยกเว้นสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า ปัจจัยระบบการปฏิบัติงานด้านความรู้และประสบการณ์ทางบัญชีส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเชื่อถือได้ และการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5-8 พบว่า ปัจจัยระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ทั้งหมดส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05

5. อภิปรายผล

จากการศึกษางานวิจัยเรื่อง ระบบการปฏิบัติงานและระบบการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ซึ่งการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษามีข้ออภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

5.1 เพื่อศึกษาระบบการปฏิบัติงานที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน ผลการศึกษาพบว่า ระบบการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลังด้านความรู้และประสบการณ์ทางบัญชี และด้านความรู้และประสบการณ์ทางด้านการบริหารระบบสารสนเทศ มีผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเข้าใจได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรินทร์ ศิริทรัพย์ (2558) ได้ศึกษาผลกระทบของการใช้ระบบบริการการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ GFMS ที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการรายงานการเงินของหน่วยงานราชการ กรณีศึกษาอำเภอพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยบุคลากร ได้แก่ บุคลากรที่มีความรู้ด้านบัญชีประสบการณ์ทางบัญชี มีความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการรายงานการเงินของหน่วยงานราชการ อยู่ในระดับมาก ณัฐวุฒิ ตันติเศรษฐ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของงบการเงินและประสิทธิภาพในการตัดสินใจของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ความสามารถของระบบสารสนเทศของการบัญชี มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการรายงานทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ Tambingon, Yadiati, & Kewo (2018) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของรัฐบาลท้องถิ่นในประเทศอินโดนีเซีย พบว่า คุณภาพของระบบสารสนเทศทางบัญชีมีผลกระทบต่อคุณภาพของการรายงานทางการเงินของรัฐบาลท้องถิ่นในประเทศอินโดนีเซีย อย่างมีนัยสำคัญ ระบบการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลังด้านสภาพแวดล้อมทางกฎหมายมีผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน ด้านความเข้าใจได้ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และด้านการเปรียบเทียบกันได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชไมพร บัวแก้ว (2564) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อ คุณภาพรายงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในมุมมองของผู้บริหารในเขตภาคใต้ พบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกฎหมายส่งผล

ต่อคุณภาพของมาตรฐานรายงานทางการเงิน ฌมลวรรณ เจนธนสาร (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงาน ระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ (GFMIS) ของกรมปศุสัตว์ พบว่า ด้านการปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมาย (ด้านบัญชี) มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในระบบ GFMIS ซึ่งส่งผลไปถึงคุณภาพรายงานทางการเงิน ที่ได้จากระบบ GFMIS ต่อไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และระบบการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลัง ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร มีผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านการเปรียบเทียบกันได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเข้าใจได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณฐภัทร หงษ์พงษ์ (2560) ที่ได้ศึกษาผลกระทบของ ทักษะทางวิชาชีพที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของผู้ทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและนนทบุรี พบว่า ทักษะทาง วิชาชีพ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน ด้านความ เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจด้านความสามารถเปรียบเทียบ และด้านความสามารถเข้าใจได้ ไพสรณ์ สูงสมบัติ (2564) ได้ศึกษา ทักษะทางวิชาชีพและมาตรฐานในการปฏิบัติงานของนักบัญชีที่มีผลกระทบต่อคุณภาพรายงานงบการเงิน พบว่า ทักษะทาง วิชาชีพ ได้แก่ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับคุณภาพรายงานงบการเงิน อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 เพื่อศึกษาระบบการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ที่มีผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน ผลการศึกษาพบว่า ระบบการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ด้านระบบการบริหารงบประมาณ ภาครัฐ มีผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเข้าใจได้ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และด้านการเปรียบเทียบกันได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พชรินทร์ ศิริทรัพย์ (2558) ได้ศึกษาผลกระทบของการใช้ระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ GFMIS ที่ ส่งผลต่อคุณภาพการรายงานการเงินของหน่วยงานราชการ กรณีศึกษาอำเภอพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยบุคลากร ด้าน ระบบบริหารงบประมาณ ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของหน่วยงานราชการ อยู่ในระดับมาก ระบบการบริหาร การการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ด้านระบบการเงินการบัญชีภาครัฐ มีผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพรายงาน ทางการเงินด้านความเข้าใจได้ และด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมี ผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเชื่อถือได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้อง กับงานวิจัยของณัฐพล เงินสวาท (2562) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบ อิเล็กทรอนิกส์ GFMIS ที่มีผลกระทบต่อคุณภาพรายงานการเงินของส่วนราชการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านระบบการเงิน การบัญชีภาครัฐ มีอิทธิพลต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน ด้านความเชื่อถือได้ และด้านความเข้าใจได้ ที่ระดับนัยสำคัญทาง สถิติ 0.05 และระบบการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ด้านความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดเวลา มีผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเข้าใจได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งขัดแย้งกับ งานวิจัยของ ณัฐพล เงินสวาท (2562) ที่พบว่า ปัจจัยประสิทธิภาพของระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐ (GFMIS) ด้านความสะดวก รวดเร็ว และประหยัด ไม่มีอิทธิพลต่อคุณภาพรายงานการเงินด้านความเข้าใจได้ ของส่วนราชการในเขต กรุงเทพมหานคร

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัย

6.1.1 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอาจใช้วิธีการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) แทนการ วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation coefficient) เนื่องจากจะได้ค่าทดสอบสถิติความสัมพันธ์ที่ สูงขึ้น

6.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

6.2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสำนักงาน ตำรวจแห่งชาติ ในมุมมองของผู้บริหารเพื่อให้ข้อมูลทางการเงินสามารถใช้ประโยชน์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

7. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

7.1 จากผลการศึกษาพบว่า ด้านความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดเวลา ในระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ ไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านการเปรียบเทียบกันได้ ซึ่งอาจเกิดจากคุณภาพรายงานทางการเงินนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดเวลา แต่ขึ้นอยู่กับความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากการประมวลผลของระบบ ดังนั้นแม้ว่าการทำงานของระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่จะมีความรวดเร็วแค่ไหน แต่ก็ไม่ได้ส่งผลไปถึงความคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเชื่อถือได้ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และการเปรียบเทียบได้ของรายงานทางการเงิน

8. กิตติกรรมประกาศ

ค้นคว้าอิสระเล่มนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้เพราะได้รับความกรุณาชี้แนะแนวทาง และให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าอย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิตาภรณ์ สีนจัญญศักดิ์ คณบดีคณะบัญชี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบุญ สารพัด ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ และดร.มัทธิดา กรงเด็น เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ ได้ให้ความรู้และแนวทางในการดำเนินการวิจัยและตรวจแก้ไขข้อบกพร่องมาโดยตลอด ตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อยเป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา บุคคลรอบข้างทุกคนที่คอยช่วยเหลือ ให้กำลังใจ และสนับสนุนในเรื่องต่างๆ ตลอดมา

9. เอกสารอ้างอิง

- กรมบัญชีกลาง. (2558). การปฏิบัติงานในระบบบริหารการเงินการคลัง GFMS. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- _____. (2562). คู่มือองค์ความรู้ด้านการเงินการคลังภาครัฐ : มาตรฐานการบัญชีภาครัฐ. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- _____. (2565). ข่าวสารกรมบัญชีกลาง. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). สถิติสำหรับงานวิจัย: หลักการเลือกใช้เทคนิคทางสถิติในงานวิจัยพร้อมทั้งอธิบายผลลัพธ์ที่ได้ จาก SPSS. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สามลดา.
- _____. (2560). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Window. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: สามลดา.
- กุลยา จันทะเดช. (2557). กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน. *วิชาชีพบัญชี*, 10(29), 62-81.
- ชไมพร บัวแก้ว. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในมุมมองของผู้บริหารในเขตภาคใต้. *Journal of Modern Learning Development*, 8(1), 274-286.
- ณัฐพล เงินสวาท. (2562). ความสัมพันธ์ของการปฏิบัติงานการบริหารการเงินการคลังภาครัฐ แบบอิเล็กทรอนิกส์ (GFMS) ที่มีผลต่อคุณภาพรายงานการเงินของส่วนราชการในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม..
- ณัฐภัทร หงษ์พงษ์. (2565). ผลกระทบของทักษะทางวิชาชีพที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของผู้ทำบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและนนทบุรี. การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ณัฐวุฒิ ตันติเศรษฐ. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของงบการเงินและประสิทธิภาพในการตัดสินใจของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ธมลวรรณ เจนธนสาร. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานระบบบริหารการเงิน การคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ (GFMS) ของกรมปศุสัตว์. การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- นิพันธ์ เห็นโชคชัยชนะ และศิลปพร ศรีจันเพชร. (2550). การสอบบัญชี. กรุงเทพฯ: ทีพีเอ็น เพรส.
- ปิ่นรส มาลากุล ณ อยุธยา. (2546). การพัฒนาระบบราชการไทยการพัฒนางานองค์การและการสร้างองค์การที่เรียนรู้. *สถาบันพระปกเกล้า*, 1(2), 5-13.

- พัชรินทร์ ศิริทรัพย์. (2558). ผลกระทบการใช้ระบบบริการการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ GFMS ที่มีผลต่อคุณภาพการรายงานการเงินของหน่วยงานราชการ กรณีศึกษา อำเภอพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลราชบุรี.
- พิฐวรรณ กิตติคุณ. (2558). การบริหารจัดการภาครัฐ: รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์. กรุงเทพฯ : สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- ไพสรณ์ สูงสมบัติ. (2564). ทักษะทางวิชาชีพและมาตรฐานในการปฏิบัติงานของนักบัญชีที่มีผลกระทบต่อคุณภาพรายงานงบการเงิน. *มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 7(1), 272-284.
- ศรีชัย กาญจนวสี และคณะ. (2547). การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: บุญศิริการพิมพ์.
- ศิริไพร สีนประกอบ. (2560). ผลกระทบของการจัดการความเสี่ยงในระบบ GFMS ที่มีต่อคุณภาพของงบการเงิน กรณีศึกษาส่วนราชการเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ใน *การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 5* (หน้า 234). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). *ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580)*. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2564). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการ (พ.ศ. 2564-2565)*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ.
- สำนักงานโครงการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์. (2547). *โครงการเปลี่ยนระบบการบริหาร การเงินการคลังภาครัฐสู่ระบบ อิเล็กทรอนิกส์ (GFMS)*. กรุงเทพฯ:กรมบัญชีกลาง.
- Tambingon, H. N., Yadiati, W., & Kewo, C. L. (2018). Determinant Factors Influencing the Quality of Financial Reporting Local Government in Indonesia. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 8(2), 262–268. Retrieved from <https://www.econjournals.com/index.php/ijefi/article/view/6160>
- Nirwana, N. and Haliah, H. (2018). Determinant factor of the quality of financial statements and performance of the government by adding contextual factors: Personal factor, system/administrative factor. *Asian Journal of Accounting Research*, 3(1), 28-40. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/AJAR-06-2018-0014>
- Omokonga, S. B. (2014). *The Effect of Integrated Financial Management Information System on the Performance of Public Sector Organization*. Degree of Masters of Science in Business Administration, Unite States International University.

ปัจจัยในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชี ของสำนักงานศาลยุติธรรม

Factors Affecting the Efficiency of Financial and Accounting Operations of The Office of the Judiciary

ชุตินา มากแบน (Chutima Markbaen)¹

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ข้าราชการศาลยุติธรรมหรือพนักงานราชการหรือลูกจ้างที่ปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม จำนวน 400 คน เวลาที่ใช้ในการศึกษา คือ เดือน มีนาคม - กรกฎาคม 2566 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 28 – 30 ปี ตำแหน่ง นักวิชาการเงินและบัญชี ระดับปฏิบัติงาน ปัจจัยในการปฏิบัติงานเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน ด้านทักษะ ด้านความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร และด้านระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศ ประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและการบัญชีของบุคลากรสำนักงานศาลยุติธรรม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสามารถตรวจสอบได้ ด้านเสร็จตามเวลาที่กำหนด ด้านความมีคุณภาพ ด้านความถูกต้องครบถ้วน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยในการปฏิบัติงาน ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านทักษะบัญชี ด้านระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร ด้านประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยในการปฏิบัติงาน ประสิทธิภาพการดำเนินงาน สำนักงานศาลยุติธรรม

Abstract

The study of factors affecting the efficiency of financial and accounting operations of the Office of the Judiciary aimed to study the factors affecting the efficiency of financial and accounting operations of the Office of the Judiciary. The sample used in this research were 400 court officials, or government officials, or employees working in finance and accounting at the Office of the Judiciary. The research instrument was a questionnaire. The study time was from March to July 2023. The statistics used for data analysis were mean, standard deviation, and one-way analysis of variance.

The results of the research revealed that most of the samples were female, aged 28-30 years, working in finance and accounting positions at the operational level. When considering each aspect, it was found that knowledge and understanding, work experience, skills, relationships, and

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม E-mail: chutimamakbaen@gmail.com

communication, as well as systems and information technology were factors in performance. The efficiency of financial and accounting operations of judicial office personnel depends on auditability, timeliness, quality, accuracy, and completeness. The results of the hypothesis testing revealed that the factors of work performance, knowledge and understanding, accounting skills, systems and information technology, relationships and communications, and work experience affected the financial and accounting performance of the Office of the Judiciary with statistical significance at the level 0.01 and with a statistical significance level of 0.05.

Keywords: Operational Factors, Operational Efficiency, the Office of the Judiciary

วันที่รับบทความ : 30 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 23 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 15 สิงหาคม 2566

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ศาลยุติธรรมได้แยกเป็นอิสระจากกระทรวงยุติธรรม ในวันที่ 20 สิงหาคม 2543 โดยมีสำนักงานศาลยุติธรรมเป็นหน่วยงานอิสระ มีฐานะเป็นนิติบุคคลเป็นหน่วยธุรการ และมีเลขาธิการสำนักงานศาลยุติธรรมเป็นผู้บังคับบัญชาขึ้นตรงต่อประธานศาลฎีกา ในการแต่งตั้งเลขาธิการสำนักงานศาลยุติธรรมต้องมาจากการเสนอของประธานศาลฎีกา และได้รับความเห็นชอบของคณะกรรมการตุลาการศาลยุติธรรม เมื่อได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตุลาการศาลยุติธรรมแล้ว ให้ประธานศาลฎีกาเป็นผู้มีอำนาจสั่งบรรจุ และดำเนินการเพื่อทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งต่อไป ซึ่งเลขาธิการสำนักงานศาลยุติธรรมต้องแต่งตั้งจากบุคคลที่โอนมาจากตุลาการ พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการศาลยุติธรรม พ.ศ. 2543 มาตรา 23 กำหนดให้ข้าราชการตุลาการผู้นั้นพ้นจากข้าราชการตุลาการ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวถือเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของศาลยุติธรรม ทั้งนี้ด้วยเจตนารมณ์เพื่อให้ศาลยุติธรรมมีความเป็นอิสระอย่างแท้จริงให้สามารถดูแลและคานกับอำนาจนิติบัญญัติและอำนาจบริหารได้อย่างเหมาะสม

สำนักงานการคลัง มีหน้าที่ดำเนินการเกี่ยวกับนโยบายการเงิน การบัญชี ทั้งเงินในงบประมาณ เงินนอกงบประมาณ และเงินในคดีของศาลยุติธรรมและสำนักงานศาลยุติธรรม ดำเนินการเกี่ยวกับการเงินในงบประมาณ เงินนอกงบประมาณ และเงินในคดีของศาลยุติธรรมและสำนักงานศาลยุติธรรม ดำเนินการเกี่ยวกับการบัญชีของศาลยุติธรรมและสำนักงานศาลยุติธรรม จัดทำรายงานการเงินรวมและดำเนินการเกี่ยวกับการรายงานทางการเงินของศาลยุติธรรมและสำนักงานศาลยุติธรรม จัดทำงบการเงินรวมของสำนักงานศาลยุติธรรม บริหารและควบคุมการรับ - จ่ายเงินในงบประมาณและเงินนอกงบประมาณ จัดทำและดำเนินการเกี่ยวกับการเงินและบัญชีในฐานะหน่วยเบิกจ่าย ดำเนินการเกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และหลักเกณฑ์ด้านการเงินและบัญชีของเงินในงบประมาณ เงินนอกงบประมาณ และเงินในคดีของศาลยุติธรรมและสำนักงานศาลยุติธรรม ส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินการ และการพัฒนาบุคลากรด้านการเงินและบัญชีแก่หน่วยงานในสังกัดสำนักงานศาลยุติธรรม ดำเนินการทางบัญชีเกี่ยวกับการโอนทรัพย์สินระหว่างกันของหน่วยงานลักษณะพิเศษ ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย (สำนักงานศาลยุติธรรม, 2563)

การทำงานของการเงินและการบัญชีนั้น ต้องมีการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและมีความรอบคอบตลอดเวลา เพื่อความถูกต้องของการทำงานบัญชีซึ่งมีนักวิชาการที่ได้กล่าวถึงเกี่ยวกับประสิทธิภาพไว้ว่า บุญทัน ดอกไธสง และเอ็ดสาร์ธูมิ (2528) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจะทำให้องค์การมีประสิทธิภาพได้นั้น พนักงานจะต้องมีจิตอุทิศเพื่อการทำงานอย่างเต็มที่ (ฉันทะ) มีความขยันหมั่นเพียรอย่างเต็มที่ (วิริยะ) มีความมุ่งมั่นในงาน ทำงานอะไรก็ทำให้สำเร็จ

ไม่หยิบหย่อง ทำงานประณีต นั่น คือ ทำงานโดยไม่ผิดพลาดซึ่งมีสติควบคุมตลอดเวลา (จิตตะ) และมีการไตร่ตรองงานนั้น ๆ ว่าดีหรือเลวอย่างไร (วิมังสา) ซึ่งนับได้ว่าการทำงานการเงินและบัญชีนั้นต้องมีความรู้ที่อยู่พอสมควรที่จะทำให้งานออกมาได้อย่างดีจนถึงที่สุด ในกระทรวงยุติธรรมผู้จัดทำยังมีข้อบกพร่องในการทำงานการเงินและการบัญชีอยู่พอสมควร ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นย่อมมาจากบุคคลกรของการทำงานและการคลัง ดังนั้น ผู้วิจัยอยากจะทราบถึงการทำงานของการทำงานการเงินและบัญชีในเรื่องของการทำงานที่มีประสิทธิภาพของสำนักงานยุติธรรม เพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยไปประกอบการทำงานภายในอนาคตต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1) ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีและการเงิน
- 2) ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับทักษะบัญชี
- 3) ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 4) ศึกษาคู่มือการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม
- 5) ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ข้าราชการศาลยุติธรรมหรือพนักงานราชการหรือลูกจ้างที่ปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม จำนวน 400 คน โดยอาศัยแนวคิดการคำนวณกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Taro Yamane (1973)

1.3.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

- 1) ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ปัจจัยในการปฏิบัติงาน ได้แก่
 - 1.1) ด้านความรู้ความสามารถ
 - 1.2) ด้านทักษะการบัญชี
 - 1.3) ด้านระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศ
 - 1.4) ด้านความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร
 - 1.5) ด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน
- 2) ตัวแปรตาม ประกอบด้วย ประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม ได้แก่ ด้านความถูกต้องครบถ้วน ด้านเสร็จตามเวลาที่กำหนด ด้านสามารถตรวจสอบได้ ด้านความมีคุณภาพ

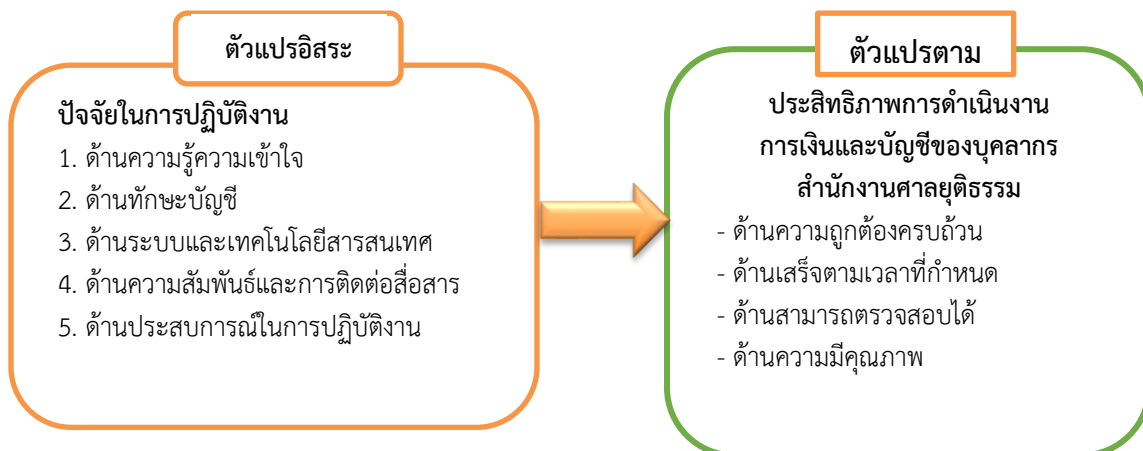
1.3.4 ขอบเขตระยะเวลา

การดำเนินการวิจัยเริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึงเดือนกรกฎาคม 2566

1.4 สมมติฐานการวิจัย

- 1.4.1. ปัจจัยในการปฏิบัติงานมีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม ด้านความถูกต้องครบถ้วน
- 1.4.2. ปัจจัยในการปฏิบัติงานมีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม ด้านเสร็จตามเวลาที่กำหนด
- 1.4.3. ปัจจัยในการปฏิบัติงานมีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม ด้านสามารถตรวจสอบได้
- 1.4.4. ปัจจัยในการปฏิบัติงานมีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม ด้านความมีคุณภาพ

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

2. แนวคิดทฤษฎี

การวิจัยเรื่องนี้ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีและการเงิน

2.1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน

จันทราณี สงวนนาม (อ้างถึงใน ปัญญาภา อัครนิบุตร , 2565) ได้ให้ความหมายไว้ว่า แรงจูงใจมีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการ (Needs) แรงขับ (Drivers) ซึ่งเกิดขึ้นภายในตัวบุคคล ส่วนเครื่องล่อหรือสิ่งที่มีการจูงใจ (Incentives) เกิดจากการจูงใจภายนอก เช่น การให้รางวัลหรือสิ่งตอบแทน เป็นต้น เมื่อบุคคลเกิดความต้องการทำให้เกิดแรงขับ แรงขับที่เกิดขึ้นจะไปกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา ด้วยการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะแสดงพฤติกรรมเพื่อสนองความต้องการ โดยสามารถเรียงลำดับได้ 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs)
2. ความต้องการด้านความปลอดภัย (Safety Needs)
3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs)
4. ความต้องการยกย่องและยอมรับนับถือ (Esteem Needs)
5. ความต้องการความสมหวังในชีวิต (Self-Actualization Needs)

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับความหมายของประสิทธิภาพการจัดทำบัญชี

ไศรยา บุตรอินทร์ และคณะ (2561) ได้กล่าวว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางการเงิน (Efficiency of accounting practice) เป็นความสามารถในการปฏิบัติให้มีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ซึ่งการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพจะต้องประกอบด้วยการทำงานต้องเชื่อถือได้ งานสำเร็จทันเวลา และผลงาน ได้มาตรฐาน มีการสรุปองค์ประกอบด้วย 4 อย่าง ได้แก่

1. คุณภาพของงาน (Quality) จะต้องมีคุณภาพสูง คือ ผู้ผลิตและผู้ใช้ได้ประโยชน์คุ้มค่าและความพึงพอใจ ผลการทำงานมีความถูกต้องได้มาตรฐานรวดเร็ว นอกจากนี้ผลงานที่มีคุณภาพควรก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและสร้างความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้มารับบริการ

2. ปริมาณงาน (Quantity) ของงานที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นไปตามความคาดหวังของหน่วยงาน โดยผลงานที่ปฏิบัติได้มีปริมาณที่เหมาะสมตามที่กำหนดในแผนงานหรือเป้าหมายที่บริษัทวางไว้และควรมีการวางแผนบริหารเวลาเพื่อให้ได้ปริมาณงานตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

3. เวลา (Time) คือ เวลาที่ใช้ในการดำเนินงานจะต้องอยู่ในลักษณะที่ถูกต้องตามหลักการเหมาะสมกับงานและทันสมัยมีการพัฒนาเทคนิคการทำงานให้สะดวกรวดเร็วขึ้น

4. ค่าใช้จ่าย (Cost) เป็นการดำเนินงานทั้งหมดจะต้องเหมาะสมกับงานและวิธีการ คือ จะต้องลงทุนน้อย และได้ผลกำไรมาก

2.1.3 แนวความคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานการเงินและบัญชี

รัตนา เนตรทัศน์ (2565) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นการบริหารที่ดีทั้ง 4 ประการ ได้แก่ การบริหารงานบุคคล (Man) การบริหารงานการเงิน (Money) การบริหารงานวัสดุ (Materials) และการจัดการที่ดี (Management) การบริหารด้านการเงินเป็นการบริหารที่อยู่ในกรอบมากกว่าด้านอื่น เพราะการเงินต้องอ้างอิง กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ การบริหารการเงินที่อยู่นอกกรอบย่อม ซึ่งมีขั้นตอนและขอบเขตงาน ดังต่อไปนี้

เบิกเงิน ตามระเบียบการเบิกจ่ายเงินจากคลัง การเก็บรักษาและการนำเงินส่งคลัง พ.ศ. 2551 ซึ่งงานการเงิน มีหน้าที่และรับผิดชอบตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ได้รับอนุมัติการจัดสรรเงินงบประมาณประจำปี
2. รับแจ้งการโอนเงินงบประมาณประจำงวด ตรวจสอบเงินในระบบ GFMSIS บันทึกให้ผู้บังคับบัญชาทราบและแจ้งผู้ที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งแจ้งกลุ่มนโยบายและแผนเพื่อทราบ และลงทะเบียนคุมเงินประจำงวด
3. รับเอกสารหลักฐานจากกลุ่มงานในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัด ที่รับผิดชอบเงินตามโครงการ

4. ตรวจสอบเอกสารหลักฐาน เสนอขออนุมัติเบิกจ่ายต่อศึกษาธิการจังหวัด
5. ดำเนินการเบิกเงินในระบบ GFMSIS ลงทะเบียนคุมเอกสารขอเบิกเงิน (ฎีกา)
6. ตรวจสอบการอนุมัติเอกสารเบิกเงินจากคลังจังหวัดและกรมบัญชีกลาง โอนเงินเข้าบัญชีเงินกระแสรายวันของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัด

7. จัดทำบันทึกขออนุมัติส่งจ่ายเงินให้กับผู้มีสิทธิรับเงิน โดยเขียนเช็คส่งจ่าย หรือ KTB Corporate Online

8. กรณีไม่จ่ายตรง ส่งจ่ายเช็คให้กับห้าง / ร้าน / บริษัท หรือผู้มีสิทธิ
9. รวบรวมหลักฐานและเอกสาร ประกอบฎีกาการเบิกจ่าย/ใบสำคัญ ส่งให้เจ้าหน้าที่บัญชีบันทึกรายการขอจ่าย (ขจ.) ในระบบ GFMSIS

10. จัดทำรายงานรับ - จ่ายเงิน พร้อมงบเดือน ประจำเดือน

11. เก็บหลักฐานทางการเงิน พร้อมส่งให้กับหน่วยตรวจสอบ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม รูปแบบการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชี โดยเน้นศึกษาค้นคว้าจาก บทความ ตำรา เอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง และผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามใช้แบบสอบถามออนไลน์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการใช้สถิติพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งมีรายละเอียดวิธีการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ข้าราชการศาลยุติธรรม พนักงานราชการและลูกจ้างที่ปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม ซึ่งสำนักงานศาลยุติธรรม มีศาลทั่วประเทศทั้งหมดจำนวน 274 ศาล (ไม่นับรวม 9 ศาลสาขา) จำนวนคนรวมทั้งหมด 645 คน โดยใช้วิธีการคำนวณจากสูตรของ Yamane มีความเชื่อมั่น 95% กำหนดความคลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน เพื่อความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล และเพื่อความแม่นยำในการวิเคราะห์สมมติฐาน ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัย สร้างขึ้นเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม ซึ่งมีลักษณะของแบบสอบถามที่เป็นลักษณะแบบสอบถามปลายปิด ที่กำหนดไว้ให้ผู้ตอบเลือกตอบ และคำถามปลายเปิดที่ให้ผู้ตอบโดยแบบสอบถามประกอบไปด้วย 3 ส่วน มีองค์ประกอบ ดังนี้

3.2.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของแบบสอบถามจะเป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Closed Ended Question) มีตัวเลือกให้เลือกตอบ (Multiple Choice) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่ง และระดับ

3.2.2 ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการปฏิบัติงาน ลักษณะของแบบสอบถามจะเป็นลักษณะข้อจำกัดของงานวิจัย

3.2.3 ส่วนที่ 3 ระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและการบัญชีของบุคลากรสำนักงานศาลยุติธรรม ลักษณะของแบบสอบถามจะเป็นลักษณะปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ และกำหนดค่าคะแนนของช่วงน้ำหนักเป็น 5 ระดับ มีความหมายดังนี้

5	หมายถึง	มีระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานมากที่สุด
4	หมายถึง	มีระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานมาก
3	หมายถึง	มีระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานปานกลาง
2	หมายถึง	มีระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานน้อย
1	หมายถึง	มีระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานน้อยที่สุด

ดังนั้น ชั้นระดับคะแนนจึงเท่ากับ 0.8 มีเกณฑ์การแปลความตามงานวิจัย ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายความว่า	อยู่ในประสิทธิภาพการดำเนินงานมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายความว่า	อยู่ในประสิทธิภาพการดำเนินงานมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายความว่า	อยู่ในประสิทธิภาพการดำเนินงานปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายความว่า	อยู่ในประสิทธิภาพการดำเนินงานน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายความว่า	อยู่ในประสิทธิภาพการดำเนินงานน้อยที่สุด

3.2.4. ส่วนที่ 4 ส่วนที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นว่าปัจจัยใดนอกเหนือจากที่กล่าวในแบบสอบถามมีผลต่อการปฏิบัติงาน

3.3 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยบรรลุวัตถุประสงค์และเกิดประสิทธิภาพนั้น ผู้วิจัยจึงแบ่งเป็นกระบวนการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรมทั้งในและต่างประเทศ เพื่อใช้ในการกำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขตของการศึกษา

2. กำหนดขอบเขตหรือนิยามตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรมเพื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาขอบเขตงานวิจัยนำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ และให้คำแนะนำ จากนั้นนำมาแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Content Validity) แล้ววิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือโดยหาค่าดัชนีความ

สอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruency) เพื่อตรวจสอบถึงความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity)

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaires) ทั้งปลายปิดและปลายเปิด โดยมีวิธีการและขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

3.4.1 จัดเตรียมแบบสอบถามและทำการจัดส่งแบบสอบถามทางออนไลน์ หรือ Email (Mailed Questionnaire) ให้แก่ ข้าราชการศาลยุติธรรม พนักงานราชการและลูกจ้างที่ปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม

3.4.2 รวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ เพื่อดำเนินการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลสรุปเป็นแนวทางเบื้องต้น

3.4.3 ออกภาคสนาม เพื่อทำการเก็บแบบสอบถามที่ได้แจกแบบสอบถามให้กลับกลุ่มตัวอย่าง

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้รับจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม มาประมวลผลของข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ โดยจัดเรียงข้อมูลในโปรแกรม Excel และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการแจกแจงและอธิบายลักษณะของปัจจัยด้านส่วนบุคคลของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) โดยแสดงในรูปตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.2 การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equations Modeling –SEM) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) เพื่อประเมินความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์การวิเคราะห์เส้นทาง และการทดสอบสมมติฐาน

4. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม และผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 การแสดงค่าจำนวน และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	140	35.0
หญิง	260	65.0
อายุ		
23 – 27 ปี	120	30.0
28 – 30 ปี	196	49.0
31 ปีขึ้นไป	84	21.0
ตำแหน่ง		
นักวิชาการเงินและบัญชี	161	40.3
นักวิชาการพัสดุ	143	35.8
เจ้าพนักงานการเงินและบัญชี	67	16.8

อื่นๆ.....	29	7.3
ระดับ		
ปฏิบัติงาน	118	29.5
ชำนาญงาน	85	21.3
ปฏิบัติการ	67	16.8
ชำนาญการ	83	20.8
ชำนาญการพิเศษ	47	11.8
รวม	400.0	100.0

จากตารางที่ 4.1 ผลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า เป็นเพศหญิง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมา เพศชาย 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 อายุ 28 – 30 ปี จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมา 23 – 27 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และ 31 ปีขึ้นไป จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 ตำแหน่ง นักวิชาการเงินและบัญชี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา นักวิชาการพัสดุ จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 เจ้าพนักงานการเงินและบัญชี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และ อื่น ๆ (เจ้าหน้าที่ชั่วคราว, แม่บ้าน, รปภ.) จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และ ระดับปฏิบัติงาน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมา ชำนาญงาน จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ชำนาญการ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ปฏิบัติการ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และ ชำนาญการพิเศษ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการปฏิบัติงาน

ตารางที่ 4.2 การแสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยในการปฏิบัติงานโดยรวม

ปัจจัยในการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	S.D	แปลค่า
ด้านความรู้ความเข้าใจ	4.07	0.617	มาก
ด้านทักษะบัญชี	4.03	0.488	มาก
ด้านระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศ	3.86	0.633	มาก
ด้านความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร	3.90	0.663	มาก
ด้านประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน	4.04	0.513	มาก
รวม	3.98	0.532	มาก

จากตารางที่ 4.2 ผลของการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการปฏิบัติงาน โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D = 0.532) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความรู้ความเข้าใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D = 0.617) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการฝึกอบรมก่อนที่จะได้ลงมือในการปฏิบัติงานจริง และเข้าใจขั้นตอนในการปฏิบัติงานและไม่มีความยุ่งยากซับซ้อนในแต่ละขั้นตอน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.513) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีทักษะด้านบัญชีการเงินและบัญชีบริหาร อยู่ในระดับมากที่สุด, ด้านทักษะบัญชี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.488) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความสามารถในการนำความรู้บัญชีไปประยุกต์ใช้ในโปรแกรมบัญชีได้อย่างมีความถูกต้องตามหลักของวิชาการ อยู่ในระดับมากที่สุด, ด้านความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.663) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สามารถปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่นที่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน อยู่ในระดับมากที่สุด

และด้านระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.633) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีประสบการณ์ในการคิดวิเคราะห์ แยกแยะ เกี่ยวกับงานบัญชี อยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลงมาตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและการบัญชีของบุคลากรสำนักงานศาลยุติธรรม

ตารางที่ 4.3 การแสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและการบัญชีของบุคลากรสำนักงานศาลยุติธรรม โดยรวม

ประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและการบัญชีของ บุคลากรสำนักงานศาลยุติธรรม	$\bar{X}$	S.D	แปลค่า
ด้านความถูกต้อง	3.86	0.635	มาก
ด้านเสร็จตามเวลาที่กำหนด	4.00	0.601	มาก
ด้านสามารถตรวจสอบได้	4.10	0.538	มาก
ด้านความมีคุณภาพ	3.86	0.653	มาก
รวม	3.95	0.569	มาก

จากตารางที่ 4.3 ผลของการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและการบัญชีของบุคลากรสำนักงานศาลยุติธรรม โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D = 0.569) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสามารถตรวจสอบได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D = 0.538) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการนำข้อมูลที่ดีและมีความถูกต้องที่มีความแม่นยำสูง อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านเสร็จตามเวลาที่กำหนด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.601) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความสามารถในการทำงานที่เยอะและรวดเร็วภายในเวลาเดียวกัน อยู่ในระดับมากที่สุด, ด้านความมีคุณภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.653) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความโปร่งใสในการทำงานบัญชี อยู่ในระดับมากที่สุด, มีด้านความถูกต้อง อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีการพิจารณาเปรียบเทียบประโยชน์ที่จะได้รับจากการนำเสนอรายงานที่มีความทันต่อเวลากับความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.635) เรียงลงมาตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.4 สรุปผลทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ตัวแปร	มีผล
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยในการปฏิบัติงานมีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม ด้านความถูกต้องครบถ้วน	1. ด้านความรู้ความเข้าใจ	ไม่มีผล
	2. ด้านทักษะบัญชี	+
	3. ด้านระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศ	+
	4. ด้านความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร	+
	5. ด้านประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน	+
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยในการปฏิบัติงานมีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม ด้านเสร็จตามเวลาที่กำหนด	1. ด้านความรู้ความเข้าใจ	+
	2. ด้านทักษะบัญชี	+
	3. ด้านระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศ	+
	4. ด้านความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร	+
	5. ด้านประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน	+
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยในการปฏิบัติงานมีผลต่อประสิทธิภาพ	1. ด้านความรู้ความเข้าใจ	+
	2. ด้านทักษะบัญชี	+

การดำเนินงานการเงินและบัญชี ของสำนักงานศาลยุติธรรม ด้าน สามารถตรวจสอบได้	3. ด้านระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศ 4. ด้านความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร 5. ด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	+ + ไม่มีผล
สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยในการ ปฏิบัติงานมีผลต่อประสิทธิภาพ การดำเนินงานการเงินและบัญชี ของสำนักงานศาลยุติธรรม ด้าน ความมีคุณภาพ	1. ด้านความรู้ความเข้าใจ 2. ด้านทักษะบัญชี 3. ด้านระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศ 4. ด้านความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร 5. ด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	+ ไม่มีผล + + ไม่มีผล

5. อภิปรายผล

ปัจจัยในการปฏิบัติงาน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความรู้ความเข้าใจ มาเป็นอันดับแรก เนื่องจากการทำงานเกี่ยวกับบัญชีนั้น ต้องมีการทำความเข้าใจเกี่ยวกับด้านการบัญชีก่อนที่จะลงมือปฏิบัติของจริง เป็นไม่ได้ว่านักบัญชีนั้นถ้าไม่มีความรอบคอบของการทำงานงานบัญชี ตัวเลขของเลขบัญชีจะมีความเที่ยงตรงต่อ ผลกระทบยอดเมื่อถึงระยะเวลาของสิ้นเดือน รองลงมา ด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ด้านทักษะบัญชี ด้านความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร และลำดับสุดท้ายคือด้านระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ งานวิจัยของ กานดา แซ่หลิว (2560) ได้ศึกษาเรื่อง “ศักยภาพทางการบัญชีมีผลต่อความสำเร็จ ในการปฏิบัติงานของ นักบัญชีในจังหวัดสมุทรปราการ” ผลการศึกษาพบว่า ด้านความรู้ ในวิชาชีพ รองลงมาด้านทักษะทางวิชาชีพ ด้านคุณค่า แห่งวิชาชีพ ด้านจรรยาบรรณในวิชาชีพ และด้านเจตคติ มีผลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานโดยรวม

ประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและการบัญชีของบุคลากรสำนักงานศาลยุติธรรม ด้านสามารถตรวจสอบ ได้ มาเป็นอันดับแรก เนื่องจากการ ทำงานเกี่ยวกับบัญชีต้องความสามารถที่จะตรวจสอบได้ ต้องมีความถูกต้อง และ น่าเชื่อถือ นอกจากนี้การทำงานบัญชีต้องมีความระมัดระวังในเรื่องของตัวเลข การตรวจสอบก่อนลงบันทึกในสมุดบัญชี ก่อนที่จะทำการปิดบต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องให้ถูกต้องที่สุด รองลงมา ด้านเสร็จตามเวลาที่กำหนด ด้านความ มีคุณภาพ ด้านความถูกต้องครบถ้วน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไอลดา ศรีมานนท์ (2561) ศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างความเชี่ยวชาญทางการบัญชีสมัยใหม่กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการศึกษา พบว่า นักบัญชีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับด้าน การทำงานต้องเชื่อถือได้ เนื่องจากว่า การทำงานด้านบัญชีต้องมีความน่าเชื่อถือและสอดคล้องกับงานที่ทำ ไม่ใช่ว่า การลงบัญชีต้องมีการลงตัวเลขตามที่เรากำลังต้องการที่จะลง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

ปัจจัยในการปฏิบัติงาน ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านทักษะบัญชี ด้านระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร ด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงิน และบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม ด้านความถูกต้องครบถ้วน ด้านเสร็จเวลาที่กำหนด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 และอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากการทดสอบสมมติฐานเป็นไปตามที่ การปฏิบัติงานของบัญชีได้มีการบัญชีไว้แล้ว ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของพิมพ์พิศา วรรณวิจิตร และ ปวีณา กองจันทร์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตในจังหวัด พบว่า ด้านทักษะบัญชี ด้านระบบและเทคโนโลยี ด้านความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารและด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 เปอร์เซนต์ และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัสนทิ นุ่มประเสริฐ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการดำเนินงานการเงินและบัญชีของหน่วยงานทหารในกรุงเทพมหานคร พบว่า แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านจงใจในการปฏิบัติงาน ในภาพรวมส่งผลต่อประสิทธิภาพของ การดำเนินงานการเงินและบัญชีของหน่วยงานทหาร ในกรุงเทพมหานครทุกด้านที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยครั้งนี้

6.1.1 ปัจจัยในการปฏิบัติงาน พบว่า ด้านระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศ นำเข้ามาใช้ประยุกต์กับการลงบัญชี มีค่อนข้างที่น้อยมาก อาจจะเป็นเพราะว่าลงบัญชีจำเป็นที่จะต้องลงเป็นมือนมากกว่าที่จะลงในระบบสารสนเทศ ดังนั้น การที่จะทำให้ระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีส่วนร่วมมากที่สุ่นั้น ต้องมีการพัฒนาโปรแกรมเกี่ยวกับการลงบัญชีให้มีประสิทธิภาพและมีความปลอดภัย

6.1.2 ประสิทธิภาพการดำเนินงานการเงินและการบัญชีของบุคลากรสำนักงานศาลยุติธรรม พบว่า ด้าน ความถูกต้อง และด้านความมีคุณภาพ การลงบัญชีในบางครั้งมีความผิดพลาดเกี่ยวกับตัวเลขนับได้ว่าความถูกต้องมีความคลาดเคลื่อนและไม่เหมาะสม เท่าที่จะเป็น ดังนั้น พนักงานบัญชีลงตัวเลขแต่ละครั้งต้องมีความพร้อมทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ เพราะการที่จะลงตัวเลขต้องถูกต้องและเหมาะสมอย่างถึงที่สุด

6.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

6.2.1 ควรมีการศึกษาผลกระทบหรือปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ผลกระทบจากการดำเนินงานของนักบัญชี การเงิน และบัญชีของสำนักงานศาลยุติธรรม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนทิศทางการปฏิบัติงานของนักบัญชี

6.2.2 ควรที่จะศึกษาเชิงคุณภาพที่ทำการสอบถามแก่ระดับผู้บริหารในสำนักงานยุติธรรมที่ฝ่ายอื่น อาทิ ฝ่ายการคลัง เป็นต้น

7. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้ที่ได้จากการทำงานวิจัยนั้นก็คือ การทำงานของงานการเงินและบัญชีของสำนักงานยุติธรรมที่ได้ การทำงานคือความถูกต้องของการทำงานบัญชี เนื่องจากว่าการทำงานของบัญชีต้องมีความละเอียดและรอบคอบอยู่ ทุนเดิมอยู่แล้ว แต่การที่ความถูกต้องของการทำงานบัญชีส่วนใหญ่จะไม่ค่อยมีหลักการในการทำงาน ดังนั้น การมีความถูกต้องจึงเป็นหลักการใหม่ที่ไม่เคยมีมาเลยทีเดียว

8. เอกสารอ้างอิง

- กานดา แซ่หลิว (2560). ศักยภาพทางการบัญชีมีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชีในจังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ทิพาดี เมฆสุวรรณ. (2562). การส่งเสริมประสิทธิภาพในระบบราชการ. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.
- บุญทัน ดอกไธสง และเอ็ด สารภูมิ. (2528). การบริหารเชิงพุทธ. กรุงเทพฯ : บพิธการพิมพ์
- ปัญญาภา อัครนิบุตร. (2565). แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการท างานของพนักงาน บริษัทรัฐวิสาหกิจ ให้บริการ ด้านท่าอากาศยาน Generation Y. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- พิมพ์พิศา วรรณวิจิตร และ ปวีณา กองจันทร์ (2560, มกราคม –เมษายน). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต ในจังหวัดมหาสารคาม. Veridian E-Journal,Silpakorn University.
- ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 10(1), 1926-1941.
- ภัสสนี นุ่มประเสริฐ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการดำเนินงานการเงินและบัญชี ของหน่วยงานทหารกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- รัตน เนตรทัศน์. (2565). คู่มือปฏิบัติงานการเงิน บัญชีและพัสดุ. ค้นเมื่อ 17 สิงหาคม 2566, จาก <https://office2021.ksed.go.th/wp-content/uploads/2021/06/1.1.pdf>.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2544). ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไศรยา บุตรอินทร์และคณะ. (2561). ผลกระทบของการเรียนรู้มาตรฐานการบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**, 4(33), 118-129.

สำนักงานศาลยุติธรรม. (2563). สำนักงานแผนงบประมาณ. ค้นเมื่อ 10 เมษายน 2566, จาก <https://oppb.coj.go.th/th/page/item/index/id/4>.

สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2560). **ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไอลดา ศรีमानนท์ (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างความเชี่ยวชาญทางการบัญชีสมัยใหม่กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

Taro Yamane. (1973). **Statistics: an introductory analysis**. New York: New York: Harper & Row.

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ด พัฒนตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย โดยใช้แนวคิด BCG การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสร้างมูลค่าเพิ่ม

The Development of Mushroom Processing and Packaging Branding Development in Nong Bua Sub-district, Phu Ruea District, Loei Province by BCG Model for an Efficient Use of Resources and Creating Added Value

เหมวดี ภัยใหญ่¹ (Hemwadee Kaiyai) สกุนไทย ป้อมมะรัง² (Sakunthai Pommarang)
พลกร วงศ์ลา (Palakorn Wongla)³ กาญจนา ศรีบุรินทร์ (Kanjana Sriburin)⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดบ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ด พัฒนตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์สินค้าแทนเห็ด 2) เพื่อพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์แทนเห็ดของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดแบบมีส่วนร่วม 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์แทนเห็ดของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมวิธี โดยประชากร คือ สมาชิกกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด จำนวน 32 คน มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ และกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แทนเห็ด จำนวน 250 คน ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยการหาขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดเกิดปัญหาต่อต้นทุนการปลูกเห็ด และยังไม่มีการแปรรูปเห็ดเพื่อลดปัญหาของเสีย ไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม และต้องการความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ 2) จากปัญหาดังกล่าว คณะผู้วิจัยได้นำแนวคิด BCG (Bio-Circular-Green Economy) ในการจัดการทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการถ่ายทอดความรู้การแปรรูปแทนเห็ดเพื่อให้เก็บได้นานและจำหน่าย นอกจากนี้ยังมีการถ่ายทอดวิธีการสร้างตราสินค้าของกลุ่มให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไป ซึ่งสมาชิกได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นที่มีต่อตราสินค้า โดยใช้ชื่อ “แทนเห็ด 3 สหายภูเรือ” สื่อสารถึงความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม และมีการจำหน่ายแก่ประชาชนทั่วไป 3) จากผลการสำรวจพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ “แทนเห็ด 3 สหายภูเรือ” โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์, การพัฒนาบรรจุภัณฑ์, ตราสินค้า, การแปรรูปเห็ด, แทนเห็ด, BCG Model

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the problems and needs of the mushroom farmer group of Ban Nong Bong, Nong Bua Sub-district, Phu Ruea District, Loei Province in terms of mushroom processing product development, brand development, and product packaging of naem mushroom products, 2) to develop brand and packaging of mushroom farmer groups with participation, and 3) to

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย E-mail; kaiyai.lru@gmail.com

² สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย E-mail; sakunthai.pom@lru.ac.th

³ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย E-mail; palakorn.pom@gmail.com

⁴ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย E-mail; kanjana_pumpim@hotmail.co.th

assess consumer satisfaction towards the product and packaging of mushroom farmer groups. The research methodology used a mixed-method approach. The population consisted of 32 mushroom farmers group members who participated in the opinions of the brand and its packaging and a sample of 250 consumers on the product and packaging of the mushroom naem mushroom product and its packaging. The sample size was determined by sampling at a confidence level of 95% using convenience sampling techniques. The research tools were interviews and questionnaires. Descriptive and statistical data analysis used were percentage, mean, and standard deviation.

The results revealed that 1) The mushroom farmers faced cost-related problems and lacked processing methods to reduce waste. The group also lacked unique branding and packaging and sought knowledge and understanding to increase the value of their products. 2) To address these issues, the researchers applied the BCG (Bio-Circular-Green Economy) concept to manage resources efficiently and create added value through the dissemination of knowledge on mushroom processing and long-term storage for distribution. The researchers also aimed to promote the group's branding to the general public. Members actively participated in expressing their opinions on the branding with the name "Nem Het 3 Sahay Phu Ruea" and promoted the product to the general public. 3) The survey results showed that consumers were highly satisfied with the "Nem Het 3 Sahay Phu Ruea" products and packaging overall.

Keywords: Product Development, Packaging, Branding, Mushroom Processing, BCG Model

วันที่รับบทความ : 30 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 18 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 23 สิงหาคม 2566

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การกำหนดทิศทางของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 ให้ประเทศสามารถก้าวข้ามความท้าทายต่างๆ เพื่อให้ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนเป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ตามยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี โดยได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ได้แก่ ภาคประชาชน ภาคธุรกิจ และภาครัฐ โดยเอาความต้องการของชุมชนเป็นที่ตั้งและร่วมกันบริหาร หรือการกระจายอำนาจ เพื่อให้ผู้ประกอบการสร้างรายได้จากการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชน ที่คอยขับเคลื่อน กระบวนการผลิต สร้างผลิตภัณฑ์ในชุมชนให้มีคุณภาพมีมาตรฐาน มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยได้รับนโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิด ด้วยเศรษฐกิจ BCG (U2T For BCG) ปี พ.ศ. 2565 จากกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม โดยมองปัญหาในชุมชนเป้าหมายซึ่งคณะผู้วิจัยเห็นปัญหาของพื้นที่เป้าหมาย คือ หมู่บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย โดยบ้านหนองบง เป็นหมู่บ้านที่มีอาชีพหลัก ๆ คือการปลูกเห็ด (ฟาร์มเห็ด) เป็นส่วนมาก อาทิเช่น เห็ดหอม เห็ดนางฟ้า เห็ดหูหนู ซึ่งผลผลิตจากเห็ด ขนาดของดอกเห็ดมีขนาดแตกต่างกันออกไป ส่งผลให้ไม่ตรงตามความต้องการของพ่อค้าที่รับไปจำหน่ายต่อหรือผู้บริโภคที่ซื้อไปรับประทาน จึงเกิดปัญหาของกลุ่มที่ต้องสูญเสียต้นทุนในการปลูกเห็ด จึงทำให้ผลผลิตเห็ดสดเหลือเป็นสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานของขนาดดอกเห็ดและเห็ดมีอายุสั้น เกิดจากปัจจัยของอากาศ ความชื้นทำให้เกิดการเน่าเสียจึงเกิดปัญหาต่อต้นทุนการปลูกเห็ด และยังไม่มีวิธีการแปรรูปเห็ดเพื่อลดปัญหาของเสีย พร้อมทั้งยังไม่มีตราสินค้าของกลุ่มและบรรจุภัณฑ์ที่ใส่สินค้าให้ถูกสุขลักษณะเก็บรักษาคุณค่าเห็ดแปรรูป จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและประชาชนในพื้นที่ หมู่บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย ทำให้คณะผู้วิจัยพัฒนาโจทย์

งานวิจัยเพื่อช่วยเหลือชุมชนด้านการแปรรูปเห็ด กระบวนการผลิตในแนวคิดของการถนอมอาหารโดยนำภูมิปัญญาของชุมชนมาประยุกต์พัฒนาเป็นการแปรรูปเห็ดหมักจากเห็ด เพื่อเป็นการช่วยเหลือชุมชนและสร้างอาชีพ อีกทั้งยังเป็นการถนอมอาหารให้สามารถรับประทานได้นานยิ่งขึ้น สอดรับแนวคิด "BCG Model" (BCG Economy) คือการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) สร้างมูลค่าเพิ่มจากการเห็ด คำนึงถึงวัตถุดิบกลับมาใช้ประโยชน์ให้ได้มากที่สุด จากการสำรวจและศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของชุมชนนั้น พบว่า ตราสินค้าชื่อ "เห็ดหมัก 3 สหายภูเรือ" ยังไม่มีที่แสดงการรับรู้ให้กับลูกค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด บ้านหนองบง นั้นไม่มีความดึงดูด น่าสนใจ เท่าที่ควรและผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ไม่เอื้อต่อการถนอมอาหาร ซึ่งบรรจุภัณฑ์ ถือเป็นปราการด่านแรกสำหรับผู้บริโภคจะมองเห็นเมื่อผู้บริโภคเห็นบรรจุภัณฑ์แล้วเกิดความประทับใจ สะดุดตาในทุกองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ก็สามารถที่จะโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและต้องการที่จะรับรู้ข้อมูลต่างๆ ของตัวสินค้านั้น ๆ ให้มากขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด อีกทางหนึ่งให้ผู้ผลิตจะสามารถสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เป็นที่ดึงดูดตาดึงดูดใจ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจอยากเข้ามาหยิบบรรจุภัณฑ์พิจารณารูปลักษณ์และรายละเอียดส่วนผสม วัตถุดิบรวมทั้งคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ ที่จะสื่อสารให้กับผู้บริโภคเกิดความประทับใจในตัวสินค้านั้นโดยไม่รู้ตัว (First Impression)

ดังนั้น กลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด บ้านหนองบง จึงต้องสร้างความเข้าใจ เรียนรู้ให้มีความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ สื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้เลือกบรรจุภัณฑ์ ที่โดดเด่นส่งผลต่อการเพิ่มยอดขายให้กับกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดหมัก บ้านหนองบง ผู้บริโภคเองก็อยากเก็บบรรจุภัณฑ์ของสินค้านั้นไว้เพราะภาพลักษณ์ที่สวยงามเป็นการโฆษณาสินค้าได้ในระยะยาว เพราะเมื่อผู้บริโภคหยิบบรรจุภัณฑ์นั้นขึ้นมาเมื่อใดก็จะเห็นว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นตราสินค้าอะไร สร้างการจดจำ (Brand Awareness) ให้กับผู้บริโภคโดยไม่รู้ตัว ซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้องให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และยังเป็นการโฆษณา ตัวสินค้าได้ในระยะยาวจากปัญหาดังกล่าว ดังนั้นคณะผู้วิจัย จึงต้องการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ดและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย โดยใช้แนวคิด BCG การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเห็ดและเพิ่มมูลค่าด้วยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ประจำชุมชน อำเภอ ภูเรือ จังหวัดเลย และเป็นของฝากให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว เป็นการส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้ มีความเข้มแข็งตามนโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG (U2T For BCG) ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ดพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สินค้าเห็ดหมัก บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย

1.2.2 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปเห็ด พัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เห็ดหมักของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดแบบมีส่วนร่วม บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย

1.2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เห็ดหมักของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ดและพัฒนาตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ แบบมีส่วนร่วม ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ สมาชิกกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด จำนวน 32 คน ตามที่ผู้วิจัยและทีมงานได้สังเกตร่วมกับการเข้าศึกษาเชิงลึกแบบมีส่วนร่วมในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ดและพัฒนาตราสินค้าบรรจุภัณฑ์กับกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด ณ สถานที่ตั้งของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ทำกรพัฒนา และประชากร คือ ผู้บริโภคที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้

ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ด จำนวน 250 คน ในการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปเห็ดและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา

ดำเนินการภายในระยะเวลา เดือนมิถุนายน – เดือนตุลาคม 2565

1.3.4 ขอบเขตด้านสถานที่

บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดออกเป็น 3 ส่วน คือ จุดเริ่มต้น กระบวนการ ผลผลิตและผลลัพธ์และแสดงความสัมพันธ์ได้ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นตอนกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย โดยการศึกษาสภาพปัญหา ลงพื้นที่ภาคสนาม ค้นหาหาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา วารสาร บทความวิชาการตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ตัวแปรที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปออกแบบเครื่องมือในขั้นตอนที่ 2 ซึ่งเป็นการออกแบบและตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ ที่ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา นำเครื่องมือที่ปรับแก้ไขตามผู้เชี่ยวชาญแล้วนำไปทดลองใช้ หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ขั้นตอนที่ 3 จัดกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ด พัฒนาราคาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สรุปผลดำเนินการแบบมีส่วนร่วมกับสมาชิกกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด ในการคัดเลือกวัตถุดิบ กระบวนการผลิตและวัสดุ และราคาสินค้าต้นแบบ ทดลองบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ขั้นตอนที่ 4 ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคสินค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปเห็ดและบรรจุภัณฑ์ของเห็ดกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดบ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง การพัฒนา ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค อาจเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ หรือบรรจุภัณฑ์ ให้มีคุณสมบัติใหม่หรือลักษณะเฉพาะที่แตกต่างออกไปจากเดิม สามารถสร้างประโยชน์ใหม่ๆ ให้กับลูกค้าได้ ส่งผลให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ (McCathy & Pereault, Jr., 1991) อธิบายการจำแนกผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) ได้ 3 ลักษณะ คือ

2.1.1 ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ (Innovative Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยัง ไม่มีผู้ใดนำเสนอในตลาดมาก่อน มีการวิจัยและพัฒนา คิดสร้างสรรค์ และไม่มีในตลาด

2.1.2 ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่โดยการปรับเปลี่ยนดัดแปลง (Replacement Product of Modify Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนา เปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุง คุณสมบัติในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ทำให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภคได้มากขึ้น

2.1.3 ผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบหรือการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ (Imitative or Me-too-Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ของธุรกิจซึ่งเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งชั้นที่มีอยู่แล้ว ในท้องตลาดและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ทำให้ธุรกิจมีโอกาสในการทำกำไรสูง

ในปัจจุบันผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้น และมีเทคโนโลยีใหม่เข้ามาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้มีการแปรรูปหรือสร้างผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด โดยการปรับปรุงให้มีความแปลกใหม่ซึ่งรูปแบบและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต้องเกิดจากการมีส่วนร่วมของสมาชิก ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการแสดงความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากที่สุด ส่งเสริมให้สมาชิกได้รับการอบรมเพื่อเพิ่ม

ทักษะในการผลิตก่อให้เกิดความชำนาญในการผลิต มีการกำหนดมาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์ รวมถึงการควบคุมการซื้อปัจจัยที่ใช้ในการผลิตและวัตถุดิบในการผลิตที่ได้มาตรฐาน (ทาริกา สระทองคำ, อนงค์ ไตรวัลย์ และอมร ฤงสุวรรณ, 2565)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง การนำวัสดุต่างๆ มาสร้างสรรค์เป็นบรรจุภัณฑ์ให้กับผลิตภัณฑ์ โดยทำหน้าที่รักษาสภาพสินค้าให้คงอยู่ในสภาพที่ดี ป้องกันผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในให้อยู่ในสภาพเช่นเดิม เกิดความสะดวกในการใช้สอยและมีความปลอดภัยในการขนส่งไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย (กษมา สุรเดชา, อนุ ธัชยะพงษ์และกันยา มั่นคง, 2563)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้า

ตราสินค้า (Brand) คือ แก่นสาระสำคัญที่สร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์หรือบริการทำให้ผู้บริโภคเกิดรู้สึกนิยมชมชอบตัดสินใจเลือกใช้ จงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการและที่สำคัญคือ หากสามารถสร้างให้ตราสินค้านั้นมีคุณค่าหรือคุณลักษณะเฉพาะ (Brand Equity) ในสายตาของผู้บริโภคเป้าหมาย (Kotler, 2014) คุณลักษณะของตราสินค้า แบ่งได้ 4 ระดับ ระดับคุณลักษณะภายนอกที่จะทำให้เกิดการจดจำ (Attribute) ระดับคุณประโยชน์ (Benefit) ผู้บริโภคได้รับประโยชน์อะไรจากการใช้สินค้าหรือบริการ ระดับคุณค่า (Value) เป็นสิ่งที่ทำให้รู้สึกว่าการใช้ตราสินค้านี้แล้วเกิดความภูมิใจ ผู้บริโภคได้รับคุณค่าอะไรจากการใช้สินค้าหรือบริการและระดับบุคลิกภาพของตราสินค้า (Personality) ผู้บริโภคมีบุคลิกภาพอย่างไร เมื่อใช้สินค้าหรือบริการนั้น เมื่อตราสินค้ามีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภคแล้วจะส่งผลให้มีส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูงขึ้น

2.4 แนวคิด BCG

BCG โมเดล ประกอบด้วย 3 เศรษฐกิจหลัก คือ B Bio Economy ระบบเศรษฐกิจชีวภาพ มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่างคุ้มค่า เชื่อมโยง กับ C Circular Economy ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนที่คำนึงถึงการนำวัสดุต่างๆ กลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด BCG โมเดล สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เป็นการพัฒนายั่งยืนภายใน 20 ปี จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรมากกว่า 3 เท่าตัว และลดการใช้ทรัพยากรเหลือสองในสามจากปัจจุบัน แนวทางการพัฒนาภาคเกษตร ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG โดยมีเป้าหมายในการปรับเปลี่ยนภาคเกษตรไทยไปสู่ 3 สูง คือ ประสิทธิภาพสูง ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่น มุ่งยกระดับผลผลิตเกษตรสู่มาตรฐานสูง ด้วยระบบการผลิตที่ยั่งยืน ครอบคลุมทั้งด้านคุณภาพความปลอดภัย โภชนาการ สังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้การทำการเกษตรเป็นอาชีพที่สร้างรายได้สูงด้วยการผลิตสินค้าเกษตรที่เน้นความมีมูลค่าสูงมีอัตลักษณ์ มีความหลากหลายและสามารถกำหนดราคาขายได้ตามคุณภาพของผลผลิต ทั้งนี้ การพัฒนาภาคเกษตร ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG เป็นการปรับเปลี่ยนการทำเกษตรแบบดั้งเดิมที่ “ผลิตมาก แต่สร้างรายได้น้อย” (More for less) ไปสู่เกษตรสมัยใหม่ที่ “ผลิตน้อย แต่สร้างรายได้มาก” (Less for more) โดยมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าเกษตรให้มีมูลค่าสูงหรือเป็นสินค้าพรีเมียม ส่งเสริมระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนที่นำวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรมาใช้ประโยชน์อย่างเต็มประสิทธิภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (กองนโยบายและแผนพัฒนาการเกษตร, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2565)

2.5 การมีส่วนร่วมของสมาชิก

การมีส่วนร่วมของสมาชิก หมายถึง การเปิดโอกาสให้สมาชิกมีการพบปะกัน พูดคุยกัน มีส่วนร่วมในกิจกรรมไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม โดยสมาชิก ประกอบด้วย ประธาน กรรมการ สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้แทนชุมชน เครือข่าย หรือกลุ่มผู้บริโภค เพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิด ปัญหา อุปสรรคและแนวทางแก้ไข อีกทั้งควรมีการวางแผนการดำเนินการล่วงหน้า สร้างเครือข่ายเพื่อขยายฐานการตลาดและมีการติดตามประเมินผล

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมวิธี (Mixed Method Approach) โดยในขั้นตอนของการเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้วิธี การวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) ใช้ในกระบวนการเก็บข้อมูลสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ด พัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และความต้องการของผู้บริโภค เป็นการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ด การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้ในกระบวนการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมของกลุ่ม

เกษตรกรและประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปเห็ดและบรรจุภัณฑ์ ของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย ที่ได้รับการพัฒนาอันนำมาซึ่งผลสรุปของความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ "แหนมเห็ด 3 สหายภูเรือ"

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย จำนวน 32 คน (ที่มา: ทะเบียนกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ, 2565) ตามที่ผู้วิจัยและทีมงานได้สังเกตร่วมกับการเข้าศึกษาเชิงลึกกับกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด ณ สถานที่ตั้งของกลุ่มมีผลิตภัณฑ์ที่ทำการพัฒนา จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์ คือ "แหนมเห็ด 3 สหายภูเรือ" และประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ด ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยการหาขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) ดังนั้นจะใช้สูตร

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

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

Z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางการแจกแจงแบบปกติ
(ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้นจะได้ค่า Z = 1.96)

p = สัดส่วนตัวอย่าง (ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดให้ P = 0.2)

e = ค่าความคาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น (ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้ ค่า E = .05)

แทนค่า

$$\begin{aligned} n &= \frac{(0.2)(0.8) \times 1.96^2}{(.05)^2} \\ &= 245.86 \text{ ตัวอย่าง} \\ &\approx 246 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

ฉะนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 246 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บข้อมูล 250 ตัวอย่าง และทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปเห็ดและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของแหนมเห็ดกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย โดยใช้แบบสอบถาม

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และแบบสอบถามความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดบ้านหนองบง และแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ คณะผู้วิจัยได้สร้างขึ้นและใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อสัมภาษณ์ ประธานกลุ่ม สมาชิกกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดบ้านหนองบง เพื่อให้ได้ข้อมูลสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ด พัฒนาราคาสินค้าและบรรจุภัณฑ์สินค้า ใช้ในการเก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพ ที่ประกอบไปด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับ ประวัติศาสตร์สภาพแวดล้อม วิถีชุมชน และผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน

3.2.2 แบบสอบถามความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดบ้านหนองบง ในการพัฒนาราคาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของแหนมเห็ดของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด “แหนมเห็ด 3 สหายภูเรือ” แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ ส่วนที่ 2) ความคิดเห็นที่มีต่อราคาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาขึ้น (ด้านราคาสินค้า) ส่วนที่ 3) ความคิดเห็นที่มีต่อราคาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาขึ้น (ด้านบรรจุภัณฑ์) ส่วนที่ 4) ข้อเสนอแนะ

3.2.3 แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แพคเกจของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด “เหวมเห็ด 3 สหายภูเรือ” บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1) เป็นการสอบถามถึงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2) เป็นการสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ “เหวมเห็ด 3 สหายภูเรือ” ส่วนที่ 3) เป็นการสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ “เหวมเห็ด 3 สหายภูเรือ” ส่วนที่ 4) ข้อเสนอแนะ

โดยมีระดับและเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสม แบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้
5 หมายถึง มีเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด 4 หมายถึง มีเหมาะสมอยู่ในระดับมาก 3 หมายถึง มีเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง 2 หมายถึง มีเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย 1 หมายถึง มีเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยคณะผู้วิจัยได้ทำการดำเนินการดังนี้

3.3.1 มีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการเก็บข้อมูลจัดเวทีสัมภาษณ์กลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด สรุปผลการสัมภาษณ์ซึ่งเป็นแบบมีโครงสร้าง จำนวน 32 คน ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม ในการสัมภาษณ์สภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดและบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า และสัมภาษณ์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า โดยกลุ่มสมาชิกและคณะผู้วิจัยเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกัน การวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) คณะผู้วิจัยเข้าไปมีส่วนร่วมโดยเป็นผู้ให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดและบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า จึงเป็นลักษณะการเข้าไปมีส่วนร่วมโดยสมบูรณ์ โดยการสังเกตวิเคราะห์ปัญหา สรุปปัญหา หาแนวทางวิธีการในการแก้ไขปัญหา การเก็บข้อมูลจากตัวแทนผู้บริโภคเห็ดแปรรูป

3.3.2 เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantity Research) เพื่อสอบถามความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดบ้านหนองบง ในการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์แพคเกจของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด “เหวมเห็ด 3 สหายภูเรือ” และประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แพคเกจของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด “เหวมเห็ด 3 สหายภูเรือ” จากกลุ่มตัวอย่าง 250 คน ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยการหาขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สรุปผลจัดเวทีการสัมภาษณ์ โดยเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง รวมข้อมูลด้านเนื้อหาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า ให้สร้างการจดจำ (Brand Awareness) ในความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น สรุปและแก้ไขเพื่อให้ได้บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ด

วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และสถิติที่ใช้ในการวิจัย ค่าความถี่และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทำการแปลผลความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

4. สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์มีดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเกษตรกร

ผลการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ดพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สินค้าเหวมเห็ด บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย ผลการวิจัย พบว่า

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด พบว่า กลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด มีสมาชิก จำนวน 32 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 เพศชาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.00 มีรายได้โดยเฉลี่ย 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.50 มีความต้องการแปรรูป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 100 เคยเข้าร่วมการอบรมกับภาครัฐ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ไม่เคยเข้าร่วมการอบรมกับภาครัฐ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มแบบมีโครงสร้าง จากการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ด พัฒนาราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สินค้าเห็ดบ้านหนองบง คณะผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1) สรุปปัญหาของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ ในแต่ละปีที่มีผลผลิตจากการปลูกเห็ด จะมียอดสต็อกที่มีดอกไม่สวย ไม่ได้ขนาดเกิดปัญหาของกลุ่มที่ต้องสูญเสียต้นทุนในการปลูกเห็ด จึงทำให้ผลผลิตเห็ดสดเหลือเป็นสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานของขนาดดอกเห็ดและเห็ดมีอายุสั้น เกิดจากปัจจัยของอากาศความชื้นทำให้เกิดการเน่าเสียจึงเกิดปัญหาต่อต้นทุนการปลูกเห็ด และยังไม่มียุทธศาสตร์การแปรรูปเห็ดเพื่อลดปัญหาของเสีย พร้อมทั้งยังไม่มีตราสินค้าของกลุ่ม และบรรจุภัณฑ์ที่ใส่สินค้าให้ถูกสุขลักษณะเก็บรักษาคุณค่าเห็ดแปรรูป

2) มีความต้องการด้านความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมระหว่างสมาชิกกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดและคณะผู้วิจัยโดยจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้เลือกบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่น ส่งผลต่อการเพิ่มยอดขายให้กับกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดหอม บ้านหนองบง ผู้บริโภคเองก็อยากเก็บบรรจุภัณฑ์ ของสินค้านั้นไว้เพราะภาพลักษณ์ที่สวยงาม เป็นการโฆษณาสินค้าได้ในระยะยาว คณะผู้วิจัยได้นำแนวคิด BCG การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสร้างมูลค่าเพิ่มถ่ายทอดความรู้ให้สมาชิกกลุ่ม

4.2 ความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปเห็ด

คณะผู้วิจัยลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ข้อมูลจาก ประธานกลุ่ม สมาชิกกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดจำนวน 32 คน พบว่า กลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปเห็ด เพื่อลดปัญหาของเสีย พร้อมทั้งยังไม่มีตราสินค้าของกลุ่ม และบรรจุภัณฑ์ที่ใส่สินค้าให้ถูกสุขลักษณะเก็บรักษาคุณค่าเห็ดแปรรูป คณะผู้วิจัยได้นำแนวคิด BCG การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเห็ดและเพิ่มมูลค่าโดยคณะผู้วิจัยได้ถ่ายทอดกระบวนการผลิตแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด พบว่าใช้วัตถุดิบโดยคัดเลือกเห็ด ที่ไม่ได้ขนาด ดอกไม่สวย เพื่อไม่ให้เป็นการของเสียทิ้งและนำมาสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยใช้เห็ด 3 อย่าง คือเห็ดหอม เห็ดหูหนู เห็ดนางฟ้า ไปต้มให้สุกและใส่ส่วนผสม ตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ ประกอบด้วย เกลือแกง กระเทียมไทยข้าวเหนียวสุก ผงปรุงรส พริกสด ผสมกันและทิ้งไว้ประมาณ 2-3 วัน จะได้รสชาติอร่อยคล้ายคลึงแฮมที่ใช้เนื้อหมูเป็นวัตถุดิบ และสามารถเป็นอาหารทดแทนสำหรับผู้ไม่รับประทานเนื้อสัตว์ สะอาด ถูกสุขอนามัย ดังภาพที่ 1 ภาพที่ 2 และภาพที่ 3



ภาพที่ 1 การคัดเลือกเห็ดและเตรียม



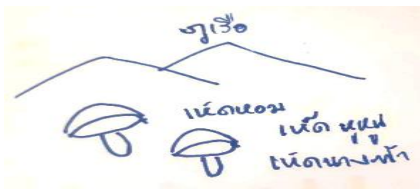
ภาพที่ 2 การปรุงรสและใส่ส่วนผสม



ภาพที่ 3 แฮมเห็ด 3 สหายภูเรือ

4.3 ความต้องการการพัฒนาตราสินค้า

คณะผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มสมาชิกผลจากการเก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพที่มีต่อรูปแบบตราสินค้าของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดยังไม่มีตราสินค้าและเป็นการสร้างตราสินค้าที่จะสะท้อนถึงอัตลักษณ์ชุมชน ได้แก่ อำเภอภูเรือ หอมล้อมไปด้วยภูเขา ทำการเกษตรปลูกเห็ด ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์สำหรับการออกแบบตราสินค้า จึงมีแนวคิดความเป็นเอกลักษณ์อำเภอภูเรือ สื่อถึงวัตถุดิบเห็ด 3 ชนิดได้คัดเลือกชื่อสินค้าว่า “แฮมเห็ด 3 สหายภูเรือ” ลักษณะตัวอักษรใช้เป็นสีเหลืองเพื่อเชื่อมโยงธรรมชาติภูเขา พื้นสีเขียวให้เกิดบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ ดังแสดงในภาพที่ 5 และภาพที่ 6



ภาพที่ 4 ภาพร่างการออกแบบตราสินค้า



ภาพที่ 5 ตราสินค้า “เห็ด 3 สายภูเขา”

4.4 ความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้า

ด้านบรรจุภัณฑ์ คณะผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลสัมภาษณ์ถึงความต้องการด้านบรรจุภัณฑ์ ยังไม่มีแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ใส่เห็ด 3 สายภูเขา คณะผู้วิจัยจึงได้ให้กลุ่มสมาชิกมีส่วนร่วมในการเลือกบรรจุภัณฑ์ กำหนดขนาดของบรรจุภัณฑ์ เป็นลักษณะสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดกว้าง 17 เซนติเมตร ยาว 25 เซนติเมตร สูง 7 เซนติเมตร เพื่อให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ภายในที่มีการบรรจุผลิตภัณฑ์ ในถุงพลาสติกที่แบ่งย่อยเพราะผลิตภัณฑ์ต้องการการปิดมิดชิดป้องกันการไหลของน้ำและกลิ่นของอาหารง่ายต่อการจัดเรียง สีที่บ่งบอกสีน้ำตาลให้เห็นถึงความรักษารักรักษา รักษาสิ่งแวดล้อม รูปภาพประกอบเป็นส่วนผสมหลักในการผลิตเพื่อกระตุ้นการอยากลองของผู้บริโภค รายละเอียดส่วนประกอบ การเก็บรักษา การจัดจำหน่ายเพื่อสื่อสารถึงผู้บริโภค



ภาพที่ 6 บรรจุภัณฑ์เห็ด 3 สายภูเขา

คณะผู้วิจัยได้ทำการสร้างต้นแบบตราสินค้าและแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้พัฒนา เพื่อขอความคิดเห็นจากประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่ม จำนวน 32 คน เพื่อพิจารณาถึงความต้องการ รูปแบบ อัตลักษณ์และความเหมาะสมของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เห็ด 3 สายภูเขาของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดแบบมีส่วนร่วม “เห็ด 3 สายภูเขา” บ้านหนองบัว ตำบลหนองบัว อำเภอกุเรือ จังหวัดเลย ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผลการวิเคราะห์ของกลุ่มสมาชิกเกษตรกรปลูกเห็ดบ้านหนองบัว ในการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เห็ด 3 สายภูเขาของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด “เห็ด 3 สายภูเขา” โดยเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่ม 32 คน โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของกลุ่มสมาชิกเกษตรกรปลูกเห็ดที่มีต่อการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์

ด้านคุณลักษณะตราสินค้า	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
1. การสื่อความหมายถึงตราสินค้าผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ด 3 สหายภูเรือ	4.34	0.60	มากที่สุด
2. ความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	4.31	0.53	มาก
3. การง่ายต่อการจดจำตราสินค้า	4.22	0.48	มาก
4. ความสวยงาม	4.13	0.67	มาก
5. สีฉ่ำ	4.09	0.58	มาก
ผลรวมด้านคุณลักษณะของตราสินค้า	4.22	0.57	มาก
ด้านบรรจุภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน	4.66	0.23	มากที่สุด
2. รูปแบบบรรจุภัณฑ์สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	4.19	0.46	มาก
3. รูปแบบบรรจุภัณฑ์สามารถเปิดเพื่อบรรจุสินค้าได้อย่างสะดวก	4.69	0.34	มากที่สุด
4. สามารถคงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น กลิ่น สี รสชาติ ได้	4.06	0.62	มาก
5. ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในบรรจุภัณฑ์มีคุณค่า	4.88	0.11	มากที่สุด
ผลรวมด้านบรรจุภัณฑ์	4.49	0.35	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 การประเมินผลความคิดเห็นด้านคุณลักษณะของตราสินค้าพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่หนึ่ง คุณลักษณะของตราสินค้าด้านการสื่อความหมายถึงผลิตภัณฑ์แปรรูป “เห็ด 3 สหายภูเรือ” ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = .34$, S.D.=0.60) รองลงมา ความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, S.D.= 0.53) และ สีฉ่ำ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.58) ตามลำดับ

การประเมินผลความคิดเห็นด้านบรรจุภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.35) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่หนึ่ง ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในบรรจุภัณฑ์มีคุณค่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.88$, S.D.=0.11) รองลงมา รูปแบบบรรจุภัณฑ์สามารถเปิดเพื่อบรรจุสินค้าได้อย่างสะดวก ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.69$, S.D.=0.34) และสามารถคงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น กลิ่น สี รสชาติ ได้ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.06$, S.D.=0.62 ตามลำดับ

4.5 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เห็ดของเกษตรกรปลูกเห็ดบ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย

ข้อมูลทั่วไปจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค 250 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 61.60 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 38.40 จำนวน 96 คน ส่วนใหญ่อายุ 26-35 ปี รายได้โดยเฉลี่ย 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 68.80 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ “เห็ด 3 สหายภูเรือ” เสนอผลดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แนมเห็ด

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์	4.18	0.81	มาก
2. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากผลิตภัณฑ์	4.43	0.46	มากที่สุด
3. สีสีนของผลิตภัณฑ์	4.14	0.59	มาก
4. ราคาของผลิตภัณฑ์	4.66	0.54	มากที่สุด
5. ความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้	4.07	0.62	มาก
6. ความครบถ้วนของข้อมูลในฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์	3.95	0.79	มาก
7. รสชาติของผลิตภัณฑ์	4.55	0.31	มากที่สุด
ภาพรวมของผลิตภัณฑ์	4.28	0.59	มากที่สุด
ด้านบรรจุภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์	4.18	0.53	มาก
2. ด้านการบรรจุ	4.09	0.65	มาก
3. ด้านอำนวยความสะดวก	4.30	0.52	มากที่สุด
4. ด้านส่งเสริมการจัดหน่าย	4.32	0.49	มากที่สุด
5. ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม	4.48	0.34	มากที่สุด
ภาพรวมของบรรจุภัณฑ์	4.48	0.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 การประเมินผลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แนมเห็ด “แนมเห็ด 3 สหายภูเรือ” ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.28, S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอันดับที่หนึ่ง ราคาของผลิตภัณฑ์ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.66, S.D.=0.54) รองลงมา รสชาติของผลิตภัณฑ์ ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.55, S.D.=0.31) และความครบถ้วน และข้อมูลในฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์ ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.95, S.D.=0.79) ตามลำดับ

การประเมินผลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ แนมเห็ด 3 สหายภูเรือ ภาพรวมของบรรจุภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.48, S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอันดับที่หนึ่ง ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.48, S.D.=0.34) รองลงมา ด้านส่งเสริมการจัดหน่าย ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.32, S.D.=0.49) และด้านการบรรจุระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.09, S.D.=0.65) ตามลำดับ

5. อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ดและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย โดยใช้แนวคิด BCG การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสร้างมูลค่าเพิ่ม คณะผู้วิจัยค้นพบประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายได้ดังต่อไปนี้

การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแปรรูปเห็ดพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สินค้าแนมเห็ดแบบมีส่วนร่วม คือ การมีส่วนร่วมค้นหาเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในชุมชนสามารถนำมาออกแบบตราสินค้าหรือตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์แนมเห็ดทำให้ตัวผลิตภัณฑ์สามารถเล่าเรื่องราวของชุมชนหรือทำให้ ผู้ซื้อต้องการหาความหมายที่แฝงอยู่ในตราสินค้า “แนมเห็ด 3 สหายภูเรือ” เป็นการสื่อสาร

ทางการตลาดให้เกิดการรับรู้ โดยสมาชิกกลุ่มได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ด้านการสื่อความหมายถึงผลิตภัณฑ์ “**แหม่มเห็ด 3 สหายภูเรือ**” ในระดับมากที่สุด ความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่ล้อมไปด้วยภูเขา ทำการเกษตรปลูกเห็ดและเอกลักษณ์นี้จะง่ายต่อการจดจำตราสินค้า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพามาตย์ อัมวัฒนา และคณะ (2564) ศึกษาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป แขวงเมืองวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง สามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อซ้ำ คณะผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะกระตุ้นให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่ายจดจำ ภาพรวมด้านบรรจุภัณฑ์ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในบรรจุภัณฑ์มีคุณค่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด บรรจุภัณฑ์สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้ามีค่าสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนางลักษณ์ จี๊จู้ และคณะ (2559) เรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าของกลุ่มโอท็อป (OTOP) และบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อม เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้ในราคาสูงขึ้น รูปแบบบรรจุภัณฑ์สามารถเปิดเพื่อบรรจุสินค้าได้อย่างสะดวก มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แหม่มเห็ด ภาพรวมผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกวรรณ อยู่ทอง และโสภารกกล้าสกุล (2563) ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำมะนาวพร้อมดื่ม เชิงพาณิชย์บนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใน จังหวัดเพชรบุรี และวชิรญา เหลียวตระกูล, วิจิตรา เหลียวตระกูล, นัยวิท เณลินนท์ และจันทร์ธนา แก้วสี (2560) ได้ศึกษาโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเห็ดตับเต่าเชิงการค้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรเพิ่มช่องทางการจำหน่ายเพื่อเพิ่มยอดขาย รสชาติของผลิตภัณฑ์แหม่มเห็ด 3 สหายภูเรือ ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรฮาวี เจ๊ะสะแม และ ยอดนภา เกษเมือง (2564) ได้ศึกษาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนปุณาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่คาดว่าจะได้จากผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคคาดหวังจากผลิตภัณฑ์ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ภาพรวมของบรรจุภัณฑ์ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย ด้านอำนวยความสะดวก ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านอำนวยความสะดวก สอดคล้องกับงานวิจัยของสุตถนอม ตันเจริญ (2561) ศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพสินค้า OTOP ของวิสาหกิจชุมชนอำเภอมือง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าบรรจุภัณฑ์ที่ดีสามารถวางขายได้ในสถานที่ต่าง ๆ และเหมาะสมของฝากและจัดวางสะดวกในพื้นที่การจัดเรียงสินค้าสะดวกต่อการเคลื่อนที่ คณะผู้วิจัยเสนอว่าบรรจุภัณฑ์ที่ใส่ผลิตภัณฑ์แหม่มเห็ด กลุ่มสมาชิกควรใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมหลังการใช้ การทำลายทิ้งต้องตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งดึงดูดการรับรู้ในสินค้าที่ให้ผู้บริโภคเข้าใจ จดจำ และตัดสินใจซื้อตามความต้องการในการบริโภคหรือเป็นของฝากเป็นการสร้างเศรษฐกิจกับชุมชนต่อไป

6. ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

6.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

6.1.1 ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตรชนิดอื่นของกลุ่มเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

6.1.2 ควรมีการนำผลิตภัณฑ์แหม่มเห็ดกระจายออกสู่ตลาดสินค้าให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น

6.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยครั้งต่อไป

6.2.1 ควรต่อยอดวิจัยในด้านวิเคราะห์ต้นทุนและความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์

6.2.2 ควรทำวิจัยในด้านการวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการของเห็ดแปรรูป

6.2.3 ควรทำวิจัยในด้านกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด

และสามารถจัดจำหน่ายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ต่อไป

7. เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2565). การขับเคลื่อนภาคเกษตรด้วยโมเดล เศรษฐกิจ BCG. ค้นเมื่อ 27 มิถุนายน 2566, จาก <https://www.bcg.in.th/data-center/media-information>.
- กนกวรรณ อยู่ทอง และโสภาร กล้าสกุล. (2563). การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำมะนาวพร้อมดื่มเชิงพาณิชย์ บนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใน จังหวัดเพชรบุรี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. 10(2), 22-33.
- กษมา สุรเดชา, อนุ ธัชยะพงษ์ และกันยา มั่นคง. (2563). การออกแบบตราสินค้า และพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับ ผลิตภัณฑ์กล้วยอบเนย ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมูสวรรค์หมู่ไทยศรีโยธิน. วารสารพิบูล, 18 (1), 119-237.
- ทาริกา สรทองคำ, อนงค์ ไต้วัลย์ และอมร ฤๅสุวรรณ. (2565). รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าในยุคอนาคต. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคม ศาสตร์, 8 (1), 239-250.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์ พรีนซ์.
- นงลักษณ์ จีวงค์และคณะ. (2559). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าของกลุ่มโอท็อป (OTOP) และบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็ก. ใน บทความสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 3 ประจำปี พ.ศ. 2560, (หน้า 1-12). กำแพงเพชร : มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- วชิรญา เหลียวตระกูล, วิจิตรา เหลียวตระกูล, นัยวิท เฉลิมนนท์ และ จันทรีธนา แก้วสี. (2560). โครงการยกระดับ ผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดตับเต่าเชิงการค้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ แบบมีส่วนร่วม. (รายงานผลการวิจัย). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- สุทามาศ ยัมวัฒนา, ศุภลักษณ์ ศรีวิไล, พิเชษฐ เนตรสว่าง, อมรา ดอกไม้ และ ทรรติกา ธานินพงศ์. (2564). การพัฒนา บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปแขวงเมืองวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง. วารสารวิทยาการ จัดการปริทัศน์, 23 (1), 1-12.
- สุดถนอม ต้นเจริญ. (2561). แนวทางการพัฒนาคุณภาพสินค้า OTOP ของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัด สมุทรสงคราม. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 7 (2), 155-166.
- อรรษาวิ เจ๊ะสะแม, ยอดนภา เกษเมือง. (2564). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยงการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนปูลาวาส เขตทวี วัฒนา กรุงเทพมหานคร. วารสารมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี, 15 (2), 79-90.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. (15th ed.). England: Pearson.
- McCarthy, E. J. and Perreault, W. D. (1991). *Essential of Marketing*. (5th ed.). Boston: E. Jerome McCarthy and Associates.

การจัดการความรู้ด้านงานวิจัยเรื่อง “ลุ่มลึกวิจัย” Knowledge Management for Research on "In-Depth Research"

อัปสร อีซอ (Apsorn E-sor)^{1*} นันท์รัตน์ นามบุรี (Nantharat Numburi)²
สุกฤษดา รักษุจิรุต (Sukrita Pumkeaw)³ และอุษณีย์ พรหมศรียา (Usanee Promsriya)⁴

บทคัดย่อ

หนึ่งในพันธกิจหลักของความเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่นอกเหนือจากการจัดการเรียนการสอน การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ การวิจัย โดยเป็นกระบวนการค้นหาความรู้ ความจริงใหม่ที่มีระบบแบบแผนตามหลักวิชา อาศัยหลักเหตุผล ที่รอบคอบ รัดกุม ละเอียดยิ่ง และเชื่อถือได้ อันมีประโยชน์เชิงวิชาการ เชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ การจัดการเรียนการสอน การสร้างองค์ความรู้ใหม่ เกิดข้อค้นพบใหม่ หรืออื่น ๆ ทั้งนี้อาจารย์จำเป็นต้องเขียนข้อเสนอโครงการวิจัย เพื่อเสนอของบประมาณสนับสนุนพันธกิจวิจัยดังกล่าว ก่อให้เกิดคำถามว่า จะเขียนข้อเสนอโครงการวิจัยเรื่องใดที่มีความสุขและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งไม่เครียดกับโจทย์วิจัยที่ต้องคิดใหม่ทุกครั้งทุกปี ทั้งนี้แนวคิด “ลุ่มลึกวิจัย” เป็นกระบวนการทำงานในการเลือกโจทย์วิจัยหรือทำงานวิจัยที่มีความสุขและมีประสิทธิภาพ รวมถึงมีความต่อเนื่อง โดยมีลักษณะการทำงานที่สำคัญ 2 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ลุ่มลึกเลือกโจทย์วิจัย โดยแสวงหาความลงตัวจากสิ่งที่รักและถนัด สิ่งที่ช่วยแก้ไขปัญหาของสังคม และสิ่งที่ตอบโจทย์ความต้องการขององค์กรที่สนับสนุนทุนวิจัย 2) ลุ่มลึกต่อเนื่องวิจัย ซึ่งเน้นฐานคิดการทำงานที่ทำให้ได้โจทย์วิจัยใหม่ โดยวิจัยปัญหาที่ต่อเนื่องและ/หรือการขยายขอบเขตกลุ่มเป้าหมายวิจัย

คำสำคัญ : การจัดการความรู้ งานวิจัย ลุ่มลึกวิจัย

Abstract

One of the main missions of a higher education institute, apart from teaching and learning management, is to provide academic service and art and culture conservation. This includes research, which is a process of generating new knowledge and facts with a theoretical system. Relying on the rationale of carefulness, conciseness, detail, and reliability which were useful in academic, policy, commercial, teaching, and learning management, new knowledge creation, and new phenomena discoveries. However, to engage in research, lecturers must go through a research proposal process to get financial support. Thus, this has long been raising the question of how to choose a research topic that comes from inner contentment with efficient outcomes and be stress-free as they must go through this process every year. In this regard, the concept of “In-depth Research” is a working process in selecting a research problem or conducting research that is happy and effective as well as continuity. The significant work characteristics consisted of 2 steps as follows: 1) In-depth selection of research problems by seeking a balance between what one loves and proficiency, what helps solve social problems, and what meets the needs of the organization that supports research funding. 2) In-depth

¹ สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา Email : apsom.e@yru.ac.th

² สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา Email : nantharat.n@yru.ac.th

³ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา Email : sukrita.r@yru.ac.th

⁴ สาขาวิทยาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา Email : usanee.p@yru.ac.th

continuous research, which focuses on the working concept that leads to new research problems by researching continuous problems and/or expanding the scope of the research target group. in-depth” which emphasizes the working thinking base that leads to new research problems by researching ongoing problems and/or expanding the scope of the research target group.

Keyword: Knowledge Management, Research, In-Depth Research

วันที่รับบทความ : 8 พฤษภาคม 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 14 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 23 สิงหาคม 2566

1. บทนำ

การพัฒนาประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้าท่ามกลางยุคกระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา วัฒนธรรม เทคโนโลยี ฯลฯ กลไกหลักที่สำคัญของการพัฒนาคือคนที่มีคุณภาพ การพัฒนาศักยภาพของคนจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคสังคมแห่งฐานความรู้ ที่ได้ให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนการพัฒนาสร้างความเจริญต่าง ๆ ด้วยการใช้ปัญญาและความรู้เป็นฐาน การจัดการความรู้ (Knowledge management) เป็นหนึ่งกระบวนการที่สำคัญในการสร้างองค์ความรู้ การจัดการความรู้จึงถือว่ามีค่าสำคัญในการพัฒนาองค์กรต่าง ๆ โดยอาศัยบุคลากร “คน” เป็นผู้ขับเคลื่อนองค์การ ดังนั้นการจัดการความรู้จึงถือได้ว่าเป็นกลไกและเครื่องมือสำหรับการพัฒนาทั้งคนและองค์กรไปพร้อม ๆ กัน (Hislop, Bosua, & Helms, 2018)

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา(สกอ.) ได้กำหนดเกณฑ์หนึ่งของการประกันคุณภาพการศึกษา โดยให้สถาบันการศึกษามีการบริหารจัดการความรู้ ซึ่งเมื่อพิจารณาเป้าประสงค์ของการประกันคุณภาพการศึกษาพบว่า สกอ. ต้องการให้สถาบันการศึกษามีการบริหารจัดการความรู้ต่าง ๆ ที่มีอยู่อย่างมากมายภายในสถาบันให้เป็นองค์ความรู้ที่มีคุณภาพหรือเป็นแนวปฏิบัติที่ดี เพื่อให้หน่วยงาน เช่น คณะ สาขาวิชา หน่วยงานสนับสนุน นำองค์ความรู้หรือแนวปฏิบัติที่ดีนั้นไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่ดีหรือเกิดการพัฒนาหน่วยงานต่อไป (จริยา ปันทวัฏกุล และกิตติศักดิ์ ตียา, 2563) ส่งผลให้มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา กำหนดตัวบ่งชี้เรื่อง การบริหารของคณะเพื่อการกำกับติดตามผลลัพธ์ตามพันธกิจ กลุ่มสถาบัน และเอกลักษณ์ของคณะ โดยเกณฑ์มาตรฐานข้อ 5. ค้นหาแนวปฏิบัติที่ดีจากความรู้ทั้งที่มีอยู่ในตัวบุคคล ทักษะของผู้มีประสบการณ์ตรง และแหล่งเรียนรู้อื่น ๆ ตามประเด็นความรู้ อย่างน้อยครอบคลุมพันธกิจด้านการผลิตบัณฑิตและการวิจัย จัดเก็บอย่างเป็นระบบโดยเผยแพร่ออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรและนำมาปรับใช้ในการปฏิบัติงานจริง (สำนักงานประกันคุณภาพ สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 2564)

ความรู้ (Knowledge) จัดเป็นประสบการณ์ของมนุษย์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งที่เกิดจากการสะสมข้อมูลความรู้วิทยาศาสตร์จากแหล่งความรู้ต่าง ๆ โดยผ่านกระบวนการสะสมและประมวลความรู้จนตกผลึกเป็นองค์ความรู้เฉพาะบุคคล ซึ่งรวมถึงทักษะที่เกิดจากการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องจนเกิดเป็นความเชี่ยวชาญก็เป็นความรู้เฉพาะบุคคลเช่นเดียวกัน โดยความรู้ มี 2 ประเภท ดังนี้ 1) ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ การเรียนรู้ ความสามารถเฉพาะตัวหรือที่เรียกว่าพรสวรรค์ส่วนบุคคล ซึ่งสามารถแบ่งปันกับบุคคลอื่นได้โดยการสื่อสารออกมาทั้งในรูปแบบของวัจนภาษาและอวัจนภาษา เช่น การบันทึก การเล่าสู่กันฟัง หรืออาจเป็นการบันทึกในรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 2) ความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ของบุคคลแต่มีการถ่ายทอดออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างเป็นทางการและเผยแพร่ให้บุคคลอื่นสามารถรับรู้ได้ เช่น การเขียนเป็นหนังสือ ตำรา รายงานการวิจัย บทความต่าง ๆ (จริยา ปันทวัฏกุลและกิตติศักดิ์ ตียา, 2563)

ส่วนการจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM) เป็นการรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กรซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสารมาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้และพัฒนา

ตนเองให้เป็นผู้รู้รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันสูงสุด (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2548) โดยกระบวนการสำคัญของการจัดการความรู้ ประกอบด้วยกิจกรรม 3 ขั้นตอน อันได้แก่ 1) การกำหนดทิศทางหรือจุดมุ่งหมายของการจัดการความรู้ (Knowledge Vision) ซึ่งอาจเป็นความรู้ที่จำเป็นในการสนับสนุนพันธกิจ วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ ปัญหาต่าง ๆ ซึ่งสามารถนำการจัดการความรู้ช่วยเหลือแก้ไขได้ 2) การแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) โดยเป็นการนำความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล มาถ่ายทอดและเล่าสู่กันฟัง เช่น การจัดเวทีให้มีการแบ่งปัน แลกเปลี่ยนความรู้ กิจกรรมเล่าสู่กันฟัง ฯลฯ 3) การนำความรู้ที่ได้เก็บไว้เป็นแหล่งความรู้ หรือชุมชนทรัพยากรความรู้ (Knowledge Assets) เพื่อการเผยแพร่และขยายผลต่อไป (สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาสังคม, 2550)

ทั้งนี้โมเดลการจัดการความรู้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) (อ้างอิงในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, 2560) ได้กล่าวถึงการจัดการความรู้ว่าประกอบด้วยกระบวนการดำเนินงาน 7 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การบ่งชี้ความรู้ 2) การสร้างความรู้และแสวงหาความรู้ 3) การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ 4) กระบวนการประมวลผลและการกลั่นกรองความรู้ 5) กระบวนการเข้าถึงองค์ความรู้ 6) การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ 7) การเรียนรู้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การบ่งชี้ความรู้ (Knowledge Identification) เป็นการบ่งชี้ความรู้ที่องค์กรจำเป็นต้องมี และวิเคราะห์รูปแบบและแหล่งความรู้ที่มีอยู่ โดยการตอบคำถามว่า บุคลากรในองค์กรจำเป็นต้องมีความรู้เรื่องอะไร และมีความรู้แน่นแล้วหรือไม่

2. การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) จากแหล่งต่าง ๆ ที่กระจัดกระจายอยู่ทั้งภายในและภายนอก เพื่อจัดทำเนื้อหาให้ตรงกับความต้องการ โดยการหาคำตอบว่า ความรู้อยู่ที่ใคร อยู่ในรูปแบบอะไร และจะนำมาเก็บรวบรวมได้อย่างไร

3. การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization) เป็นการแบ่งชนิดและประเภทของความรู้ เพื่อจัดทาระบบให้ง่ายและสะดวกต่อการค้นหาและใช้งาน โดยการตอบคำถามว่า ความรู้ที่สร้างมาจะเก็บอย่างไร และแบ่งประเภทหัวข้ออย่างไร

4. การประมวลผลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement) เป็นการจัดทำรูปแบบและ “ภาษา” ให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์กร รวมทั้งเรียบเรียงปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัย และตรงกับความต้องการ โดยหาคำตอบว่าจะทำให้เข้าใจง่ายและสมบูรณ์ได้อย่างไร

5. การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access) คือ ความสามารถในการเข้าถึงความรู้ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ในเวลาที่ต้องการ โดยการพิจารณาว่าเราสามารถนำความรู้มาใช้งานได้ง่ายหรือไม่ หรือทำอย่างไรเพื่อจะพาเข้าถึงความรู้ได้

6. การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) โดยเฉพาะความรู้ในรูปแบบ Tacit Knowledge ที่จะต้องทำให้มีการถ่ายทอดออกมาให้ได้ โดยอาศัยเครื่องมือต่าง ๆ เช่น การจัดทำเอกสาร การจัดทำฐานความรู้ การสร้างชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice : CoP) การสร้างระบบพี่เลี้ยง (Mentoring System) การสับเปลี่ยนงาน (Job Rotation) ฯลฯ

7. การเรียนรู้ (Learning) เป็นการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจ ซึ่งเป็นการเรียนรู้โดยมีนัยสำคัญคือ Learning by doing ว่า ความรู้ที่จำเป็นซึ่งถูกบ่งชี้หรือกำหนดไว้ในขั้นตอนที่ 1 นั้น ได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในงานจริงหรือไม่ และก่อให้เกิดการแก้ปัญหาและปรับปรุงองค์กรให้ดีขึ้นได้อย่างไรบ้าง

2. เนื้อหา

2.1 การจัดการความรู้ด้านงานวิจัย เรื่อง “กลุ่มลิกวิจัย”

การจัดการเรียนรู้ด้านงานวิจัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น เรื่อง “กลุ่มลิกวิจัย” ประกอบด้วยกระบวนการดำเนินงาน 7 ขั้นตอน ดังนี้ (อัปสร อีซอ, 2566)

ขั้นตอนที่ 1 การบ่งชี้ความรู้

หนึ่งในพันธกิจหลักของความเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่นอกเหนือจากการจัดการเรียนการสอน การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ การวิจัย ซึ่งเป็นกระบวนการค้นหาความรู้ ความจริงใหม่ที่มีระบบแบบแผนตามหลักวิชา อาศัยหลักเหตุผล ที่รอบคอบ รัดกุม ละเอียดและเชื่อถือได้ อันมีประโยชน์เชิงวิชาการ เชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ การจัดการเรียนการสอน การสร้างองค์ความรู้ใหม่ เกิดข้อค้นพบใหม่ หรืออื่น ๆ ทั้งนี้อาจารย์จำเป็นต้องเขียนข้อเสนอโครงการวิจัย เพื่อเสนอของบประมาณสนับสนุนพันธกิจวิจัยดังกล่าว อย่างไรก็ตาม สิ่งที่เป็นปัญหาจุดเริ่มต้นของการเขียนโครงการวิจัย มีดังนี้

- อาจารย์ไม่สนใจ ไม่พร้อมที่จะเป็นหัวหน้าโครงการวิจัย ทั้งโครงการวิจัยเดี่ยว และโครงการวิจัยชุด (ส่วนใหญ่สนใจร่วมในฐานะทีมวิจัย แต่ไม่สนใจเป็นหัวหน้าโครงการวิจัย)

- อาจารย์ที่สนใจหรือพร้อมที่จะเป็นหัวหน้าโครงการวิจัย ไม่รู้ว่าจะเสนอขอทุนวิจัยเรื่องใด

- อาจารย์มีความเครียดกับโจทย์วิจัย ที่ต้องคิดใหม่ ทุกครั้ง ทุกปี

- อาจารย์ทำวิจัยโดยมีเหตุผลเพียงมิติเดียว เพื่อตอบประเมินพันธกิจด้านงานวิจัย

- มักมีข้อครหา อาจารย์ทำวิจัยขึ้นหิ้ง ไม่มีประโยชน์

ก่อให้เกิดคำถามว่า จะเขียนข้อเสนอโครงการวิจัยเรื่องใดที่มีความสุขและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งได้โจทย์วิจัยใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างและแสวงหาความรู้

การสร้างและแสวงหาความรู้ มีขั้นตอนการปฏิบัติ 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การศึกษาแนวคิดที่เน้นการทำงานอย่างมีคุณค่า มีประสิทธิภาพ และมีความสุข

จากการศึกษาแนวคิดที่เน้นการทำงานอย่างมีคุณค่า มีประสิทธิภาพ และมีความสุข ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการเลือกโจทย์วิจัย รวมถึงการดำเนินพันธกิจวิจัย พบว่ามีแนวคิดอิกิไก และแนวคิด “3 ห่วงเปลี่ยนชีวิต” โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 แนวคิดอิกิไก (Ikigai) มาจากคำว่า อิกิ (iki) ซึ่งหมายถึง การมีชีวิต และ ไก (gai) ที่หมายถึง คุณค่า ด้วยเหตุนี้อิกิไก จึงเน้นคุณค่าของการมีชีวิตอยู่อย่างมีความหมาย ด้วยการสร้างความสุขทั้งกาย ใจ และจิตวิญญาณ ผ่านการแสวงหาและค้นพบตัวตนที่เหมาะสมลงตัว ภายใต้จุดร่วมหลักการ 4 ข้อของอิกิไก โดยการค้นหาคำตอบถึง สิ่งที่เรา (love) สิ่งที่เราทำได้ (good at) สิ่งที่ทำให้เกิดรายได้ (paid for) และสิ่งที่สังคมต้องการ (world needs) ซึ่งจะส่งผลต่อชีวิตการทำงานที่มีความหมาย มีความสุข และมีความยั่งยืน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แนวคิด Ikigai
ที่มา : วรภัทร์ ภูเจริญ, 2561

1.2 แนวคิด “3 ห่วงเปลี่ยนชีวิต” ของ ผศ.ดร.วีรณัฐ โรจนประภา ที่ประยุกต์จากแนวคิดอิกิไก โดยตัดส่วนที่ทำให้เกิดรายได้ เน้นการทำงานบนหลักการ 3 ส่วน ทำสิ่งที่รัก สิ่งที่ถนัด และสิ่งที่แก้ปัญหาสังคม โดยเชื่อว่าเมื่อใดที่แสวงหาความลงตัวของสามส่วนดังกล่าวได้ จะนำมาซึ่งรายได้ในที่สุด นอกเหนือจากนี้ ในส่วนสิ่งที่สังคมต้องการควรปรับเปลี่ยนเป็น “สิ่งที่แก้ปัญหาสังคม” ซึ่งควรจะสอดคล้องกับเป้าหมายเพื่อการพัฒนายั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals –SDGs) ใน 17 ข้อ ดังนี้ 1) การขจัดความยากจน 2) การขจัดความหิวโหย 3) การมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี 4) การศึกษาที่มีคุณภาพ 5) ความเท่าเทียมกันทางเพศ 6) น้ำสะอาดและสุขาภิบาล 7) พลังงานสะอาดและจ่ายได้ 8) งานที่มีคุณค่าหรือสร้างเศรษฐกิจที่เติบโต 9) อุตสาหกรรม นวัตกรรม โครงสร้างพื้นฐาน 10) การลดความเหลื่อมล้ำ 11) เมืองและชุมชนยั่งยืน 12) การผลิตและบริโภคที่รับผิดชอบ 13) การรับมือกับอากาศที่เปลี่ยนแปลง 14) นิเวศทางทะเลและมหาสมุทร 15) ระบบนิเวศบนบก 16) สันติภาพและสถาบันเข้มแข็ง 17) หุ้นส่วนเพื่อการพัฒนา ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 เป้าหมายเพื่อการพัฒนายั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ

ที่มา : สถาบันปรีดี พนมยงค์, 2565

2. ทดลองนำแนวคิดประยุกต์ใช้กับตัวเองด้านงานวิจัย ซึ่งพบว่า สิ่งที่เรา รัก และสิ่งที่ทำได้ดี สามารถนำมารวมควบคู่กัน หากแต่โจทย์ความต้องการของสถาบันหรือหน่วยงานที่สนับสนุนทุนวิจัย จัดเป็นตัวแปรสำคัญในการยื่นทุนวิจัยเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณวิจัย

3. สรุปผลแนวคิด “กลุ่มลิกวิจัย” โดยมีลักษณะการทำงานที่สำคัญ 2 ขั้นตอน ดังนี้ 1) กลุ่มลิกเลือกโจทย์วิจัย โดยแสวงหาความลงตัวจากสิ่งที่รัก & ถนัด สิ่งที่จะช่วยแก้ไขปัญหาของสังคม และสิ่งที่ตอบโจทย์ความต้องการขององค์กรที่สนับสนุนทุนวิจัย 2) กลุ่มลิกต่อเนื่องวิจัย โดยมีความคิดการทำงานที่ทำให้ได้โจทย์วิจัยใหม่ โดยวิจัยปัญหาที่ต่อเนื่อง และ/หรือการขยายขอบเขตกลุ่มเป้าหมายวิจัย

ขั้นตอนที่ 3 การจัดความรู้ให้เป็นระบบ

“กลุ่มลิกวิจัย” เป็นกระบวนการทำงานในการเลือกโจทย์วิจัยหรือทำงานวิจัยที่มีความสุขและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งต่อเนื่อง โดยมีลักษณะการทำงานที่สำคัญ 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. กลุ่มลิกเลือกโจทย์วิจัย โดยมีองค์ประกอบในการเลือกโจทย์วิจัย 3 ส่วนดังนี้

1.1 วิจัยสิ่งที่รักและถนัด โดยการสำรวจความชอบของตนเอง ซึ่งสามารถทำได้ดังนี้

1.1.1 สำรวจหรือเปรียบเทียบวิจัยหรือกิจกรรมในอดีต ที่ทำแล้วรู้สึกมีความสุข ว่าเกี่ยวข้องด้านใด โดยความสุขอาจสำรวจแบบง่าย ๆ 3 ระดับ อันได้แก่ ความสุขระดับมาก ปานกลาง และน้อย ทั้งนี้อาจารย์ควรเลือกทำวิจัยที่มีความสุขระดับมากเป็นหลัก การสำรวจตนเองดังกล่าว ช่วยให้อาจารย์ได้โจทย์วิจัยเรื่องที่มีความสุข เช่น เรื่องอาหาร ผ้าและการแต่งกาย การเงิน ฯลฯ หรือวิจัยในประเด็นที่สนใจเมื่อได้ศึกษา เช่น ด้านการพัฒนาอัตลักษณ์ นวัตกรรม การวิเคราะห์ต้นทุนและการกำหนดราคา การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ ฯลฯ

1.1.2 นำผลสัมฤทธิ์ของผลงานที่เป็นเชิงประจักษ์ หรือใช้ความสำเร็จจากการทำผลงานที่ผ่านมา เป็นฐานในการกำหนดความถนัด

1.1.3 การพูดคุยสอบถามเพื่อนสนิทหรือคนใกล้ชิด ถ้าให้นักถึงเรา มักจะนึกถึงเรื่องอะไรที่โดดเด่นเป็นพิเศษ หรือให้สังเกตว่าเรื่องใดที่มีผู้มาขอคำแนะนำ/คำปรึกษาด้วยมากที่สุด คำตอบที่ได้บ่งบอกถึงความถนัด ความชำนาญ ความมีประสบการณ์ อันเป็นที่ยอมรับในมุมมองจากผู้อื่น

1.2 วิจัยสิ่งที่จะช่วยแก้ไขปัญหของสังคม ซึ่งควรจะสอดคล้องกับเป้าหมายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals –SDGs) ใน 17 ข้อ ดังนี้ 1) การขจัดความยากจน 2) การขจัดความหิวโหย 3) การมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี 4) การศึกษาที่มีคุณภาพ 5) ความเท่าเทียมกันทางเพศ 6) น้ำสะอาดและสุขาภิบาล 7) พลังงานสะอาดและจ่ายได้ 8) งานที่มีคุณค่าหรือสร้างเศรษฐกิจที่เติบโต 9) อุตสาหกรรม นวัตกรรม โครงสร้างพื้นฐาน 10) การลดความเหลื่อมล้ำ 11) เมืองและชุมชนยั่งยืน 12) การผลิตและบริโภคที่รับผิดชอบ 13) การรับมือกับอากาศที่เปลี่ยนแปลง 14) นิเวศทางทะเลและมหาสมุทร 15) ระบบนิเวศบนบก 16) สันติภาพและสถาบันเข้มแข็ง 17) หุ้นส่วนเพื่อการพัฒนา ซึ่งอาจารย์ควรเลือกให้ได้ว่าสนใจทำวิจัยเพื่อแก้ไขปัญหสังคมเรื่องใด จากนั้นจึงลงสู่ภาครายละเอียดโดยการศึกษาในชุมชนหรือท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับโจทย์ปัญหาดังกล่าว ว่ามีรายละเอียดลักษณะปัญหาอย่างไร อยู่ในวิสัยที่จะนำความรู้ ความสามารถไปช่วยแก้ไขปัญหานั้น ๆ ได้หรือไม่ อย่างไร จำเป็นต้องบูรณาการความร่วมมือกับใคร หรือหน่วยงานใดหรือไม่ รวมถึงบูรณาการอย่างไร

1.3 วิจัยสิ่งที่ตอบโจทย์ความต้องการขององค์กรที่สนับสนุนทุนวิจัย โดยการพิจารณาหลักเกณฑ์การให้ทุนสนับสนุนวิจัยของสถาบันหรือหน่วยงานเจ้าของทุนวิจัย เช่น เน้นสนับสนุนงานวิจัยแนวพัฒนาท้องถิ่น เน้นงานที่เป็นยุทธศาสตร์ หรือ Flagship เป็นหลัก เน้นงานวิจัยที่ผ่านการรับรองทรัพย์สินทางปัญญาต่อยอดการนำไปใช้ประโยชน์ ฯลฯ

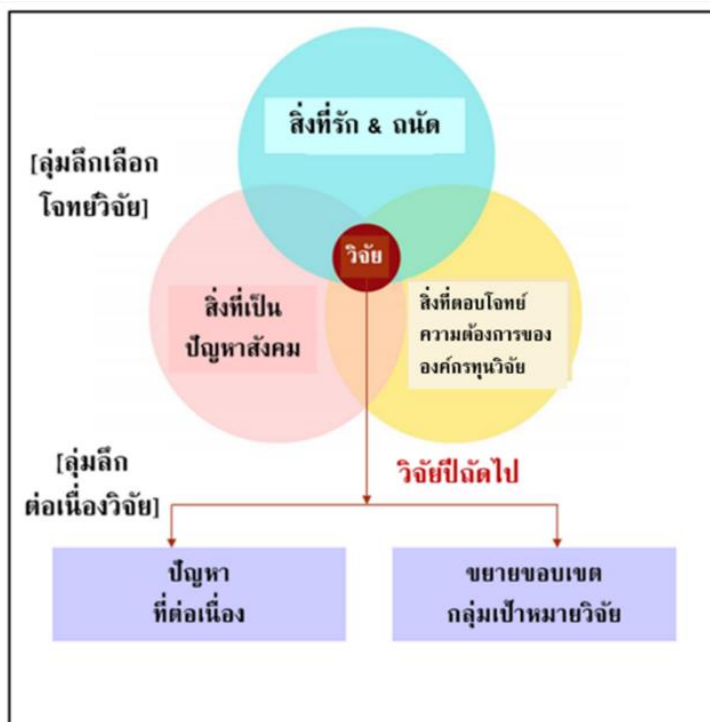
2. ลุ่มลึกต่อเนื่องวิจัย โดยมีฐานคิดการทำงานที่ทำให้ได้โจทย์วิจัยใหม่ จากทางเลือกดังนี้

2.1 ปัญหาที่ต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าจะได้ทำวิจัยช่วยแก้ไขปัญหสังคมของชุมชนหรือท้องถิ่นมาแล้ว แต่ให้พิจารณาว่าการแก้ไขปัญหาดังกล่าว สร้างแรงกระเพื่อม ทำให้เห็นถึงปัญหาต่อเนื่องหรือไม่ อย่างไร เช่น วิจัยพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของชุมชน เมื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีอัตลักษณ์แล้ว โจทย์ปัญหาวิจัยใหม่ อาจเป็นเรื่องของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การวิเคราะห์ต้นทุนและการกำหนดราคา การสร้างแบรนด์ การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย ฯลฯ

2.2 ขยายขอบเขตกลุ่มเป้าหมายวิจัย พึงสังเกตถึงความเชื่อมโยงของเครือข่ายกลุ่มเป้าหมายวิจัยว่ามีหรือไม่ ปัญหาของเครือข่ายคืออะไร อาจารย์สามารถนำความรู้ไปช่วยแก้ไขปัญหานั้น ๆ ได้หรือไม่ อย่างไร เช่น ที่ผ่านมามีเคยวิจัยพัฒนาธุรกิจเตยหนามของจังหวัดเฉพาะรายใดรายหนึ่ง โดยวิจัยพัฒนาแก้ไขปัญหอย่างต่อเนื่อง เช่น พัฒนาผลิตภัณฑ์ การผลิต การจัดจำหน่าย ฯลฯ ต่อมาได้เห็นถึงปัญหาของธุรกิจเตยหนามจักสานกลุ่มอื่น ๆ ด้วย จึงวิจัยพัฒนาขยายขอบเขตกลุ่มเป้าหมายวิจัยให้ใหญ่ขึ้น เป็นวิจัยพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์หรือกลุ่มเครือข่ายเตยหนามจักสาน 4 ธุรกิจชุมชนของทั้งจังหวัด

ขั้นตอนที่ 4 การประมวลและกลั่นกรองความรู้

จากการประมวลและกลั่นกรองความรู้ เพื่อให้เข้าใจการทำงานของ “ลุ่มลึกวิจัย” ได้ง่ายขึ้น จึงได้พัฒนาโมเดลการทำงานของลุ่มลึกวิจัย ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 โมเดลกลุ่มเล็กวิจัย
ที่มา: อัสพร อีซอ, 2566

ขั้นตอนที่ 5 การเข้าถึงความรู้

การดำเนินการเพื่อให้อาจารย์ท่านอื่น ๆ ได้เข้าถึงความรู้ “กลุ่มเล็กวิจัย” ได้ง่ายขึ้นและสะดวกขึ้น จึงได้มีการดำเนินงาน ภายใต้การสนับสนุนการจัดการเรียนรู้ จากฝ่ายบริหาร สำนักงานคณบดี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ดังนี้

1. เผยแพร่ข้อมูลแนวปฏิบัติที่ดีเรื่อง “กลุ่มเล็กวิจัย” ผ่านเว็บไซต์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

2. ประชาสัมพันธ์ผ่านไลน์ทีมคณะวิทยาการจัดการเพื่อให้อาจารย์ท่านอื่นได้ทราบถึงการเผยแพร่แนวปฏิบัติที่ดีผ่านเว็บไซต์คณะวิทยาการจัดการดังกล่าว ซึ่งอาจารย์สามารถศึกษาแนวปฏิบัติที่ดีดังกล่าวได้ทุกเมื่อ

ขั้นตอนที่ 6 การแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้

การแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ “กลุ่มเล็กวิจัย” ภายใต้การสนับสนุนการจัดการเรียนรู้จากฝ่ายบริหาร สำนักงานคณบดี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา มีดังนี้

1. วิทยากรร่วมนำเสนอ “กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้การจัดการความรู้” ด้านการบริหารจัดการงานวิจัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งจัดโดยคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา วันที่ 4 เมษายน 2566 เวลา 13.00 น. ณ ห้องประชุมปิ่นกลาง ชิง และผ่านระบบ Google Meet

2. วิทยากรร่วมนำเสนอ กิจกรรมเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากการจัดการความรู้ ประจำปีงบประมาณ 2566 (YRU Ted Talk 2023) ซึ่งจัดโดยมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา วันที่ 5 กรกฎาคม 2566 เวลา 09.00 น. ณ ห้องประชุม نگاه คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

3. เผยแพร่คลิปวิดีโอ “กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้การจัดการความรู้” ผ่านเว็บไซต์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ขั้นตอนที่ 7 การเรียนรู้

ผลจาก “กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้การจัดการความรู้” ทำให้อาจารย์หลายท่านมีหลักการในการเลือกโจทย์วิจัยเพื่อเขียนข้อเสนอโครงการวิจัย โดยสำรวจตนเองถึงทิศทางการทำงานวิจัยที่มีความสุข มีคุณค่า และตอบโจทย์ความต้องการขององค์กรที่สนับสนุนทุนวิจัย ทำให้อาจารย์ทราบว่าจะยื่นโครงการขอทุนสนับสนุนวิจัยเรื่องใด ซึ่งช่วยสร้างความพร้อมให้อาจารย์ในการเป็นหัวหน้าโครงการวิจัย รวมถึงก้าวสู่ทุนวิจัยในลักษณะแผนงานวิจัยหรือโครงการวิจัยชุด อีกทั้งมีทิศทางการทำงานวิจัยเพื่อชุมชนหรือท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

2.2 บทเรียนที่ได้รับ

จากประสบการณ์ที่ผ่านมาในการดำเนินงานตามแนวคิด “กลุ่มลี้กวิจัย” ทำให้ได้รับบทเรียนที่สำคัญ ดังนี้

2.2.1 “กลุ่มลี้กวิจัย” เป็นแนวคิดการทำงานที่อยู่กึ่งกลางระหว่างการทำงาน โครงการวิจัย (เดี่ยว) และโครงการวิจัยชุด (หรือแผนงานวิจัย) เป็นการสร้างความพร้อมให้กับอาจารย์ในการทำงานวิจัยโครงการเล็ก ๆ ก่อนก้าวสู่โครงการวิจัยใหญ่

2.2.2 “กลุ่มลี้กวิจัย” เป็นแนวคิดการทำงานสำหรับอาจารย์ที่ไม่สนใจ ไม่พร้อมที่จะทำวิจัยทุนใหญ่ ในลักษณะแผนงานวิจัยหรือโครงการวิจัยชุด โดยความไม่พร้อม อาจเป็นปัญหาเรื่องสุขภาพ เวลา ฯลฯ อาจารย์จึงสามารถทำวิจัยโครงการวิจัย (เดี่ยว) 3 ปีต่อเนื่อง ซึ่งเทียบเท่ากับทำโครงการวิจัยชุด (หรือแผนงานวิจัย) 1 ปี สามโครงการวิจัยย่อย

2.3 ปัจจัยความสำเร็จ

จากการดำเนินงานตามแนวคิด “กลุ่มลี้กวิจัย” ทำให้ค้นพบปัจจัยความสำเร็จ ดังนี้

2.3.1 ความสำเร็จขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคลของแต่ละคน ที่มีแนวคิดแบบเติบโต (Growth Mindset) ในการมุ่งมั่น รักความก้าวหน้า ไม่ยอมแพ้ต่ออุปสรรคต่าง ๆ (Elaine Elliott, 2022) ในการพัฒนาตนเองสู่การเป็น “หัวหน้าโครงการวิจัยที่ดี” ภายใต้แนวคิดการมองหาคุณค่าของการทำงานวิจัยที่มีความสุขและมีประสิทธิภาพ ต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 3 ปี หรือมากกว่า

2.3.2 การส่งเสริมสนับสนุนของผู้บริหาร ทั้งระดับคณะและมหาวิทยาลัย ถึงแนวปฏิบัติที่ดีในการดำเนินงานพันธกิจเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น อันได้แก่ การจัดอบรมเพื่อค้นหาหัวข้อแนวปฏิบัติที่ดี การอบรมสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การประชาสัมพันธ์เนื้อหา คลิปวิดีโอ รวมถึงประชาสัมพันธ์บุคลากรในการเข้าร่วมอบรมฯ การมอบเกียรติบัตรและรางวัลสำหรับผู้รับผิดชอบแนวปฏิบัติที่ดีในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ฯลฯ อย่างไรก็ตาม จากแนวปฏิบัติที่ดีเรื่อง “กลุ่มลี้กวิจัย” มีข้อเสนอแนะให้จัดตั้งทีมที่ปรึกษางานวิจัย (Research Advisory Team) ของคณะฯ เพื่อส่งเสริมให้อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ โดยเฉพาะอาจารย์ใหม่ หรืออาจารย์ที่มีปัญหาด้านงานวิจัย มีทิศทางการทำงานในการก้าวสู่เป็นหัวหน้าโครงการวิจัยที่ดีต่อไป

3. บทสรุป

หนึ่งในพันธกิจหลักของความเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่นอกเหนือจากการจัดการเรียนการสอน การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ การวิจัย โดยเป็นกระบวนการค้นหาความรู้ ความจริงใหม่ที่มีระบบแบบแผนตามหลักวิชา อาศัยหลักเหตุผล ที่รอบคอบ รัดกุม ละเอียดและเชื่อถือได้ อันมีประโยชน์เชิงวิชาการ เชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ การจัดการเรียนการสอน การสร้างองค์ความรู้ใหม่ เกิดข้อค้นพบใหม่ หรืออื่น ๆ ทั้งนี้อาจารย์จำเป็นต้องเขียนข้อเสนอโครงการวิจัย เพื่อเสนอของบประมาณสนับสนุนพันธกิจวิจัยดังกล่าว ก่อให้เกิดคำถามว่า จะเขียนข้อเสนอโครงการวิจัยเรื่องใดที่มีความสุขและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งไม่เครียดกับโจทย์วิจัย ที่ต้องคิดใหม่ ทุกครั้ง ทุกปี ทั้งนี้ “โมเดลกลุ่มลี้กวิจัย” เป็นกระบวนการทำงานในการเลือกโจทย์วิจัยหรือทำงานวิจัยที่มีความสุขและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งต่อเนื่อง โดยพัฒนามาจาก 2 แนวคิดหลัก ประกอบด้วย 1) แนวคิดอิคิไก โดยการค้นหาคำตอบถึงสิ่งที่รัก สิ่งที่ได้ดี สิ่งที่ทำให้เกิดรายได้ และสิ่งที่สังคมต้องการ ซึ่งจะส่งผลต่อชีวิตการทำงานที่มีความหมาย มีความสุข และมีความยั่งยืน 2) แนวคิด “3 ห่วงเปลี่ยนชีวิต” ที่ประยุกต์จากแนวคิดอิคิไก เน้นการทำงานบนหลักการ 3 ส่วน ทำสิ่งที่รัก สิ่งที่ถนัด และสิ่งที่ปัญหาสังคม โดยเชื่อว่า เมื่อใดที่แสวงหาความลงตัวของสามส่วนดังกล่าวได้ จะนำมา

ซึ่งรายได้ในที่สุด นอกเหนือจากนี้ ในส่วนสิ่งที่สังคมต้องการ ควรปรับเปลี่ยนเป็น “สิ่งที่ปัญหาสังคม” ซึ่งควรให้สอดคล้องกับเป้าหมายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ ส่วน “โมเดลกลุ่มลี้กวิชัย” ได้ประยุกต์ต่อยอด 2 แนวคิดดังกล่าวข้างต้น พัฒนาใช้ประโยชน์ด้านงานวิจัย โดยมีลักษณะการทำงานที่สำคัญ 2 ขั้นตอน ดังนี้ 1) กลุ่มลี้กเลือกโจทย์วิจัย โดยแสวงหาความลงตัวจากสิ่งที่รักและถนัด สิ่งที่จะช่วยแก้ไข้ปัญหาของสังคม และสิ่งที่ตอบโจทย์ความต้องการขององค์กรที่สนับสนุนทุนวิจัย 2) กลุ่มลี้กต่อเนื่องวิจัย ซึ่งเน้นฐานคิดการทำงานที่ทำให้ได้โจทย์วิจัยใหม่ โดยวิจัยปัญหาที่ต่อเนื่อง และ/หรือการขยายขอบเขตกลุ่มเป้าหมายวิจัย

4. เอกสารอ้างอิง

- จริยา ปันทังกูร และกิตติศักดิ์ ตียา. (2563). การจัดการความรู้ในสถาบันอุดมศึกษา. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 10(3), 289-303.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. (2560). โมเดล การจัดการความรู้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.). ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2566, จาก https://kmced.blogspot.com/p/blog-page_29.html.
- วรภัทร์ ภูเจริญ. (2561). Ikigai ความหมายของการทำงาน. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2566, จาก <https://shorturl.asia/I2Nhb>.
- สถาบันปรีดี พนมยงค์. (2565). เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2566, จาก <https://pridi.or.th/th/content/2022/05/1081>.
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2548). การจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: จีรวัฒน์เอ็กซ์เพรส.
- สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม. (2550). สังคมสุขสันต์มหัสจรรย์ KM. กรุงเทพฯ: เอส. อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์.
- สำนักงานประกันคุณภาพ สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. (2564). คู่มือการประกันคุณภาพการศึกษา ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา พ.ศ. 2562 ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2564. ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- อัปสร อีซอ. (2566). ผลงาน “แนวปฏิบัติที่ดี” คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2566, จาก https://drive.google.com/file/d/1I1oqFHB_DH1NwBAZZKFM5TKgLvJRy3VV/view.
- Elaine Elliott, M. (2022). *The Growth Mindset Workbook*. Oakland : New Harbinger Publications Inc.
- Hislop, D., Bosua, R. & Helms, R. (2018). *Knowledge Management in Organizations: A Critical Introduction*. (4th ed). Oxford, NY: Oxford University Press.

ภาวะผู้นำกับการบริหารองค์กรเชิงธุรกิจในโลกยุคใหม่ Leadership and Management of Business Organizations in the New Era World

กอบชัย เมฆดี (Kobchai Mekdee)¹

ศศินันท์ ศาสตร์สาร (Sasinan Sastsara)²

บทคัดย่อ

ในสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสังคมในโลกยุคใหม่หรือโลกศตวรรษที่ 21 ซึ่งส่งผลกระทบต่อวิถีการดำรงชีวิตของสมาชิกในสังคมโลกอย่างทั่วถึง เพื่อให้องค์กรเชิงธุรกิจซึ่งเป็นหน่วยหนึ่งของสังคมโลกสามารถดำเนินต่อไปได้ ผู้นำองค์กรจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อเตรียมพร้อมรับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกยุคใหม่ และพ่วงองค์กรไปสู่เป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยภาวะผู้นำกับการบริหารองค์กรเชิงธุรกิจในโลกยุคใหม่ ประกอบด้วย 7 คุณลักษณะ ได้แก่ 1) มีคุณธรรมและจริยธรรม 2) สร้างแรงจูงใจ 3) มีวิสัยทัศน์ 4) กล้าตัดสินใจ กล้าคิด พูด ทำ 5) มีทักษะการสื่อสาร 6) ทำงานบรรลุเป้าหมาย และ 7) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับทีมงาน อีกทั้งต้องมีความรู้เท่าทันเทคโนโลยีและสารสนเทศในการสื่อสารต่างๆ รวมถึงทักษะในการเชื่อมความสัมพันธ์กับคนที่มีความหลากหลายและแตกต่างกันไปในสังคมเป็นอย่างดีอีกด้วย ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ส่งผลให้การบริหารงานต่าง ๆ ขององค์กรเป็นไปด้วยความราบรื่นและพร้อมที่จะเผชิญกับสภาพสังคมหรือบริบทที่เปลี่ยนไป ตลอดจนภัยคุกคามต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นอย่างคาดไม่ถึง

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ การบริหารองค์กรธุรกิจ โลกยุคใหม่

Abstract

The situation of rapid changes in society in the new era world or the 21st-century world thoroughly affects the way of life of members of the global society. So that business organizations which are a unit of the global society can continue, Leaders of business organizations have to adapt to prepare for the changing situations of the new era world and effectively lead the organization towards its goals. Seven leadership for the management of business organizations in the new era world qualities consist of 1) morality and ethics, 2) motivational, 3) visionary, 4) courage to make decisions, dare to think, speak, and act, 5) Communications skills, 6) achieve goals, and 7) build relationships. good to the team They also need to be knowledgeable about technology and information in various communications, as well as the skills to connect with diverse and different people in society as well. These features result in the smooth management of various organizations and are ready to face social conditions or changing contexts. as well as various threats that occur unexpectedly.

Keywords: Leadership, Management of Business Organizations, New Era

วันที่รับบทความ : 7 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 15 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 21 สิงหาคม 2566

1. บทนำ

ผู้นำเป็นหนึ่งในผู้มีบทบาทสำคัญในการพาองค์กรทุกองค์กรในทุกภาคส่วนไปสู่ความสำเร็จ ไม่ว่าจะเป็นด้วยการกำหนดนโยบาย การจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ ทั้งงบประมาณ กำลังคนและอื่น ๆ รวมทั้งตรวจสอบกระบวนการทำงาน ตั้งแต่เริ่มต้นไปจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยเฉพาะในโลกยุคใหม่หรือโลกในศตวรรษที่ 21 เป็นต้นไป ที่กระแสการปรับเปลี่ยนทางสังคมส่งผลต่อวิถีการดำรงชีวิตของสมาชิกในสังคมอย่างทั่วถึง ซึ่งในศตวรรษที่ 21 โลกจะเดินหน้าเข้าสู่ยุคโรงงานอุตสาหกรรมอย่างเต็มรูปแบบโดยเดินทางเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มและความแปลกใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ทุกประเภท โลกในศตวรรษที่ 21 จะเป็นสังคมธุรกิจที่เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทอย่างมากกับการดำรงชีวิตของสมาชิกในสังคม ซึ่งเป็นสังคมที่แตกต่างจากในอดีต นั่นคือเป็นสังคมพหุวัฒนธรรม (วิจารณ์ พานิช, 2555) เป็นที่ทราบกันว่าโลกในปัจจุบันกำลังเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ สังคมเริ่มมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม การใช้ชีวิตของคนในสังคมเริ่มเป็นไปในทางธุรกิจหรือมีความเป็นทุนนิยมมากยิ่งขึ้น อีกทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศกำลังเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการดำรงชีวิตของคนในสังคม ดังนั้นต้องเรียนรู้และปรับความคิดในการเตรียมพร้อมปรับตัวปรับทัศนคติ และพัฒนาการดำเนินชีวิตเพื่อให้งานสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม (วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง และ อธิป จิตตฤกษ์, 2556; วิจารณ์ พานิช, 2555; สุทธิพร จิตต์มิตรภาพ, 2553)

ดังนั้นการที่จะพาองค์กรในโลกยุคใหม่ที่มีความเปลี่ยนแปลงมากมายและรวดเร็ว อีกทั้งยังส่งผลต่อวิถีการดำรงชีวิตของสมาชิกในสังคมนี้ไปสู่ความสำเร็จได้จะต้องอาศัยผู้นำองค์กรที่มีคุณลักษณะภาวะผู้นำที่สอดคล้องกับบริบทของโลกยุคใหม่จึงจะสามารถนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพได้

2. โลกยุคใหม่

โลกยุคใหม่หรือโลกในศตวรรษที่ 21 นี้ถือเป็นโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีความแตกต่างจากโลกในศตวรรษที่ 19 และ 20 อย่างสิ้นเชิง เศรษฐกิจอุตสาหกรรมในอดีตถูกแทนที่ด้วยเศรษฐกิจและบริการที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (ไพฑูรย์ สินลารัตน์, 2557; วิจารณ์ พานิช, 2555) โลกในศตวรรษที่ 21 เป็นสังคมที่อยู่ในยุคโลกาภิวัตน์ คำว่า “โลกาภิวัตน์” (Globalization) ความหมายตามหลักพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 หมายถึง การแพร่หลายกระจายไปทั่วโลกอย่างทั่วถึง การที่ประชาคมโลกไม่ว่าจะอยู่ ณ จุดใด สามารถรับรู้สัมผัสหรือรับผลกระทบจากสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วกว้างขวาง เนื่องจากการพัฒนาระบบสารสนเทศ ถือเป็นช่วงเวลาในโลกถูกล่อหลอมไว้ด้วยกันอย่างใกล้ชิดโลกสมัยโลกาภิวัตน์มีการเปิดประเทศกันมากขึ้น การติดต่อสื่อสารระหว่างกันสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหรือไอที (IT information technology) ช่วยเชื่อมโยงโลกให้เข้าถึงกันได้อย่างสะดวก สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูล ข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว แต่ละประเทศเริ่มเรียนรู้และเข้าใจกับนานาประเทศมากขึ้น เกิดการยอมรับและประสานความร่วมมือซึ่งกันและกัน ความเจริญก้าวหน้าทำให้โลกในศตวรรษที่ 21 พัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง แต่ขณะเดียวกันยังคงมีปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อโลกที่ต้องหาทางแก้ไข เช่น การก่อการร้าย เหตุการณ์วินาศกรรมสงครามต่อต้านการก่อการร้าย ปัญหาความขัดแย้ง การขาดแคลนทรัพยากร (สุพรรณิ ชะโลธร และ เกษมวัฒน์ เปรมมกล, 2553)

สังคมมนุษย์มีความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีควบคู่กับการเข้าสู่โลกยุคใหม่นั้น มนุษย์ต้องเผชิญกับปัญหารูปแบบใหม่ เช่น สงคราม ความรุนแรง และการคุกคามการดำรงชีวิตอย่างผาสุกของมนุษย์อันเนื่องมาจากความขาดแคลนทรัพยากรหรือการลดลงของการผลิตพลังงาน และอาหาร ตลอดจนปัญหาภัยธรรมชาติ อันเนื่องมาจากภาวะโลกร้อน คนในสังคมจึงควรพึงเข้าใจต้นตอของปัญหาที่ต้องเผชิญเข้าใจความพยายามของหน่วยงานที่จะเข้ามาช่วยแก้ปัญหาที่หลากหลาย เพื่อการอยู่ร่วมกันในโลกอย่างสันติ (สัญญา สุวังบุตร และคณะ, 2552)

โดยโลกในศตวรรษที่ 21 มีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ (ไพฑูรย์ สินลารัตน์, 2557; วิจารณ์ พานิช, 2555; Canton, 2006) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เทคโนโลยี (Technology) ในชีวิตความเป็นอยู่ประจำวันและชีวิตการทำงาน คนใช้และพึ่งพาเทคโนโลยีเป็นหลัก โดยเฉพาะเทคโนโลยีข่าวสารและการคมนาคม (information and communication technology) ดังนั้น ทักษะด้านเทคโนโลยีจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากและหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยในศตวรรษที่ 21 มีการพัฒนาทักษะทางด้านเทคโนโลยีสำหรับคน 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มที่ใช้เทคโนโลยีในการทำงานและดำเนินชีวิตประจำวันอย่างรู้เท่าทัน กลุ่มคนที่ 2 คือ กลุ่มที่ให้บริการและคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนสร้างนวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการใช้งานอย่างเหมาะสมต่อคุณภาพชีวิตสภาพจริง และกลุ่มที่สร้างและพัฒนาทักษะความคิดเชิงสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรมขึ้นใช้เองและนำไปแลกเปลี่ยนการใช้งานในเวทีเศรษฐกิจโลก

2. เศรษฐกิจและการค้า (Commercialization and economy) เป็นผลสืบเนื่องมาจากความเป็นโลกเทคโนโลยีที่มีการคิดพัฒนานวัตกรรมขึ้นใช้งานในการดำเนินชีวิตประจำวันและชีวิตการทำงานของทุกอาชีพมีการพัฒนาเทคนิคการเรียนรู้ทักษะการใช้งาน เกิดการสร้างกลยุทธ์การขาย จนเกิดการแข่งขันในเวทีเศรษฐกิจโลก เมื่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นเทคโนโลยีใหม่มีความเกี่ยวข้องและจำเป็นต่อชีวิตความเป็นอยู่ ทุกคนจึงพยายามเรียนรู้ทักษะการใช้งานเพื่อแข่งขันด้านประสิทธิภาพ การทำงาน ความเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เน้นการขายเป็นหลัก จึงจำเป็นต้องพัฒนาทักษะทางการค้าที่มีจิตวิญญาณของผู้ประกอบการ (entrepreneurial spirit) การค้ารูปแบบใหม่ที่เน้นเทคโนโลยีเน้นผลผลิตเชิงนวัตกรรมที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญใหม่มากขึ้น

3. โลกาภิวัตน์กับเครือข่าย (Globalization and network) สืบเนื่องจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เน้นการขายเป็นหลัก การสื่อสาร สื่อความหมายและการเลือกเครือข่ายวิธีการสื่อสารต้องมีความถูกต้อง รวดเร็ว ไม่จำกัดสถานที่ โลกาภิวัตน์ถูกนำมาเป็นตัวช่วยอย่างรวดเร็วทุกที่ ทุกเวลา ดึงโลกกว้างให้แคบเล็กลง ถือเป็นอิทธิพลที่ทำให้คนในศตวรรษที่ 21 ต้องสร้างทักษะการเรียนรู้มากมายหลายช่องทาง โดยเฉพาะเรื่องเครือข่ายในกลุ่มเดียวกันต้องสร้างความร่วมมือกันทำงาน มีการแลกเปลี่ยนความรู้ในเชิงพัฒนาคุณภาพชีวิตและการทำงาน ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในโลกศตวรรษที่ 21 คือ การพึ่งพากันในระดับโลกจะมีมากขึ้น เรื่องการดำเนินชีวิตและแก้ไขปัญหาของโลก การเป็นพลเมืองของโลกดิจิทัลและประชาธิปไตย ความต้องการผู้ประกอบการที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานคิดงานใหม่ขึ้นมา และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลแบบออนไลน์ ซึ่งโลกเทคโนโลยี เครือข่าย และธุรกิจต้องการผู้ประกอบการที่เป็นผู้สร้างสรรค์มากขึ้น

4. สิ่งแวดล้อมและพลังงาน (Environ mentalization and energy) เป็นผลจากที่ผ่านมานอดีตโลกได้พัฒนาการใช้เทคโนโลยีโดยนำเอาทรัพยากรมาใช้โดยไม่คำนึงถึงการสูญเสียสภาพความสมดุลของสภาพแวดล้อม ปัญหาสภาพแวดล้อมจึงเกิดขึ้นมากมายหลายเหตุการณ์ ดังนั้น ความใส่ใจที่จะคืนความสมดุลทางธรรมชาติและสภาพแวดล้อมจึงเกิดขึ้น การเรียนรู้และแก้ปัญหาจะเป็นการช่วยเหลือกัน หรือทำงานร่วมกันมากขึ้น โดยใช้ความเป็นโลกาภิวัตน์กับเครือข่ายกีดกันผู้ที่ไม่ให้ความร่วมมือ และทางตรงข้ามผลิตภัณฑ์ที่ช่วยรักษาสมดุลทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมก็จะร่วมมือกันในเชิงธุรกิจการค้าและเชิงการสร้างพันธมิตร

5. ความเป็นเมือง (Urbanization) สืบเนื่องจากการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศในความเป็นโลกาภิวัตน์ทำให้ลดช่องว่างของสังคมเมืองและชนบทลง การซื้อขายสินค้า ธุรกิจ การค้า การใช้เทคโนโลยีเกิดขึ้นของสังคมเมืองและชนบทไม่แตกต่างกัน สิ่งที่เกิดขึ้นชัดเจนก็คือ เศรษฐกิจและชีวิตสมัยใหม่ที่ยึดโยงอยู่กับการค้าและบริการที่ตั้งอยู่บนวิถีชีวิตสมัยใหม่ต้องอาศัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่แข่งขันผลิตนำมาใช้ใหม่กันมากขึ้น นำไปสู่การเป็น Global cities มากขึ้นและชัดเจนขึ้น

6. คนจะอายุยืนขึ้น (Ageing and health) ความก้าวหน้าการคิดค้นผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น ยา เวชภัณฑ์ การรักษาพยาบาล รวมถึงเทคโนโลยีทางการแพทย์เฉพาะทางพัฒนาอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ประกอบกับ คนเข้าถึงองค์ความรู้ ความรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศโลกาภิวัตน์ทำให้คนดูแลสุขภาพ และป้องกันรักษาโรคเฉพาะทางได้ ทำให้คนอายุยืนมากขึ้น เกิดเป็นสังคมของผู้สูงอายุ การดำเนินชีวิตและวิถีชีวิตจะเปลี่ยนไป คนสูงอายุมียุคทองและทำงานได้อยู่ คนรุ่นใหม่มีน้อยลง เกิดการสร้างสังคมการอยู่ร่วมกันของคนรุ่นใหม่กับคนรุ่นเก่าที่มีคุณภาพชีวิตผสมผสานกันได้อย่างลงตัว ไม่ถูกทอดทิ้ง เกิดเป็นกลุ่มปัญหาใหม่จากผู้สูงอายุ

7. อยู่กับตัวเอง (Individualization) เป็นผลสืบเนื่องมาจากความเจริญทางด้านเทคโนโลยีและความเป็นโลกาภิวัตน์ การสนทนาระหว่างบุคคลหรือกลุ่มคนที่รู้จักกันจะดำเนินการผ่านทางเทคโนโลยีมากกว่ามาพบหน้ากัน ปฏิสัมพันธ์ซึ่งหน้าลดน้อยลง นักเรียนจะเข้าชั้นเรียนน้อยลงแต่คุยกันผ่านช่องทางเทคโนโลยีกันมากขึ้น

สรุปได้ว่าสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นสถานการณ์ของโลกยุคใหม่หรือโลกในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเริ่มขึ้นเมื่อ ค.ศ 2001 มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งเกิดเหตุการณ์และปัญหาขึ้นมากมาย ข้อสรุปจากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในศตวรรษที่ 21 คือ สมาชิกของสังคมต้องเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อการก้าวให้ทันเทคโนโลยีโลก ต้องเรียนรู้วัฒนธรรมต่างๆ หรือเป็นผู้คิดพัฒนานวัตกรรมที่สอดคล้องกับบริบทของสังคมพื้นฐานของตนเองขึ้นใช้เอง ต้องเป็นผู้รับรู้ข้อมูลสารสนเทศเพื่อสื่อสารร่วมมือกับระดับนานาชาติหรือเป็นผู้รู้เท่าทันสารสนเทศ สื่อ เทคโนโลยี นำไปใช้เป็นประเด็นสาระสำคัญสร้างความร่วมมือเพื่อพัฒนานวัตกรรม จะต้องเป็นผู้เรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ตามทันการเปลี่ยนแปลงที่พร้อมจะเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา หรือเป็นผู้รู้จักตัวเองและพัฒนาเพื่อเป็นตัวของตัวเอง โลกในศตวรรษที่ 21 จะมีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจและการค้า โลกาภิวัตน์และเครือข่าย สิ่งแวดล้อมและพลังงาน ความเป็นเมือง อายุและความเป็นอยู่ของ ประชากร รวมถึงการอยู่กันตนเอง ดังนั้น คนในสังคมจะต้องมีผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลงเพื่อเป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิตให้กับคนในสังคมในโลกศตวรรษที่ 21 ซึ่งผู้นำจะต้องมีทักษะความสามารถ การเรียนรู้ รวมถึงทัศนคติที่ดีในการดำเนินชีวิต รวมถึงองค์กรธุรกิจเองก็จะต้องมีผู้นำที่มีคุณลักษณะภาวะผู้นำที่สอดคล้องกับโลกยุคใหม่ที่เกิดการเปลี่ยนแปลงดังที่กล่าวไปข้างต้นด้วยเช่นกัน

3. การบริหารองค์กรเชิงธุรกิจ

องค์กรธุรกิจ หมายถึง กิจกรรมที่ก่อให้เกิดสินค้าและบริการโดยบุคคลหรือกลุ่มคนซึ่งรวมกันกระทำการกิจกรรมทางธุรกิจ ธุรกิจจึงเป็นกระบวนการของการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติมาเปลี่ยนสภาพตามกรรมวิธีการผลิตด้วยแรงคนและเครื่องจักรให้เป็นสินค้าเพื่อประโยชน์แก่ผู้ที่ต้องการ กิจกรรมของธุรกิจจึงรวมทั้งการผลิต การซื้อขาย การจำแนก แจกจ่ายสินค้า การขนส่ง การธนาคาร การอุตสาหกรรมและอื่น ๆ รวมถึง การพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการประกอบอาชีพเฉพาะอย่าง และนับวันจะแพร่หลายและมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนในสังคมมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ด้วยสาเหตุสำคัญคือคนทุกคนมีความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุด อยากมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีกว่าเดิม หวังจะได้สินค้าคุณภาพดีปริมาณมากตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกในรูปแบบต่าง ๆ แต่ในขณะเดียวกัน คนทุกคนมีความสามารถจำกัด ทั้งร่างกาย กำลังความคิด ความชำนาญและเวลา การหวังที่จะได้สิ่งต่าง ๆ มากมายพร้อมด้วยคุณภาพ โดยลำพังความสามารถของตนเองย่อมเป็นไปไม่ได้ในสถานการณ์ที่มีข้อจำกัดอยู่หลายประการ คนในสังคมจึงจำเป็นต้องตกลงร่วมมือกันทำงานกับบุคคลอื่น ๆ หลายฝ่าย เช่น ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร เพื่อพนักงาน รวมกำลังทุนทรัพย์และความสามารถเพื่อเอาชนะข้อจำกัดของตนเอง จัดตั้งเป็นองค์กรธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง สังคม และการเมือง

และเมื่อกลุ่มบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปได้ตั้งความปรารถนาร่วมกัน มีวัตถุประสงค์อย่างเดียวกัน จึงเกิดการรวมตัวกันจัดตั้งเป็นองค์กรธุรกิจในรูปต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด เช่น ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด โดยการลงทุนร่วมกันเพื่อประกอบกิจการด้านต่าง ๆ เช่น การประกอบการอุตสาหกรรม การค้าขาย การให้บริการ การจัดตั้งองค์กรธุรกิจมักจะเริ่มจากองค์กรขนาดเล็ก โดยมีเป้าหมายภารกิจหรือผลิตภัณฑ์จำนวนน้อยในระยะแรก แล้วค่อยขยายทุนและธุรกิจไปในโอกาสที่มีปัจจัยต่าง ๆ สนับสนุน เมื่อได้จัดตั้งเป็นองค์กรที่มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีวิสัยทัศน์ในทางเดียวกัน จำเป็นที่จะต้องแบ่งงานกันทำ โดยสร้างกรอบของการดำเนินงาน คือระเบียบ ข้อบังคับขององค์กรและจะต้องรับผิดชอบร่วมกัน ตามที่กฎหมายกำหนด และมีข้อปฏิบัติในการดำเนินงานตามอีกมากมาย เช่น การเลือกทำเลที่ตั้งขององค์กร แหล่งที่มาของทุนทรัพยากรในการดำเนินงานอุปกรณ์วัสดุที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน บุคลากรที่จะต้องบรรจุในแผนกต่าง ๆ แหล่งที่จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อผลกำไรและความอยู่รอดขององค์กร

ในการทำงานในองค์กรที่มีคนทำงานอยู่รวมกันตั้งแต่ 2 คน ขึ้นไป จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กร และจะต้องมีผู้นำในการดำเนินงานต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารองค์กรในโลกยุคใหม่ที่เป็นยุคของการแข่งขันอย่างรุนแรงและมีแนวโน้มที่ต้องเผชิญกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่สำคัญ ได้แก่ 1) การขาดแคลน

ทรัพยากรทางธรรมชาติที่เพิ่มขึ้น เช่น ทรัพยากรทางด้านพลังงานที่ลดลง ธุรกิจ จำเป็นที่จะต้องหาวิถีทางใหม่ ๆ ที่จะผลิตสินค้าหรือบริการที่ใช้พลังงานที่ลดลง หรือหาทางเลือกของการใช้ทรัพยากรทางด้านพลังงานตัวใหม่มาทดแทนของเดิม เช่น ใช้พลังงานแสงอาทิตย์แทนน้ำมัน เป็นต้น 2) ความสำคัญของการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ การดำเนินธุรกิจจะต้องมีการขยายของเขตการดำเนินงานจากการค้าขายภายในประเทศออกไปสู่การค้าขายระหว่างประเทศให้สอดคล้องกับยุคโลกาภิวัตน์ การค้าขายจะไม่มีการปิดกั้นการติดต่อ การติดต่อสามารถเชื่อมโยงได้ทั่วโลก กิจกรรมการขยายการดำเนินธุรกิจ การส่งออก การร่วมลงทุน การลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ เป็นต้น 3) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมต่างๆ จะต้องมีการปรับเปลี่ยนในการใช้เทคโนโลยี เช่น การใช้คอมพิวเตอร์เข้ามาในระบบงาน การใช้หุ่นยนต์แทนแรงงานมนุษย์ และคาดว่าจะมีการคิด สิ่งประดิษฐ์นวัตกรรมใหม่ ๆ ทางด้านเทคโนโลยีเกิดขึ้นมาและนำมาใช้ในวงการอุตสาหกรรม 4) ความจำเป็นในเรื่องของการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต ผู้นำองค์กรจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญถึงประสิทธิภาพในการผลิตและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับคนงาน เพื่อทำให้เกิดความร่วมมือในการทำงาน แรงประสิทธิภาพการผลิต 5) การให้ความสำคัญที่เพิ่มขึ้นในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมภาคธุรกิจจะมีบทบาทอย่างมากต่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมุ่งเน้นบริหารงานให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ 2 ประการที่สำคัญ ก็คือ การทำกำไรและความรับผิดชอบต่อสังคม

ระบบของการดำเนินงานธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาจากสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจเทคโนโลยีต่าง ๆ สังคม การเมือง การบริหารงาน รสนิยม ของลูกค้า ฯลฯ ส่งผลกระทบต่อทั้งภาคอุตสาหกรรมในแต่ละธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นผู้นำองค์กรเชิงธุรกิจในโลกยุคใหม่จะต้องมีการติดตามข้อมูลต่าง ๆ ทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนงานของธุรกิจ ทำให้การดำเนินงานของกิจการทันต่อเหตุการณ์ และสนองตอบต่อความต้องการลูกค้าได้ทัน่วงที

4. ภาวะผู้นำ

ผู้นำ ตรงกับภาษาอังกฤษคำว่า "Leader" หมายถึง บุคคลที่ดำรงตำแหน่งหัวหน้าหน่วยงาน โดยทั่วไปผู้นำนั้นจำแนกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ 1) ผู้นำที่เป็นทางการ คือ ผู้นำที่ได้รับการแต่งตั้งตามโครงสร้างอำนาจหน้าที่ขององค์กร เพื่อเป็นผู้ที่อำนวยความสะดวกในการทำงานขององค์กร และมีอำนาจตามกฎหมายที่วางไว้ 2) ผู้นำที่ไม่เป็นทางการ คือ บุคคลที่ไม่ได้รับความเชื่อใจหรือมีความสามารถเฉพาะในการนำพาบุคคลอื่นทำสิ่งต่างๆ หากแต่ผู้นำในลักษณะนี้มิได้รับการแต่งตั้งตามโครงสร้างอำนาจหน้าที่หรือกล่าวให้เข้าใจง่ายกว่าไม่ใช่ผู้ที่มีอำนาจเป็นทางการ ดังนั้น ผู้นำหรือก็คือผู้บริหารขององค์กรมีหน้าที่สำคัญในการกำกับให้การดำเนินกิจการต่างๆ เป็นไปตามแผนที่วางไว้และไปถึงจุดหมายได้ ผู้นำองค์กรเป็นผู้ที่จะทำหน้าที่ในการตัดสินใจในการดำเนินนโยบาย กำกับให้การดำเนินกิจการต่าง ๆ เป็นไปตามที่วางไว้ ตลอดจนเมื่อประสบกับปัญหาหรือสถานการณ์ที่แปรเปลี่ยนจะต้องอาศัยความมีภาวะผู้นำของผู้บริหารในการตัดสินใจว่าจะให้องค์กรเดินไปในทิศทางใด เพื่อให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้ จึงกล่าวได้ว่าภาวะผู้นำนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้บริหารองค์กร

ภาวะผู้นำ ตรงกับภาษาอังกฤษคำว่า "Leadership" หมายถึง บุคคลที่มีอิทธิพลในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งผู้บังคับบัญชาจะได้รับการยอมรับจากผู้อื่น และมีหน้าที่ในการอำนวยความสะดวกไปสูเป้าหมายโดยการให้บุคลากรในองค์กรมีส่วนร่วม เป็นการแสดงให้เห็นว่าภาวะผู้นำจะเป็นตัวสำคัญที่ผู้บริหารขาดไม่ได้ เนื่องจากผู้บริหารจะต้องทำหน้าที่อำนวยความสะดวกและประสานให้บุคลากรทุกคนในองค์กรให้ความร่วมมือในการขับเคลื่อนองค์กร สุพจน์ ประไพเพชร และคณะ (2566) กล่าวโดยสรุปว่า ภาวะผู้นำเป็นกระบวนการของอิทธิพล (Leadership is an influence process) ไม่ใช่การกระทำที่เกิดขึ้นเดี่ยว ๆ หรือการกระทำที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งที่เฉพาะเจาะจงเท่านั้น แต่เป็นแบบแผนของพฤติกรรมที่เกิดขึ้นแสดงให้เห็นเป็นลำดับขั้นต่อเนื่องกันไปจนบรรลุผลสำเร็จ โดยมีองค์ประกอบหลักด้านผู้นำ (Leader) ผู้ตาม (Followers) และสถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น ภาวะผู้นำเป็นกระบวนการมีอิทธิพล (Influence) ซึ่งกันและกันระหว่างผู้นำและผู้ตามเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Change) ในการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

(Objectives) หรือเป้าหมายที่มีร่วมกัน (Shared goal) อย่างไรก็ตามภาวะผู้นำจะเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนและสมาชิกของกลุ่ม มีความสัมพันธ์ภายในต่อกันอย่างสม่ำเสมอภายใต้สถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่มีสมาชิกคนใดคนหนึ่งหรือมากกว่า ถูกกำหนดหรือยอมรับให้เป็นผู้นำ เนื่องจากมีความแตกต่างในด้านต่างๆ จากบุคคลอื่น ๆ ของกลุ่มซึ่งส่วนมากผู้นำพยายามจะมีอิทธิพลต่อผู้ตามในกลุ่มหรือบุคคลอื่น ๆ โดยมีการปฏิสัมพันธ์กันติดต่อสื่อสารกันเพื่อให้มีทัศนคติ ค่านิยม พฤติกรรมหรือด้านอื่น ๆ ไปในทิศทางที่ทำให้จุดมุ่งหมายขององค์การประสบความสำเร็จ ภาวะผู้นำจึงเป็นกระบวนการที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือมากกว่าพยายามใช้อิทธิพลของตนหรือกลุ่มตนกระตุ้นชี้นำผลักดัน ให้บุคคลอื่นหรือกลุ่มบุคคลอื่นมีความเต็มใจและกระตือรือร้นในการทำสิ่งต่าง ๆ ตามต้องการโดยมีความสำเร็จขององค์การเป็นเป้าหมายร่วมกัน ดังนั้น ภาวะผู้นำจึงเป็นกระบวนการไม่ใช่แค่ตำแหน่ง (Leadership is process, not a position) แต่เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ (Leadership is both a science and an art) สอดคล้องกับวีระพงษ์ เกียรติไพรัชที่ได้เสนอ SSW Model ในการสร้างภาวะผู้นำของผู้บริหาร 3 ด้าน คือ (วีระพงษ์ เกียรติไพรัช, 2560) 1) บริหารตน (Self) คือ ผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำจะต้องเริ่มต้นที่การบริหารจัดการตนเอง เพื่อพัฒนาความรู้ (Development of knowledge) เพื่อให้มีองค์ความรู้เกี่ยวกับศาสตร์ต่าง ๆ ที่มีความก้าวหน้าและทันสมัยในการนำไปใช้บริหารองค์กร และผู้บริหารจะต้องมีการควบคุมอารมณ์ (Temperate) เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้บริหาร เพราะจะต้องเผชิญกับสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งที่คาดการณ์ได้และคาดการณ์ไม่ได้ เพื่อให้การตัดสินใจต่าง ๆ เป็นไปด้วยความรัดกุม ไม่แสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม และผู้บริหารจะต้องกล้าตัดสินใจ (Decision) ผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำจะต้องกล้าตัดสินใจเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร จึงกล่าวได้ว่าการบริหารตนได้นั้นเป็นการสร้างภาวะผู้นำในการบริหารจัดการองค์กร 2) บริหารคน (Staff) คือ การบริหารองค์กรจะต้องเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายระดับ ผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำจึงจำเป็นต้องมีมนุษยสัมพันธ์ (Human) เพื่อเชื่อมประสานงานและโน้มน้าวบุคลากรในองค์กร มีกฎเกณฑ์ (Regulation) คือจะต้องยึดกฎระเบียบในการบริหารจัดการองค์กร และ 3) บริหารงาน (Work) คือ การบริหารองค์กรเพื่อให้ไปถึงเป้าหมายที่วางไว้ ผู้บริหารจะต้องมีภาวะผู้นำจะต้องมีวิสัยทัศน์ (Vision) ในการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพมีแผนงาน (Layout) การบริหารงานจะต้องมีแผนที่ชัดเจนในการบริหารองค์กร และต้อง ใช้เทคโนโลยี (Technology) เข้ามาช่วยในการทำงานในองค์กร

จึงกล่าวได้ว่าภาวะผู้นำนั้นถือเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารองค์กรธุรกิจจะต้องมี เพราะจะทำให้การบริหารงานต่าง ๆ เป็นไปด้วยความราบรื่นและพร้อมที่จะเผชิญกับสภาพสังคมหรือบริบท ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาจนยากความต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างคาดไม่ถึง

5. ภาวะผู้นำสำหรับการบริหารองค์กรเชิงธุรกิจในโลกยุคใหม่

จากการศึกษาและสังเคราะห์งานวิจัย บทความ และหนังสือต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริบทของโลกยุคใหม่ ลักษณะของการบริหารองค์กรเชิงธุรกิจและภาวะผู้นำ ผู้เขียนจึงสังเคราะห์คุณลักษณะของภาวะผู้นำสำหรับการบริหารองค์กรเชิงธุรกิจในโลกยุคใหม่ ประกอบด้วย 7 คุณลักษณะ ได้แก่ 1) มีคุณธรรมและจริยธรรม 2) สร้างแรงจูงใจ 3) มีวิสัยทัศน์ 4) กล้าตัดสินใจ กล้าคิด พูด ทำ 5) มีทักษะการสื่อสาร 6) ทำงานบรรลุเป้าหมาย และ 7) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับทีมงาน โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. มีคุณธรรมและจริยธรรม ผู้นำในศตวรรษที่ 21 จะต้องมียุคคุณลักษณะที่สำคัญ คือ มีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ในการประกอบอาชีพ (พินส์คอตี พลสาร์มย์, 2555; ไพฑูรย์ สินลารัตน์, 2553; สำเนา ขจรศิลป์, 2554; Krames, 2014; Schultz & Schultz, 2001) ผู้นำต้องมีคุณธรรม เช่น ความซื่อสัตย์ต่อตนเองและผู้อื่น ซึ่งเป็นคุณลักษณะอันดับแรกที่สุดของผู้นำที่ดี (Susan & Nextera, 2001 อ้างถึงใน ยุทธพงษ์ เจริญพันธุ์, 2546) มีความเสียสละอดทนต่องานทุกชนิด พยายามทำงานให้เสร็จ คิดถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว การตรงต่อเวลาไม่เบียดเบียนผู้อื่นให้ได้รับความเดือดร้อนไม่ว่าจะเป็นทางกายวาจาหรือใจ มีความรับผิดชอบหน้าที่ในทุกบทบาท (วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา, 2543) ผู้นำที่ดีจะต้องไม่เห็นแก่ตัวมีความมุ่งมั่น คล้อยตาม สุภาพ ซื่อสัตย์ จงรักภักดี มีมโนธรรมสูง เสียสละ มีคุณธรรมและตั้งใจทำงานด้วยความสุจริต (Lautzenheiser, 2009) และที่สำคัญคือ

สามารถตรวจสอบได้ (NASA, 2014) นอกจากนี้ การปฏิบัติงานโดยใช้คุณธรรมนำผลงานยังรวมถึงการควบคุมสติอารมณ์ เหตุและผลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อไม่ให้เป็นเหตุในการสร้างความเดือดร้อนอื่น ๆ ตามมา (Allen et al, 2012; Baird, 2006; Coughlin, 2005; Dimmock & Walker, 2013)

2. สร้างแรงจูงใจ ผู้นำในศตวรรษที่ 21 จะมีการแสดงลักษณะเด่นด้านแรงจูงใจ (พันธศักดิ์ พลสารัมย์, 2555; Perreault & Zellner, 2012; Susan & Nextera, 2001 อ้างถึงใน ยุทธพงษ์ เจริญพันธุ์, 2546; Weidman, 2002) ซึ่งมีความเข้าใจผู้อื่นและมีพลังกระตุ้น (วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา, 2543) ให้เกิดพฤติกรรมที่จะตอบสนองความต้องการด้านการยอมรับ การยกย่อง และความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต ผู้นำต้องมีการส่งเสริมและให้กำลังใจ โดยการแสดงให้เห็นด้วยความซาบซึ้งในความสำเร็จของแต่ละโครงการ (Kouzes & Posner, 2023) จูงใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเห็นความสำคัญและคุณค่าของงาน รวมถึงปฏิบัติงานได้ (Krames, 2014) เจรจาต่อรองให้ได้ในสิ่งที่หน่วยงานต้องการตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ และที่สำคัญสามารถโน้มน้าวผู้ใต้บังคับบัญชาให้ร่วมกันทำงานเพื่อดำเนินการสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ (NASA, 2014) ซึ่งผู้นำที่ดีจะใช้การมกคยที่โน้มน้าวใจเพื่อสร้างวิสัยทัศน์ให้ทุกคนเห็นพ้อง เข้าใจง่าย และอยากเข้าร่วมในวิสัยทัศน์นั้น (พลุ เดชเชรินทร์, 2564)

3. มีวิสัยทัศน์ ผู้นำในศตวรรษที่ 21 ต้องเปี่ยมด้วยวิสัยทัศน์ (ธีระ รุญเจริญ, 2557; Krames, 2014; Schultz & Schultz, 2001; Susan & Nextera, 2001 อ้างถึงใน ยุทธพงษ์ เจริญพันธุ์, 2546) สามารถให้ข้อมูลแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาถึงแนวโน้ม การปฏิบัติงานในอนาคตของหน่วยงานได้ (NASA, 2014) ทำการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องในอนาคต (Kouzes & Posner, 2023) หลีกเลี่ยงเรื่องราวที่เป็นปัญหาในอดีต อีกทั้งกล้าท้าทายการทำงานเพื่อก้าวไปข้างหน้า (Allen et al, 2012; Dimmock & Walker, 2013) นอกจากนี้ยังพร้อมนำการเปลี่ยนแปลง (Weidman, 2002) คิดถึงเรื่องระยะยาวมากกว่าพูดแต่เรื่องปัญหาที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน โดยสามารถแนะแนวทางการทำงานที่ดีแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาอันจะทำให้บรรลุเป้าหมายของหน่วยงาน (Perreault & Zellner, 2012) มีการวิเคราะห์ปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นของหน่วยงานได้ สามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนของหน่วยงาน และวางแผนการปฏิบัติงานได้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร รวมถึงวิสัยทัศน์ที่มีร่วมกันได้อย่างเหมาะสม (Kouzes & Posner, 2023)

4. กล้าตัดสินใจ กล้าคิด พูด ทำ ผู้นำในศตวรรษที่ 21 ต้องกล้าตัดสินใจ กล้าคิด กล้าพูด กล้าทำอย่างมีเหตุผล และรู้เท่าทัน (ไพฑูรย์ สีนลารัตน์, 2553; Baird, 2006; Coughlin, 2005; Kinicki et al, 2011) มีความตั้งใจและมีความพยายามที่จะเอาชนะอุปสรรคของการปฏิบัติงาน กล้าตัดสินใจในการแก้ปัญหาการปฏิบัติงานได้ (NASA, 2014) อีกทั้งกล้าเผชิญสถานการณ์การทำงานที่ยากลำบากได้ มีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมาย มีความใส่ใจกระตือรือร้นและมั่นใจในตัวเอง (วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา, 2543; Lautzenheiser, 2009; Susan & Nextera, 2001 อ้างถึงใน ยุทธพงษ์ เจริญพันธุ์, 2546) โดยจะต้องรู้จักบริหารเวลา มีความมั่นคง และมีความกล้าระดับหนึ่งในการตัดสินใจเพราะจะต้องประสานผลประโยชน์ให้กับทีมงาน ทั้งนี้ในการทำงานผู้นำยังจำเป็นต้องกล้าใช้คนให้ถูกกับงาน และมอบงานให้เหมาะกับคน และที่สำคัญคือกล้ายอมรับความเสี่ยง (Allen et al, 2012; Dimmock & Walker, 2013) ในขณะเดียวกันก็เห็นโอกาส ภัยคุกคาม และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นกับหน่วยงานของตนเองด้วย (Krames, 2014)

5. มีทักษะในการสื่อสาร ผู้นำในศตวรรษที่ 21 จะต้องเป็นผู้ที่สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ไพฑูรย์ สีนลารัตน์, 2553; สำเนา ขจรศิลป์, 2554; Coughlin, 2005; NASA, 2014; Schultz & Schultz, 2001; Weidman, 2002) โดยเป็นผู้มีความสามารถในการสื่อสาร ที่ประกอบด้วยการพูด การฟัง และเข้าใจผู้อื่น (Krames, 2014) ความสามารถทางการสื่อสารที่สำคัญคือการฟัง เพราะส่งเสริมการรับฟัง ความคิดเห็นของผู้อื่น อีกทั้งยังเป็นนักเล่าเรื่องที่ดี โดยใช้ทักษะการเล่าเรื่องราวมาช่วยในการพูดจูงใจ ช่วยให้นักการปฏิบัติงานได้ตามการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ (พลุ เดชเชรินทร์, 2564; NASA, 2014) ทั้งนี้ผู้นำจะต้องมีความสามารถในการพูดและการแสดงออก เนื่องจากผู้นำต้องสื่อสารกับคน ทำงานกับคนที่หลากหลาย ดังนั้นความสามารถในการพูดและการแสดงออกจึงเป็นลักษณะสำคัญที่จะทำให้ผู้อื่นเข้าใจและปฏิบัติตาม ซึ่งทักษะการพูดและการแสดงออกนี้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาทักษะทางสังคม การใช้

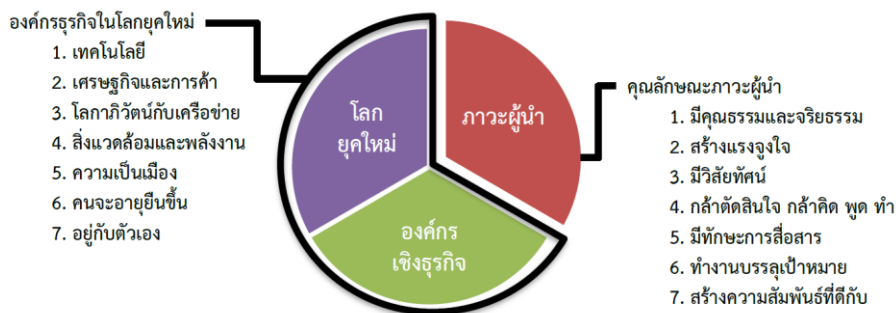
วจา มารยาท และภาษาให้เหมาะสมตามกาลเทศะ (วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา, 2543) และที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 เทคโนโลยีสารสนเทศจะมีบทบาทอย่างมากกับการติดต่อสื่อสารของคนในสังคม ดังนั้นผู้นำในศตวรรษที่ 21 ต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถและรู้เท่าทันเทคโนโลยีสารสนเทศอีกด้วย (Baird, 2006; Kinicki et al, 2011; Lautzenheiser, 2009)

6. ทำงานบรรลุเป้าหมาย ผู้นำในศตวรรษที่ 21 ต้องมีความกระตือรือร้นในการแสวงหาวิธีการที่จะทำให้สิ่งต่าง ๆ ดีขึ้น เติบโตขึ้น เพื่อให้ประสบความสำเร็จและบรรลุจุดมุ่งหมาย (ไพฑูรย์ สินลารัตน์, 2553; วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา, 2543; สำเนา ขจรศิลป์, 2554; Allen et al, 2012; Dimmock & Walker, 2013; Lautzenheiser, 2009; NASA, 2014; Weidman, 2002) โดยอาจนำเอาสิ่งใหม่เข้ามาและพัฒนาทำให้ดีขึ้นอย่างมีเป้าหมายตามความปรารถนา (Perreault & Zellner, 2012) ผู้นำต้องรู้จักการวางแผนงานในการทำงานเพื่อแสวงหาโอกาสที่จะทำสิ่งใหม่ โดยทำให้ผู้ร่วมงานไว้วางใจ และปฏิบัติงานให้บรรลุตามจุดมุ่งหมายที่ได้ตั้งไว้ (Kinicki et al, 2011) โดยคำนึงถึงการถกฉวยโอกาสจากความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และการฝึกฝนจากภายนอก ผู้นำต้องมีความคิดสร้างสรรค์และส่งเสริมให้ผู้อื่นแสดงความคิดริเริ่มออกมา ผู้นำต้องการให้ผู้อื่นแสดงความคิดเห็นให้คำแนะนำเพื่อการพัฒนาและการวิจารณ์อย่างสร้างสรรค์และตรงไปตรงมาและจะนำไปสู่การสร้างผลงานออกมาเป็นรูปธรรม และบรรลุเป้าหมายทั้งทางการเงินและเป้าหมายหลัก (Krames, 2014)

7. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับทีมงาน ผู้นำในศตวรรษที่ 21 จะต้องให้ความสำคัญและเชื่อมความสัมพันธ์ที่ดีให้กับสมาชิกอย่างทั่วถึง (ไพฑูรย์ สินลารัตน์, 2553; สำเนา ขจรศิลป์, 2554; Lautzenheiser, 2009; Perreault & Zellner, 2012) โดยเป็นผู้ที่สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสมาชิกในองค์กร ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญและควรคำนึงถึงอย่างมาก (Weidman, 2002) นอกจากนี้ยังต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายอีกด้วย (Schultz & Schultz, 2001) ทั้งนี้วิธีการหนึ่งคือการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดี ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มความสัมพันธ์ที่ดีให้กับบุคลากรขององค์กร และนำไปสู่การพัฒนาประสิทธิภาพให้กับทีมงานอีกด้วย (Allen et al, 2012; Baird, 2006; Dimmock & Walker, 2013; Krames, 2014) โดยผู้นำต้องเข้าใจ และพิจารณาผู้ตามหรือผู้ใต้บังคับบัญชาว่ามีลักษณะอย่างไร (พันธศักดิ์ พลสารัมย์, 2555) ซึ่งจะช่วยให้การสร้างบรรยากาศความสัมพันธ์ที่ดีของทีมงานเป็นไปอย่างเหมาะสม แสดงถึงความเข้าใจ เห็นอกเห็นใจผู้ร่วมงาน (วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา, 2543) และสอดคล้องกับ ความชอบหรือความสนใจของทีมงานได้เป็นอย่างดี

จากคุณลักษณะภาวะผู้นำที่ได้กล่าวไปข้างต้น 7 คุณลักษณะ เห็นได้ว่าเป็นความสอดคล้องกับ สภาพการณ์ปัจจุบันในโลกยุคใหม่หรือโลกในยุคศตวรรษที่ 21 เป็นอย่างมาก ซึ่งโลกในศตวรรษที่ 21 มีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจโลกาภิวัตน์และเครือข่าย การเลือกเครือข่ายวิธีการสื่อสารต้องมีความถูกต้อง รวดเร็ว ไม่จำกัดสถานที่ ผลสืบเนื่องมาจากความเจริญทางด้านเทคโนโลยีทำให้เกิดการทำงานระหว่างสังคมแบบข้ามวัฒนธรรม (ไพฑูรย์ สินลารัตน์, 2557; วิจารณ์ พานิช, 2555; Canton, 2006) ดังนั้น ผู้นำควรต้องมีความทันสมัย รู้เท่าทันถึงเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ ฉับไวในการสื่อสาร และมีทักษะขั้นสูงในการเชื่อมสัมพันธ์คนที่มีพื้นฐานแตกต่างกันเนื่องจากสังคมในปัจจุบันเกิดการหลั่นไหลระหว่างประชากรของแต่ละประเภท ซึ่งทั้งสองคุณลักษณะเป็นจุดสำคัญของทักษะในศตวรรษที่ 21 ด้วยเช่นกัน

6. บทสรุป



ภาพที่ 1 ภาวะผู้นำกับการบริหารองค์กรเชิงธุรกิจในโลกยุคใหม่

จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นถึง คุณลักษณะภาวะผู้นำที่สอดคล้องกับสถานการณ์ในโลกยุคใหม่หรือโลกในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) เทคโนโลยี 2) เศรษฐกิจและการค้า 3) โลกาภิวัตน์กับเครือข่าย 4) สิ่งแวดล้อมและพลังงาน 5) ความเป็นเมือง 6) คนอายุยืนขึ้น และ 7) อยู่กับตัวเอง ซึ่งกระทบต่อวิถีการดำรงชีวิตของสมาชิกในสังคมในปัจจุบันและองค์กรเชิงธุรกิจ จนนำมาสู่การต้องปรับตัวของผู้นำองค์กรธุรกิจให้มีคุณลักษณะภาวะผู้นำที่พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ประกอบด้วย 7 คุณลักษณะ ได้แก่ 1) มีคุณธรรมและจริยธรรม 2) สร้างแรงจูงใจ 3) มีวิสัยทัศน์ 4) กล้าตัดสินใจ กล้าคิด พูด ทำ 5) มีทักษะการสื่อสาร 6) ทำงานบรรลุเป้าหมาย และ 7) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับทีมงาน รวมทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับโลกยุคใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ ผู้นำควรต้องมีความรู้เท่าทันเทคโนโลยีและสารสนเทศในการสื่อสารต่าง ๆ รวมถึงควรมีทักษะในการเชื่อมสัมพันธ์กับคนที่มีความหลากหลายและแตกต่างกันไปเป็นอย่างดีด้วย เนื่องจากภาวะผู้นำนั้นถือเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารองค์กรเชิงธุรกิจในโลกยุคใหม่จะต้องมี เพื่อให้การบริหารงานต่างๆ เป็นไปด้วยความราบรื่นและพร้อมที่จะเผชิญกับสภาพสังคมหรือบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนภัยคุกคามต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างคาดไม่ถึง

6. เอกสารอ้างอิง

- ธีระ รุญเจริญ. (2557). การบริหารโรงเรียนยุคปฏิรูปการศึกษา. กรุงเทพฯ: ข้าวฟ่าง.
- พสุ เดชะรินทร์. (2564). ความกล้าที่จะเปลี่ยนแปลง. จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/962446>
- พันธ์ศักดิ์ พลสารมัย. (2555). เอกสารประกอบการบรรยายวิชาภาวะผู้นำ [เอกสารประกอบการสอน]. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพฑูริย์ สีนลารัตน์. (2553). หลักสูตร และการสอน ตามกรอบ TQF ระดับบัณฑิตศึกษา. จาก <https://www.tsu.ac.th>
- _____. (2557). ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21: ต้องก้าวให้พ้นกับดักของตะวันตก. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุทธพงษ์ เจริญพันธุ์. (2546). ผู้นำวิวัฒน์ (Evaluationary leadership). กรุงเทพฯ: เอ.อาร์.บิสิเนส เพรส.
- วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง และ อธิป จิตตฤกษ์ (2556). ทักษะแห่งอนาคตใหม่: การศึกษาเพื่อศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: Open Worlds.
- วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา. (2543). การพัฒนานิสิตนักศึกษา. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- วิจารณ์ พานิช. (2555). วิธีการสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสดศรี สฤษดิ์วงศ์.
- วีระพงศ์ เกียรติไพรยศ. (2560). การประยุกต์ใช้หลักธรรมพระพุทธศาสนาในการสร้างภาวะผู้นำของนักบริหาร. ใน รายงานการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 4 นานาชาติ ครั้งที่ 2. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น.

- สัจชัย สุวัจนบุตร และคณะ. (2552). หนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานประวัติศาสตร์สากล ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- สำเนา ขจรศิลป์. (2554). มิติใหม่ของกิจการนักศึกษา 1: พื้นฐานและบริการการศึกษา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- สุทธิพร จิตต์มิตรภาพ. (2553). การเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง. กรุงเทพฯ: สมาคมเครือข่ายการ พัฒนาวิชาชีพ อาจารย์ และองค์กรอุดมศึกษาแห่งประเทศไทย.
- สุพจน์ ประไพเพชร, สุพจน์ ประไพเพชร, สราวุฒิ กุลแดง, รัตรี เลิศหว่าทอง และสุดสวาสดี ประไพเพชร. (2566, มกราคม-กุมภาพันธ์). ภาวะผู้นำ: แนวคิด ทฤษฎี และองค์ประกอบ. วารสารเศรษฐศาสตร์ปัญญา, 2(1), 59-73. จาก <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/IEJ/article/view/263131/176424>
- สุพรรณิ ชะโลธร, และ เกษมวัฒน์ เปรมกมล. (2553). หนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานประวัติศาสตร์. กรุงเทพฯ: ประสานมิตร.
- Allen, K. E., Bordas, J., Hickman, G., Matusak, L. R., Sorenson, G., & Whitmire, K. (2012). **Leadership in the Twenty-first Century**. New York: Warner Books.
- Baird, K. (2006). **Skills of an Effective Administrator**. Harvard: Harvard Business Review.
- Canton, J. (2006). **The extreme future: The top trends that will reshape the world in the next 20 years**. New York: Penguin.
- Coughlin, D. (2005). **Corporate Catalysts: How To Make Your Company More Successful, Whatever Your Title, Income, or Authority**. Virginia: Career Press.
- Dimmock, C., & Walker, A. (2013). Globalisation and societal culture: Redefining schooling and school leadership in the twenty-first century. **Compare: A Journal of Comparative and International Education**, 30(3), 303-312.
- Kinicki, A., Williams, B. K., Scott-Ladd, B. D., & Perry, M. (2011). **Management: A practical introduction**. Chicago: McGraw-Hill Irwin.
- Kouzes, J. M., & Posner, B. Z. (2023). **The leadership challenge: How to make extraordinary things happen in organizations**. San Francisco: John Wiley & Sons.
- Krames, J. A. (2014). **Jack Welch and the 4E's of leadership: how to put GE's leadership formula to work in your organization**. New York: McGraw-Hill.
- Lautzenheiser, T. (2009). The selection and development of effective student leaders. from <https://musicforall.org/programs/gn/downloads/.selectionpdf>
- National Aeronautics and Space Administration(NASA). (2014). NASA's Leadership. from <https://www.leadership.nasa.gov/Model/Overview.htm>
- Perreault, G., & Zellner, L. (2012). **Social Justice, Compettition and quality: 21st Century Leadership Challenges**. Texas: National Council of Professors of Educational Administration.
- Schultz, P. D., & Schultz, S. E. (2001). **Psychology and work today: An introduction to industrial and organizational psychology**. (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Weidman, D. (2002). Executive perspective: Redefining leadership for the 21st century. **Journal of Business Strategy**, 23(5), 16-18.

การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อยกระดับฝีมือแรงงานไทยในศตวรรษที่ 21

Human capital development to enhance Thai labor skills in the 21st century

อรุณเดช มาร์ติน (Aroondet Marat)¹

เอนก ดาพา (Anek Dapa)²

วรรณสินธ์ สัตยานุวัตร (Wannasin Suttayanuwat)³

บทคัดย่อ

การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อยกระดับแรงงานไทยในศตวรรษที่ 21 เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจขององค์กรภาคเอกชนให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งเกิดจากกระบวนการพัฒนาทุนมนุษย์ที่มีความชัดเจน สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานมีความสามารถในการปฏิบัติงานส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานและมีผลการทำงานที่ดี สำหรับการพัฒนาทุนมนุษย์ของแต่ละองค์กรธุรกิจเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันต้องเริ่มจากการพัฒนาองค์ความรู้เฉพาะงาน ทักษะการปฏิบัติงาน ทักษะคิดในการทำงาน และพลังในการขับเคลื่อนงาน ซึ่งสิ่งสำคัญเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการ เพื่อเปลี่ยนแปลงด้านแรงงานในศตวรรษที่ 21 คือ ผู้ประกอบการต้องเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงของพนักงาน รวมทั้งการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน และออกแบบกระบวนการการพัฒนาทุนมนุษย์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่จะเปลี่ยนแปลงไปตามทิศทางของกระแสสังคมโลก และสังคมรอบข้างได้อย่างเหมาะสม

การพัฒนาทุนมนุษย์ในศตวรรษที่ 21 ขององค์กรธุรกิจที่สำคัญ จำนวน 4 ด้าน คือ 1) ด้านการสร้างความรู้ของพนักงานให้เกิดความเชี่ยวชาญที่หลากหลายด้าน 2) ทักษะในการดำเนินงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมในอนาคต 3) การพัฒนาความคิดความเชื่อและเจตคติในการทำงาน และ 4) การสร้างแรงจูงใจและพลังงานในการขับเคลื่อนงาน

คำสำคัญ: การพัฒนาทุนมนุษย์ ยกระดับฝีมือแรงงาน ทุนมนุษย์ ศตวรรษที่ 21

Abstract

Human capital development to enhance the level of Thai labor in the 21st century plays an important role in driving the business of private sector organizations to be successful, resulting from a clear human capital development process that could be operated continuously. So that employees had the ability to work, resulting in work efficiency and good performance.

For the human capital development of each business organization to enhance competitiveness, it must start by developing job-specific knowledge, operational skills, work attitude, and work-driven power. It was important that the first thing that must be done in order to change the workforce in the 21st century was that entrepreneurs must prepare for the change of employees as well as changing work styles and designing human capital development processes to be in line with the changing situation in accordance with the direction of global social trends, and the surrounding society appropriately.

¹ วิทยากรที่ปรึกษา บริษัทพาร์ทเนอร์ชิพ เซอร์วิส เซ็นเตอร์ แอนด์ แมนเนจเม้นท์ จำกัด E-mail: aroondet@pcmtrainingcenter.com

² วิทยากรที่ปรึกษา บริษัทพาร์ทเนอร์ชิพ เซอร์วิส เซ็นเตอร์ แอนด์ แมนเนจเม้นท์ จำกัด E-mail: anekt@pcmtrainingcenter.com

³ หัวหน้าศูนย์นโยบายการค้า การลงทุน และการประเมินผล สถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง E-mail: wanasin@fispri.org

Human capital development in the 21st century of important business organizations consisted of 4 aspects: 1) creation of knowledge of employees to enhance a variety of expertise, 2) development of operational skills to support future industry changes, 3) development of ideas, beliefs, and attitudes at work, and 4) creation of motivation and energy to drive work.

Keywords: Human Capital Development, Enhancing Labor Skill, Human Capital, The 21st Century.

วันที่รับบทความ : 14 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 17 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 25 สิงหาคม 2566

1. บทนำ

จากรายงานของเวิร์ลด์อีโคโนมิคฟอรัม (World Economic Forum) ในปี 2019 สะท้อนว่าไทยมีสัดส่วนของแรงงานทักษะสูงเพียงร้อยละ 14 ซึ่งอยู่ในอันดับ 86 จาก 141 ประเทศ ส่วนทักษะของบัณฑิตจบใหม่ อยู่ในอันดับ 79 และคุณภาพของสถาบันอาชีวศึกษา อยู่ในอันดับ 74 โดยในภาพรวม คุณภาพของแรงงานไทยเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ถือว่าอยู่ในระดับปานกลางที่อันดับ 64 นอกจากนี้การสำรวจสถิติแรงงานในประเทศ พบว่าร้อยละ 70 ของประชากรวัยแรงงานมีระดับการศึกษาเพียงชั้นประถมศึกษา จึงเป็นภารกิจของภาครัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ที่จะต้องเร่งดำเนินการพัฒนาระดับทักษะและการศึกษาของแรงงานไทย เพื่อแก้ปัญหาแรงงานขาดทักษะ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อศักยภาพการผลิตของประเทศ และทำให้ประเทศไทยอาจก้าวข้ามกับดักประเทศรายได้ปานกลาง (Middle-income trap) ไปสู่ประเทศที่มีรายได้ระดับสูง (High-Income country) ดังนั้นประเทศไทยจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะแรงงาน หากต้องการที่จะก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลง (สยามรัฐออนไลน์, 2565) สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบันนี้ทำให้องค์กรภาคธุรกิจเกิดการปรับตัวให้ทันต่อเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงระดับพนักงานและระดับหน่วยงานในองค์กร (พสุธิตา ตันตราจินและคณะ, 2559, หน้า 117) เพื่อให้องค์กรเกิดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างเห็นได้ชัด ยิ่งถ้าองค์กรได้มีการพัฒนาทุนมนุษย์ในสถานประกอบกิจการจนพนักงานมีความสามารถในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้แล้วจะทำให้องค์กรเกิดนวัตกรรมและการดำเนินธุรกิจที่ได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าคู่แข่งได้ (นิลาวัลย์ สว่างรัตน์, 2561, หน้า 236) และในศตวรรษที่ 21 ได้ถูกเรียกว่าเป็นยุคแห่งการบูรณาการทางเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นภาคผลิต ภาคบริการ จะใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยบริหารจัดการมากยิ่งขึ้น

สำหรับแนวทางการบริหารธุรกิจจะต้องยอมรับสังคมแห่งเทคโนโลยีเต็มรูปแบบ (Information Society) โดยจะต้องเน้นการเรียนรู้ ทักษะการทำงาน ทักษะคิดในการทำงาน และพลังในการขับเคลื่อนงาน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การพัฒนาแรงงานให้เป็นทุนมนุษย์ ระบบสารสนเทศมีการพัฒนาในระดับสูงขึ้น และสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจจะเกิดมีการดำเนินการแบบใหม่ (พรธิดา วิเชียรปัญญา, 2547, หน้า 12)

การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อยกระดับฝีมือแรงงานไทยในศตวรรษที่ 21 ต้องมีการพัฒนาแรงงานให้เกิดผลิตภาพด้านแรงงาน จนทำให้แรงงานมีคุณภาพ มีศักยภาพ เพิ่มขีดความสามารถ มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ยอมรับการเปลี่ยนแปลง รอบรู้ด้านเทคโนโลยี จนช่วยให้องค์กรธุรกิจประสบผลสำเร็จ หรืออาจจะล้มเหลวได้ จนถือว่าแรงงานคือหัวใจสำคัญของการทำงานทุกระบบได้ (จิระ หงส์ลดารมภ์, 2555)

ความสำคัญด้านการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อยกระดับแรงงานไทยในศตวรรษที่ 21 จึงทำให้เกิดทุนมนุษย์ที่มีศักยภาพ และทำให้องค์กรทางธุรกิจจะคิดทำการสิ่งใดยังมีโอกาสพบกับความสำเร็จ การบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในปัจจุบันจึงได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ทำงานที่เรียกว่า “คนเก่ง” (Talent) มากขึ้น เพื่อให้มองถึงประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นจนทำให้เกิดสงครามการแย่งชิงคนเก่ง (The War of Talents) ดังนั้น จึงเป็นสิ่งที่ท้าทาย

สำหรับผู้บริหารในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ เพื่อพัฒนาหรือเพิ่มจำนวนคนเก่งในฐานข้อมูลขององค์กร มากที่สุด (Talent Pool) ไม่ว่าจะเป็นวิธีการในการสรรหาคนเก่งและการพัฒนาคนภายในองค์กรให้เป็นคนเก่ง (High – Potential Talent) รวมถึงการรักษาคนเก่งและคนดีให้อยู่กับองค์กร (Talent Management) อย่างเป็นระบบ (Michaels, E. Helen Handfield-Jones, H. and Beth Axelrod, B., 2001)

2. การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อยกระดับฝีมือแรงงานไทยในศตวรรษที่ 21

รูปแบบการพัฒนาแรงงานในปัจจุบันนี้ มีแนวทางที่เปลี่ยนไปจากอดีตเนื่องจากสังคม วัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี จนทำให้รูปแบบและแนวทางที่เหมาะสมกลับมาทบทวนใหม่อีกครั้ง รูปแบบการพัฒนาทุนมนุษย์ตามแนวคิดการพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถบุคลากร ซึ่งมีหลากหลายแนวคิดและหลักการต่าง ๆ ดังนี้

กิลเลย์ และ อิกก์แลนด์ (Gilley, & Egglund, 1989) ได้อธิบายผลการวิจัยและค้นพบว่าการพัฒนาทุนมนุษย์เป็นการวางแผนการพัฒนาคคน การพัฒนาอาชีพ และพัฒนาองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

มันดี้ และ โนเอ (Mondy, & Noe, 2005) ได้อธิบายว่าการพัฒนาทุนมนุษย์เป็นการออกแบบกิจกรรมเพื่อพัฒนาพนักงานในองค์กรให้มีความรู้ความสามารถและทักษะในการทำงานที่ตีประกอด้วยการฝึกอบรมการวางแผน และพัฒนาอาชีพ การประเมินผลการปฏิบัติงาน

ทาร์ส (Tarus, 2014) ความพึงพอใจในงาน ผู้นำองค์กรมุ่งสร้างค่านิยมใหม่ จ่ายผลตอบแทนที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของพนักงาน เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ ย่อมทำให้พนักงานมีความพึงพอใจในงานส่งผลให้องค์กรมีศักยภาพสูงมีความสามารถในการทำกำไรและสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

เทย์ ลี ชิน และคณะ (Tay Lee Chin et al, 2017) กล่าวว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อการเป็นพนักงานที่ดีขององค์กรและการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้มีคุณภาพที่สูงขึ้น

จิระ หงส์ดารมภ์ (2555) ได้อธิบายว่าการสร้าง หรือพัฒนาทุนมนุษย์ให้ได้ผลสิ่งที่สำคัญของแต่ละองค์กรนั้น ผู้นำองค์กรจะต้องเอาจริง และมองการพัฒนาทุนมนุษย์เป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญขององค์กร ดังนั้นการสร้างหรือพัฒนาทุนมนุษย์ของสังคมไทยแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ ระดับมหภาค (Macro) และระดับจุลภาค (Micro)

วาสนา ศรีศรีครุลาและจิราวรรณ คงคล้าย (2559) ได้อธิบายว่า คุณลักษณะของทรัพยากรมนุษย์ที่องค์กรคาดหวัง ประกอบด้วยคุณลักษณะ 6 ประการ ได้แก่ การมุ่งมั่นเรียนรู้อย่างต่อเนื่องการเปิดใจยอมรับการเปลี่ยนแปลง และปรับตัวเข้ากับโครงสร้างองค์กรที่ยืดหยุ่น มีความคิดสร้างสรรค์อยู่เสมอมีการทำงานเป็นทีม การเปิดใจยอมรับการแบ่งปันข้อมูลสารสนเทศ และการสนับสนุนจากองค์กรและการแสดงออกถึงการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

นิลาวัลย์ สว่างรัตน์ (2561) การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน องค์กรควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์การมุ่งเน้นการเรียนรู้ความพึงพอใจในงานโดยสร้างประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ความพึงพอใจในงานของพนักงาน

การพัฒนาทุนมนุษย์ในสถานประกอบการเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมไทยได้อย่างยั่งยืน (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2564)

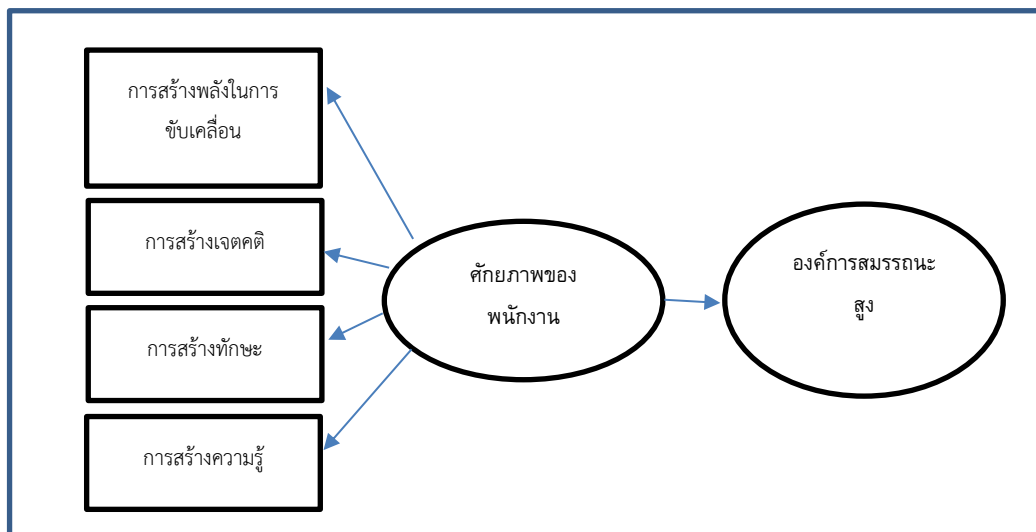
ภาวิธนธนา เจริญบุญและสุวิดา พฤษภากรณ์ (2565) ได้การพัฒนาทุนมนุษย์ จำแนก 4 องค์ประกอบ คือ ด้านทุนทางกายภาพ (Physical capital) ด้านทุนสินทรัพย์ทางการเงิน (Financial capital) ด้านทุนภูมิปัญญา วัฒนธรรม (Folk wisdom capital) และด้านทุนทรัพยากรมนุษย์ (Human Capital) โดยพบว่า ทุนมนุษย์ (Human Capital) กล่าวคือ ทุนมนุษย์เป็นบุคคลที่มีองค์ความรู้ ความสามารถ ทักษะ และนำมาใช้เพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวม ชุมชน สังคม

องค์การพิพิธภัณฑศึกษาแห่งชาติ (2565) ได้อธิบายว่า การบริหารจัดการทุนมนุษย์ (Human Capital Management - HCM) คือ การบริหารจัดการเพื่อสร้างคุณภาพและผลการปฏิบัติงานของบุคลากร ซึ่งเป็นการรวมกิจกรรมอย่างกว้างขวาง นับตั้งแต่การกำหนดและสรรหาบุคลากรที่มีความสามารถดีที่สุด (talent) การรักษาบุคลากร

การพัฒนาและจูงใจให้บุคลากรแสดงศักยภาพสูงสุดของตนเองได้ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทุนมนุษย์จำเป็นต้องมีแนวคิดที่สร้างสรรค์ มีแรงขับ ความกระตือรือร้น และให้ความสำคัญต่อการมุ่งสู่ความสำเร็จที่เป็นเลิศขององค์กร

สุจินต์ พูลบุญ (2565) กล่าวว่าทุนมนุษย์ (Human Capital) เป็นการลงทุนที่สะท้อนจากนโยบายและยุทธศาสตร์องค์กรในการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรและการพัฒนาทักษะทางด้านการบริหารงานในรูปแบบดิจิทัลภายใต้การมีความตระหนักรู้ทางดิจิทัล (Digital literacy) เพื่อรองรับประเด็นความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลกอันจะเป็นการเพิ่มผลิตภาพในการปฏิบัติงานของกำลังคนที่จะส่งผลไปยังการยกระดับศักยภาพของประเทศในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลอย่างยั่งยืน

บริษัทพาร์ทเนอร์ชิฟ เซอร์วิส เซ็นเตอร์ แอนด์ แมนเนจเม้นท์ จำกัด (2566) ได้ทำการศึกษาปรากฏการณ์การพัฒนาทุนมนุษย์ในแต่ละองค์กรตั้งแต่ 1 มีนาคม 2564 – 30 เมษายน 2566 โดยการสังเกต สัมภาษณ์ และรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากพนักงานระดับปฏิบัติการ ผู้ปฏิบัติงานให้กับองค์กร จำนวน 25 องค์กร และผ่านการระดมสมองจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยสรุปผลการศึกษาดังกล่าวออกมาว่า การพัฒนาทุนมนุษย์ขององค์กรธุรกิจต้องเริ่มจากการพัฒนาความสามารถ และความสามารถจะส่งผลต่อการเกิดองค์กรสมรรถนะสูง และได้สรุปเป็นแบบจำลองการพัฒนาทุนมนุษย์แบบพีซีเอ็ม ไว้ตามกรอบแนวคิดตามภาพที่ 1 นี้



ภาพที่ 1 แบบจำลองการพัฒนาทุนมนุษย์แบบพีซีเอ็ม (PCM HCM Models)
ที่มา: บริษัทพาร์ทเนอร์ชิฟ เซอร์วิส เซ็นเตอร์ แอนด์ แมนเนจเม้นท์ จำกัด, 2566

จากภาพที่ 1 อธิบายการพัฒนาทุนมนุษย์ ตามแบบจำลองการพัฒนาทุนมนุษย์แบบพีซีเอ็ม (PCM Human Capital Development Models : PCM HCM Model) ซึ่งประกอบด้วย ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) เจตคติ (Attitude) และพลังงานในการขับเคลื่อน (Energy) ซึ่งรวมกันแล้วจะส่งผลโดยตรงต่อความสามารถของพนักงานในการดำเนินกิจกรรมตามที่องค์กรกำหนดขอบเขต หรือ ความคาดหวังไว้ และทำให้องค์กรมีสมรรถนะสูง ดังอธิบายต่อไปนี้

2.1 การสร้างความรู้ (Knowledge)

การเกิดความรู้ของแนวทางการสร้างความรู้สำหรับการพัฒนาทุนมนุษย์นั้น เป็นกระบวนการเรียนรู้จากการเรียนรู้โดยตรงจากสถานบันศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ฝึกการปฏิบัติงาน จนการนำประสบการณ์ วิจารณ์ญาณ

ความคิด ค่านิยม และปัญญาของมนุษย์มาวิเคราะห์ เพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงาน การตัดสินใจ และการแก้ปัญหา และนักวิชาการนักวิจัยได้อธิบายรูปแบบการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนโดยมุ่งเน้นให้ความรู้ที่ลึกซึ้ง ช่วยให้ผู้เรียนรู้สึกว่ามีบทบาทในการเรียน ทำให้ผู้เรียนมีความตั้งใจในการเรียนรู้และช่วยให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จในการเรียนการสอน โดยจัดสาระและวิธีการให้ผู้เรียนอย่างดีทั้งทางด้านเนื้อหาความรู้ และการให้ผู้เรียนใช้เวลาเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนมากที่สุด ผู้เรียนมีใจจดจ่อกับสิ่งที่เรียนและ ช่วยให้ผู้เรียน 80 % ประสบความสำเร็จในการเรียน (ธนวัฒน์ ศรีไพโรจน์, ดุษฎี โยเหลา และ ปิยดา สมบัติจินดา, 2561, หน้า 96 -110) มาประยุกต์ใช้ในการกำหนดรูปแบบการเรียนรู้ของพนักงานในสถานประกอบการมีต่อไป

2.1.1 การฝึกสอนให้ลงมือปฏิบัติงานจริงก่อนเริ่มงาน (on The Job Training) เป็นการฝึกทดลองทำงานจริงไปพร้อมกับบทเรียนรู้อยู่ ให้มีประสบการณ์การใช้เครื่องมือสำคัญในการทำงาน ทำให้พนักงานรับรู้ถึงผิดพลาดและเกิดความเสียหาย รวมถึงฝึกทักษะการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาดระหว่างการปฏิบัติงาน

2.1.2 การฝึกอบรม (Training) เป็นการสอน เพื่ออธิบายหลักวิชาพร้อมกับประสบการณ์ของผู้ถ่ายทอดมา เพื่อให้เกิดแนวคิดการพัฒนาทักษะและความรู้หรือสมรรถภาพใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความสามารถที่เป็นประโยชน์เฉพาะในตัวพนักงาน หรือผู้อื่น การฝึกอบรมมีเป้าหมายเฉพาะในการปรับปรุงความสามารถ ชีตความสามารถ ผลผลิต และประสิทธิภาพ การใช้เทคโนโลยี การใช้เทคนิคปฏิบัติงานให้สำเร็จ เพื่อรักษา ยกระดับ และปรับปรุงทักษะตลอดชีวิตการทำงาน

2.1.3 การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (workshop) เป็นการนำประเด็นที่น่าสนใจทั้งที่เป็นปัญหา และการพัฒนาที่ต้องการเห็นมาจัดทำเป็นรูปแบบการประชุมเชิงปฏิบัติการซึ่งจะมีข้อดีหลายอย่างทั้งได้ฝึกคิด ฝึกปฏิบัติ ได้แสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างอิสระ เมื่อเรียนรู้จบก็สามารถนำไปประยุกต์ใช้ปฏิบัติงานจริงได้

2.1.4 การส่งพนักงานไปสัมมนาหรือดูงานนอกจากจะได้ความรู้ใหม่ ๆ แล้วยังช่วยเปิดมุมมองให้พนักงานได้ไอเดียใหม่ ๆ มาพัฒนางานให้ดียิ่งขึ้น ทั้งยังเป็นโอกาสในการหาเครือข่าย หรือสร้างความสัมพันธ์เพื่อการเชื่อมโยงในการทำงาน ปัจจุบันงานสัมมนามีหัวข้อหลากหลายให้เลือกเข้าร่วมตามความสนใจทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ โดยหากต้องการประหยัดงบอาจส่งตัวแทนไปเข้าร่วมแล้วมาแชร์ความรู้ที่ได้ให้กับทีมงานเป็นการภายในอีกที

2.1.5 การเสวนาหาความรู้จากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เป็นการจัดเซสชันแชร์ความรู้ภายในทีมเป็นวิธีที่ทำได้ง่ายๆ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ใครเก่งเรื่องไหนก็ให้มาสอนเพื่อนร่วมทีม ใครสนใจเรื่องไหนก็ไปศึกษาหาข้อมูลกรณีศึกษา (case study) ต่างๆ แล้วมาสรุปให้เพื่อนร่วมทีมฟัง วิธีนี้นอกจากจะช่วยพัฒนาทักษะพนักงานแล้วยังช่วยสร้างบรรยากาศแห่งการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นให้เกิดขึ้นในทีมได้

2.1.6 การกระตุ้นให้พนักงานศึกษา เรียนรู้ หรือค้นคว้าในสิ่งที่อยากรู้ด้วยตัวเอง การทำงานสมัยนี้ต้องอาศัยการเรียนรู้ด้วยตัวเองอย่างมาก เพราะความรู้ใหม่ๆ มีการพัฒนาความรู้ตลอดเวลา เพราะเกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและการทำงานอยู่ตลอดนั้น การกระตุ้นให้พนักงานจะต้องสามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ได้โดยไม่ติดขัด และองค์กรสามารถทำได้เช่น สนับสนุนค่าสมาชิกเว็บไซต์วารสารและบทความวิชาการ สนับสนุนค่าหนังสือ สร้างห้องสมุดหรือแหล่งเรียนรู้ออนไลน์สำหรับพนักงาน เป็นต้น

2.1.7 การเรียนรู้ผ่านงานที่ได้รับมอบหมาย การพัฒนาทักษะที่ได้ผลที่สุดคือการได้ลงมือทำจริงและฝึกอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นหากองค์กรต้องการพัฒนาทักษะพนักงานด้านไหน ก็ต้องเปิดโอกาสให้พนักงานได้ฝึกฝนจากการทำงานจริงโดยมอบหมายโครงการใหม่ ๆ มอบงานที่ท้าทายมากขึ้น

2.1.8 การเรียนรู้จากงานที่รับผิดชอบหลักไปเรียนรู้งานกับพนักงานคนอื่นในฝ่ายหรือแผนก (job rotation) เป็นการให้พนักงานเข้าไปทดลองการทำงานอื่นในช่วงเวลาสั้น ๆ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้เทคนิคการทำงานแบบใหม่ การประสานงานที่ไม่สะดวก ทำให้พนักงานเกิดโอกาสใหม่ในการพัฒนาทักษะที่หลากหลายและแสวงหาทักษะใหม่ ๆ

2.1.9 การเรียนรู้จากการทำงานร่วมกับแผนกอื่นหรือบุคคลภายนอก การทำงานร่วมกับแผนกอื่นหรือบุคคลภายนอก เป็นอีกวิธีหนึ่งที่สามารถช่วยพัฒนาทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี รวมถึงยังเปิดโอกาสให้ได้เรียนรู้

วิธีการทำงานและความรู้ใหม่ ๆ ซึ่งจะช่วยให้นักงานสามารถนำประสบการณ์และเทคนิคการทำงานที่ได้มาต่อยอดการทำงานและพัฒนาทักษะต่อไป

2.1.10 การทำงานภาคสนาม การเปิดโอกาสให้นักงานออฟฟิศสัมผัสการทำงานภาคสนามบ้างก็จะช่วยเปลี่ยนบรรยากาศการเรียนรู้ สามารถช่วยให้นักงานเข้าใจการทำงานหนักมากขึ้น เข้าใจพฤติกรรมลูกค้า และนำมาประสบการณ์ที่ได้รับมาคิดต่อยอดพัฒนาสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้นได้

2.1.11 การทดลองวิธีทำงานใหม่ ๆ การจะสร้างสรรค์นวัตกรรมให้เกิดขึ้นได้จะต้องมีพื้นที่ให้นักงานได้ลองผิดลองถูก การเปิดโอกาสให้นักงานได้ริเริ่มโปรเจกต์ใหม่ ๆ และทดลองทำด้วยตนเองจะช่วยให้พนักงานมีไฟในการหาความรู้และพัฒนาทักษะเพิ่มเติมเพื่อทำงานให้สำเร็จ ทั้งยังได้เรียนรู้จากความผิดพลาด ประสบการณ์ต่าง ๆ ที่พนักงานได้รับจะเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาตัวเองและนวัตกรรมในองค์กร

2.1.12 สร้างระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) การนำระบบพี่เลี้ยงมาใช้ก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ดีในการพัฒนาทักษะพนักงาน โดยจับคู่พนักงานอาวุโสที่มีประสบการณ์มากกว่าให้เป็นพี่เลี้ยงคอยแนะนำและสนับสนุนพนักงานที่มีประสบการณ์น้อยกว่า วิธีนี้จะช่วยให้เกิดการถ่ายทอดความรู้และแลกเปลี่ยนความรู้กันภายในองค์กร

2.2 การสร้างทักษะ (Skill)

กล่าวได้ว่าทักษะ เป็นประสบการณ์ที่ได้จากการเรียนรู้ที่จะกระทำด้วยผลลัพธ์ที่กำหนดด้วยการดำเนินการที่ดี ซึ่งมักจะเกิดขึ้นภายในเวลา พลังงาน เพื่อทำให้การจัดการเวลา การทำงานเป็นทีมและความเป็นผู้นำ การจูงใจตนเอง และการดำเนินการอื่นๆ มาทำให้เกิดความสำเร็จได้อย่างไร้รอยต่อ ก่อให้เกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด ประกอบด้วย

2.2.1 ทักษะการบริหารจัดการตนเอง (Self-Management skill) ประกอบด้วย การจัดการตนเองที่มีประสิทธิภาพเริ่มต้นจากความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence) คือ การทำความเข้าใจความคิด ความรู้สึกของตนเองและจัดการกับความคิดและความรู้สึกดังกล่าวได้อย่างสร้างสรรค์และมีความสุขในการดำเนินชีวิต การรู้จักความฉลาดทางอารมณ์ยังช่วยให้บุคคลสามารถพัฒนาและใช้ศักยภาพของตนเองในการทำงานและการดำเนินชีวิตได้อย่างเหมาะสม ตัวอย่างลักษณะของความฉลาดทางอารมณ์ และ ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ก็เป็นค่านิยมพื้นฐานในการบริหารจัดการตนเอง เพราะจะช่วยบ่มเพาะความคิดและพฤติกรรมของตนเองให้ตระหนักถึงปัญหาของส่วนรวมและทำตนให้เป็นประโยชน์ต่อสังคมในฐานะที่เราเป็นส่วนหนึ่งของสังคมนั้นๆ ไม่ว่าพนักงานจะอยู่ในฐานะเพื่อนพนักงานขององค์กรหรือผู้ประกอบการเองก็ตาม

2.2.2 ทักษะการสร้างความสัมพันธ์ (Relationship Management Skill) เป็นทักษะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานและเครือข่ายในสายอาชีพเดียวกันถือว่ามีความสำคัญมากเพราะเพื่อนร่วมงานที่อยู่ในองค์กรมาก่อนสามารถแบ่งปันประสบการณ์ ความรู้ที่ตรงกับสิ่งที่ต้องทำ สามารถปรึกษา เรียนรู้วิธีการทำงานที่จะช่วยให้งานประสบความสำเร็จและขอความช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหาขึ้นได้ สิ่งที่เป็นแนวคิดพื้นฐานในการบริหารความสัมพันธ์ ได้แก่ การบริหารความหลากหลาย (Diversity Management) ผู้คนมีความหลากหลายในมิติที่แตกต่างกัน เช่น สัญชาติ ภาษา อายุ เพศ สถานภาพการสมรส ความพิการ ภูมิหลังการศึกษา ค่านิยม ศาสนา และภูมิหลังการทำงาน เป็นต้น การรับรู้ว่ามีหลากหลายในองค์กรที่เราทำงานจะทำให้เราเข้าใจความคิดและพฤติกรรมของผู้อื่นในองค์กรทำให้มีโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์อันดีได้ง่ายขึ้นและสิ่งสำคัญสุดๆ ที่อยากฝากไว้ คือคำว่า “ใจเขาใจเรา” หรือ “To put yourself in someone’s shoes” กล่าวคือ เราต้องฝึกมองเหตุการณ์เดียวกันในมุมมองของคนอื่นดูบ้างเพื่อเราจะได้เข้าใจกันมากขึ้น ในมุมมองการเป็นเจ้าของธุรกิจ การประยุกต์ใช้ทักษะการบริหารความสัมพันธ์สามารถเป็นปัจจัยตัดสินความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจได้ เช่น การสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า คู่ค้า และพนักงาน เป็นต้น

2.2.3 ทักษะการแก้ปัญหาเชิงระบบ (Systematic Problem Solving Skill) เป็นการทำงานนั้นเราไม่สามารถหลีกเลี่ยงที่จะต้องเผชิญกับปัญหาอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนั้นทักษะการแก้ปัญหาเชิงระบบ จะทำให้เรามองปัญหาออกและแก้ปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ การฝึกคิดอย่างเป็นระบบจะนำไปสู่ทางออกของปัญหาได้ ซึ่งกระบวนการในการฝึกให้คิดอย่างเป็นระบบ โดยต้อง ระบุปัญหาที่แท้จริง ทำความเข้าใจกับเหตุการณ์และระบุสาเหตุ หาวิธีการ

แก้ปัญหาที่เป็นไปได้มากที่สุด ปฏิบัติตามขั้นตอนตามแผนที่ใช้แก้ปัญหา ประเมินผลการแก้ปัญหา และควบคุมงานให้เกิดความคุ้มค่า

2.2.4 ทักษะการเป็นผู้นำ (Leader) และการมีภาวะผู้นำ (Leadership) ทักษะการเป็นผู้นำคือ การปฏิบัติตนเองที่เป็นแบบอย่างน่าเชื่อถือ คุณนอก บอกคนได้ ใช้คนเป็น และเห็นคนชัด ส่วนภาวะผู้นำเป็นส่วนผสมของทักษะหลายๆ อย่างร่วมกัน รวมถึงประสบการณ์ที่เราได้เรียนรู้จากการทำงานจริง เช่น การทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัย การออกค่ายอาสา การร่วมกิจกรรมกับองค์กรต่าง ๆ เป็นต้น คุณลักษณะของผู้นำที่ดีเริ่มต้นจากการที่เราสามารถจัดการกับตัวเองได้อย่างลงตัว มีความมั่นใจในตนเอง มีทัศนคติที่ดี ตัดสินใจได้ดี กล้ายอมรับทั้งความผิดพลาดและคำชื่นชม มองเห็นคุณค่าในตัวเองและมีวินัยในตนเองจนสามารถเป็นตัวอย่างที่ดีได้ มีความยืดหยุ่นเห็นอกเห็นใจผู้อื่น สามารถสร้างแรงบันดาลใจ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมทีม สื่อสารกับทีมอยู่เสมอ แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นไปสู่เป้าหมาย เป็นผู้นำด้วยหัวใจและสมอง มีศิลปะในการจูงใจผู้อื่นให้ร่วมงานเพื่อให้สำเร็จตามความมุ่งหมายที่ต้องการ

2.2.5 ทักษะการบริหารความเปลี่ยนแปลง (Change Management Skill) การเปลี่ยนแปลงอาจนำมาซึ่งปัญหาใหม่ ๆ หรือโอกาสในชีวิตที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การย้ายงาน การเลื่อนตำแหน่ง หรือแม้แต่เพื่อนร่วมงานลาออกก็ถือเป็น การเปลี่ยนแปลงเช่นกัน ดังนั้น การบริหารความเปลี่ยนแปลง (Change Management) จึงต้องอาศัยวิธีการใช้ความรู้ ทักษะและความเข้าใจที่มีอยู่ เพื่อจัดการกับสถานการณ์ที่ไม่คุ้นเคย โดยกระบวนการแก้ปัญหาเริ่มต้นจากการเผชิญกับปัญหาและยุติลงเมื่อได้คำตอบที่บรรลุวัตถุประสงค์ การที่เจอกับการเปลี่ยนแปลงหรือความท้าทายใหม่ ๆ แล้วสามารถใช้ความรู้ ความคิดหรือประสบการณ์เดิมที่มีมาประยุกต์ใช้ในการคิดพิจารณาไตร่ตรองเพื่อตัดสินใจหาทางเลือกหรือแนวทางการปฏิบัติตัวที่เหมาะสมที่สุดอย่างทันท่วงทีจะช่วยลดผลเสียที่อาจจะเกิดขึ้นกับงาน กับครอบครัว หรือกับตนเองได้ ทั้งยังช่วยให้พร้อมรับโอกาสใหม่ ๆ ที่จะเข้ามาหลังการเปลี่ยนแปลงนั้นได้อย่างดี อีกทั้ง การพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เช่น การอ่าน การฟัง การอบรม การฝึกงาน จะทำให้เราเข้าใจจุดแข็ง จุดอ่อนของตนเอง ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแนวคิดพฤติกรรม เพื่อให้ตนเองมีบุคลิก อุปนิสัย อารมณ์ ความรอบรู้ ทักษะ ที่จะช่วยให้เรานั้นใช้ชีวิตและทำงานได้อย่างมีคุณภาพ พร้อมรับทุกสถานการณ์ที่จะเข้ามาในชีวิต

2.2.6 ทักษะการบริหารดิจิทัล (Digital Management Skill) ประกอบด้วย การบริหารข้อมูล (Information Management) การรู้สารสนเทศ (Information literacy) เป็นทักษะและความรู้ที่ช่วยให้เราค้นหาและประเมินคุณค่าของข้อมูลต่าง ๆ ทั้งในชีวิตประจำวันและในการทำงาน เพื่อให้ใช้ข้อมูลที่เราต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดและสามารถคัดแยกข้อมูลที่ไม่ต้องการได้เป็นอย่างดี และสุดท้าย การบริหารเทคโนโลยี (Technology Management) เทคโนโลยีได้ก้าวเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญในการทำงานโดยเฉพาะในศตวรรษที่ 21 ที่เทคโนโลยีต่าง ๆ ถูกพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว เราจะต้องสามารถทำความเข้าใจ ปรับประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับงานและชีวิตประจำวันของตนเองได้อย่างถูกต้องเหมาะสม พร้อมต่อการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีที่สูงขึ้นไป

2.2.7 ทักษะการสื่อสาร (Communication Skills) เป็นความสามารถที่สำคัญที่ทุก ๆ องค์กรต้องการ ทักษะการสื่อสารที่ยอดเยี่ยมส่งผลให้ความเป็นผู้นำที่น่าเกรงขาม ดังนั้นการสื่อสารที่ดีจึงเป็นทักษะที่สำคัญที่สุดที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการบริหารงาน ดังคำกล่าวที่ว่า “ศิลปะแห่งการสื่อสารคือภาษาแห่งความเป็นผู้นำ”

2.2.8 ทักษะในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (Creative Problem-Solving) เป็นความคิดสร้างสรรค์สามารถแสดงออกได้หลายวิธีโดยไม่เกี่ยวข้องกับการสร้างงานศิลปะเท่านั้น ความคิดสร้างสรรค์นั้นแฝงอยู่ในความคิด การกระทำ และคำพูดของแต่ละบุคคล ความคิดสร้างสรรค์ คือ ความสามารถในการก้าวข้ามความคิด กฎเกณฑ์ รูปแบบความสัมพันธ์ และสามารถสร้างแนวคิด รูปแบบ วิธีการ การตีความใหม่ ๆ ที่มีความหมาย สามารถสร้างมุมมองใหม่ ๆ ทำให้เกิดการค้นพบใหม่ หรือการแก้ไขปัญหาได้อย่างดีเยี่ยม ดังนั้นความสามารถในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ไม่ใช่สิ่งที่ควรมี แต่เป็นสิ่งที่จำเป็นที่คนทำงานต้องมี

2.2.9 ทักษะในการสังเกต (Observation Skills) เป็นวิธีแก้ไขปัญหาในที่ทำงานให้ประสบความสำเร็จ การทำงานแบบราบรื่นโดยไม่มีอุปสรรค แต่ในความเป็นจริงทุก ๆ องค์กรล้วนเจอกับปัญหาต่าง ๆ ที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ การที่จะมีทักษะในการแก้ปัญหาที่ดี จำเป็นต้องใช้เวลา ความอดทน และมีสมาธิจดจ่อ หากไม่สามารถแก้ปัญหาได้

ในทันที และบางครั้งกระบวนการแก้ไขปัญหอาจใช้เวลานานกว่าที่คาดไว้ ยิ่งปัญหาใหญ่ กระบวนการแก้ไขปัญหาก็จะยิ่งนานขึ้นและยากขึ้น หากมองในแง่ดี ปัญหาเหล่านี้สามารถเป็นแนวทางในการปรับปรุงขั้นตอนการทำงาน (Workflow) ในองค์กรได้เป็นอย่างดี และการสังเกตปรากฏการณ์ของปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น แล้วนำมาวิเคราะห์หาแนวทางหรือทางเลือกเพื่อแก้ไขปัญหานั้น เมื่อผ่านไปได้ทั้งที่สำเร็จหรือไม่สำเร็จย่อมเกิดประสบการณ์ในการทำงาน

2.3 การสร้างเจตคติในการทำงาน (Attitude)

เจตคติ (Attitude) หมายถึงท่าที หรือความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด แต่ทัศนคติ (Viewpoint) เป็นแนวความคิดเห็นหรือมุมมองความคิดเห็น ดังนั้นการพัฒนาทุนมนุษย์ต้องสร้างท่าทีหรือความรู้สึกของพนักงานต่องานที่ทำ ตามหลักการต่อไปนี้ (อรุณเดช มาร์ตัน, 2565, หน้า 38-60) ประกอบด้วย

2.3.1 การสร้างความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งประกอบด้วย โอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ร่วมงาน ค่าตอบแทนและสวัสดิการ ลักษณะงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน การได้การยอมรับนับถือ ด้านพฤติกรรมที่แสดงออก ด้านความรู้สึก และความยุติธรรมเท่าเทียม

2.3.2 การสร้างแนวคิดเพื่อการพัฒนาตนเอง (Growth Mindset) เป็นการสร้างแนวคิดแบบยืดหยุ่นและเติบโตพัฒนาต่อไปข้างหน้า เชื่อในศักยภาพของตนเอง และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนเกิดประสิทธิภาพเป็นอย่างดี การคิดเชิงบวก ความล้มเหลวคือการเรียนรู้

2.3.3 การออกแบบระบบความคิด (Thinking System) เป็นการคิดในภาพรวมที่เป็นระบบ และมีส่วนประกอบที่สัมพันธ์เชื่อมโยงจากส่วนย่อยไปหาส่วนใหญ่ เป็นการคิดอย่างมีเหตุมีผล เน้นการแก้ปัญหาย่างชาญฉลาดเพื่อให้เกิดความถูกต้อง แม่นยำ รวดเร็วในองค์กรรวม และการพัฒนาบุคคลากรให้มีระบบการคิดเชิงระบบ จะช่วยให้องค์กรมีประสิทธิภาพ การทำงานต่าง ๆ ในภาพใหญ่ขององค์กรสอดคล้อง สัมพันธ์กันด้วยระบบที่มีส่วนประกอบต่าง ๆ ที่เชื่อมสัมพันธ์กันรวมเป็นหนึ่งเดียวกัน การคิดเชิงระบบจะไม่มองเฉพาะหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งแต่จะมองภาพใหญ่ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นว่าเป็นปัญหาระดับองค์กร แล้วแก้ปัญหทั้งในภาพใหญ่และภาพย่อย เชื่อมโยง สร้างสรรค์และทำงานเป็นทีมอย่างเป็นระบบ โดยการจะสร้างองค์กรนวัตกรรม (Innovation Organization) นั้น จุดเริ่มต้นเริ่มจากตัวบุคคล ทีมงาน และองค์กร ดังนั้นการส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ทั้งในความคิดเชิงระบบ ความสามารถที่เป็นเลิศส่วนบุคคล การทำงานเป็นทีม และการมองเห็นภาพวิสัยทัศน์ร่วมกันทั้งองค์กร จึงเป็นสิ่งสำคัญ ผู้นำสามารถเริ่มต้นได้จากการส่งเสริมให้องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งตามแนวคิดของแซงเก้ (Senge, 1990) ประกอบด้วย การคิดเชิงระบบ (Systems Thinking) การคิดเพื่อความเป็นเลิศส่วนบุคคล (Personal Mastery) รูปแบบความคิดและจิตใจ (Mental Models) การคิดแบบมีวิสัยทัศน์ร่วม (Shared Vision) และการคิดแบบการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม (Team Learning)

2.4 การสร้างพลังในการขับเคลื่อนงาน (Energy)

พลังในการขับเคลื่อนงานเป็นพลังความเชื่อมั่นในตนเองเพื่อสร้างแนวทางให้เกิดความสำเร็จและการกระตุ้นความสำเร็จในการทำงานด้วยกำลังใจตนเอง ซึ่งประกอบด้วย

2.4.1 การสร้างแรงผลักดันจากภายใน (Inner) เป็นการสร้างพลังความคิดในมีส่วนร่วมในงานที่ทำโดยการกระตุ้นจากภายในให้พนักงานอยากทำอยากสำเร็จโดยการกำหนดความสำเร็จออกเป็นจุดย่อย ๆ

2.4.2 การทำให้เกิดความหลงใหลในงานที่ทำ (Passion) เป็นตัวขับเคลื่อนให้มีความพยายาม และค้นพบความสำเร็จของชีวิตในแบบที่ตัวเองต้องการไม่ว่าจะเรื่องความรัก การงาน การเรียน ฯลฯ

2.4.3 การสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานที่สำเร็จ (inspiration) คือพลังที่อยู่ภายในตัวของบุคคลที่คอยผลักดันให้คนมีพฤติกรรมบางอย่าง และยังเป็นสิ่งที่กำหนดทิศทางหรือเป้าหมายของพฤติกรรมนั้นด้วย

2.4.4 การสร้างแรงจูงใจในการทำงาน (Motive) คือ ภาวะภายในตัวบุคคลที่ผลักดันให้บุคคลมีพฤติกรรมอย่างมีจุดหมาย ซึ่งได้แก่ ความต้องการ ความปรารถนา และความอยาก ซึ่งมี 2 แบบคือ จูงใจให้ทำคือการสร้างกลไกเพื่อให้เข้า และจูงใจไม่ให้ทำ

2.4.5 การออกแบบค่าตอบแทนพิเศษที่ยุติธรรม และเหมาะสมต่อภาระงาน (Incentive) ซึ่งค่าตอบแทนที่ไม่ใช่ค่าจ้าง อาทิ ค่ารางวัลจูงใจตอบแทนให้แก่พนักงาน โดยสอดคล้องกับผลงานของพนักงาน เพื่อกระตุ้น แรงจูงใจให้พนักงานทำผลงานให้ได้มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และได้รับรางวัลตอบแทนในอัตราที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ แต่ไม่ใช่วิธีนี้เพียงวิธีเดียว ยังมีอีกหลายวิธีที่ใช้จูงใจพนักงานได้อย่างน่าสนใจ และเหมาะสมกับวัฒนธรรมของแต่ละองค์กร เช่น จูงใจด้วยสวัสดิการที่พนักงานอยากได้ จูงใจด้วยการยอมรับ ชื่นชม เป็นต้น โดยการออกแบบค่าตอบแทนพิเศษมีอยู่ 2 ลักษณะคือ

2.4.5.1 เฉพาะบุคคล เป็นรูปแบบการจ่ายเงินรางวัลให้พนักงาน เฉพาะบุคคลใดบุคคลหนึ่ง โดยสอดคล้องกับผลงานที่ทำ เช่น พนักงานจะได้รับเงินจูงใจนี้ เมื่อพนักงานขายสินค้าได้ตามจำนวนที่กำหนด หรือถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งการจ่ายค่าตอบแทนพิเศษนี้เป็นแบบทำมากได้มาก ทำน้อยได้น้อย ขึ้นอยู่กับผลงานของแต่ละคน ทั้งยังเป็นการเก็บข้อมูล สถิติของพนักงาน สะสมไว้ประเมินผลระยะยาวได้อีกด้วย

2.4.5.2 แบบรายกลุ่ม ซึ่งบางองค์กรอาจไม่สามารถมอบเงินจูงใจให้กับพนักงานทุกคนได้ จึงพยายามจัดรูปแบบการจ่ายเงินรางวัลเป็นแบบรายกลุ่ม หรือแบบภาพรวม พนักงานแผนกเดียวกันจะได้รับค่าตอบแทนพิเศษในระดับเดียวกัน ซึ่งจะได้ช่วยกระตุ้นความสามัคคีและการร่วมแรงร่วมใจของคนในองค์กรเพื่อผลักดันเรื่องใดเรื่องหนึ่งให้บรรลุเป้าหมายโดยค่าตอบแทนพิเศษแบบรายกลุ่มจึงอิงจากความสำเร็จของโครงการหรือธุรกิจร่วมค้าของแต่ละกลุ่ม แต่ละแผนกเป็นตัววัด การจ่ายเงินจูงใจแบบกลุ่มนี้มีมักจะแบ่งให้เท่า ๆ กันในหมู่สมาชิกทุกคน แต่บางองค์กรหรือบางโครงการก็อาจแบ่งให้มากน้อยตามผลได้จากงานของพนักงานแต่ละคนร่วมด้วยก็ได้

2.4.6 สร้างแรงจูงใจในการทำงาน (Motivation) แรงงานในศตวรรษที่ 21 จะมีอัตราความต้องการของตลาดแรงงานที่เพิ่มขึ้น พอๆ กับอัตราการลาออกที่เพิ่มขึ้น ทำให้องค์กรต้องมีวิธีการในการดึงดูดพนักงานขึ้นดีให้ยังทำงานอยู่กับองค์กร อย่างการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงาน เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์ผลงานออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังอยากทำงานอยู่กับองค์กรต่อไปในอนาคต ดังนั้นองค์กรต้องสร้างแรงจูงใจในการทำงาน 2 แบบต่อไปนี้

2.4.6.1 การจูงใจเชิงบวก (Reword) คือการสร้างบรรยากาศการทำงานที่น่าทำงาน มีการสร้างสวัสดิการที่มากกว่ากฎหมายกำหนด มีการสร้างและปรับปรุงสิ่งแวดล้อม ห้องทำงานให้ผ่อนคลาย และการมอบของขวัญเนื่องในโอกาสสำคัญของพนักงาน หรือให้การช่วยเหลือที่ตรงตามความต้องการของพนักงาน

2.4.6.2 การจูงใจเชิงลบ (Enforcement) คือการควบคุมไม่ให้พนักงานมีพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ เช่น การลงโทษเมื่อฝ่าฝืนกฎ ระเบียบ และความจริงจังต่อการลงโทษอย่างเป็นธรรมเมื่อฝ่าฝืนกฎระเบียบ

2.4.6.3 การสร้างความปรารถนาระดับบุคคลของพนักงาน (Aspiration) เป็นนการสร้างแรงจูงใจให้กับตนเอง ก่อนที่จะไปสร้างแรงจูงใจให้กับทีมงาน เพราะจะเกิดความมุ่งมั่นที่จะกล้าเผชิญกับความท้าทายในการทำงาน ซึ่งเป็นสิ่งที่ออกมาจากข้างในไม่ว่าบุคคลใดก็ไม่สามารถบังคับให้พนักงานเอาออกมาได้ รูปแบบการกระตุ้นให้พนักงานมีความอยากที่จะประสบความสำเร็จ (Achievement) และการพัฒนานตนเอง (Advancement) รวมทั้งการที่พนักงานต้องการได้รับการยอมรับ (Recognition) จึงเกิดจากความไว้วางใจต่อองค์กร เพื่อนร่วมงาน ซึ่งต้องสร้างขึ้น (Human Trust)

2.5 ศักยภาพของทุนมนุษย์ (Human Capital Ability)

ศักยภาพของทุนมนุษย์ ซึ่งแยกออกเป็น ศักยภาพ(Ability) คือการแสดงออกของพนักงานที่จะทำให้องค์กรเกิดความสำเร็จได้ประกอบด้วยศักยภาพในการทำงานด้านต่าง ๆ ส่วนทุนมนุษย์ คือเป็นการผสมผสานเฉพาะบุคคล ประกอบด้วย ทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) ประกอบด้วยความรู้ ความสามารถในการเรียนรู้ ความเชี่ยวชาญ ทักษะ และประสบการณ์ที่สะสมเอาไว้ ทุนทางสังคม (Social Capital) ประกอบด้วยเครือข่ายความสัมพันธ์ ที่นำไปสู่การสร้างคุณค่าในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือและทุนทางอารมณ์ (Emotional Capital) ประกอบด้วยคุณลักษณะต่าง ๆ เช่น ความตระหนักในตนเอง (Self-Awareness) ความซื่อสัตย์สุจริต (Integrity) การมีความยืดหยุ่น (Resilience) ที่แตกต่างออกไปจากนักคิดอื่น ๆ (Gratton, & Ghoshal, 2003, pp. 1-10) ดังนั้นการสร้างทุนมนุษย์ (Human Capital Building) และการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เพื่อสร้างความ

ได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) มากกว่าที่จะเน้นการจับคู่คนให้เหมาะกับงานและกลยุทธ์ขององค์กรที่เป็นอยู่แบบเดิม การให้ความสำคัญกับความรู้ ทักษะ ความสามารถของบุคลากรนั้นมีคุณค่าต่อการเพิ่มขีดความสามารถให้แก่องค์กร โดยมุ่งเน้นการบริหารบุคลากรที่ดึงความสามารถหรือสมรรถนะภายในคน (Human Competency) ออกมาเป็นสินทรัพย์ทางปัญญา (Intellectual Asset) ที่ปราศจากตัวตน แต่เป็นบ่อแห่งความรู้ความสามารถ ที่สร้างคุณค่าและก่อมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรได้ (Bateman, & Snell, 2014) ดังนี้

2.5.1 ความสามารถในการเข้าอกเข้าใจเพื่อนร่วมงาน (Empathy) เป็นหนึ่งในคุณลักษณะของทุนมนุษย์ที่สำคัญที่ทำให้ทุนมนุษย์การทำงานร่วมกันเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งของแผนองค์กรที่ประสบความสำเร็จ การมีความเห็นอกเห็นใจในหรือการรับฟังความคิดในการประชุมแสดงให้เห็นว่าคุณกำลังสนับสนุนให้เพื่อนร่วมงานแบ่งปันมุมมองและความคิดเห็นที่แตกต่างจากของตนเอง ความเห็นอกเห็นใจนั้นจะนำไปสู่การเปิดกว้างของความคิดใหม่ ๆ และแนวทางในการแก้ปัญหาที่ดียิ่งขึ้น

2.5.2 ความสามารถในการมีอิทธิพลต่อเพื่อนร่วมงาน (Ability to Influence Peers) เน้นการพัฒนาทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ให้แข็งแกร่ง การมีทีมที่มีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสามารถช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และยังช่วยวิเคราะห์ว่าทีมของคุณทำงานร่วมกันได้ดีเพียงใด ตั้งแต่การสนทนาในทุก ๆ วัน ไปจนถึงอีเมลที่คุณส่งถึงเพื่อนร่วมงาน หากขาดทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์อาจส่งผลเสียต่อทีมของคุณได้ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารด้วยคำพูด การสื่อสารด้วยท่าทาง ทักษะการฟัง การเจรจาต่อรอง การแก้ปัญหา รวมถึงการตัดสินใจ เป็นต้น

2.5.3 ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence) เป็นความสามารถในการรับรู้ ควบคุม และแสดงอารมณ์ของตนเอง เพื่อที่จะรับมือกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้อย่างรอบคอบและมีความเห็นอกเห็นใจ ในแต่ละวันมีแรงจูงใจหลายๆ อย่างที่ทำให้เราต้องมีการตัดสินใจ ซึ่งการมีความฉลาดทางอารมณ์ที่ดีจะช่วยให้คุณเข้าใจการตัดสินใจและรับรู้ผลที่จะตามมาของการตัดสินใจเหล่านั้นได้

2.5.4 ความสามารถระดับบุคคลของพนักงานที่มีความอยากรู้อยากเห็น และมีความคิดเชิงบวกมองโลกในแง่ดี (Curiosity and Positivity) เป็นการสร้างพลังแห่งความอยากรู้อยากเห็นในการทำงาน การกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นนั้นเป็นการจุดประกายความคิดสร้างสรรค์เพื่อที่จะขับเคลื่อนแนวคิดใหม่ ๆ ที่มีประสิทธิภาพต่อองค์กรธุรกิจได้ สำหรับคนทำงานยุคใหม่ ที่มีประสบการณ์การทำงานที่ไม่มากนัก อาจเกิดคำถามหรือข้อสงสัยในการทำงานบ้าง และอาจคิดอะไรใหม่ๆ ได้ แต่ก็เขินอายเกินกว่าที่จะถามหรือพูดออกไป ซึ่งนี้อาจสร้างผลเสียต่อการทำงานได้ ผลการวิจัยยืนยันว่า การใฝ่รู้ ที่กล้าที่จะตั้งคำถามและถามออกไปนั้นมีประโยชน์สำหรับองค์กร ผู้นำ และพนักงานเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็น ความผิดพลาดในการตัดสินใจน้อยลง มีนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกมากขึ้นทั้งในงานสร้างสรรค์และงานที่ไม่สร้างสรรค์ ลดความขัดแย้งในกลุ่ม การสื่อสารที่เปิดกว้างมากขึ้น และประสิทธิภาพในการทำงานเป็นทีมที่ดีขึ้น

2.5.5 การรับฟังอย่างกระตือรือร้น (Active Listening) เป็นศิลปะแห่งการฟังเพื่อนร่วมงาน และการมีสมาธิ การมีส่วนร่วม และการซึมซับกับสิ่งที่คนอื่นกำลังพูดกับคุณ การเรียนรู้ที่จะเป็นผู้ฟังที่ดีขึ้นเป็นหนึ่งในทักษะที่สำคัญที่ผู้นำและคนทำงานยุคใหม่ต้องมี

2.5.6 ความอ่อนน้อมถ่อมตน (Humility) เป็นการสร้างแรงจูงใจและแรงบันดาลใจให้พนักงานมีวัฒนธรรมการทำงานที่ดีภายในองค์กร สมาชิกในทีมแต่ละคนได้รับการสนับสนุน และมีแรงบันดาลใจในการทำงานอย่างเต็มที่ พวกเขาจะรู้สึกเหมือนมีส่วนร่วมในองค์กรอย่างแท้จริง เช่นเดียวกับกับคนทำงานยุคใหม่ หากคุณยอมรับกับตัวเองว่าคุณไม่ได้เพอร์เฟกต์ไปเสียทุกอย่าง แต่คุณพร้อมที่จะเรียนรู้อยู่เสมอ รวมถึงรับฟังคำติชมอย่างเต็มที่ นั่นคือคุณลักษณะที่ดีต่อการทำงาน ผู้นำสามารถนำทักษะนี้ไปใช้จูงใจและสร้างแรงบันดาลใจให้พนักงานได้ เพราะเมื่อไหร่ที่ไม่ยกตนข่มใคร และชื่นชมการทำงานของพนักงานอยู่เสมอ ซึ่งนี่คือสิ่งสำคัญในการจูงใจและสร้างแรงบันดาลใจให้กับพนักงาน

2.5.7 ความยืดหยุ่น (Resilience) เป็นการสร้างกำลังใจในการทำงานให้แก่พนักงานความยืดหยุ่นในการทำงานเป็นทักษะการทำงาน (Soft Skill) ที่สามารถจัดการกับความเครียดได้ดี การที่พนักงานไม่มีความยืดหยุ่นในตนเองจะเกิดภาวะหมดไฟ (burnout) เพิ่มสูงขึ้น และเมื่อพนักงานมีความยืดหยุ่นหรือไม่กดดันตัวเองเกินไป นั้นทำให้พนักงานสามารถพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นกับลูกค้า ผู้จัดการ และเพื่อนร่วมงาน จัดการความเครียดได้ง่ายขึ้น มีแรง

บันดาลใจมากขึ้น มีจิตใจที่แข็งแกร่งและมีความยืดหยุ่น สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและล้มเหลวได้ดีขึ้น (Rao, 2010:255)

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ความสำเร็จในการทำงานและจะสร้างองค์กรที่มีสมรรถนะสูง ต้องเริ่มต้นจากการสร้างความรู้ ทักษะ เจตคติ และพลังในการทำงาน จึงจะทำให้เกิดศักยภาพและขีดความสามารถของบุคลากรได้ และนี่คือแนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์ในองค์กร

3. บทสรุป

การพัฒนาทุนมนุษย์ในศตวรรษที่ 21 นั้นเป็นการเตรียมความพร้อมให้แก่พนักงานที่มีศักยภาพและเอื้อต่อการพัฒนา โดยเน้นการกระตุ้นระดับตัวพนักงานให้เกิดความสามารถ (Ability) ไม่ว่าจะเป็นการทำให้พนักงานมีความรู้ เพราะงานที่ทำ (Knowledge) ทักษะในการทำงาน (Skill) ทศคติ (Attitude) พลังในการขับเคลื่อนงาน (Energy) ซึ่งผลจากการพัฒนาทุนมนุษย์ของแต่ละองค์กรย่อมทำให้องค์กรมีพนักงานที่มีศักยภาพสูง (High Potential) ขององค์กร ซึ่งมีคุณลักษณะที่สามารถจำแนกออกเป็น 4 ประเภท (Berger and Berger, 2004) ดังนี้ 1) Super Keepers หมายถึงพนักงานที่มีศักยภาพสูงและมีผลงานโดดเด่นเกินความคาดหวังขององค์กรเป็นอย่างมาก (Greatly Exceed Expectations) 2) Keepers หมายถึงพนักงานที่มีศักยภาพสูงและมีผลงานเกินความคาดหวังขององค์กร (Exceed Organization Expectations) 3) Solid Citizens หมายถึง พนักงานที่มีศักยภาพและมีผลงานอยู่ในความคาดหวังขององค์กร (Meet Organization Expectations) และ 4) Misfits หมายถึงพนักงานที่ไม่มีศักยภาพและมีผลงานต่ำกว่าความคาดหวังขององค์กร (Below Organization Expectations) ประโยชน์ของการจัดแบ่งกลุ่มพนักงานดังกล่าว เพื่อจัดสรรการจ่ายผลตอบแทน การฝึกอบรม ตลอดจนโปรแกรมการพัฒนาย่างเหมาะสม เพราะถ้าองค์กรไม่สามารถบริหารกลุ่มพนักงานเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม ย่อมมีโอกาที่จะสูญเสียพนักงานระดับ Super Keepers และ Keepers ไปและเช่นเดียวกัน ถ้าจะพัฒนาพนักงานย่อมเลือกพัฒนาพนักงานระดับ Solid Citizens, Keepers และ Super Keepers หากผู้ที่มีความสามารถโดดเด่น มีศักยภาพสูง ย่อมมีโอกาสจะอยู่ในกลุ่มที่เป็น “Cream of the Cream” นั้นหมายถึงการมีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงานเป็นผู้นำในองค์กรต่อไป

การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อยกระดับแรงงานไทยในศตวรรษที่ 21 ที่หลายองค์กรจะต้องเผชิญอย่างแน่นอนคือ สงครามแย่งชิงคนเก่ง(The War of Talents) ในการรับมือการเปลี่ยนแปลงด้านแรงงานต้องพัฒนาทุนมนุษย์ขององค์กร ตามต้นแบบการพัฒนาทุนมนุษย์พีซีเอ็ม (PCM Human Capital Development Model) ประกอบด้วย การสร้างความรู้ ทักษะ เจตคติ และพลังในการขับเคลื่อนงาน อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การพัฒนาทุนมนุษย์ในศตวรรษที่ 21 องค์กรธุรกิจที่สำคัญ จำนวน 4 ด้าน คือ ด้านการสร้างความรู้ของพนักงานให้เกิดความเชี่ยวชาญที่หลากหลายด้าน ทักษะในการดำเนินงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมในอนาคต การพัฒนาความคิดความเชื่อและเจตคติในการทำงาน และการสร้างแรงจูงใจและพลังงานในการขับเคลื่อนงาน

4. เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2564). แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555 - 2574. ค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2566, จาก <http://www.oie.go.th>.
- จิระ หงส์ดารมภ์. (2555). ทุนมนุษย์ของคนไทยรองรับประชาคมอาเซียน. กรุงเทพฯ: เอเชียแปซิฟิกคอนซัลแตนท์ ธันวัดน์ ศรีไพโรจน์, ดุษฎี โยเหลา และ ปิยดา สมบัติจินดา. (2561). อิทธิพลของโปรแกรมการโค้ชการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานที่มีต่อสมรรถนะของผู้สอน. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(2), 96-110.
- นิลาวัลย์ สว่างรัตน์. (2561). การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของพนักงานอุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ในประเทศไทย เพื่อมุ่งสู่อุตสาหกรรมสร้าง สรรค์ที่สมดุลและยั่งยืน. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(2), 2136-2152.

- บริษัทพาร์ทเนอร์ชิพ เซอร์วิส เซ็นเตอร์ แอนด์ แมนเนจเม้นท์ จำกัด. (2566). เอกสารประกอบการฝึกอบรมเรื่อง **รูปแบบสร้างทุนมนุษย์เพื่อยกระดับฝีมือแรงงานสถานประกอบการ**. (เอกสารอัดสำเนา).
- พรธิดา วิเชียรปัญญา. (2547). **การจัดการความรู้: พื้นฐานและการประยุกต์ใช้**. กรุงเทพฯ : ธรรมกมลการพิมพ์.
- พสุธิดา ตันตราจิน และคณะ. (2559). ทุนมนุษย์: การจัดการทุนมนุษย์ในศตวรรษที่ 21. **วารสารสุทธิปริทัศน์**, 30 (พิเศษ), 117-123.
- ภวิณธ์นา เจริญบุญและสุวิดา พฤษภากรณ์. (2565). การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชน ด้วยทุนวัฒนธรรมหลังวิถีใหม่ของจังหวัดสมุทรสงคราม. **วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ**, 7(5), 398 -415.
- วาสนา ศรีอัครลาภ และจิราวรรณ คงคล้าย. (2559). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรแห่งยุคสารสนเทศสู่องค์กรยุคใหม่ในอนาคต. **Veridian E-Journal**, 9(2), 328-338.
- สยามรัฐออนไลน์. (2565). กสศ.ขับเคลื่อน “ทุนมนุษย์ไทย” พร้อมก้าวสู่ศตวรรษที่ 21 พัฒนาทักษะ-การเรียนรู้ตลอดชีวิต ประชากรวัยแรงงานด้อยโอกาส. ค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2566, จาก <https://siamrath.co.th/n/336426>.
- สุจินต์ พูลบุญ. (2565). การพัฒนาการพัฒนาทุนมนุษย์ภาครัฐเพื่อการบริหารงานในรูปแบบดิจิทัลของประเทศไทยกับความปกติใหม่จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. **วารสารพัฒนศาสตร์**, 5(1), 141 – 174.
- องค์การพิพิธภัณฑิวิทยาศาสตรแห่งชาติ. (2565). **แผนกลยุทธ์การบริหารและพัฒนาทุนมนุษย์ ประจำปี2565 – 2569**. ค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2566, จาก <https://www.nsm.or.th/ita/report/2023-04>.
- อรุณเดช มาร์ตัน. (2565). **การจัดการทุนมนุษย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญกรุงเทพ.
- Berger, A.L. & Berger, R.D. (2004). **The Talent Management Handbook: Creating Organizational Excellence by Identifying, Developing, and Promoting Your Best People**. New York: McGraw-Hill.
- Bateman, T.S. & Snell, S.A. (2014). **Management: Leading and Collaborating in a Competitive World** (11th Ed). Burr Ridge, IL: McGraw-Hill Higher Education.
- Gilley, J. W. & Eggland, S. A. (1989). **Principles of Human Resource Development**. New York: Addison-Wesley.
- Gratton, L. & Ghoshal, S. (2003). Managing personal human capital New ethos for the Volunteer employee. **European Management Journal**, 21, 1-10.
- Mondy, R. W. & Noe, R. M. (2005). **Human Resource Management**. (9th ed). N.J.: Prentice Hall.
- Michaels, E., Helen Handfield-Jones, H. & Beth Axelrod, B. (2001). **The War for Talent**. Boston: Harvard Business School Press.
- Rao, M.S. (2010). **Soft Skills - Enhancing Employability: Connecting Campus with Corporate**. New Delhi: I. K. International.
- Senge, P. M. (1990). **The fifth discipline: The art and practice of the learning organization**. London : Century Press.
- Tarus, B. K. (2014). Effects of Job Rotation Strategy on High Performance Workplace. **International Journal of Business and Management**, 9(11), 139.

Tay Lee Chin. (2017). Ability, Motivation, Opportunity Enhancing Human Resource Management and Corporate Environmental Citizenship: What's the Connection?. **Global Business and Management Research**, 9(1). 299-312

