

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยฟาโรฮีสเตอร์น

ISSN: 2651-107X (Online)

ปีที่ 15 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม 2564 - สิงหาคม 2564)



สารบัญ

➤ บทบรรณาธิการ	ญ
➤ บทความวิจัย	
รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน และผลการดำเนินงานของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรศร	1
กลยุทธ์การบริหารจัดการเพื่อการคงอยู่ของธุรกิจโรงแรมช่วงวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พรรณภา สนวนรัตนชัย ภัทริยา พรปาริษา และ อิศเรศ จันทร์เจริญ	17
พฤติกรรมส่งเสริมความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มสังคมออนไลน์ สุตารัตน์ แสงแก้ว	31
ผลการใช้โปรแกรมสื่อผสมเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษ เรื่อง ปัจจุบันกาลและอดีตกาล ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบ้านศรีบุญเรือง เอนก สุขพิงค์ และ เฉลิมชัย ไชยชมภู	44
องค์ประกอบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและทัศนคติที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร สุทธามาต วังศ์จรัสกุล และ จิรวุฒิ หลอมประโคน	62
การพัฒนาแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม ธราทิพย์ วงษ์บรรณะ	80
แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ อ.เกาะสีชัง จ.ชลบุรี ประเทศไทย รุ่งรติศ เมืองลือ	97

การพัฒนากระบวนการสอนเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านสิ่งปฏิกูลทางภูมิศาสตร์ของวิสาหกิจชุมชน
กลุ่มแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองบ้านสันป่าเหียง จังหวัดลำพูน 121
วลัยพร สุพรรณ

เจ้าของ:

มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ความเป็นมา:

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น จัดทำในรูปแบบวารสารฉบับพิมพ์ (Print) (ISSN: 1905-9590) ในระหว่างปี พ.ศ. 2550 – พ.ศ. 2561 และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น (ปีที่ 8 ฉบับที่ 2) ได้เริ่มจัดทำวารสารในรูปแบบออนไลน์ (Online) (ISSN: 2651-107X) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นสื่อกลางในการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิชาการ ผลงานวิจัย และงานสร้างสรรค์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในสาขาวิชาการบริหารธุรกิจและการจัดการ รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ นิเทศศาสตร์ศิลปศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น ได้เปลี่ยนกำหนดออกจากเดิม ราย 3 เดือน (4 ฉบับ/ปี) เปลี่ยนกำหนดออกเป็น ราย 4 เดือน (3 ฉบับ/ปี) ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม และ ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม ตั้งแต่ฉบับที่ 15 ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2564 เป็นต้นไป ทั้งนี้กำหนดออกเดิมของวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นในปีที่เริ่มตีพิมพ์ ปี พ.ศ. 2550 มีกำหนด ออกราย 6 เดือน (2 ฉบับ/ปี) ฉบับที่ 1 เดือนมิถุนายน – เดือนพฤศจิกายน และ ฉบับที่ 2 เดือนธันวาคม – เดือนพฤษภาคม ต่อมาในปี พ.ศ. 2558 วารสารได้เปลี่ยนกำหนดออกเป็นราย 3 เดือน (4 ฉบับ/ปี) โดยเริ่มตั้งแต่วารสารปีที่ 9 ฉบับที่ 1 เป็นต้นไป ดังนี้ ฉบับที่ 1 เดือนพฤษภาคม – เดือนกรกฎาคม ฉบับที่ 2 เดือนสิงหาคม – เดือนตุลาคม ฉบับที่ 3 เดือนพฤศจิกายน – เดือนมกราคม และ ฉบับที่ 4 เดือนกุมภาพันธ์ – เดือนเมษายน และเพื่อหลีกเลี่ยงการตีพิมพ์วารสารข้ามปีในฉบับเดียวกัน ในปี พ.ศ. 2559 จึงได้เปลี่ยนกำหนดออกอีกครั้ง โดยเริ่มฉบับที่ 1 ในเดือนมกราคม - มีนาคม และไปสิ้นสุดฉบับที่ 4 ในเดือนตุลาคม – ธันวาคม

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นจัดพิมพ์บทความวิชาการ (Academic Article) บทความวิจัย (Research Article) บทความปริทัศน์ (Review Article) และบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษโดยผ่านกระบวนการกลั่นกรองของผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องจำนวน 2 ท่าน ปัจจุบันวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นได้รับการยอมรับให้อยู่ในฐานข้อมูลศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI: Thai Journal Citation Index Centre) กลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วัตถุประสงค์:

1. เพื่อเป็นสื่อกลางในการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิชาการ ผลงานวิจัย และงานสร้างสรรค์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในสาขาวิชาการบริหารธุรกิจและการจัดการ รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ นิเทศศาสตร์ ศิลปศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ที่มีคุณภาพซึ่งสามารถ

แสดงถึงประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎีเพื่อให้นักวิจัยสามารถนำไปพัฒนาหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ และประโยชน์ในเชิงปฏิบัติที่นักปฏิบัติสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคสังคมและชุมชน

2. เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าวิจัยและนำเสนอผลงานทางวิชาการของคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ และนักศึกษา

ขอบเขต:

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นรับพิจารณาบทความวิชาการ (Academic Article) บทความวิจัย (Research Article) บทความปริทัศน์ (Review Article) และบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษภายใต้เงื่อนไขว่าจะต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร หรือสิ่งพิมพ์ใดมาก่อน (ยกเว้นรายงานวิจัย และวิทยานิพนธ์) และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น กรณีบทความบางส่วนเคยเผยแพร่ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ ผู้เขียนต้องแสดงให้เห็นว่าบทความที่ส่งมาได้มีส่วนเพิ่มเติมหรือขยายจากบทความเดิม นอกจากนี้ผู้เขียนยังต้องระบุในบทความว่าได้เผยแพร่บางส่วน of บทความดังกล่าวไปแล้วที่ใดและเมื่อไหร่มาแล้ว

● ขอบเขตของวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นจะครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้

1. บริหารธุรกิจและการจัดการ
2. เทคโนโลยีสารสนเทศ
3. ศีรษะศาสตร์
4. ศิลปศาสตร์
5. นิเทศศาสตร์
6. รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์
7. สหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ที่ปรึกษาเกิตติมศักดิ์:

ศาสตราจารย์ ดร. ปรัชญา เวสารัชช
ศาสตราจารย์ ดร. สุวิมล ว่องวานิช

อุปนายกสภามหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
กรรมการสภามหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ที่ปรึกษา:

ดร. กิตติพัฒน์ สุวรรณชิน
ดร. ฉัตรทิพย์ สุวรรณชิน

อธิการบดี
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

บรรณาธิการ:

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พงศ์กร จันทราช มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

กองบรรณาธิการ:

รองศาสตราจารย์ ดร. พีรพล ศิริพงษ์วุฒิกุล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร. วิภาวี ธรรมมาภรณ์พิลาศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร. นิสิต พันธมิตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ เอมอร ชิตตะโสภณ ข้าราชการเกษียณ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ วรณวดี ม้าลำพอง มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ บุญสาธร มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ขนิษฐา เสถียรพิระกุล มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กัญญาพัสดุ กลุ่มอรรถจริญ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วีระพันธ์ อะนั้นชัยธวัช มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณัฐติญา บุญวิรัตน์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มานพ ชุ่มอุ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศราวุธ พงษ์สิทธิ์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
อาจารย์ ดร. พัชรวิพรรณ กิจมี มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จันทร์จิตร เขียรสิริ เลขาธิการ

กองจัดการ:

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

นโยบายการจัดพิมพ์:

กำหนดออกเป็นราย 4 เดือน (3 ฉบับ/ปี) ดังนี้

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน (กำหนดออกในสัปดาห์สุดท้ายของเดือนเมษายน)

ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม (กำหนดออกในสัปดาห์สุดท้ายของเดือนสิงหาคม)

ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน – ธันวาคม (กำหนดออกในสัปดาห์สุดท้ายของเดือนธันวาคม)

จำนวนบทความในแต่ละฉบับ

จำนวนบทความที่เผยแพร่ในวารสารแต่ละฉบับไม่เกิน 10 บทความ

จริยธรรมการตีพิมพ์:**บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียน:**

1. ผู้เขียนต้องรับรองบทความที่เสนอมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ นั้น เป็นผลงานที่ไม่เคยตีพิมพ์และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด
2. ผู้เขียนต้องเปิดเผยข้อมูลในกรณีที่บทความบางส่วนเคยเผยแพร่ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ โดยต้องแสดงให้เห็นว่าบทความที่ส่งมามีส่วนเพิ่มเติมหรือส่วนขยายจากบทความเดิม และได้เผยแพร่แล้วที่ใดและเมื่อไหร่มาแล้ว
3. ผู้เขียนต้องอ้างอิงแนวคิดและข้อความต่าง ๆ ซึ่งไม่ใช่ของผู้เขียน รวมทั้งต้องรับผิดชอบในการขออนุญาตใช้ภาพ และแผนภูมิ หรือขอลิขสิทธิ์จากงานอันมีลิขสิทธิ์นั้น
4. ผู้เขียนที่ปรากฏชื่อในบทความทุกท่านต้องมีองค์ประกอบครบ 3 ข้อ ดังนี้ (1) มีส่วนร่วมในการสร้างโจทย์วิจัยและวางแผนการวิจัย เก็บข้อมูล หรือวิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูล (2) มีส่วนร่วมในการเขียนหรือตรวจสอบบทความวิจัยอย่างมีส่วนร่วมในเชิงปัญญาของเนื้อหางาน (ไม่ใช่ตรวจเฉพาะภาษาหรือรูปแบบ) และ (3) ได้อ่านและรับรองต้นฉบับบทความสุดท้ายก่อนส่งไปตีพิมพ์ ผู้ที่มีส่วนช่วยเหลือในลักษณะอื่น ๆ ควรได้รับการกล่าวถึงในกิตติกรรมประกาศ
5. ผู้เขียนทุกท่านต้องได้อ่านและยินยอมให้มีการส่งบทความมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ รวมทั้งยินยอมที่จะรับผิดชอบและรับชอบในบทความที่ส่งมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่
6. ผู้เขียนทุกท่านต้องเปิดเผยผลประโยชน์ทับซ้อนซึ่งอาจมีผลสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อเนื้อหาที่ปรากฏในบทความ แหล่งเงินทุนสนับสนุนการวิจัยหรือการจัดทำบทความจะต้องถูกกล่าวถึงในกิตติกรรมประกาศ
7. ผู้เขียนต้องเขียนบทความให้ถูกต้องตามรูปแบบของวารสารที่กำหนดไว้ในคำแนะนำในการจัดเตรียมต้นฉบับสำหรับผู้เขียน
8. ผู้เขียนต้องเขียนบทความที่แสดงถึงคุณภาพทางวิชาการและองค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ทั้งเชิงทฤษฎีและในเชิงปฏิบัติ การนำเสนอเนื้อหาที่มีความชัดเจนและถูกต้อง
9. ผู้เขียนมีหน้าที่แจ้งต่อวารสารและบรรณาธิการ หากพบข้อความผิดพลาดที่มีความสำคัญในการวิจัยภายหลัง หรือพบความไม่ถูกต้องในงานที่ตีพิมพ์ เพื่อปรับแก้บทความให้มีความถูกต้องหรือถอนบทความหากจำเป็น

บทบาทและหน้าที่ของผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ:

1. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่เปิดเผยข้อมูลบทความที่อยู่ระหว่างพิจารณาแก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องและต้องไม่ใช่เพื่อผลประโยชน์ส่วนตัว
2. ผู้ทรงคุณวุฒิมีหน้าที่เปิดเผยข้อมูลและผลประโยชน์ทับซ้อนของบทความ เช่น เป็นบทความที่ตนมีส่วนร่วม หรือรู้จักผู้เขียนเป็นการส่วนตัว หรือเหตุผลอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถพิจารณาประเมินบทความโดยอิสระได้ และผู้ทรงคุณวุฒิต้องแจ้งบรรณาธิการทราบ และถอนตัวจากการพิจารณาบทความ

3. ผู้ทรงคุณวุฒิควรรับพิจารณาบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญ พิจารณาให้ข้อเสนอแนะด้วยความเป็นธรรมและปราศจากอคติ ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิควรละเอียดและสร้างสรรค์เพื่อช่วยให้ผู้เขียนบทความสามารถพัฒนาบทความของตนต่อไปได้ แม้ว่าบทความนั้นจะมีคุณภาพไม่ดีและถูกปฏิเสธการตีพิมพ์ก็ตาม

4. ผู้ทรงคุณวุฒิควรส่งผลการประเมินตามกำหนดเวลา หากมีเหตุขัดข้องในช่วงระยะเวลาพิจารณา ควรแจ้งบรรณาธิการโดยทันที

5. ผู้ทรงคุณวุฒิควรระบุงานวิจัยหรือผลงานทางวิชาการที่ผู้เขียนไม่ได้อ้างอิงไว้ในบทความ และผู้ทรงคุณวุฒิควรแจ้งต่อบรรณาธิการ หากทราบว่าบทความที่พิจารณามีส่วนใดส่วนหนึ่งที่คล้ายคลึงหรือเหมือนกับบทความที่อยู่ในการพิจารณาของวารสารอื่นหรือสิ่งพิมพ์อื่นใด

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ:

1. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาคุณภาพบทความก่อนการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร

2. บรรณาธิการต้องพิจารณาบทความจากเนื้อหาทางวิชาการโดยปราศจากอคติในเรื่องคุณลักษณะใด ๆ ของผู้เขียนหรือสังกัดของผู้เขียน รวมทั้งต้องป้องกันไม่ให้มีผลประโยชน์ทับซ้อนระหว่างผู้เขียน ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ และบุคคลในกองบรรณาธิการ

3. บรรณาธิการต้องตีพิมพ์บทความที่ผ่านกระบวนการพิจารณาล้นกรองบทความแล้วซึ่งพิจารณาจากคุณภาพทางวิชาการและมีประโยชน์ทั้งเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ ความทันสมัย และเนื้อหาสอดคล้องกับขอบเขตของวารสารรวมทั้งเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งพิมพ์อื่นใดมาก่อน

4. บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยเกี่ยวกับบทความที่ส่งมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ รวมทั้งต้องควบคุมให้กระบวนการพิจารณาล้นกรองบทความเป็นไปโดยปกปิดทั้งด้านผู้เขียนและผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ (Double-Blind Process) ด้วยความยุติธรรม

5. บรรณาธิการต้องตรวจสอบบทความที่ส่งมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ด้านการคัดลอกผลงานผู้อื่น (Plagiarism) โดยใช้โปรแกรมที่เชื่อถือได้ และหยุดกระบวนการพิจารณาล้นกรองบทความทันที หากพบการคัดลอกผลงานผู้อื่นในระหว่างกระบวนการฯ และติดต่อผู้เขียนเพื่อขอคำชี้แจงประกอบการ “ตอบรับ” หรือ “ปฏิเสธ” การตีพิมพ์เผยแพร่บทความนั้น

6. บรรณาธิการตรวจสอบบทความที่สงสัยว่ากระทำผิดจริยธรรมทางวิชาการเพื่อแก้ไขปัญหาทางจริยธรรมนั้น ด้วยความรอบคอบ แม้ว่าบทความนั้นจะได้รับการตีพิมพ์หรือไม่ก็ตาม ทั้งนี้การปฏิเสธบทความด้วยเหตุผลทางด้านจริยธรรมจะต้องมีหลักฐานที่ชัดเจน

สถานที่ติดต่อ:

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

120 ถ. มหิตล อ. เมือง จ. เชียงใหม่ 50200

โทร. 053-201800-4 ต่อ 1231 โทรสาร. 053-201810

E-mail: feujournal@feu.edu

URL: journal.feu.ac.th

URL: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU>

- ทศนะและข้อคิดเห็นใดๆ ในวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นเป็นทศนะของผู้เขียน กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นพ้องด้วยกับทศนะเหล่านั้นและไม่ถือว่าเป็นความรับผิดชอบของ กองบรรณาธิการ
- ความรับผิดชอบด้านเนื้อหาและการตรวจร่างบทความแต่ละบทเป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน กรณีมีการ พ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงฝ่ายเดียว
- ลิขสิทธิ์บทความของมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นได้รับการสงวนสิทธิ์ตามกฎหมาย การตีพิมพ์ซ้ำต้อง ได้รับอนุญาตโดยตรงจากมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นเป็นลายลักษณ์อักษร

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นได้รับการยอมรับให้
อยู่ในฐานข้อมูลศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

รายนามคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ (Reviewer) ประจำฉบับ

รองศาสตราจารย์ ดร. ชมพูนุท เกษมเศรษฐ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร. สมเกียรติ อินทสิงห์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปัทมา ลงกานี	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มนต์นภัส มโนการณ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระชานนท์ ทวีผล	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปริญา นาคปฐม	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กัญญพัทธ์วี กล่อมธงเจริญ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัยวัฒน์ ไบไม้	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พาสน์ ปราโมกษ์ชน	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณัฐกานต์ เอี่ยมอ่อน	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ บุญสาธ	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิริรินทร์นิชา ปัญจจริยะกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ดร. ประราสี เอนก	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนกร สิริสุขันธา	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นงนุช เกตุย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิประภา พันธนาเสวี	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จันทร์จิตร์ เขียรสิริ	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

บทบรรณาธิการ

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นเป็นวารสารที่จัดพิมพ์ขึ้นเพื่อเป็นสื่อกลางในการตีพิมพ์ เผยแพร่ ผลงานวิชาการ ผลงานวิจัย และงานสร้างสรรค์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ทั้งนี้วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น ได้เปลี่ยนกำหนดออกจกเดิม ราย 3 เดือน (4 ฉบับ/ปี) เปลี่ยนกำหนดออกเป็น ราย 4 เดือน (3 ฉบับ/ปี) ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม และ ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม เริ่มตั้งแต่ปีที่ 15 ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2564 นี้เป็นต้นไป

บทความที่ได้รับการคัดเลือกให้ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น ฉบับนี้ในปีที่ 15 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม 2564 – สิงหาคม 2564) มีบทความวิจัย จำนวน 8 บทความ มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ บริหารธุรกิจ การจัดการ การเป็นผู้ประกอบการ การจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เทคโนโลยี สารสนเทศ และด้านการศึกษา โดยบทความทั้งหมดผ่านกระบวนการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญประจำสาขา โดยวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นได้รับการยอมรับให้อยู่ในฐานะข้อมูล ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

บรรณาธิการ ใคร่ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิประจำกองบรรณาธิการ และผู้ทรงคุณวุฒิเฉพาะ สาขาวิชาทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ส่งเสริมกระบวนการพิจารณาถ้อยแถลงบทความให้มีประสิทธิภาพและ คุณภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงผู้เขียนทุกท่านที่ให้ความสนใจส่งบทความมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารฯ และหากท่านที่สนใจต้องการเสนอผลงานเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น สามารถจัดเตรียมต้นฉบับบทความตามรูปแบบของวารสารได้จากเว็บไซต์วารสารที่ <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU/about/submissions>

บรรณาธิการ

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างสมรรถนะการดูดซับความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน
ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน และผลการดำเนินงานของธุรกิจอาหารสำเร็จรูป
ในประเทศไทย

The Causal Relationship Model between Supply Chain Absorptive Capacity,
Supply Chain Agility and Firm Performance of Instant Food Businesses
in Thailand

สลิลาทิพย์ ทิพยไกรสร^{1*}

Salilathip Thippayakraison^{1*}

¹คณะการจัดการโลจิสติกส์และการคมนาคมขนส่ง สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
เลขที่ 85/1 หมู่ 2 ถนนแจ้งวัฒนะ อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120 ประเทศไทย

¹ Faculty of Logistics and Transportation Management, Panyapiwat Institute of Management
85/1 Moo 2 Chaengwattana Road., Pak Kred, Nonthaburi, 11120, Thailand

รับบทความ: 30 ธันวาคม 2563

ปรับปรุงบทความ: 3 มิถุนายน 2564

ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 29 มิถุนายน 2564

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมรรถนะการดูดซับความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน และผลการดำเนินงานของธุรกิจอาหารสำเร็จรูป 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของสมรรถนะการดูดซับความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอาหารสำเร็จรูป โดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ผู้บริหาร/เจ้าของกิจการในธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย ทั้งผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้ผลิตสินค้า และผู้จัดจำหน่ายสินค้า โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เพื่อให้ได้ตัวแทนในแต่ละภูมิภาค หลังจากนั้นผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ด้วยวิธีการจับฉลาก จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยได้มีการทดสอบเครื่องมือทั้งความเที่ยง และความตรงเชิงเนื้อหา แล้วทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป AMOS ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเพื่อทดสอบสมมติฐานนั้นพบว่า

* ผู้เขียนหลัก (อาจารย์ ดร. ประจักษ์คณะการจัดการโลจิสติกส์และการคมนาคมขนส่ง สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์)

อีเมล: salilathipthi@pim.ac.th

สมรรถนะการดูดซับความรู้ในห่วงโซ่อุปทานมีผลกระทบต่อความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจอาหารสำเร็จรูป และมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอาหารสำเร็จรูป รวมถึงความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทานมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้มีความคล่องตัวและสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องในสภาวะวิกฤต และเพื่อให้ผลการดำเนินงานขององค์กรเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

คำสำคัญ

สมรรถนะการดูดซับความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน ผลการดำเนินงานขององค์กร ธุรกิจอาหารสำเร็จรูป

Abstract

The purposes of this study were to 1) investigate the causal relationship between supply chain absorptive capacity, supply chain agility, and firm performance of instant food businesses and 2) examine the influences of supply chain absorptive capacity and supply chain agility on firm performance of instant food businesses. The samples were executives and owners of instant food businesses in Thailand's raw material, manufacturing, and distribution sectors, initially obtained through a stratified random sampling to generate regional sample representatives. A subsequent simple random sampling was applied to include 400 of these individuals. Data were collected by questionnaires, validated for reliability and content validity, and analyzed by descriptive statistics and a structural equation model in AMOS. Results revealed that the causal relationship model was highly consistent with the empirical data. The structural equation model revealed that chain absorptive capacity positively influenced supply chain agility of instant food businesses and firm performance of instant food businesses, and supply chain agility positively influenced firm performance of instant food businesses. These insights could be extremely valuable in managing supply chains to enhance agility, promote operational consistency in times of crisis, and fulfill predetermined organizational performance targets.

Keywords

Supply Chain Absorptive Capacity, Supply Chain Agility, Firm Performance, Instant Food Businesses

บทนำ

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นและต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นทั่วโลก ทั้งจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ โรคระบาด นโยบายทางการค้าระหว่างประเทศ สถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น ดังนั้นการจัดการห่วงโซ่อุปทานให้มีความคล่องตัวจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะธุรกิจอาหารสำเร็จรูปที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีมูลค่ากว่า 452,506 ล้านบาทเมื่อปี 2562 มีการขยายตัวถึงร้อยละ 4.7 จากปี 2561 (Food Intelligence Center, 2020, 23) และการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปส่งผลต่อผู้บริโภคอย่างมาก เนื่องจากความสามารถทางการแข่งขันในปัจจุบันไม่ได้เกิดขึ้นจากธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งมีความเข้มแข็ง แต่เกิดจากการบริหารจัดการธุรกิจภายในห่วงโซ่อุปทานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่เกิดผลกระทบทั้งด้านแรงงานในธุรกิจการผลิต ความต้องการที่ปรับตัวลดลง และการกระจายสินค้าที่มีการเปลี่ยนรูปแบบไป ส่งผลให้ต้นทุนขนส่งของไทยปรับเพิ่มขึ้น จึงส่งผลต่อห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจอาหาร โดยการส่งออกอาหาร ปี 2563 มีมูลค่าการส่งออกลดลงถึงร้อยละ 4.1 (Food Intelligence Center, 2021, 1)

ด้วยเหตุนี้ธุรกิจจึงต้องมีการปรับตัวให้ได้อย่างรวดเร็ว ภายใต้ความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่กระทบต่อธุรกิจ โดยการสร้างสภาพแวดล้อมของธุรกิจ การดำเนินงานที่เปิดโอกาสให้เกิดการเรียนรู้ ประยุกต์ใช้ความรู้ใหม่ ๆ และสร้างสรรค์นวัตกรรมขึ้นเพื่อปรับตัวให้ทันต่อการแข่งขัน ดังนั้นสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Absorptive Capacity) จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารจัดการองค์กรในปัจจุบัน ทั้งการให้คุณค่าของความรู้ใหม่ การมีกลไกที่จะทำให้ได้มาซึ่งความรู้ใหม่ ความสามารถในการเข้าถึงความรู้ใหม่ ความสามารถในการปรับเปลี่ยนความรู้ การนำความรู้ใหม่ไปใช้ (Duchek, 2020, 234-236) ซึ่งหากองค์กรมีสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทานที่ดีแล้ว เมื่อเกิดสถานการณ์ความไม่แน่นอน ก็จะทำให้องค์กรมีความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Agility) (Shekarian et al., 2020, 20-25) คือมีความร่วมมือระหว่างเครือข่าย การร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกัน มีการบูรณาการกระบวนการทำงาน และการจัดการความอ่อนไหวทางการตลาด (Wang et al., 2020) ดังนั้นเมื่อมีการบริหารจัดการดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (Firm's Performance) ทั้งจากผลการดำเนินงานทางการตลาด และทางการเงิน (Al Humdan et al., 2020, 302-304) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า ที่ผ่านมายังมีผลการศึกษาศึกษาความสัมพันธ์ของสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน และผลการดำเนินงานของธุรกิจที่แตกต่างกัน ดังงานวิจัยของ Kale et al. (2019) ที่พบว่าสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน และ Knetra & Orapan (2012) ที่ศึกษาพบว่าสมรรถนะการดูดซึมความรู้มีผลต่อประสิทธิภาพขององค์กรสำหรับผู้ประกอบการรถยนต์ในประเทศไทย ซึ่งศึกษาประสิทธิภาพขององค์กรในมุมมองด้านการทำกำไรเท่านั้น ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่ายังคงมีผลการวิจัยที่มีผลการศึกษาที่แตกต่างกันออกไปตามบริบทของขอบเขตการวิจัย กลุ่มอุตสาหกรรมที่ทำการศึกษา ความครอบคลุมธุรกิจตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน และพื้นที่ที่ทำการศึกษา ดังนั้นการศึกษาวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งที่จะศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมรรถนะการ

ดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน และผลการดำเนินงานของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย ซึ่งจะมีประโยชน์อย่างยิ่งในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้มีความคล่องตัวในสภาวะวิกฤตและมีผลการดำเนินงานขององค์กรเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน และผลการดำเนินงานของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีความสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain Absorptive Capacity)

Cohen and Levinthal (1990) ได้นิยามสมรรถนะการดูดซึมความรู้ไว้คือ ความสามารถขององค์กรในการดูดซึมและประยุกต์ใช้ความรู้ใหม่ ๆ จากภายนอกเพื่อให้เกิดประโยชน์ทางการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ยังมี Roth et al. (2010) และ Flatten et al. (2011) นิยามสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทานไว้ว่า ความสามารถในการเปลี่ยนแปลงและใช้ประโยชน์จากความรู้ใหม่ที่ผสมผสานให้เข้ากับการดำเนินงานภายในห่วงโซ่อุปทานขององค์กร รวมถึงความสามารถในการพัฒนากระบวนการดำเนินงานจากความรู้ใหม่ที่ได้จากภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดผลการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

สมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน มีองค์ประกอบ 5 ด้าน (Duchek, 2020, 234-236; Roth et al., 2010) ได้แก่

1) การให้คุณค่าความรู้ใหม่ (Value) คือ การที่องค์กรให้ความสำคัญองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทาน และนำไปสู่การปรับเปลี่ยนแนวทางปฏิบัติใหม่ เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินงานภายในห่วงโซ่อุปทาน พร้อมทั้งมีการประเมินจากหน่วยงานภายนอกถึงประโยชน์จากการใช้องค์ความรู้ใหม่

2) การได้มาซึ่งความรู้ใหม่ (Acquisition) คือ องค์กรมีการรวบรวมข้อมูลใหม่ ๆ ด้านห่วงโซ่อุปทานทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร และการนำเอาแนวทางปฏิบัติใหม่ ๆ ที่องค์กรมีการดำเนินการมาวิเคราะห์เป็นองค์ความรู้ใหม่ รวมถึงการสนับสนุนทั้งงบประมาณและทรัพยากรในการวิจัยและพัฒนา

3) การเข้าถึงความรู้ใหม่ (Assimilation) คือ การตีความและการทำความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้ใหม่ที่ได้รับ ทำให้เกิดการดูดซับความรู้ใหม่ และมีการถอดบทเรียนจากการดำเนินการในห่วงโซ่อุปทานที่ผ่านมา เพื่อให้บุคลากรในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทานขององค์กรได้

4) การปรับเปลี่ยนความรู้ (Transformation) สามารถดำเนินการได้หลายรูปแบบโดยอาจเริ่มตั้งแต่ปรับเปลี่ยนแนวความคิดใหม่ ๆ การนำนวัตกรรมในห่วงโซ่อุปทานมาใช้ในการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทาน แต่ประการสำคัญคือการนำแนวคิดใหม่ในการดำเนินงานของห่วงโซ่อุปทานไปสู่การปฏิบัติได้จริง

5) การนำความรู้ใหม่ไปใช้ (Exploitation) คือการนำความรู้ใหม่ไปปรับเปลี่ยนหรือประยุกต์ใช้ในกระบวนการทำงานจนเกิดการดำเนินงานในรูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นการพัฒนาในรูปแบบการดำเนินงานรูปแบบใหม่ในอุตสาหกรรม และสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

ด้วยเหตุนี้จึงจะเห็นได้ว่าจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป สมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทานเป็นสิ่งสำคัญ ดังที่มีการศึกษาในประเด็นดังกล่าวพบว่าสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทานมีผลต่อความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน หากมีการส่งเสริมให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ ประยุกต์ใช้ความรู้ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ทำให้องค์กรมีความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทานตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงได้ (Shekarian et al., 2020, 20 -25; Lane et al., 2006, 836-837) ดังสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 1 สมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทานมีผลกระทบเชิงบวกต่อความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาวิจัยที่พบว่า สมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทานมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ทั้งผลการดำเนินงานทางการตลาดและทางการเงิน เนื่องจากเมื่อมีสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทานก็จะทำให้เกิดการปรับปรุงการดำเนินงาน เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ จึงส่งผลให้สามารถส่งมอบสินค้าหรือบริการได้ตรงตามความต้องการ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ตลอดจนมียอดขายที่เพิ่มขึ้น และรักษารฐานลูกค้าเก่าไว้ได้ อีกทั้งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ที่สามารถดำเนินธุรกิจบรรลุเป้าหมายทางการเงินได้ (Zuñiga-Collazos et al., 2020,4-8; Kale et al., 2019,277-278, 281-282; Chan et al., 2017, 487-490; Tse et al., 2016, 143-146) ดังสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 2 สมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

2. แนวคิดและทฤษฎีความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain Agility)

ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน เป็นความสามารถขององค์กรในการตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อความเปลี่ยนแปลงหรือความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นทั้งจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การแข่งขันทั้งในระดับประเทศและระดับโลก รวมถึงความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น (Fayezi et al., 2015, 2547-248) โดยได้อธิบายองค์ประกอบความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทานไว้ 4 ด้านคือ

1) ความร่วมมือระหว่างพันธมิตรทางธุรกิจ (Network Based) คือ การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับพันธมิตรทางธุรกิจในห่วงโซ่อุปทาน โดยอาจมีความร่วมมือกันในรูปแบบของการแบ่งปันข้อมูล การร่วมกัน

พัฒนาสมรรถนะหลักขององค์กร มีนโยบายการดำเนินงานร่วมกัน ไปจนถึงการควมรวมหรือขยายกิจการไปยังธุรกิจที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทาน (Wang et al., 2020, 85-87; Liu and Luo, 2012, 8-11)

2) การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างพันธมิตรทางธุรกิจ (Visibility) คือการเชื่อมโยงข้อมูลที่สำคัญที่ต้องใช้ร่วมกันทั้ง การแจ้งระดับการผลิตและสินค้าคงคลังผ่านทางออนไลน์ และการให้พันธมิตรทางธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ (Wang et al., 2020, 85-87)

3) การบูรณาการกระบวนการทำงาน (Process Integration) คือมีการทำงานร่วมกันระหว่างแผนกตั้งแต่การแลกเปลี่ยนข้อมูลและมีตัวชี้วัดในการทำงานร่วมกันระหว่างแผนก มีกระบวนการทำงานร่วมกัน มีโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการพัฒนานวัตกรรม และไม่มีข้อจำกัดหรือกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคในแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างแผนก (Wang et al., 2020, 85-87; Liu and Luo, 2012, 8-11)

4) ความอ่อนไหวทางการตลาด (Market Sensitivity) คือมีการประเมินผลและพัฒนาการดำเนินงานเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าทั้งการพัฒนาสินค้าใหม่ การรักษามาตรฐาน การนำเสนอคุณค่าที่เพิ่มขึ้น (Wang et al., 2020, 85-87)

นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงทั้งจากสภาพเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และภัยพิบัติต่าง ๆ ดังที่มีการศึกษาวิจัยพบว่าความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทานมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรทั้งทางด้านการตลาดและการเงินขององค์กร (Al Humdan et al., 2020, 302-304; Moryadee and Jitt-Aer, 2020, 362-365; Tse et al., 2016, 143-146) ดังสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานที่ 3 ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทานมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

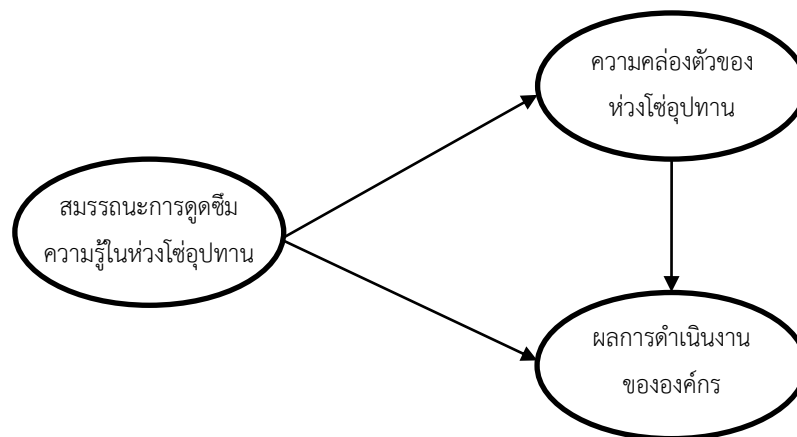
3. แนวคิดและทฤษฎีผลการดำเนินงานขององค์กร (Firm's Performance)

ผลการดำเนินงานขององค์กร หมายถึง ผลลัพธ์จากการดำเนินธุรกิจตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ โดยสามารถวัดได้จากมุมมองที่สำคัญคือ ผลการดำเนินงานทางการตลาดและผลการดำเนินงานทางการเงิน เนื่องจากเป็นสิ่งที่สะท้อนจากสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับและการดำเนินงานโดยรวมขององค์กร (Al Humdan et al., 2020, 302-304; Chan et al., 2017, 487-490; Tse et al., 2016, 143-146)

ผลการดำเนินงานทางการตลาด สามารถประเมินได้จากความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวม สามารถส่งมอบคุณค่า สินค้าหรือบริการให้กับลูกค้าตามที่ลูกค้าต้องการได้ สามารถเพิ่มยอดขายสินค้าของบริษัทได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถรักษาลูกค้าเก่าไว้ได้อย่างต่อเนื่อง (Al Humdan et al., 2020, 302-304)

ผลการดำเนินงานทางการเงิน สามารถประเมินได้จากความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจโดยรวม การบรรลุเป้าหมายทางการเงิน การมีผลตอบแทนจากการลงทุนและผลตอบแทนจากการขายได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งผลตอบแทนจากยอดขายเป็นตัวชี้วัดความสามารถในการทำกำไรของบริษัท โดยวัดจากกำไรสุทธิหารด้วยยอดขายรวมในช่วงเวลาเดียวกัน (Cho et al., 2008, 339-342)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารในธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย ที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ มีจำนวนพนักงานมากกว่า 50 คนขึ้นไป ซึ่งมีจำนวน 8,534 ธุรกิจ (Ministry of Industry, 2021, 1-4) และกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหาร/เจ้าของกิจการในธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย ทั้งผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้ผลิตสินค้า และผู้จัดจำหน่ายสินค้า โดยใช้การสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็นด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) อย่างมีสัดส่วน เพื่อให้ได้ตัวแทนในแต่ละภูมิภาค หลังจากนั้นผู้วิจัยดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยนำรายชื่อผู้ประกอบการแต่ละภูมิภาคมาทำการจับฉลากเพื่อเก็บข้อมูล ซึ่งหากผู้ประกอบการท่านใดไม่สะดวกให้ข้อมูลก็จะทำการจับฉลากรายชื่อถัดไปจนครบ 400 ตัวอย่าง ซึ่งการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการประมาณค่าด้วยวิธี Maximum Likelihood Estimation (MLE) นั้น Comrey (1992) ได้เสนอ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างควรมีขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่างขึ้นไป แต่เพื่อป้องกันความไม่สมบูรณ์ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพิ่ม เพื่อให้ผลการวิจัยมีความสมบูรณ์ ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแจกแบบสอบถามออนไลน์ (e-Questionnaire) ไปยังรายชื่อกลุ่มตัวอย่างที่จับฉลากได้ แบ่งเป็น 4 ตอน มีจำนวนทั้งหมด 55 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบมีมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยรายละเอียดของแบบสอบถามทั้ง 4 ตอนมีดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อคำถาม ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะการตัดสินใจความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน จำนวน 19 ข้อคำถาม ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน จำนวน 21 ข้อคำถาม ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร จำนวน 9 ข้อคำถาม ซึ่งได้ให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พิจารณาด้านทฤษฎีและการวัดเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยมีดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index

of Consistency: IOC) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 แปลว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (Uraivan & Chayapa, 2017, 108) และนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแล้ว ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อทดสอบความเที่ยง (Reliability) ด้วยการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบักแอลฟาประกอบด้วยสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน ผลการดำเนินงานขององค์กร พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.917, 0.936, 0.982 ตามลำดับ และคะแนนของข้อความแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้อความอื่น ๆ ในมาตรวัดเดียวกัน (Corrected Item-Total Correlation) ของทุกตัวแปร ไม่มีค่าติดลบ

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลและข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยการตรวจสอบข้อมูลขาดหาย (Missing Data) การตรวจสอบค่าผิดปกติ (Outlier) โดยใช้ Mahalanobis Distance (Mahalanobis, 1936) จากการตรวจสอบข้อมูลพบว่ามีข้อมูลที่มีค่า P-Value น้อยกว่า 0.05 จึงทำการตัดข้อมูลนั้นออก จึงมีข้อมูลคงเหลือนำไปวิเคราะห์ผลทั้งสิ้น 373 ชุด และพบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Product Moment Correlation) ระหว่างคู่ตัวแปร มีความสัมพันธ์เชิงเส้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ของทุกคู่ แล้วจึงทำการตรวจสอบความผิดปกติของข้อมูล (Normality) โดยการตรวจสอบค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) ของตัวแปร จากการตรวจสอบพบว่าค่าความเบ้มีค่าระหว่าง -0.042 ถึง 1.165 และค่าความโด่ง พบว่ามีค่าระหว่าง -0.572 ถึง 1.243 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง -3.29 และ +3.29 นั่นคือทุกตัวแปรมีการกระจายข้อมูลแบบโค้งปกติ (Tabachnick & Linda, 2001) แล้วจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัย

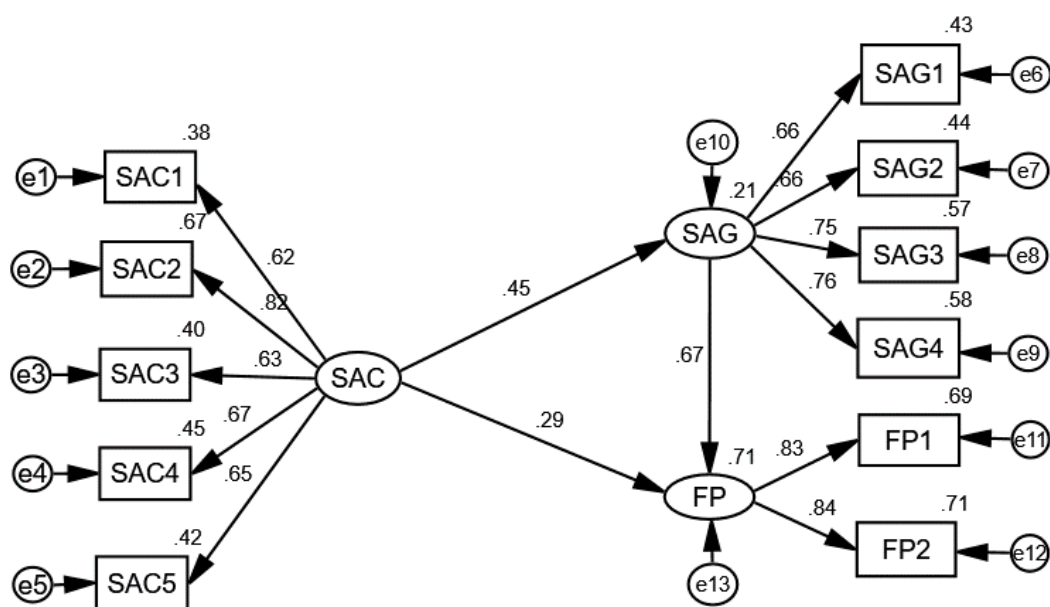
1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 54.4 และส่วนใหญ่มีอายุ 46 – 55 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.4 มีตำแหน่งกรรมการผู้จัดการหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 44.5 ทำงานในฝ่ายบริหาร คิดเป็นร้อยละ 23.6 มีประเภทของธุรกิจเป็นผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 43.4 และมีพนักงานมากกว่า 200 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 40.8

2. ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยการตรวจสอบความตรงเชิงกลุ่มเข้า (Convergent Validity) พบว่าตัวแปรมีความตรงเชิงกลุ่มเข้า โดยมีค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ที่มากกว่า 0.6 ทุกตัวแปร เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของตัวแปร และความน่าเชื่อถือทางโครงสร้าง (Construct Reliability: CR) ของตัวแปรสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน ผลการดำเนินงานขององค์กร มีค่าเกินกว่า 0.7 คือ 0.817, 0.836, 0.782 ตามลำดับ และในการตรวจสอบค่าความแปรปรวนเฉลี่ย (Average Variance Extracted: AVE) มีค่ามากกว่า 0.5 คือ 0.504, 0.507, 0.700 ตามลำดับ นอกจากนี้การทดสอบความเชื่อมั่นโดยการหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบักแอลฟา สมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทานมีค่า 0.817 ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทานมีค่า 0.836 และผลการดำเนินงานของ

องค์กรรมีค่า 0.782 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเครื่องมือวัดทั้งฉบับมีค่า 0.891 ซึ่งมีความมากกว่า 0.7 (Nunnally, 1978) นั้นแปลว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่น

3. ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน และผลการดำเนินงานขององค์กร โดยการวิเคราะห์แสดงค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลระหว่างตัวแปรในโมเดลความสัมพันธ์ปัจจัยเชิงสาเหตุระหว่างสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน และผลการดำเนินงานขององค์กรหลังปรับความสัมพันธ์ของค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกตได้ ดังภาพที่ 2

การตรวจสอบความกลมกลืนของแบบจำลอง พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยเป็นไปตามเกณฑ์ของ Diamantopoulos and Siguaw (2000), Hu and Bentler (1999), Bollen and Long (1992), Bollen (1989), Bentler and Bonett (1980) แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเงื่อนไขในระดับการยอมรับทางสถิติ จึงสรุปได้ว่าโมเดลการวัดนี้มีความเที่ยงตรง (Validity) ดังตารางที่ 1



ภาพที่ 2: แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน และผลการดำเนินงานขององค์กรหลังปรับความสัมพันธ์ของค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกตได้

ตารางที่ 1

ค่าดัชนีความกลมกลืนของแบบจำลอง

ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน	ค่าที่กำหนด	ค่าที่ได้
Chi-Square	-	95.199
X^2/df	-	41
CMIN/DF	น้อยกว่า 5	2.322
CFI	มากกว่า 0.94	0.966
NFI	มากกว่า 0.90	0.942
GFI	มากกว่า 0.90	0.955
IFI	มากกว่า 0.90	0.966
RMSEA	ค่าอยู่ระหว่าง 0.05 – 0.08	0.060
RMR	น้อยกว่า 0.05	0.007

4. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรในธุรกิจอาหารสำเร็จรูปของประเทศไทย โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient) ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ทั้งการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect: IE) และอิทธิพลรวม (Total Effect: TE) พบว่า สมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน (SAC) มีอิทธิพลทางตรงต่อความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน (SAG) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (DE = 0.471, TE = 0.471) มีสัดส่วนของความแปรปรวนที่สามารถถูกอธิบายและทำนายด้วยสมการถดถอยมีค่าเท่ากับ 0.205 ($r^2 = 0.205$) ซึ่งหมายความว่า 20.5% ของค่าความแปรปรวนของความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน (SAG) สามารถถูกอธิบายและทำนายโดยสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน (SAC) ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ปานกลาง

นอกจากนี้สมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน (SAC) มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (FP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (DE = 0.271, IE = 0.286, TE = 0.556) และความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน (SAG) มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (FP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (DE = 0.607, TE = 0.607) โดยมีสัดส่วนของความแปรปรวนที่สามารถถูกอธิบายและทำนายด้วยสมการถดถอยมีค่าเท่ากับ 0.712 ($r^2 = 0.712$) ซึ่งหมายความว่า 71.2% ของค่าความแปรปรวนของผลการดำเนินงานขององค์กร (FP) สามารถถูกอธิบายและทำนายโดยสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน (SAC) และความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน (SAG) ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

ค่าสัมประสิทธิ์ของอิทธิพลโดยรวม (TE) อิทธิพลทางตรง (DE) และอิทธิพลทางอ้อม (IE)

ตัวแปรเหตุ							r ²
ตัวแปรผล	SAC			SAG			
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	
SAG	0.471**		0.471**				0.205
FP	0.271**	0.286**	0.556**	0.607**		0.607**	0.712

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

** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 3 สมมติฐานโดยมีสมมติฐานที่ได้รับการยอมรับทั้งหมด 3 สมมติฐาน คือ ยอมรับสมมติฐานที่ 1 สมรรถนะการดูดซับความรู้ในห่วงโซ่อุปทานมีผลกระทบต่อความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน ยอมรับสมมติฐานที่ 2 สมรรถนะการดูดซับความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร และยอมรับสมมติฐานที่ 3 ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทานมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ดังรายละเอียดในตารางที่ 5

ตารางที่ 5

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน		ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1	สมรรถนะการดูดซับความรู้ในห่วงโซ่อุปทานมีผลกระทบต่อความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2	สมรรถนะการดูดซับความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3	ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทานมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร	ยอมรับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่อทดสอบสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1 สมรรถนะการดูดซับความรู้ในห่วงโซ่อุปทานมีผลกระทบต่อความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน ผลการวิจัย พบว่าสมรรถนะการดูดซับความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน (SAC) มีอิทธิพลทางตรงต่อความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน (SAG) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (DE = 0.471) ผลจากการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานดังกล่าว (ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Shekarian et al. (2020) ที่พบว่าองค์กรที่มีสมรรถนะการดูดซับความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน โดยการให้คุณค่าความรู้ใหม่ มีกระบวนการการ

ได้มาซึ่งความรู้ใหม่ สามารถเข้าถึงความรู้ใหม่ มีการปรับเปลี่ยนความรู้อย่างต่อเนื่องและมีการนำความรู้ใหม่ไปใช้อย่างต่อเนื่องมีผลต่อความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน เนื่องจากเมื่อมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดหรือสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีความเปลี่ยนแปลงในธุรกิจอาหารสำเร็จรูป องค์กรที่มีสมรรถนะการดูดซับความรู้ในห่วงโซ่อุปทานอยู่ตลอดเวลาจะมีความคล่องตัวในห่วงโซ่อุปทาน ทำให้สามารถปรับกลยุทธ์ได้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด แต่ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้นี้มีความแตกต่างจากการศึกษาวิจัยของ Kale et al. (2019) ที่มีการศึกษาธุรกิจที่จดทะเบียนการค้าในตุรกี ที่พบว่าสมรรถนะการดูดซับความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งไม่ได้มีการศึกษาเฉพาะอุตสาหกรรมและไม่ครอบคลุมธุรกิจห่วงโซ่อุปทานจึงทำให้ผลการศึกษามีความแตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 สมรรถนะการดูดซับความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ผลการวิจัย พบว่าสมรรถนะการดูดซับความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน (SAC) มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (FP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($DE = 0.271$, $IE = 0.286$, $TE = 0.556$) ผลจากการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานดังกล่าว (ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Zuñiga-Collazos et al. (2020) ที่พบว่าองค์กรที่มีสมรรถนะการดูดซับความรู้ในห่วงโซ่อุปทานทำให้มีองค์ความรู้ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องจนก่อให้เกิดการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานด้านต่าง ๆ และอาจพัฒนานวัตกรรมในการทำงานขึ้นได้ ดังนั้นจึงทำให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและรายได้ขององค์กร จึงมีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ทั้งผลการดำเนินงานทางการตลาดและทางการเงิน ซึ่งผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ขยายขอบเขตของการวิจัยแตกต่างไปจากงานวิจัยของ Knetra & Orapan (2012) ที่ศึกษาพบว่าสมรรถนะการดูดซับความรู้มีผลต่อประสิทธิภาพขององค์กรสำหรับผู้ประกอบการรถยนต์ในประเทศไทย ซึ่งศึกษาประสิทธิภาพขององค์กรในมุมมองด้านการทำกำไรเท่านั้น ไม่ได้ศึกษาในมุมมองผลการดำเนินงานทางการตลาดและทางการเงินในด้านการบรรลุเป้าหมายทางการเงิน และการมีผลตอบแทนจากการลงทุน ดังนั้นผลการวิจัยในครั้งนี้นี้มีความครอบคลุมบริบทผลการดำเนินงานมากขึ้น

ส่วนสมมติฐานที่ 3 ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทานมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ผลการวิจัยพบว่าความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน (SAG) มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (FP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($DE = 0.607$) ผลจากการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานดังกล่าว (ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3) ซึ่งพบผลการวิจัยในประเด็นดังกล่าวของ Natpatsaya (2017) ที่ศึกษาในอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ของประเทศไทยที่พบว่าความคล่องตัวมีผลกระทบในเชิงบวกโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของบริษัทแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งอาจเป็นเพราะขนาดของบริษัทในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ในประเทศไทยมีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทในระดับที่แตกต่างกันในทุกด้าน และผลวิจัยของงานฉบับนี้มีสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Al Humdan et al. (2020) และ Moryadee and Jitt-Aer (2020) ที่พบว่าการดำเนินธุรกิจนั้นองค์กรย่อมต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงหรือความไม่แน่นอน ดังนั้นหากองค์กรมีความร่วมมือหรือมีความสัมพันธ์ที่ดีกับพันธมิตรทางธุรกิจในห่วงโซ่อุปทาน มีการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกัน

จนกระทั่งทำให้เกิดการบูรณาการกระบวนการทำงานร่วมกัน เพื่อร่วมกันสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทำให้เกิดความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทานซึ่งย่อมมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

สรุป

จากการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน ความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน และผลการดำเนินงานของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทานมีผลกระทบต่อความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน และผลการดำเนินงานขององค์กร รวมทั้งความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้น กลุ่มผู้ผลิตวัตถุดิบและผู้ผลิตของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน เนื่องจากธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทยมีการแข่งขันที่สูงและเป็นอุตสาหกรรมที่มีนวัตกรรมใหม่ๆ อยู่เสมอ ดังนั้นการบริหารจัดการภายในองค์กรควรสนับสนุนให้บุคลากรมีองค์ความรู้ใหม่ ๆ มีการปรับเปลี่ยนการทำงานตามองค์ความรู้ใหม่ที่มี และส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมในกระบวนการทำงาน ส่วนผู้จัดจำหน่าย ควรให้ความสำคัญในเรื่องความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน โดยการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกัน เช่น ข้อมูลการพยากรณ์ความต้องการ รอบการสั่งซื้อ ประเภทของสินค้า เป็นต้น เพื่อไม่ให้เกิดการหยุดชะงัก และส่งมอบสินค้าได้ตามกำหนดเวลา รวมไปถึงการบูรณาการการทำงานร่วมกันกับส่วนอื่นในห่วงโซ่อุปทาน เช่น การพัฒนาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากขึ้น และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งก็จะทำให้มีผลการดำเนินงานที่ดีทั้งด้านการตลาดและการเงิน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป มีดังนี้

1. งานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาโมเดลโครงสร้างกลุ่มพหุ (Multiple Group Structure Equation Model) เพื่อศึกษาความเหมือนหรือความแตกต่างระหว่างกลุ่มประชากร คือ ผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้ผลิตสินค้า และผู้จัดจำหน่ายสินค้า เนื่องจากกลุ่มประชากรที่แตกต่างกันนี้อาจมีความแตกต่างกันในการดำเนินงาน เพื่อที่จะได้นำไปวางแผนการบริหารจัดการได้เหมาะสมกับลักษณะของการดำเนินงาน
2. งานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน และความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทาน เนื่องจากในการดำเนินงานการสร้างให้เกิดสมรรถนะการดูดซึมความรู้ในห่วงโซ่อุปทาน และความคล่องตัวของห่วงโซ่อุปทานอาจมีองค์ประกอบที่หลากหลายและแตกต่างกันในแต่ละอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ในเชิงลึกบนบริบทของประเทศไทยมากขึ้นจึงควรศึกษาในประเด็นดังกล่าว
3. งานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเฉพาะกลุ่มสินค้าในธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย เนื่องจากธุรกิจอาหารสำเร็จรูปนั้นครอบคลุมประเภทของสินค้าที่หลากหลาย ดังนั้นอาจมีการดำเนินงานที่แตกต่างกันเพื่อการศึกษาที่เจาะลึกในแต่ละกลุ่มสินค้าหรือประเภทธุรกิจมากขึ้น

References

- Al Humdan, E., Shi, Y. & Behnia, M. (2020). Supply Chain Agility: A Systematic Review of Definitions, Enablers and Performance Implications. **International Journal of Physical Distribution & Logistics Management**. 50(2), 287-310.
- Bentler, P. M. & Bonett, D. G. (1980). Significance Tests and Goodness of Fit in the Analysis of Covariance Structures. **Psychological bulletin**. 88(3), 588.
- Blome, C., Schoenherr, T. & Rexhausen, D. (2013). Antecedents and Enablers of Supply Chain Agility and Its Effect on Performance: A Dynamic Capabilities Perspective. **International Journal of Production Research**. 51(4), 1295-1318.
- Bollen, K. A. (1989). A New Incremental Fit Index for General Structural Equation Models. **Sociological methods & research**. 17(3), 303-316.
- _____, & Long, J. S. (1992). Tests for structural equation models: introduction. **Sociological Methods & Research**. 21(2), 123-131.
- Chan, A.T., Ngai, E.W. & Moon, K.K. (2017). The Effects of Strategic and Manufacturing Flexibilities and Supply Chain Agility on Firm Performance in the Fashion Industry. **European Journal of Operational Research**. 259(2), 486-499.
- Cho, J.J.-K., Ozment, J. & Sink, H. (2008). Logistics Capability, Logistics Outsourcing and Firm Performance in an E-Commerce Market. **International Journal of Physical Distribution and Logistics Management**. 38(5), 336-359.
- Cohen, W. M. & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. **Administrative science quarterly**. 128-152.
- Comrey, A. L. 1992. **A first course in factor analysis**. (2nd ed.). Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum.
- Diamantopoulos, A., Siguaw, J. A. & Cadogan, J. W. (2000). Export Performance: The Impact of Cross-Country Export Market Orientation. **The American Marketing Association Conference Proceedings** (p.177). American Marketing Association.
- Duchek, S. (2020). Organizational Resilience: A Capability-Based Conceptualization. **Business Research**. 13(1), 215-246.
- Fayezi, S., Zutshi, A. & O'Loughlin, A. (2015). How Australian Manufacturing Firms Perceive and Understand the Concepts of Agility and Flexibility in The Supply Chain. **International Journal of Operations & Production Management**. 35(2), 246-281.

- Flatten, T. C., Greve, G. I. & Brettel, M. (2011). Absorptive Capacity and Firm Performance in Smes: The Mediating Influence of Strategic Alliances. **European Management Review**. 8(3), 137-152.
- Food Intelligence Center. (2020). **Instant Food Market in Thailand**. Retrieved September 25, 2020, from <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=290>. [In Thai]
- _____. (2021). **Thai food industry in 2020**. Retrieved March 15, 2021, from <http://fic.nfi.or.th/foodindustryoverview.php>. [In Thai]
- Hu, L. T. & Bentler, P. M. (1999). Cut off Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives. **Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal**. 6(1), 1-55.
- Kale, E., Aknar, A. & Başar, Ö. (2019). Absorptive Capacity and Firm Performance: The Mediating Role of Strategic Agility. **International Journal of Hospitality Management**. 78, 276-283.
- Knetra, N. & Orapan, K. (2012). Technological and Knowledge Absorptive Capability: Strategic Capability for Thai Automotive Firms. In **5th Sustainable Rural Development Conference Proceedings** (p. 3-9). Chicago: American Marketing Association. Khon Kaen: Thailand.
- Lane, P. J., Koka, B. R. & Pathak, S. (2006). The Reification of Absorptive Capacity: A Critical Review and Rejuvenation of the Construct. **Academy of management review**. 31(4), 833-863.
- Liu, L. & Luo, D. (2012). Effects of Logistics Capabilities on Performance in Manufacturing Firms. **Contemporary Logistics**. (9), 8.
- Mahalanobis, P. C. (1936). **On the Generalized Distance in Statistics**. India: National Institute of Science.
- Ministry of Industry. (2021). **Accumulated statistics, number of factories permitted to operate according to the Factory**. Retrieved March 10, 2021, from <https://www.diw.go.th/hawk/default.php>. [In Thai]
- Moryadee, C. & Jitt-Aer, K. (2020). Exploring the Nexus between the Absorptive Capacity, Corporate Sustainability, Supply Chain Agility and Manufacturing Firm Performance. **International Journal of Supply Chain Management**. 9(2), 360-367.
- Natpatsaya, S. (2017). Supply chain agility and Supply chain resilience: An implementation for supply chain of computer industry in Thailand. **Academic Journal Phranakhon Rajabhat University**. 8(1), 116-127. [In Thai]

- Nunally, J. C. (1978). **Psychometric theory**. New York: McGraw-Hil.
- Roth, A., Kristal, M. & Johnson, T. (2010). The Effect of Supply Chain Absorptive Capacity on Customization, Product Innovation and Business Performance. **The POMS 21st Annual Conference**. (pp. 1-49). Canada. Production and Operations Management Society.
- Shekarian, M., Nooraie, S. V. R. & Parast, M. M. (2020). An Examination of the Impact of Flexibility and Agility on Mitigating Supply Chain Disruptions. **International Journal of Production Economics**. 220, 1-46.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2001). **SAS for Windows Workbook for Tabachnick And Fidell Using Multivariate Statistics**. Boston: Allyn and Bacon.
- Tse, Y. K., Zhang, M., Akhtar, P. & MacBryde, J. (2016). Embracing Supply Chain Agility: An Investigation in the Electronics Industry. **Supply Chain Management – An International Journal**. 21(1), 140-156.
- Uraiwan, C. & Chayapa, V. (2017). Evaluation of Content Validity for Research Instrument. **Journal of Nursing and Health Sciences**. 11(2), 105-111. [In Thai]
- Wang, M., Asian, S., Wood, L.C. & Wang, B. (2020). Logistics Innovation Capability and Its Impacts on the Supply Chain Risks in the Industry 4.0 Era. **Modern Supply Chain Research and Applications**. 2(2), 83-98.
- Zuñiga-Collazos, A., Lozada, N. & Perdomo-Charry, G. (2020). Effect of Absorption Capacity Acquired on Organizational Performance. **International Journal of Innovation Management**. 24(05), 1-19.

กลยุทธ์การบริหารจัดการเพื่อการคงอยู่ของธุรกิจโรงแรมช่วงวิกฤตโรคระบาด
ไวรัสโคโรนา 2019 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
Managing Strategies for Sustenance of Hotel Business during the
Corona Virus 2019 Pandemic in Muang District, Chiang-Rai Province

พรรณภา สวนรัตนชัย^{1*}, ภทริยา พรปาริษา², อิศเรศ จันท์เจริญ³

Phannapha Suanrattanachai^{1*}, Pattariya Pornparisa², Itsared Chanjarean³

^{1,2,3} คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเชียงราย

199 หมู่ 6 ตำบลป่าอ้อดอนชัย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57000 ประเทศไทย

^{1,2,3} Faculty of Business Administration, Chiangrai College

199 Moo 6, Pa O Don Chai Subdistrict, Mueang District, Chiang Rai Province, 57000, Thailand

รับบทความ: 3 มีนาคม 2564

ปรับปรุงบทความ: 17 พฤษภาคม 2564

ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 2 กรกฎาคม 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ศึกษาผลกระทบการบริหารจัดการเพื่อการคงอยู่ของธุรกิจโรงแรมช่วงวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมสืบเนื่องจากรายได้ลดลงจากจำนวนผู้ใช้บริการน้อยลง การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาวิธีการบริหารจัดการและกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อการคงอยู่ของธุรกิจโรงแรม ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยเลือกตัวอย่างจากรายชื่อเจ้าของธุรกิจโรงแรมที่มีการบริหารงานแบบองค์กรขนาดย่อมตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไปจำนวน 20 คน เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อมูลที่เกิดขึ้นคล้ายกันพร้อมเชื่อมโยงแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์พบว่า เจ้าของธุรกิจโรงแรมเล็งเห็นถึงโอกาสการประกอบธุรกิจโรงแรม การบริหารจัดการ พบว่า เป็นการบริหารแบบธุรกิจครอบครัวจากแนวคิดการบริการ “เหมือนอยู่บ้าน” ด้านกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อการคงอยู่ พบว่า ใช้วิธีการลดต้นทุนโดยจ้างพนักงานเป็นรายวัน ปรับลดราคาห้องพักเพื่อจูงใจลูกค้า เน้นความสะอาดปลอดภัยและงานบริการที่ดี การรักษาลูกค้าเดิมเป็นกลยุทธ์สำคัญจากการศึกษาช่วงวิกฤติการณ์ฯ เจ้าของธุรกิจเร่งขยายกลุ่มผู้ใช้บริการนอกเหนือจากนักท่องเที่ยว หารายได้จากบริการเสริมที่มีอยู่แล้ว และพิจารณาว่าจะการทำธุรกิจอื่นเพิ่มขึ้นนอกจากธุรกิจโรงแรมเพียงอย่างเดียว

* ผู้เขียนหลัก (อาจารย์ ดร. ประจำคณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเชียงราย)

อีเมล: suanphan29@outlook.com

คำสำคัญ

การบริหารจัดการ กลยุทธ์ทางธุรกิจ การคงอยู่ ธุรกิจโรงแรม

Abstract

This research studies managing strategies of hotel business during the Corona Virus 2019. Disease contributing to the decreases of guests and revenues. The objectives of this research are to study managing means and strategies for sustenance. Data obtained by in-depth interviews of twenty hotel owners who have operated small-medium hotel business at least 5-year. These sampling owners were assumed that they have qualified experience to manage their hotel business in Muang District, Chiangrai Province. Data analysis revealed that the owners had strong prospect in hotel business there, and had “stay-at-home” service concept to be key strategy to manage their hotel. During the pandemic, they used the strategies of lowered wages, lowered prices for attracting guests, emphasized on cleanliness and hygiene, and good services. And, they were aware of customer retention, finding new cliques of guests besides tourists, and providing related services; consequently, many of them began to think about additional jobs or investment to be their sources of revenues.

Keywords

Management and administration, business strategies, Sustenance, hotel business

บทนำ

ธุรกิจโรงแรมเป็นการดำเนินธุรกิจบริการแบบองค์การ ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมมีทั้งขนาดใหญ่ระดับสี่ดาวขึ้นไปซึ่งมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมระดับสามดาวที่มีลักษณะการบริหารจัดการแบบง่ายลงทุนน้อย องค์การธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีการกระจายภายในประเทศในระดับท้องถิ่นโดยพื้นฐานการให้บริการที่พักอาศัยแบบชั่วคราวแก่ผู้เดินทางและมักมีการให้บริการอื่นเสริมเพื่อเชื่อมโยงการให้บริการภายในธุรกิจโรงแรม เช่น อาหาร สถานที่ออกกำลังกาย การนวด บริการขายสินค้า นำเที่ยว และอื่น ๆ ซึ่งธุรกิจโรงแรมจึงเป็นแหล่งงานและแหล่งรายได้สำคัญของระดับท้องถิ่นและประเทศชาติ โดยธุรกิจโรงแรมเป็นการให้บริการด้านการบริการในระบบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้มหาศาลและกำลังเติบโต เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภายในประเทศ ดังนั้นอุตสาหกรรมด้านการบริการจะมีการขยายตัวและเติบโตอย่างมาก ฉะนั้นธุรกิจ

โรงแรมมีโอกาสเจริญเติบโตจะต้องมีวิธีการบริหารจัดการหรือกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ดีจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

การบริหารธุรกิจโรงแรมมีความซับซ้อนท่ามกลางการแข่งขัน ปัจจุบันกลยุทธ์การบริหารจัดการและเทคโนโลยีมีส่วนสำคัญต่อการคงอยู่และเติบโตของโรงแรม เนื่องจากผู้ใช้บริการสามารถหาข้อมูลด้วยตนเอง การตัดสินใจเลือกบริการตามความต้องการจากทางเลือกที่หลากหลาย เช่น การหาข้อมูลด้านราคา การบริการที่ตั้งของโรงแรมนั้นผู้ใช้บริการสามารถทำได้ง่าย นอกจากนั้นการจองโรงแรมสามารถทำได้ง่ายทั่วโลกโดยผ่านโซเชียลมีเดียหรือแอปพลิเคชัน เช่น บুকกิ้งหรือโกด้า การพัฒนาที่เกิดขึ้นดังกล่าวเป็นสิ่งท้าทายการบริหารจัดการของเจ้าของโรงแรมในทุกระดับ และที่สำคัญคือข้อมูลที่ผู้ใช้บริการติชมผ่านสื่อสังคมสมัยใหม่กระจายไปอย่างไม่มีข้อจำกัด ตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทำให้เจ้าของโรงแรมต้องเรียนรู้การใช้ประโยชน์ผ่านการวิเคราะห์บริหารจัดการและการใช้กลยุทธ์ทางธุรกิจจึงสามารถทำให้โรงแรมอยู่รอด

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดตั้งอยู่บนตอนเหนือสุดของประเทศไทย สภาพทางกายภาพเป็นทิวเขาอากาศเย็นตลอดทั้งปี มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมภาคเหนือที่ประทับใจจึงเป็นแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ จึงเกิดธุรกิจโรงแรมเปิดให้บริการจำนวนมากขึ้นในเขตเมืองและชนบทกระจายทั่วจังหวัดจากการสำรวจของสำนักงานสถิติจังหวัดเชียงรายปี 2563 (Chiang Rai Provincial Statistical Office, 2020) มีจำนวนธุรกิจโรงแรม 285 แห่ง แบ่งเป็นในเขตอำเภอเมือง มีจำนวน 119 แห่ง โดยมีลักษณะธุรกิจที่พักแบบ Home Stay, Guest House และธุรกิจโรงแรมระดับสามดาวที่เปิดกระจายทั่วเขตอำเภอเมือง ซึ่งสามารถสืบค้นในเว็บไซต์ Booking.com ก็เป็นอีกตัวเลือกหนึ่งที่เปิดให้บริการเพื่อรองรับผู้ใช้บริการ นักท่องเที่ยวทุกระดับสามารถเลือกราคาที่พักและสถานที่ตามความต้องการใช้บริการ ธุรกิจโรงแรมระดับสามดาวเป็นสถานที่พักที่มีการลงทุนน้อย การดำเนินธุรกิจแบบง่ายและปัจจัยด้านราคาที่พักเป็นตัวเลือกสำคัญสำหรับผู้ใช้บริการในการตัดสินใจใช้บริการซึ่งส่งผลต่อรายได้ในการดำเนินธุรกิจโรงแรม ฉะนั้นหากเจ้าของธุรกิจหรือผู้บริหารโรงแรมระดับสามดาวต้องเลือกใช้กลยุทธ์หรือจุดขายที่แตกต่างเพื่อสร้างความประทับใจในการดึงดูดผู้ใช้บริการและเป็นโอกาสการเลือกเข้าพักของผู้ใช้บริการ ซึ่งธุรกิจโรงแรมระดับสามดาวเป็นแหล่งงานและรายได้ที่สำคัญของประชาชนในพื้นที่เขตจังหวัดเชียงรายจากการท่องเที่ยวและการบริการที่เกี่ยวข้องกัน

จากการอุบัติของโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 เกิดขึ้นอย่างไม่คาดคิดและฉับพลัน เริ่มแพร่ระบาดตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ. 2562 จนกระทั่งถึงปัจจุบัน ซึ่งส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจทั่วโลก ผลงานวิจัยของ Kasikorn Research Center (2020) ได้วิเคราะห์เศรษฐกิจไทยไตรมาสแรก พบดัชนีภาวะเศรษฐกิจฯ เดือนมกราคม 2563 ต่ำสุดในรอบ 6 ปี จากการแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งส่งผลต่อความเสี่ยงสูงต่อการยังชีพในครัวเรือนไทยและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทุกธุรกิจก็ได้รับผลกระทบจากสภาวะการณ์ล็อกดาวน์ในช่วงกลางปี 2563 มีผลให้การเดินทางภายในประเทศลดลงซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรมตกต่ำมากทั่วประเทศเพราะความไม่สะดวกจากการเดินทางและส่งผลกระทบต่ออัตราการว่างงานอย่างต่อเนื่องเป็นลูกโซ่ซึ่งผลมาจากการหยุดตัวของธุรกิจท่องเที่ยวทั่วทุกจังหวัด ระยะเวลาปลายปี 2563 คาดว่า

สถานการณ์เริ่มผ่อนคลายประชาชนเริ่มออกนอกพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวและเป็นโอกาสธุรกิจโรงแรมเริ่มมีการจองที่พักเป็นจำนวนมากแต่การระบาดครั้งที่สองเกิดขึ้นอีกส่งผลต่อธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรมระดับสามดาวที่กำลังพัฒนาและเติบโตอย่างก้าวกระโดดในจังหวัดเชียงรายก็ได้รับผลกระทบรุนแรงจากการโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 เพราะมีผู้ใช้บริการจำนวนน้อย

รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการใช้จ่ายของคนไทยในประเทศและการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น “โครงการช้อปดีมีคืน” “โครงการคนละครึ่ง” “โครงการท่องเที่ยวคนโสด” เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ แต่ประชากรภายในประเทศยังมีความกังวลในการใช้จ่ายด้วยสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ยังคงอยู่ทำให้เกิดการชะลอตัวและการหยุดตัวของกาท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและทั่วโลกอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงกับธุรกิจทุกประเภทรวมถึงการหยุดการดำเนินกิจการธุรกิจโรงแรมหรือบางสถานประกอบการปิดกิจการอย่างต่อเนื่องสาเหตุจากไม่มีรายได้จากผู้ให้บริการห้องพักแต่ยังคงมีค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินการธุรกิจอยู่ ซึ่งยังคงเป็นปัญหาต่อเนื่องจากสภาวะโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019

จากสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ที่กล่าวมาข้างต้น สภาวะการณ์ทางธุรกิจที่มีความเสี่ยงต่อการล้มละลายและการพัฒนาเพื่อการฟื้นตัวของธุรกิจโรงแรมให้คงอยู่ในสภาพธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงเช่นเดิม เจ้าของธุรกิจหรือผู้บริหารโรงแรมในจังหวัดเชียงรายจำเป็นต้องใช้วิธีการบริหารจัดการ กลยุทธ์ทางธุรกิจหรือสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยจากโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 มาเป็นกลยุทธ์พื้นฐานการดำเนินธุรกิจเพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการและสามารถสร้างความประทับใจที่ดีเป็นสื่อช่วยในการบอกต่อ ปัจจัยเหล่านี้จะเป็นตัวช่วยให้โรงแรมฟื้นตัว ชื่อเสียงและมีความมั่นคงในเรื่องของสถานะทางการเงินและการคงอยู่ของธุรกิจโรงแรม

ในสถานการณ์บริหารจัดการธุรกิจโรงแรมระหว่างปี 2563 ของการระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ที่ผ่านมามาทำให้ เจ้าของธุรกิจหรือผู้บริหารโรงแรมระดับสามดาวในจังหวัดเชียงรายต้องตระหนักถึงความจำเป็นอย่างเร่งด่วนในการใช้กลยุทธ์เพื่อการฟื้นตัวของธุรกิจของตนเอง ดังนั้นการวิจัยนี้จึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของแนวทางการใช้กลยุทธ์การบริหารจัดการเพื่อการคงอยู่ที่อาจแตกต่างจากสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจในเวลาปกติ นั้นเป็นโอกาสและช่องว่างการวิจัยที่จำเป็นต้องศึกษาอย่างมีระบบเกี่ยวกับการบริหารจัดการโรงแรมในจังหวัดเชียงรายเพื่อให้เกิดความเข้าใจในความรู้และสามารถนำไปใช้เป็นข้อคิดด้านนโยบายที่นำไปสู่การดำเนินการเชิงกลยุทธ์ทุกระดับโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่ธุรกิจโรงแรมได้ผลกระทบจากโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ถึงสองระยะ

ผลการวิจัยนี้ชี้แนะแนวทางการใช้กลยุทธ์และหลักการบริหารในการบริหารธุรกิจโรงแรมที่ใช้ และจากการสังเคราะห์กลยุทธ์อื่นที่เกิดขึ้นจากความคิด ประสบการณ์การบริหาร และวิสัยทัศน์ ของเจ้าของธุรกิจและผู้บริหารโรงแรมในสถานการณ์ปัจจุบันที่ต้องการข้อเท็จจริง และความรู้เพื่อใช้เป็นข้อคิดในการบริหารจัดการในสภาวะวิกฤตเฉพาะ กล่าวคือข้อค้นพบของการวิจัยนี้เสริมความรู้เดิม เสนอแนวทางการใช้กลยุทธ์อื่น

ๆ สำคัญอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อความต่อเนื่องทางบริหารอย่างยั่งยืน และชี้้นำการวิจัยในอนาคตเกี่ยวกับการบริหารโรงแรมในจังหวัดเชียงรายและในพื้นที่ใกล้เคียงที่มีลักษณะคล้ายกัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมในช่วงวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อการคงอยู่ของธุรกิจโรงแรมในช่วงวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการบริหารจัดการ

แนวคิดของ Gulick & Urwick (1937) ได้กล่าวสรุปเกี่ยวกับกระบวนการบริหารจัดการ เป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดของการบริหาร การบริหารงานในองค์กรจะมีประสิทธิภาพ โดยต้องมีการแบ่งภาระงานกันทำตามความเหมาะสม หรือความถนัดของพนักงาน โดยองค์กรต้องแบ่งตามกระบวนการ วัตถุประสงค์ และลูกค้ำ โดยโครงสร้างองค์กรเป็นตัวกำหนดในการจัดรูปแบบการบริหารจัดการ การบริหารแบบไม่มีทิศทาง เป้าหมาย และกลยุทธ์ไม่สามารถนำไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนของธุรกิจได้ การจัดการธุรกิจต้องปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์และเวลาปัจจุบันในการบริการเน้นหลักการตลาดและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นหลัก

แนวคิดกลยุทธ์การบริหารจัดการ

แนวคิดของ Coulter (2008, 6) ให้คำจำกัดความหมายการจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นกระบวนการวิเคราะห์จากสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อกำหนดกลยุทธ์เพื่อความเหมาะสมกับองค์กรนำไปสู่การปฏิบัติ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความจำเป็นในการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Wheelen & Hunger (1995, 3) ได้กล่าวถึงการบริหารเชิงกลยุทธ์ ต้องวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อกำหนดกลยุทธ์นำไปปฏิบัติ ประเมินผลและควบคุมกลยุทธ์ นอกจากนั้น Hax & Majluf (1996, 141) กล่าวว่ากรณีวิธีกลยุทธ์ที่ดีจะทำให้ธุรกิจมีความยั่งยืน ฉะนั้นผู้บริหารต้องเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่สร้างสรรค์หรือสามารถปรับเปลี่ยนได้เพื่อเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน แต่ประเด็นสำคัญคือ Kalipic & Yay (2018, 578) กล่าวว่าการบริหารโรงแรมยังขาดความตระหนักและความรู้ในการบริหารโรงแรมในภาวะวิกฤติ

แนวคิดกลยุทธ์ทางธุรกิจโรงแรม

แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินกลยุทธ์ Thompson, Strickland & Gamble (2010, 7) กล่าวว่ากลยุทธ์คือแผนการดำเนินการที่ชี้้นำการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงการเติบโตเพื่อการแข่งขันและลูกค้ำ ซึ่ง Dess, Lumpkin & Elsner (2010, 78-84) แสดงความเห็นว่าการใช้กลยุทธ์ต้องวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในอย่างละเอียด เช่น SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, and threats)

การวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยทางธุรกิจที่ใช้ในการบริหารโรงแรมอาจต่างจากกลยุทธ์การขายสินค้า การวิจัยในอดีตปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีนักศึกษา คือ ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการพักผ่อน การใช้เวลาว่าง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในส่วนของการบริหารจัดการ คือ ราคา การบริหาร การเงิน การให้บริการ และความยั่งยืนของธุรกิจ เป็นต้น (Kalipci & Yay, 2018, 574) จากการศึกษาวิจัยกิจการโรงแรมมากกว่า 2,000 แห่งในช่วงเวลา 3 ปี พบว่าผู้บริหารโรงแรมที่มีความชำนาญในการใช้กลยุทธ์ของเจ้าของกิจการเรื่องกำหนดกลุ่มผู้ให้บริการ การให้บริการ และเลือกทำเลที่ตั้ง มีส่วนให้โรงแรมเกิดรายได้ (Xiao, O'Neill & Mattila, 2011, 136-139)

โดยหลักการบริหารเจ้าของธุรกิจหรือผู้บริหารสถานประกอบการธุรกิจโรงแรมต้องมีกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจเพื่อการคงอยู่ และวิธีดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมาย Thompson, Strickland & Gamble (2010, 24) ให้ความสำคัญของการประกอบธุรกิจ คือ ผลกำไร หรือเงินกำไรจากการทำธุรกิจ ส่วน Porter & Collins (2018, 9) ได้แสดงความคิดเห็นว่า การส่งมอบบริการ หรือการบริหารการตลาด เป็นปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการดำเนินงาน และเพื่อเป็นเป้าหมายขององค์การธุรกิจ Robbins (1993, 209) ได้เสริมว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การใช้เทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ทางการบริการ ความรู้ ประสบการณ์ และทัศนคติเกี่ยวกับงานที่เขาทำเป็นตัวกำหนดระดับความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจนั้น

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ดำเนินการด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการใช้การอุปนัย (Induction) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกที่ปรากฏการณ์เชิงกระบวนการของพฤติกรรมจากการสัมภาษณ์ (Interview) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ เจ้าของธุรกิจโรงแรมระดับสามดาว จำนวน 20 คนจากจำนวน 40 แห่ง (เว็บไซต์ Booking.com) ผู้วิจัยติดต่อสถานประกอบการแบบไม่เจาะจงและใช้การเลือกตัวอย่างแบบ snowball ที่กระจายตัวในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตของการวิจัย การวิจัยนี้พิจารณาสถานประกอบการที่เปิดธุรกิจโรงแรมระดับสามดาวโดยเปิดดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ขอบเขตประชากร ศึกษาจากเจ้าของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว จำนวน 20 คนจากจำนวน 40 แห่ง (เว็บไซต์ Booking.com) ที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายการวิจัยนี้ โดยผู้วิจัยลงพื้นที่เข้าสัมภาษณ์ในระยะเวลา 2 เดือน ระหว่างเดือนมกราคม ถึง กุมภาพันธ์ 2564

ผู้ให้ข้อมูล เป็นเจ้าของธุรกิจผู้มีประสบการณ์ในการบริหารตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป โดยผู้วิจัยติดต่อสถานประกอบการโรงแรมเพื่อขออนุญาตสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจเพื่อเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูล การวิจัยนี้เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ ได้ตั้งคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัยคำถามที่ใช้เป็นแนวทางการถามเพื่อนำเข้าสู่ประเด็นตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยสัมภาษณ์ด้วยตนเองเริ่มจากการสร้างความสัมพันธ์ (Rapport) ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ ขอความเห็นชอบในการบันทึกข้อมูล และยืนยันความลับของข้อมูลและผู้ให้ข้อมูล

แนวทางการสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ใช้หลักการแบบเปิดกว้าง โดยผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์เอง ได้ตั้งคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อนำเข้าสู่ประเด็นตามวัตถุประสงค์ การขยายความ ปรับเปลี่ยนคำให้เหมาะสมเพื่อความเข้าใจที่ถูกต้อง การใช้คำถามเสริม และการสรุปหวนคำตอบเป็นระยะ ๆ เป็นสิ่งจำเป็นในระหว่างการสัมภาษณ์เป็นไปตามหลักการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยนี้ผ่านการเห็นชอบจากคณะกรรมการวิจัยและผู้ทรงวุฒิของวิทยาลัยเชียงราย

การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยติดต่อขอสัมภาษณ์โดยเลือกตัวอย่างจากรายชื่อเจ้าของธุรกิจโรงแรมที่มีการบริหารงานแบบองค์กรธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกล่าวคือโรงแรมที่มีห้องพักไม่เกิน 50 ห้อง ก่อนการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยสร้างความคุ้นเคย บอกกล่าววัตถุประสงค์และภาพรวมของการสัมภาษณ์ การนำข้อมูลไปใช้ ความลับของข้อมูล และขอบันทึกการสัมภาษณ์โดยเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลปฏิเสธการบันทึกในบางช่วงของการสัมภาษณ์ได้ ผู้วิจัยทำความเข้าใจในเรื่องและประเด็น บันทึกย่อเมื่อจำเป็น การสัมภาษณ์หยุดลงเมื่อข้อมูลที่ได้อิ่มตัว ไม่มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้น (Saturated) ผู้สัมภาษณ์ขอขอบคุณในการให้ข้อมูลและเวลา หากมีข้อสงสัยจะติดต่อมาเพื่อสัมภาษณ์เพิ่มเติม

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้มานำมาพิมพ์เป็นข้อความ นำมาทบทวนเพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ แล้วจึงจับกลุ่มแนวคิดที่เกิดขึ้นจากข้อมูลที่คล้ายกัน (Open Coding) พร้อมกับเชื่อมโยงแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) เมื่อสิ้นสุดการบวนการวิเคราะห์ ผู้วิจัยนำผลมาเรียบเรียงเพื่อนำเสนอผล และอภิปรายผลงานวิจัยต่อไป

นิยามศัพท์

การบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการบริหารจัดการตามวัตถุประสงค์และสามารถนำมาปฏิบัติเพื่อให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมาย

กลยุทธ์ทางธุรกิจ หมายถึง วิธีการดำเนินธุรกิจเพื่อการแข่งขันและสามารถทำให้ธุรกิจโรงแรมยังคงอยู่

การคงอยู่ หมายถึง ยังคงดำเนินธุรกิจจากสถานการณ์วิกฤติหรือการได้เปรียบคู่แข่งและมีผลกำไร
ธุรกิจโรงแรม หมายถึง เป็นสถานประกอบการที่มีที่มาของรายได้จากการบริการห้องพักโรงแรมระดับสามดาวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โรงแรมระดับสามดาว หมายถึง สถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ราคาห้องพักระหว่าง 450 - 3,500 บาท และจำนวนห้องพักไม่เกิน 50 ห้อง

ผลการวิจัย

ข้อมูลที่ได้เพียงพอและเป็นพื้นฐานของการวิเคราะห์ นำไปสู่การอภิปรายแนวคิดที่ค้นพบ และชี้ให้เห็นแนวคิดเชิงเสนอแนะการบริหารธุรกิจโรงแรมและเชิงกลยุทธ์เฉพาะในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ตามขอบเขตของการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลพบข้อมูลจากการสัมภาษณ์มีทิศทางไปในแนวเดียวกันทำให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์จัดกลุ่มและเชื่อมโยงความคิดได้ เจ้าของธุรกิจโรงแรมที่ให้ข้อมูลส่วนมากจบการศึกษา

ประเด็นที่ค้นพบตามวัตถุประสงค์ที่ 1

การบริหารจัดการของธุรกิจโรงแรมช่วงวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า การดำเนินธุรกิจในการบริหารจัดการเป็นแบบธุรกิจครอบครัว เจ้าของธุรกิจโรงแรมบริหารจัดการดำเนินกิจการด้วยตนเองหรือมีบุตรหลานมาเป็นผู้ดำเนินงาน เจ้าของธุรกิจจะดำเนินการรับจองห้องพัก ติดต่อประสานงานและให้บริการด้วยตนเองทุกกระบวนการของการใช้บริการของผู้ใช้บริการ แนวคิดการให้บริการเน้นการเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการ “เหมือนอยู่บ้าน” และมีดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดียหรือเว็บไซต์แอปพลิเคชันของสถานประกอบการธุรกิจที่เข้าร่วม เช่น บুকกิ้ง หรือ อโกต้า เพื่อการเข้าถึงง่ายของผู้ใช้บริการ

ส่วนการทำความสะอาดห้องพักได้จ้างพนักงานทำความสะอาดโดยมีการจ้างมีแบบทั้งรายเดือนและรายวัน อัตราจ้างแม่บ้านโดยเฉลี่ยต่อวันประมาณ 300 บาทหรืออาจมีอัตรามากกว่านี้เล็กน้อยตามกำลังแรงงานที่ใช้แต่ละครั้ง ซึ่งเดิมก่อนวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ส่วนใหญ่จะจ้างเป็นรายเดือน แต่ช่วงวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 เจ้าของธุรกิจต้องปรับต้นทุนจึงปรับอัตราค่าจ้างเป็นรายวันแทนเพื่อยังคงรักษาต้นทุนและสภาพคล่องทางการเงิน โดยทำความเข้าใจกับแม่บ้านทำความสะอาดซึ่งทุกคนต่างเข้าใจในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น การลดค่าใช้จ่ายเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในสภาวะการณ์ปัจจุบันจากสถานการณ์วิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ธุรกิจโรงแรมได้รับผลกระทบเช่นเดียวกับธุรกิจอื่น ๆ การจองห้องพักลดลงหรือบางช่วงมีจองห้องพักของลูกค้าจำนวนน้อยส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมรายได้ลดลงหรือไม่มีรายได้ แต่ทุกสถานประกอบการที่ให้ข้อมูลยังคงมีการจ้างงานทั้งที่เป็นพนักงานต้อนรับและพนักงานแม่บ้านทำความสะอาดไว้ต่ำสุดตามความจำเป็นซึ่งการปรับเปลี่ยนนั้นเจ้าของธุรกิจมีนัยแฝงเร้นในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของธุรกิจและพนักงาน แม้ว่าเจ้าของธุรกิจส่วนใหญ่กล่าวอย่างชัดเจนแต่รายละเอียดของข้อมูลและน้ำเสียงของเจ้าของธุรกิจมีความหมายที่สรุปได้ถึงความสัมพันธ์ที่ดีมีความเห็นอกเห็นใจระหว่างเจ้าของธุรกิจและพนักงาน ในช่วงสภาวะวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ลักษณะดังกล่าวแสดงให้เห็นได้จากการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรมต้องปรับฐานค่าใช้จ่ายเพื่อรักษาคงไว้ซึ่งธุรกิจและต้นทุนที่เกิดขึ้นจากผลกระทบวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ที่ส่งผลทำให้รายได้ลดลงอย่างต่อเนื่อง พนักงานต่างก็ยอมรับเงื่อนไขการจ้างงานเพื่อรักษางานและรายได้เพื่อการยังชีพและมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

จากสถานการณ์วิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 เจ้าของธุรกิจโรงแรมต่างแสดงความคิดเห็นว่าในช่วงวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 แต่ยังคงมีการใช้บริการจากฐานผู้ให้บริการรายเก่าอยู่ประมาณ 30% บางแห่งปรับให้เช่าเป็นแบบรายเดือนซึ่งส่งผลต่อรายได้ที่พอยังชีพและการดำเนินธุรกิจโรงแรม เจ้าของธุรกิจบางแห่งได้นำรายได้จากการดำเนินธุรกิจจากปีก่อน ๆ มาดำเนินงานเพื่อพยุงการคงอยู่ของธุรกิจ แม้จะมีวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 เจ้าของธุรกิจก็ยังคงดำเนินธุรกิจโรงแรมนี้ต่อไป

เจ้าของธุรกิจโรงแรมเข้าใจความจำเป็นต้องปรับตัวตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและยังมีความหวังในโอกาสเมื่อสถานการณ์ดีขึ้น ขณะเดียวกันเจ้าของธุรกิจโรงแรมพยายามมองหาโอกาสอาชีพเสริมเพื่อการคงอยู่ของธุรกิจโรงแรมในช่วงเวลานี้ไว้ เช่น บางเจ้าของธุรกิจโรงแรมมีกิจการรองนอกเหนือจากการประกอบธุรกิจ

โรงแรม เช่น สอนโยคะ มีอาคารหรือที่ดินให้เช่า มีธุรกิจโรงพยาบาล มีธุรกิจร้านขายยา ประกอบอาหารขายผ่านแกร็บฟู้ด หรือมีเงินบำนาญเพื่อเป็นรายได้เสริมต่อการยังชีพในช่วงวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019

จากข้อมูลข้างต้นพอสรุปได้ว่าการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมนั้น เป็นการดำเนินธุรกิจด้วยตัวเอง มีความสนใจและใส่ใจในงานบริการและต้องการให้บริการผู้ใช้บริการด้วยตนเอง เน้นการบริการที่ดีเยี่ยม เน้นความสะอาดของห้องพักและบริเวณรอบอาคารสถานประกอบการธุรกิจโรงแรมและบางกรณีเพื่อรับรู้ปัญหาของผู้ใช้บริการและสามารถแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้บริการได้ทัน่วงที

ประเด็นที่ค้นพบตามวัตถุประสงค์ที่ 2

กลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อการคงอยู่ของธุรกิจโรงแรมช่วงวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 เจ้าของธุรกิจโรงแรมตระหนักในเรื่องของทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกันของสถานประกอบการธุรกิจโรงแรมของตนเองทำให้มีจุดขายที่แตกต่างกัน บางแห่งอยู่ในตัวเมืองซึ่งยังมีกลุ่มผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการตามวัตถุประสงค์ เช่น มาทำงานหรือบางแห่งใกล้กับโรงพยาบาลซึ่งก็จะมีผู้ใช้บริการที่จะมาเฝ้าไข้ เยี่ยมไข้ รอการรักษาหรือการผ่าตัดและมีนักท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียงที่ต้องการท่องเที่ยว ผู้ใช้บริการบางกลุ่มต้องการเลือกที่พักแบบชานเมืองนิยมธรรมชาติ เจ้าของธุรกิจโรงแรมได้ปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยจัดโปรโมชั่นด้านราคาห้องพักลดลงจากราคาเดิมเพื่อจูงใจผู้ใช้บริการและยังคงเน้นถึงความสะอาดของห้องพักโดยเน้นใช้น้ำยาฆ่าเชื้อโรคและเข้าร่วมโครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) เป็นมาตรการของกระทรวงสาธารณสุขเพื่อสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยให้กับผู้ใช้บริการ มีแอลกอฮอล์วางไว้แต่ละจุดสัมผัสในบริเวณอาคารสถานประกอบการธุรกิจเพื่ออำนวยความสะดวกสบายต่อการใช้บริการของผู้ใช้บริการ งานบริการเจ้าของธุรกิจโรงแรมจะดูแลผู้ใช้บริการด้วยตนเองอย่างใกล้ชิด การต้อนรับด้วยจิตบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ใช้บริการและการรับรู้ถึงปัญหาบางกรณีที่ผู้ใช้บริการต้องการความช่วยเหลือหรือช่วยแก้ปัญหา ซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจโรงแรมเพื่อการกลับมาใช้บริการซ้ำหรือบอกต่อกับผู้ใช้บริการรายใหม่ กลยุทธ์นี้เป็นกลยุทธ์ในการรักษาฐานผู้ใช้บริการรายเดิม

เมื่อวิกฤตการณ์โรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 เกิดขึ้นเจ้าของธุรกิจโรงแรมทั้งหมดที่ให้ข้อมูลไม่เล็กหรือขายธุรกิจเพราะยังเห็นโอกาสที่จะฟื้นธุรกิจ กลยุทธ์ทางธุรกิจที่ใช้คือ การลดราคาค่าบริการห้องพักและลดค่าจ้าง การขยายกลุ่มผู้ใช้บริการ เน้นความสะอาดและปลอดภัย เริงรัดหารายได้จากบริการเสริม นอกจากนั้นเจ้าของธุรกิจโรงแรมมีธุรกิจอื่นเป็นที่แหล่งรายได้เป็นแนวคิดที่ใช้พยุงธุรกิจโรงแรมเพื่อการคงอยู่ของธุรกิจ

พอกล่าวสรุปได้ว่ากลยุทธ์ทางธุรกิจที่ใช้อยู่ที่ช่วยบรรเทาปัญหาได้นั้นคือ การผูกใจผู้ใช้บริการด้วยราคาถูก คุ่มค่า ด้วยการบริการที่ดี มุ่งเน้นการให้บริการซ้ำจากผู้ใช้บริการรายเดิม การให้บริการเสริมด้านการท่องเที่ยวและบริการเสริมในโรงแรม เช่น นำเสนอแหล่งท่องเที่ยว ยานพาหนะ หรือขายสินค้าท้องถิ่น

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยนี้พบว่าเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายเป็นพื้นที่แห่งการท่องเที่ยวเป็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งในการบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นเป็นการ

บริหารจัดการแบบสะดวก ปรับเปลี่ยนง่ายทันต่อการบริหารจัดการ การลงทุนต่ำและสามารถลดต้นทุนได้อย่างง่ายที่สอดคล้องกับแนวคิด Sawangmanee Wonge (2016) ได้เสนอว่าธุรกิจขนาดย่อมเป็นการบริหารงานอิสระตามลักษณะของเจ้าของธุรกิจ พนักงานน้อย ลงทุนต่ำ นอกจากนี้ Certo & Peter (1990) ยังได้ให้แนวคิดของธุรกิจขนาดย่อมที่มีการบังคับบัญชา บุคลากร ผลิตภัณฑ์ และการบริหารการจัดการโครงสร้างแบบง่ายขึ้นอยู่กับเจ้าของจะใช้กลยุทธ์การบริหารจัดการเพื่อปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสถานการณ์นั้น ๆ เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยนี้พบว่าเจ้าของธุรกิจโรงแรมมีความมุ่งมั่นที่จะให้บริการและยังมีความหวังของการฟื้นตัวของธุรกิจในอนาคต มีความเชื่อมั่นในการบริการของโรงแรมของตนเพราะสภาพท้องถิ่นที่น่าดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phra Maha Sombat Rasarak (2016) พบว่าคุณลักษณะของเจ้าของธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินงานของเจ้าของธุรกิจโรงแรมขึ้นอยู่กับทัศนคติ แรงจูงใจและประสบการณ์ในการดำเนินงานซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Xiao, O'Neill & Mattila (2011) กล่าวว่าเจ้าของเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในประสิทธิภาพการดำเนินงานของโรงแรม และงานวิจัยของ Bowonkulpa (2018) ได้ให้ข้อเสนอแนะว่าเจ้าของธุรกิจควรเน้นกระบวนการบริการให้มีมาตรฐานบริการอย่างเป็นระบบ และรวดเร็วด้วยวิธีบริหารธุรกิจในการใช้กลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมยังคงเป็นประเด็นสำคัญที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Robbins (1993) ได้เสริมว่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การใช้เทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ทางการบริการประกอบกับความมุ่งมั่นในการให้บริการเพื่อความผูกพันกับผู้ใช้บริการและให้ผู้ใช้บริการเป็นสื่อกลางการประชาสัมพันธ์โดยการสร้างความประทับใจเพื่อรักษาสถานะผู้ใช้บริการรายเดิมเป็นกลยุทธ์พื้นฐานที่กล่าวทั่วไปและหลักการการบริหารจัดการธุรกิจซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Porter & Collins (2018) ได้แนวคิดว่าการส่งมอบงานบริการหรือการบริหารการตลาดเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินงาน

ตามหลักการทั่วไปกลยุทธ์ทางธุรกิจเจ้าของธุรกิจต้องปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อการคงอยู่ของธุรกิจสอดคล้องกับแนวคิดของ Thompson, Strickland & Gamble (2010) กล่าวว่ากลยุทธ์เป็นวิธีการดำเนินธุรกิจเพื่อการเจริญเติบโตในการแข่งขันซึ่งกลยุทธ์ทางธุรกิจโรงแรมก็เช่นกันต้องวิเคราะห์สถานการณ์สภาพแวดล้อมทั่วไปในช่วงระหว่างปีเพื่อปรับกลยุทธ์ด้านราคาห้องพักการเสนอราคาที่เหมาะสมสอดคล้องกับ Dess, Lumpkin & Elsner (2010) แสดงความคิดเห็นการใช้กลยุทธ์ต้องวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในอย่างละเอียด นอกจากนี้ Coulter (2008) ยังให้แนวคิดว่าในการจัดการเชิงกลยุทธ์นั้นต้องวิเคราะห์จากสถานการณ์ปัจจุบันซึ่งกลยุทธ์ทางธุรกิจด้านการลดราคามีความจำเป็นในสถานการณ์บางสถานการณ์ เช่น ในฤดูที่มีลูกค้าใช้บริการน้อย และกลยุทธ์ด้านการบริการต้องสนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการ เจ้าของธุรกิจโรงแรมต้องสร้างความมั่นใจให้ผู้ใช้บริการในเรื่องความสะอาดและปลอดภัย สุดท้ายกลยุทธ์การลดต้นทุนการดำเนินงานซึ่งวิธีลดทุนการดำเนินงานที่มักใช้คือการลดจำนวนพนักงาน ลดค่าจ้าง ดังนั้นการพิจารณาลดต้นทุนในการบริหารจัดการเป็นสิ่งจำเป็นที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Thompson, Strickland & Gamble (2010) การให้ความสำคัญของการประกอบธุรกิจคือผลกำไรหรือเงินกำไรจากการทำธุรกิจ

สรุป

จากประเด็นที่ค้นพบการวิจัย เจ้าของธุรกิจโรงแรมยังคงเล็งเห็นโอกาสการดำเนินธุรกิจโรงแรมในระดับสามดาวเป็นการดำเนินธุรกิจแบบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งในด้านการบริหารจัดการได้สะดวกง่ายต่อการดำเนินธุรกิจและการลงทุนไม่สูงมาก ยังคงเห็นโอกาสการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่องเพื่อรอการเจริญเติบโตธุรกิจโรงแรมระดับสามดาวในอนาคตเพื่อรองรับความต้องการใช้บริการของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศและการให้โอกาสการมีงานทำของแรงงานท้องถิ่น ด้านกลยุทธ์เจ้าของธุรกิจตระหนักมากขึ้นเรื่องการใช้กลยุทธ์การบริการเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้ารายใหม่ นอกเหนือจากนักท่องเที่ยว เรียนรู้การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อการเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว สร้างความพึงพอใจต่อการใช้บริการของผู้ใช้บริการและแนวคิดที่จะประกอบธุรกิจอื่นที่เป็นแหล่งรายได้คู่ขนานกับดำเนินธุรกิจโรงแรมหากเกิดวิกฤตอื่น ๆ ที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้เพื่อให้ธุรกิจโรงแรมยังคงอยู่ต่อไป

ข้อเสนอแนะของการวิจัย การวิจัยนี้บรรลุตามวัตถุประสงค์ เนื่องจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลชี้ให้เห็นถึงความสำคัญการบริหารจัดการและกลยุทธ์ทางธุรกิจโรงแรมระดับสามดาวเป็นการบริหารจัดการแบบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่งผลดีต่อต้นทุนและการบริหารจัดการธุรกิจ เป็นระบบการบริหารที่สามารถเข้าถึงการให้บริการกับผู้ใช้บริการอย่างใกล้ชิดจากเจ้าของธุรกิจโรงแรม การให้บริการที่ประทับใจกับผู้ให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจนี้เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญพื้นฐานของการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมซึ่งเป็นโอกาสของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่บริบทของการบริการอาจแตกต่างจากการบริหารจัดการโรงแรมขนาดใหญ่ที่มีระบบการจัดการตามหลักการบริหารองค์การ เจ้าของธุรกิจโรงแรมสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการการให้บริการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์หรือสามารถปรับสภาพการบริหารธุรกิจช่วงสถานการณ์วิกฤตต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอย่างคล่องตัวเพื่อการคงอยู่ของธุรกิจโรงแรมจากสถานการณ์ที่อาจคาดคะเนได้และที่คาดคะเนไม่ได้ และการนำระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารจัดการหรือการติดต่อสื่อสารผ่านสื่อทางสังคมกับผู้ให้บริการโดยตรง เช่น แอปพลิเคชันไลน์ เฟซบุ๊ก ด้วยระบบเทคโนโลยีสามารถทำให้เกิดความง่ายต่อการรับบริการได้อย่างรวดเร็วซึ่งสามารถสร้างความสัมพันธ์อันใกล้ชิดยิ่งขึ้นระหว่างเจ้าของธุรกิจโรงแรมกับผู้ให้บริการและเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจโรงแรมได้อีกช่องทางหนึ่ง จากการวิเคราะห์ข้อมูลชี้ให้เห็นถึงข้อสังเกตที่ควรศึกษาต่อไปเพื่อเป็นความรู้ในเชิงปฏิบัติ คือความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของธุรกิจและผู้ให้บริการมีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำนี้เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สำคัญของธุรกิจโรงแรมเพื่อการคงอยู่นอกเหนือจากปัจจัยอื่น เช่น ราคาและการบริการที่ดี โดยอาจศึกษากลุ่มผู้เดินทางที่มีความสามารถในการพักอาศัยในโรงแรมขนาดใหญ่

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นการบริหารจัดการและกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อการคงอยู่ของธุรกิจโรงแรมช่วงวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 เจ้าของธุรกิจโรงแรมต้องตระหนักถึงวิธีการขยายกลุ่มผู้ให้บริการ นอกเหนือจากนักท่องเที่ยว การหารายได้เสริมจากการบริการอื่นที่เกี่ยวข้องกับการบริการหลักเป็นการเพิ่มรายได้ เช่น ร้านกาแฟพันธุ์อาราบิก้าแหล่งปลูกจากจังหวัดเชียงราย การนวดและสปา สถานที่และอุปกรณ์ออกกำลังกาย บริการเช่ารถมอเตอร์ไซด์ เป็นประเด็นที่ควรพิจารณาธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถจัดการบริการได้ง่ายเนื่องจากการบริหารจัดการสถานที่ทำได้โดยใช้ทุนต่ำและเป็นโอกาสของการอยู่

รอดที่ต่างจากการบริหารในสภาวะเดิมและเป็นประสบการณ์ของเจ้าของธุรกิจโรงแรมแม่สถานการณ์เข้าสู่ภาวะปกติเพราะอาจเกิดความไม่แน่นอนของอนาคต

ประเด็นที่น่าสนใจการวิจัยในอนาคตควรศึกษาบทบาทและความสำคัญธุรกิจเครือข่ายที่ช่วยเสริมสภาพคล่องของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงราย ทั้งนี้ไม่รวมถึงธุรกิจที่ต่อเนื่องหรือเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวโดยตรงซึ่งได้รับผลกระทบต่อเนื่อง ควรเป็นธุรกิจเสริมนอกเหนือจากการจัดให้มีการบริการอื่นตามที่การวิจัยนี้ค้นพบ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ผลการวิจัยนำมาซึ่งประโยชน์ คือ เข้าใจกลยุทธ์และการบริหารจัดการเพื่อการดำเนินธุรกิจโรงแรมให้ยังคงอยู่ในระดับท้องถิ่นช่วงวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 และสามารถเสริมเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจบริการลักษณะอื่นที่คล้ายกันในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

References

- Booking.com. (2020). **3 - Star Hotels in Chiang Rai**. Retrieved July 14, 2020, from <https://www.booking.com/threestars/city/th/chiang-rai.th.html>. [In Thai]
- Bowonkulpa, B. (2018). Behaviors and Service Marketing Mix Factors Affecting the selection of hotels and resorts for the government agencies in a case study of the western region. In **The 2nd Work Integrated Learning National Conference: Employability and Engagement**, Walailak University, March 26-27, 2018, at Technology and Innovation Development Laboratory Building, Walailak University. (pp. 178-193). Surat Thani: Walailak University. Retrieved July 14, 2020, from <https://drive.google.com/file/d/1fkUuHT8mQAVH4LyfeKU6px15RBV17l7-/view?fbclid=IwAR3AwViJSl4ePLRCgu7FdpRXutISz4DPiILm5g043rqadJ3MTJ2GdaA9zM>. [In Thai]
- Certo, S. C. & Peter, J. P. (1990). **Strategic management: A focus on process**. New York: McGraw-Hill.
- Chiang Rai Provincial Statistical Office. (2020). **Infographic: Tourism**. Retrieved July 30, 2020, from http://chiangrai.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=318:infographic-metadata&catid=87:2011-10-11-07-23-55. [In Thai]
- Coulter, M. (2008). **Strategic management in action**. (4th ed.). New Jersey: Person Education, Inc.
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & Elsner. (2010). **Strategic management: Text and cases**. New York: McGraw-Hill.
- Gulick, H. L. & Urwick F. L. (1937). **Papers on the Science of Administration: Notes of the theory of Organization**. New York: Institute of Public Administration.

- Hax, A. C. & Majluf, N. S. (1996). **The strategy concept and process: A pragmatic approach.** (2nd ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kalipci, M. B., & Yay, O. (2018). Review of strategic management studies on tourism. **Routledge.** 28(4), 566-580.
- Kasikorn Research Center. (2020). **The Economic Crisis Index (KR-ECI) in January 2020 fell the lowest in sex years, The coronavirus epidemic further increased the risk of living in Thai Households.** Retrieved August 20, 2020, from https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/economy/Pages/KR-ECI_02_2020.aspx. [In Thai]
- Phra Maha Sombat Rasarak. (2016). Tourism Marketing Strategies of Tourism Operators in the Eastern Part of the Country, Thailand. **SSRU Graduate Studies Journal.** 2(2), 122-133. [In Thai]
- Porter, E. Michael & Collins, C. James. (2018). **HBR's 10 Must Reads : On Strategy.** (Nattaya Sintrakarnpol, Ed. & Tran.). Bangkok: Expernet. (Original work published 2018). [In Thai]
- Robbins, S. P. (1993). **Organizational behavior.** (6th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Sawangmanee Wonge, N. (2016). **Small and Medium Business Management.** Bangkok: Ramkhamhaeng University Press. [In Thai]
- Thompson, A., Strickland, A. J. & Gamble, J., (2010). **Crafting and Executing Strategy: The Quest for competitive advantage: concepts and cases.** New York: McGraw-Hill.
- Wheelen, T. L. & Hunger, D. J. (1995). **Strategic management and business policy.** (5th ed.). New York: Addison Wesley.
- Xiao, Q., O'Neill, J. W. & Mattila, A. S. (2011). The role of hotel owners: The influence of Corporate strategies on hotel performance. **International Journal of Contemporary Hospitality Management.** 24(1), 122-139.

พฤติกรรมส่งเสริมความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มสังคมออนไลน์

Behavior enhancing tourism innovativeness among online social community

สุดารัตน์ แสงแก้ว^{1*}Sudarat Saengkaew^{1*}¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

เลขที่ 202 ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300 ประเทศไทย

¹Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

202 Changphueak Sub-district, Mueang District, Chiang Mai Province, 50300, Thailand

รับบทความ: 27 เมษายน 2564 ปรับปรุงบทความ: 31 กรกฎาคม 2564 ตอรับตีพิมพ์บทความ: 9 สิงหาคม 2564

บทคัดย่อ

นวัตกรรมของผู้บริโภคมีความสำคัญต่อความรวดเร็วในการยอมรับสิ่งใหม่ แต่แต่ละบุคคลมีระดับความมีนวัตกรรมที่แตกต่างกัน งานวิจัยนี้มีเป้าหมายในการศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว โดยดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มสังคมออนไลน์พื้นที่ปดอทคอม ห้องบลูแพลเน็ตที่เน้นด้านการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างจำนวน 321 คน ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) การทดสอบค่าที (T-test) และสมการโครงสร้าง (SEM) ผลที่ได้พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุและระดับการศึกษา มีผลต่อความแตกต่างของระดับความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้พฤติกรรมที่มีอิทธิพลส่งเสริมความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) การเข้าถึงสื่อ 2) ความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และ 3) การรับรู้ระดับความรู้ของบุคคล ตามลำดับ โดยพฤติกรรมเหล่านี้สามารถอธิบายความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวได้ในระดับสูง (R square = 0.778)

คำสำคัญ

ความมีนวัตกรรม กลุ่มสังคมออนไลน์ การท่องเที่ยว ความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว

* ผู้เขียนหลัก (อาจารย์ ดร. ประจักษ์วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่)

อีเมล: sudarat_san@cmru.ac.th

Abstract

Customer innovativeness is an important issue for innovation acceptance. The level of tourism innovativeness is different in each person. Such that, this research aims at investigate the individual factors affect to the level of tourism innovativeness and the behavior enhancing tourism innovativeness among online social community. Quantitative research was conducted on Pantip.com members' in the Blue Planet forum that focuses on tourism. Data of 321 samples were collected and analyzed by Analysis of Variance (ANOVA), t-test, and Structural Equation Modeling (SEM). The results were found that individual factors of age and educational level influence differences in the degree of innovation among tourism innovativeness. Moreover, the behaviors enhancing tourism innovativeness consisted of 1) Media exposure, 2) Product involvement, and 3) Perceived knowledge respectively. All these three behaviors can explain tourism innovativeness at a high level, with the coefficient of determination at 0.778.

Keywords

Innovativeness, Online Social Community, Tourism, Tourism Innovativeness

บทนำ

สื่อออนไลน์เกิดขึ้นจากการพัฒนาของเทคโนโลยี เป็นสื่อที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร ให้ความบันเทิง และมีส่วนร่วมกับสังคม โดยมีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และระบบอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการสื่อสาร สื่อออนไลน์ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป และยังสืบเนื่องไปยังการเปลี่ยนแปลงด้านกลยุทธ์ทางการตลาดขององค์กร เป็นแรงผลักดันสำคัญที่องค์กรต้องหันมาสนใจความเป็นไปต่าง ๆ บนสื่อออนไลน์มากขึ้น สื่อออนไลน์ยังทำให้ผู้บริโภคสามารถรวมกลุ่มกันเป็นชุมชนที่มีความสนใจเดียวกัน ที่เรียกว่า “กลุ่มสังคมออนไลน์ (Online Social Community)” หมายถึง พื้นที่บนระบบอิเล็กทรอนิกส์ ที่สนับสนุนโดยเทคโนโลยีสารสนเทศ ใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง เป็นศูนย์รวมของการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกกลุ่มในการสร้างเนื้อหา ซึ่งส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์เกิดขึ้นในกลุ่ม (Iriberry & Leroy, 2009, 3) โดยปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เด่นชัด อันเนื่องมาจากความนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ พฤติกรรมการแบ่งปันประสบการณ์ การเขียนรีวิวการท่องเที่ยวจำนวนมาก ข้อมูลเหล่านี้มีผลต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและการตัดสินใจเดินทาง ซึ่งพบว่าเป็นปัญหาที่ประเทศไทยจำเป็นต้องปรับปรุง โดย UNWTO พบว่า ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการปรับภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อรองรับตลาดใหม่ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจะต้องปรับใช้สื่อเทคโนโลยีรูปแบบใหม่ นวัตกรรมสื่อสารรูปแบบใหม่ ในการนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ภาพที่ใกล้เคียงกับสถานที่จริงให้มากที่สุด เพื่อเป็นข้อมูลใน

การตัดสินใจมาเที่ยวได้ง่ายขึ้น นอกจากนั้นควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกมาสู่ตลาด และควรมีการประชาสัมพันธ์ให้บรรดาลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวรู้จักผลิตภัณฑ์ใหม่หรือแหล่งท่องเที่ยวใหม่ด้วย

ดังนั้นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนการพัฒนากลยุทธ์ได้นั้นจำเป็นต้องมีความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่รับนวัตกรรมได้รวดเร็วเป็นกลุ่มแรก ซึ่งในมุมมองของนักวิชาการ ประเด็นเหล่านี้มีการศึกษาเจาะลึกลงไปเรียกว่าแนวคิดความมีนวัตกรรมของผู้บริโภค (Consumer Innovativeness) โดย Aldás-Manzano et al. (2009) กล่าวว่าความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคเป็นกุญแจสำคัญในการลดการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการ เช่น การใช้บริการด้านการเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่หลายคนไม่กล้าใช้ เพราะอาจตระหนักถึงความเสี่ยง ความไม่ปลอดภัยหลายประการ ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการศึกษาทำความเข้าใจก่อนการเริ่มต้นวางแผนกลยุทธ์สำหรับการสร้างนวัตกรรมรูปแบบใหม่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลต่อความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว

ทบทวนวรรณกรรม

ความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว

ความมีนวัตกรรมของบุคคลนับว่าเป็นแก่นความรู้ของทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation) โดยที่การแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นกระบวนการที่สินค้าหรือบริการ หรือแนวคิดแบบใหม่แพร่กระจายไปยังประชาชน อัตราการแพร่กระจายสินค้าใหม่จะมีความแตกต่างกันไปในสินค้าแต่ละประเภท (Solomon et al., 2012, 538-542) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน โดยทฤษฎีความมีนวัตกรรมของบุคคล (The Individual Innovativeness Theory) ได้แบ่งคนในสังคมออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักนวัตกรรม (Inventor) กลุ่มหัวก้าวหน้า (Early Adopters) กลุ่มคนทั่วไป (Early Majority) กลุ่มคนอนุรักษ์นิยม (Late Majority) และกลุ่มคนล่าช้า (Laggards) ซึ่งเป็นการแบ่งกลุ่มตามระดับความมีนวัตกรรมของบุคคล (Rogers, 2003, 163)

ความมีนวัตกรรมของบุคคล (Innovativeness) ยังมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากเดิมไปสู่พฤติกรรมใหม่ (Yuksele, 2015, 507-534) ดังนั้นความมีนวัตกรรมของผู้บริโภค จึงหมายถึง แนวโน้มในการเรียนรู้และยอมรับนวัตกรรมของบุคคลในขอบเขตความสนใจเฉพาะด้าน ซึ่งในที่นี้ ความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว หมายถึง ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคในขอบเขตเฉพาะการท่องเที่ยวเท่านั้น สามารถวัดระดับได้โดยการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าใหม่ ตลอดจนการค้นคว้าข้อมูลใหม่ของตนเองกับผู้อื่น (Goldsmith & Hofacker, 1991, 209)

ความมีนวัตกรรมยังเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม ซึ่งอยู่ภายในตัวของผู้บริโภค ส่งผลต่อความช้าหรือเร็วในการยอมรับนวัตกรรม ลักษณะของบุคคลที่มีผลต่อความช้าเร็ว

ประกอบด้วย 3 ประการ ได้แก่ 1) สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคม ผู้ที่สามารถรับนวัตกรรมได้ไว มีแนวโน้มที่จะเป็นคนที่มีความรู้สูง มีระดับการศึกษาสูง สถานะทางสังคมสูง 2) บุคลิกภาพ มักเป็นผู้ที่สามารถเข้าใจสิ่งที่เป็นนามธรรมได้ดี มีความเป็นเหตุเป็นผล มีทัศนคติที่ดีต่อวิทยาศาสตร์ 3) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร มักเป็นผู้ที่เปิดรับทั้งการสื่อสารมวลชนและการสื่อสารระหว่างบุคคล และมีความสนใจในการแสวงหานวัตกรรมใหม่ (Roehrich, 2004, 671– 677)

พฤติกรรมส่งเสริมความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว

จากทฤษฎีการรับรู้สมรรถนะแห่งตน (Self-efficacy) ซึ่งเป็นหนึ่งในทฤษฎีสำคัญที่อยู่ในแนวคิดของทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Cognitive Theory) เน้นการอธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ด้านการคาดหวังผลลัพธ์ โดยอธิบายว่า บุคคลจะมีพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง มีสาเหตุมาจากการพิจารณาถึงผลที่จะได้รับจากการกระทำนั้น ๆ หรืออาจกล่าวได้ว่า บุคคลจะสร้างความเชื่อให้กับตนเองว่ามีความสามารถในการปฏิบัติ และคาดคะเนเกี่ยวกับผลที่จะตามมา นอกจากนั้นยังมีการกำหนดเป้าหมายของความสำเร็จในอนาคตอีกด้วย ในทางจิตวิทยาการรับรู้สมรรถนะแห่งตนมีความเชื่อมโยงกับอารมณ์ของบุคคล เนื่องจากมนุษย์มีความชอบและสนุกกับกิจกรรมที่ตนสามารถทำได้สำเร็จ นับว่าเป็นความมั่นใจ (Self-confident) ที่เกิดในสถานการณ์เฉพาะอีกด้วย (Bandura, 1992, 355-394) สมรรถนะแห่งตนยังเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ที่ผ่านมาของบุคคล การเคยประสบความสำเร็จมาก่อนจะช่วยยกระดับความเชื่อในสมรรถนะแห่งตนได้ และกระตุ้นให้บุคคลมีพฤติกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ นอกจากนั้นยังมีความสัมพันธ์กับการใช้ความรู้ในการช่วยแก้ปัญหาในงาน และพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น ในการศึกษาของ Cheung & Lee (2012, 218-225) ได้ทดสอบในกลุ่มสังคมออนไลน์และพิสูจน์ให้เห็นในเชิงประจักษ์ว่า พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของสมาชิกในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง ได้รับอิทธิพลมาจากการที่สมาชิกรับรู้ถึงสมรรถนะแห่งตน จากการช่วยเหลือผู้อื่นและการได้แลกเปลี่ยนกับผู้อื่น ส่งผลให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจ แนวคิดดังกล่าวทำให้สามารถสรุปพฤติกรรมที่มีแนวโน้มส่งเสริมความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวได้ ดังนี้

1. การรับรู้ระดับความรู้ของบุคคล (Perceived Knowledge: PK) หมายถึง การประเมินระดับความรู้ของตนเองเทียบกับผู้อื่นในกลุ่มสังคมเดียวกัน ในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง หรือในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ (Sarathy & Patro, 2013, 127-145) โดยบุคคลที่รับรู้ว่ามีรู้มากกว่าผู้อื่นจะสามารถให้คำแนะนำในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการและเปรียบเทียบความแตกต่างได้ ซึ่งเกิดจากการที่บุคคลค้นหาข้อมูลหรือการได้ซื้อสินค้ามาใช้ สอดคล้องกับ Feng & Peng (2012, 105) พบว่าความรู้ในตัวสินค้า พฤติกรรมการซื้อสินค้า และการค้นหาข้อมูล มีความสัมพันธ์กับความมีนวัตกรรม ซึ่งอธิบายว่าเป็นอำนาจที่เกิดจากการถือครองข้อมูลที่มากกว่าผู้อื่น

2. การเข้าถึงสื่อ (Media Exposure: ME) หมายถึง ความถี่ในการใช้สื่อสำหรับการท่องเที่ยว เช่น การอ่านข่าว การเข้าเว็บไซต์ การดูคลิปวีดิทัศน์การท่องเที่ยว ตลอดจนการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นที่ทราบกันดีว่า สื่อมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างมาก โดย Flynn & Goldsmith (1993, 1105) ชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมการอ่านนิตยสารท่องเที่ยว การดูรายการโทรทัศน์และการอ่านหนังสือด้านท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์

กับความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว อีกทั้ง Couture et al. (2015, 66) ยังพบว่ารูปแบบของการค้นหาข้อมูลของกลุ่มคนที่มีความมีนวัตกรรมสูง จะมีรูปแบบการค้นหาข้อมูลที่จำเพาะเจาะจงมากกว่าการค้นหาแบบทั่วไป เช่น การค้นหาข้อมูลออนไลน์ โดยการเข้าไปในเว็บไซต์และดาวน์โหลดโบรชัวร์ที่ให้ข้อมูลเฉพาะ นอกจากนั้นการศึกษาในกลุ่มนักนวัตกรรม (Inventor) และกลุ่มหัวก้าวหน้า (Early Adopters) มักจะพบว่ามีพฤติกรรมการใช้ข้อมูล ใช้สื่อและใช้เทคโนโลยีในระดับสูง (Dedehayir et al., 2020, 85-115)

3. ความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ (Product Involvement: PI) หมายถึง ระดับของการรับรู้ การให้ความสำคัญหรือการให้ความสนใจของบุคคล ซึ่งทำให้เกิดความสนใจอย่างต่อเนื่องในผลิตภัณฑ์ โดยผู้บริโภคจะคิดอย่างรอบคอบเพื่อให้มีความเสี่ยงจากการซื้อที่น้อยที่สุดและคุ้มค่าจากการซื้อมากที่สุด (Dholakia, 2001, 1340-1356) การศึกษาในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พบว่าความเกี่ยวพันนั้นมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการอย่างมาก นักท่องเที่ยวที่มีระดับความเกี่ยวพันสูงจะให้ความสนใจกับข้อมูลใหม่ โปรโมชั่นใหม่ที่เกิดขึ้น และจะศึกษาข้อมูลจนกว่าจะรู้สึกสบายใจ (Chang, 2017, 8324)

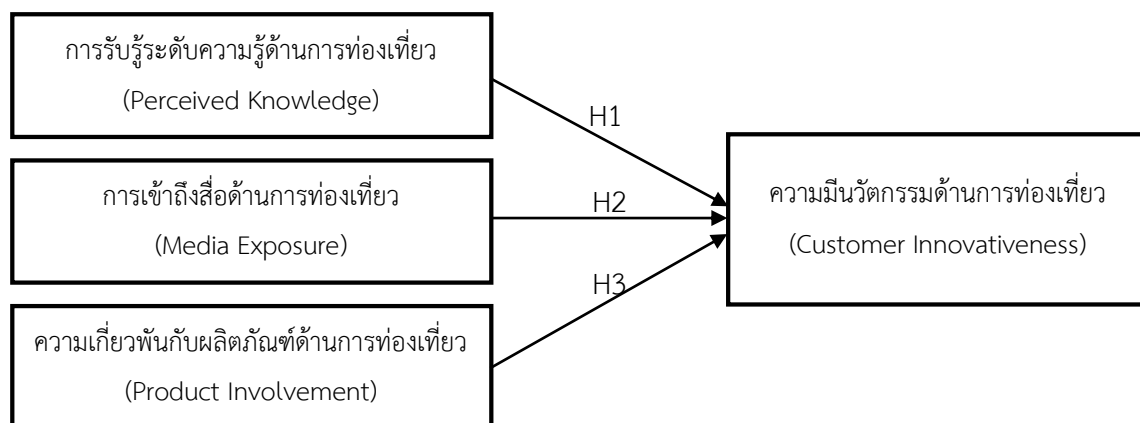
กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแนวคิดของทฤษฎีการรับรู้สมรรถนะแห่งตน (Self-efficacy) และการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา ทำให้ได้กรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยดังภาพที่ 1 ซึ่งประกอบด้วยสมมติฐาน 3 ข้อ ดังต่อไปนี้

H1: การรับรู้ระดับความรู้ด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว

H2: การเข้าถึงสื่อด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว

H3: ความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ได้แก่ สมาชิกผู้ใช้งานในเว็บไซต์พันทิปดอทคอม เนื่องจากเป็นชุมชนออนไลน์อันดับหนึ่งที่คนไทยนิยมมากที่สุด มีลักษณะเป็นแพลตฟอร์มแบบบล็อก (Blog) (Electronic Transactions Development Agency, 2020) โดยคัดเลือกเฉพาะสมาชิกในห้องบลูแพลเน็ตที่เน้นด้านการท่องเที่ยว และมีเกณฑ์ในการคัดเลือกแบบสอบถาม โดยคัดเลือกผู้ที่โพสต์กระทู้ในห้องสนทนา ในช่วงเดือน เมษายน-ธันวาคม พ.ศ. 2562 เนื่องจากเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่ากำลังมีความสนใจด้านการท่องเที่ยวอยู่ในขณะนั้น จากโพสต์ทั้งหมด 12,002 โพสต์ โดยสมาชิกจำนวน 5,684 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามผ่านระบบข้อความด่วนของเว็บไซต์พันทิป ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวเป็นไปตามนโยบายด้านความเป็นส่วนตัวของทางเว็บไซต์ ระยะเวลาตอบกลับ 2 เดือน ได้ข้อมูลทั้งสิ้น 321 ชุด

การพัฒนาตัวแปรและการวัด

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ประกอบด้วยสองส่วน ได้แก่ ส่วนข้อมูลประชากรศาสตร์ และส่วนการวัดตามตัวแปรที่สนใจ ใช้มาตรวัดประมาณค่าระดับความคิดเห็น 5 ระดับ (Likert Scale) โดยเลือกใช้ข้อความจากการศึกษาที่น่าเชื่อถือและมีความเกี่ยวข้องดังแสดงในตารางที่ 1 และได้ขอการรับรองการพิทักษ์สิทธิ์ผู้ร่วมวิจัย ได้รับการรับรองจริยธรรมโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เลขที่ 2019/007.26.07 โดยมีการแจ้งให้ผู้เข้าร่วมวิจัยทราบเกี่ยวกับวิธีการจัดเก็บข้อมูลและรักษาความลับ

ตารางที่ 1

ตัววัดและแหล่งที่มา

ชื่อตัววัด	แหล่งที่มา
ความมีวินัย	Goldsmith & Hofacker (1991)
การรับรู้ระดับความรู้	Coulter, Feick & Price (2002)
ความเกี่ยวพันกับผลิตภัณฑ์	Coulter, Feick & Price (2002)
การเข้าถึงสื่อ	Sun et al. (2006)

คุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้วิธีตรวจสอบความเที่ยงเฉพาะหน้า (Face Validity) จากบุคคลทั่วไปจำนวน 10 ท่าน และการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อกำหนดค่า (IOC) ทำการปรับปรุงข้อคำถามที่ได้ค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 โดย

ผลของการตรวจสอบข้อคำถามทั้งหมดของตัวแปรแต่ละตัว ได้ค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) อยู่ในช่วง 0.823-0.939 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ (Bonett & Wright, 2015, 4) แล้วนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อความสะดวกในการจัดส่งให้แก่สมาชิกในกลุ่มสังคมออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ ด้วยการใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) และการทดสอบค่าที (T-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลต่อความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว และสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมที่จะสามารถส่งเสริมความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ระดับความรู้ ด้านความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และการเข้าถึงสื่อ ด้วยโปรแกรม SPSS เวอร์ชัน 21

ผลการวิจัย

ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 321 คน เป็นเพศหญิง 57.63% เป็นเพศชาย 42.37% ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี และมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี 58.57% รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

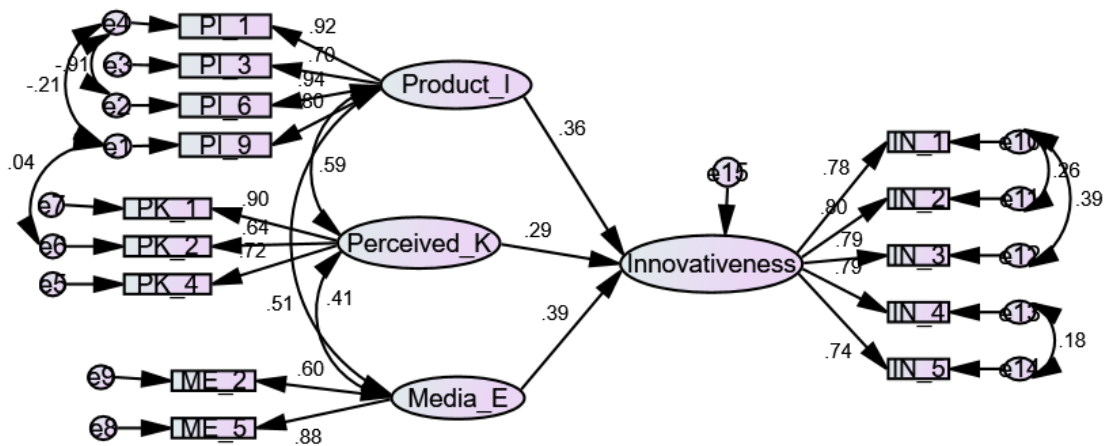
ค่าสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA Analysis) การทดสอบค่าที (T-test) ของปัจจัยส่วนบุคคลกับความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ	ความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว		
				Mean	ค่าสถิติ	Sig
อายุ	14-25	91	28.35	2.17	F(7.57)	0.001*
	26-35	140	43.61	2.63		
	36-45	73	22.74	2.82		
	46-55	13	4.05	2.93		
	56-99	4	1.25	3.30		
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	20	6.23	2.21	F(5.35)	0.001*
	ปริญญาตรี	188	58.57	2.45		
	ปริญญาโท	101	31.46	2.80		
	สูงกว่าปริญญาโท	12	3.74	3.05		
เพศ	ชาย	136	42.37	2.54	T(0.46)	0.640
	หญิง	185	57.63	2.59		

หมายเหตุ F: ค่าสถิติเอฟ, T: ค่าสถิติที

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ความสัมพันธ์ทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.36 ตัวแปรแฝงการรับรู้ระดับความรู้ความสัมพันธ์ทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.29 ตัวแปรแฝงการเข้าถึงสื่อมีความสัมพันธ์ทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.39 ทั้งสามตัวแปรสามารถอธิบายความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวได้ที่ระดับ (R square) เท่ากับ 0.778 ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2: โมเดลพฤติกรรมที่ส่งผลต่อความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคแสดงค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Standardized Regression Weights)

อภิปรายผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ข้อแรก เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลต่อความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความแตกต่างของระดับความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว คือ อายุ และระดับการศึกษา ส่วนเพศไม่มีผลต่อความแตกต่าง สอดคล้องกับมุมมองทางทฤษฎีการรับรู้สมรรถนะของบุคคล โดย อายุ และระดับการศึกษา สามารถสะท้อนให้เห็นว่าประสบการณ์ของบุคคลโดยเฉพาะประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ มีผลในการพัฒนาการรับรู้ถึงสมรรถนะของตนเอง

วัตถุประสงค์ข้อ 2 มุ่งศึกษาพฤติกรรมที่มีอิทธิพลส่งเสริมความมีนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว พบว่าการรับรู้ระดับความรู้ ความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และการเข้าถึงสื่อ มีอิทธิพลเชิงบวกสอดคล้องกับทฤษฎีการรับรู้สมรรถนะของบุคคล โดย Nimitniwat (2019, 136) อธิบายเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของบุคคลว่าไม่ได้เกิดขึ้นเองอัตโนมัติ แต่เกิดจากกระบวนการทางปัญญาที่เป็นผลมาจากหลายปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมและสภาพแวดล้อม โดยการทำกิจกรรมกลุ่มร่วมกับผู้อื่น หรือความเข้าไปเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และการได้รับข้อมูลข่าวสารจากการเข้าถึงสื่อ มีผลทำให้บุคคลอยากทำสิ่งต่าง ๆ เกิดแนวคิดใหม่ ได้รับการสนับสนุนทางสังคม และเกิดการแบ่งปันความรู้มากขึ้น

สรุป

ผลการศึกษาข้างต้นจะเห็นได้ว่าแต่ละบุคคลมีระดับความมีวินัยที่ต่างกัน ซึ่งในเบื้องต้นสามารถพิจารณาได้จาก อายุ และระดับการศึกษา นอกจากนี้พฤติกรรมเกี่ยวกับการเข้าถึงสื่อมีผลอย่างยิ่งต่อความมีวินัย ถัดมาคือ ความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว และการรับรู้ระดับความรู้ของแต่ละบุคคล สามารถนำผลการวิจัยไปใช้สำหรับการวางแผนทางการตลาดได้ โดยควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมความมีวินัยด้านการท่องเที่ยวให้กับกลุ่มคนอายุระหว่าง 14-25 ปี และกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เพราะเป็นกลุ่มที่มีระดับความมีวินัยด้านการท่องเที่ยวต่ำ โดยเริ่มต้นที่การส่งเสริมให้มีการเข้าถึงสื่อเป็นอันดับแรก เนื่องจากมีอิทธิพลต่อความมีวินัยที่สูงที่สุด องค์กรธุรกิจควรสร้างกิจกรรมที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคใช้งานเว็บไซต์ หรือเข้ามาเป็นสมาชิกในกลุ่มสังคมออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้น สามารถใช้กลยุทธ์ผู้มีอิทธิพล (Influencer) เชิญชวนให้มีส่วนร่วม ส่วนการสร้าง ความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวสามารถใช้ประโยชน์จากการสร้างเนื้อหาทางดิจิทัลที่เน้นการสร้างแรงบันดาลใจต่อผู้บริโภค และกระตุ้นให้เกิดการเดินทางตามแนวคิดของมโนภาพแห่งตน (Self-concept) เพื่อให้รู้สึกถึงการเติมเต็มชีวิต หรือการพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคคล

ส่วนกลุ่มที่มีระดับความมีวินัยสูง ควรมุ่งเน้นให้บุคคลกลุ่มนี้เป็นผู้บอกต่อ ซึ่งเรียกว่า กลยุทธ์การตลาดเนื้อหาที่ผู้ใช้งานสร้างขึ้น (User Generated Content: UGC) โดยเนื้อหาเหล่านี้จะได้รับความน่าเชื่อถือในกลุ่มผู้บริโภคด้วยกัน หากข้อความบอกต่อมีการกล่าวอ้างถึงตราสินค้าเมื่อใด จะมีผลกระทบโดยตรงต่อตราสินค้าที่กล่าวถึง นอกจากนี้สถานประกอบการท่องเที่ยวสามารถได้รับประโยชน์จากกลุ่มที่มีความมีวินัยสูงหลายประการ

ประการแรกได้แก่ การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า ตลอดจนโปรโมชั่นใหม่ให้ผู้บริโภคคนอื่นรับรู้ ซึ่งมีการศึกษาพบว่าปริมาณการให้คำแนะนำบนเว็บไซต์สามารถเพิ่มยอดขายให้มากขึ้นได้จริง (Chevalier & Mayzlin, 2006, 345; Dhar & Chang, 2009, 300) ประการที่สอง สถานประกอบการท่องเที่ยวสามารถพิจารณาจากข้อความที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้เขียนเกี่ยวกับการประเมินผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งเป็นมุมมองของผู้บริโภคในการประเมินผลสำหรับการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้บริการ อาจเป็นประเด็นที่สถานประกอบการละเลยไป และนำการประเมินดังกล่าวมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการให้ดียิ่งขึ้นหรือสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ประการที่สาม สามารถช่วยให้เกิดวินัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ให้กับสถานประกอบการท่องเที่ยวได้ เพราะเป็นผู้บริโภคที่มีความรู้และประสบการณ์ในระดับสูง องค์กรควรสร้างความสัมพันธ์หรือการสื่อสารแบบสองทางให้เกิดขึ้น เช่น การสร้างกลุ่มสังคมของตราสินค้า (Online Brand Community)

ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

ข้อจำกัดของการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาในบริบทด้านการท่องเที่ยวเท่านั้น ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาเพิ่มเติมในบริบทอื่น เช่น ด้านแฟชั่น ด้านการลงทุน หรือด้านการศึกษา ซึ่งอาจพบผลการศึกษาที่แตกต่างออกไป นอกจากนั้นการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นที่จะศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล อันประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาเท่านั้น ไม่ได้พิจารณาถึงปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ระดับรายได้ สถานะภาพการสมรส และอาชีพ ส่วนพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อความมีนวัตกรรมที่มาจากแรงจูงใจด้านสังคม เป็นอีกมุมมองที่น่าสนใจ

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยในครั้งนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

References

- Akaike, H. (1974). A new look at the statistical model identification. **IEEE transactions on automatic control**. 19(6), 716-723.
- Aldás-Manzano, J., Lassala-Navarré, C., Ruiz-Mafé, C. & Sanz-Blas, S. (2009). The role of consumer innovativeness and perceived risk in online banking usage. **International Journal of Bank Marketing**. 27(1), 53-75.
- Bandura, A. (1992). **Self-efficacy mechanism in psychobiologic functioning**. In R. Schwarzer (Ed.)
- Bentler, P. M. & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. **Psychological bulletin**. 88(3), 588-606.
- Bonett, D. G. & Wright, T. A. (2015). Cronbach's alpha reliability: Interval estimation, hypothesis testing, and sample size planning. **Journal of organizational behavior**. 36(1), 3-15.
- Byrne, B. M. (2001). Structural equation modeling with AMOS, EQS, and LISREL: Comparative approaches to testing for the factorial validity of a measuring instrument. **International journal of testing**. 1(1), 55-86.
- Carmines, E. G. & Mclver, J. P. (1981). Analyzing models with unobserved variables: Aanalysis of covariance structures', in Bohrnstedt, G. W. & Borgatta, E. F. (Eds.). **Social Measurement: Current Issues**. Sage, Beverly Hills, CA, 61-73.
- Chang, A. Y. P. (2017). A study on the effects of sales promotion on consumer involvement and purchase intention in tourism industry. **Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education**. 13(12), 8323-8330.

- Cheung, C. M. K. & Lee, M. K. O. (2012). What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer-opinion platforms. **Decision Support Systems**. 53(1), 218–225.
- Chevalier, J. A. & Mayzlin, D. (2006). The effect of word of mouth on sales: Online book reviews. **Journal of marketing research**. 43(3), 345-354.
- Coulter, R. A., Feick, L. F. & Price, L. L. (2002). Changing faces: Cosmetics opinion leadership among women in the new Hungary. **European Journal of Marketing**. 36(11/12), 1287–1308.
- Couture, A., Arcand, M., Sénécal, S. & Ouellet, J. F. (2015). The influence of tourism innovativeness on online consumer behavior. **Journal of Travel Research**. 54(1), 66-79.
- Dedehayir, O., Ortt, R. J., Riverola, C. & Miralles, F. (2020). Innovators and early adopters in the diffusion of innovations: A literature review. **Digital Disruptive Innovation**. 85-115.
- Dhar, V. & Chang, E. A. (2009). Does chatter matter? The impact of user-generated content on music sales. **Journal of Interactive Marketing**. 23(4), 300-307.
- Dholakia, U. M. (2001). A motivational process model of product involvement and consumer risk perception. **European Journal of marketing**. 35(11/12), 1340-1360.
- Electronic Transactions Development Agency. (2020). **ETDA Thailand Internet User Behavior 2018 increase 10 hours and 5 minutes per day**. Retrieved August 1, 2020, from <https://www.eta.or.th/th/NEWS/ETDA-Revealed-Thailand-Internet-User-Behavior-2019.aspx>. [In Thai]
- Feng, X., Lu, R. Y. & Peng, L. (2012). The Effect of Customer Innovativeness and Customer Product Knowledge on Customer Individual Innovation Behavior. **R & D Management**. 24(02), 105-109.
- Flynn, L. R. & Goldsmith, R. E. (1993). A validation of the Goldsmith and Hofacker innovativeness scale. **Educational and psychological measurement**. 53(4), 1105-1116.
- Goldsmith, R. E. & Hofacker, C. F. (1991). Measuring consumer innovativeness. **Journal of the Academy of Marketing Science**. 19(3), 209–221.
- Hu, L. & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. **Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal**. 6(1), 1–55.

- Iriberry, A. & Leroy, G. (2009). A life-cycle perspective on online community success. **ACM Computing Surveys**. 41(2), 1–29.
- Nimitniwat, S. (2019). Self-efficacy mobilizes toward innovative behavior. **Liberal Arts Review**. 14(2), 136-148.
- Rogers, E. M. (2003). **Diffusion of innovations**. (5th ed.). New York: Simon and Schuster.
- Roehrich, G. (2004). Consumer innovativeness: Concepts and measurements. **Journal of business research**. 57(6), 671-677.
- Sarathy, P. S. & Patro, S. K. (2013). The role of opinion leaders in high-involvement purchases: An empirical investigation. **South Asian Journal of Management**. 20(2), 127-145.
- Solomon, M., Russell-Bennett, R. & Previte, J. (2012). **Consumer behavior**. Pearson Higher Education AU.
- Sun, T., Youn, S., Wu, G. & Kuntaraporn, M. (2006). Online Word-of-Mouth (or Mouse): An Exploration of Its Antecedents and Consequences. **Journal of Computer-Mediated Communication**. 11(4), 1104–1127.
- Yuksel, I. (2015). Rogers' diffusion of innovation model in action: Individual innovativeness profiles of pre-service teachers in Turkey. **Croatian Journal of Education: Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje**. 17(2), 507-534.

ผลการใช้โปรแกรมสื่อผสมเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษ เรื่อง ปัจจุบันกาล
และอดีตกาล ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบ้านศรีบุญเรือง

The Effects of Utilizing Multimedia Program to Develop English Learning
Achievement in the Present Simple Tense and the Past Simple Tense of
Prathom Suksa 6 Students at Ban Sriboonrueng School

เอนก สุขพิงค์^{1*}, เฉลิมชัย ไชยชมภู^{2**}

Anek Suping^{1*}, Chalermchai Chaichompu^{2**}

¹โรงเรียนบ้านศรีบุญเรือง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2

ตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50210 ประเทศไทย

Sriboonrueng School, Chiang Mai Primary Education Service Area Office 2

Papai Sub District, Sansai District, Chiang Mai Province 50210, Thailand

²สาขาวิชาภาษาอังกฤษ ภาควิชาภาษาตะวันตก

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

เลขที่ 202 ถนนช้างเผือก ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300 ประเทศไทย

²English Program, Department of Western Languages

Faculty of Humanities and Social Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

202 Chang Puak Road, Chang Puak Sub district, Maung District, Chiang Mai Province, 50300,

Thailand

รับบทความ: 7 เมษายน 2564

ปรับปรุงบทความ: 26 มิถุนายน 2564

ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 7 กรกฎาคม 2564

บทคัดย่อ

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของบทเรียนโปรแกรมมัลติมีเดียเรื่องปัจจุบันกาลและอดีตกาลตามเกณฑ์มาตรฐาน 75/75 เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังการเรียนของนักเรียนที่เรียนด้วยบทเรียนโปรแกรมมัลติมีเดียเรื่องปัจจุบันกาลและอดีตกาล และเพื่อศึกษาความคิดเห็น

* ผู้เขียนหลัก (ครูภาษาต่างประเทศโรงเรียนบ้านศรีบุญเรือง สพ.ชม.เขต 2)

อีเมล: supinganek@gmail.com

**อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์สาขาวิชาภาษาอังกฤษ ภาควิชาภาษาตะวันตก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่)

ของนักเรียนที่มีต่อบทเรียนโปรแกรมมัลติมีเดีย กลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่กำลังเรียนวิชาภาษาอังกฤษ ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2563 โรงเรียนบ้านศรีบุญเรือง จำนวน 27 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ โปรแกรมมัลติมีเดีย แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน แบบสอบถาม แผนการสอน และแบบสัมภาษณ์ หลังจากนักเรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียนแล้ว นักเรียนได้เรียนผ่านโปรแกรมมัลติมีเดียเรื่องปัจจุบันกาลและอดีตกาล ที่สร้างจากโปรแกรม Adobe Captivate 2019 จากนั้นนักเรียนทำแบบทดสอบหลังเรียน ตามด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า การสอนผ่านบทเรียนโปรแกรมมัลติมีเดียเรื่องปัจจุบันกาลและอดีตกาลที่สร้างขึ้นมีค่าประสิทธิภาพ 75.06/80.55 คะแนนที่ได้จากการสอบหลังเรียนผ่านบทเรียนโปรแกรมมัลติมีเดียเรื่องปัจจุบันกาลและอดีตกาลสูงกว่าก่อนเรียนมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อการสอนผ่านโปรแกรมมัลติมีเดียอยู่ในระดับสูงสุดโดยมีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54

คำสำคัญ

โปรแกรมมัลติมีเดีย นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ปัจจุบันกาล อดีตกาล

Abstract

The objectives of this study were to investigate the effects of the multimedia program on the use of the Present Simple tense and the Past Simple tense based on the 75/75 standard criteria, to compare the students' learning achievements after the implementation of the multimedia program, and to explore the students' satisfaction towards the use of the multimedia program. The participants were 27 Prathom Suksa 6 students at Ban Sriboonrueng School selected by adopting the purposive sampling method. The lessons were designed for the students by incorporating the multimedia program which was based on the Adobe Captivate 2019. The instruments comprised the multimedia program, the pretest and posttest, the questionnaire, six lesson plans, and the semi-structured interview. The pretest was administered before the experiment. After the experiment, the posttest was administered to examine their English learning achievement. Then, all students were asked to complete the questionnaire and five students were randomly selected for the interview to explore their satisfaction. The data were statistically analyzed for mean, percentage, and standard deviation. The findings revealed that the efficiency of the multimedia program (E_1/E_2) was at 75.06/80.55, which was higher than the standard criteria of 75/75. Furthermore, the students' English learning achievement was improved significantly as there was a significant difference in the mean scores before and after the implementation at the 0.01 level. The satisfaction of the

students about learning through the multimedia were at the highest level with the mean scores of 4.54.

Keywords

Multimedia Program, Prathom Suksa 6 Students, English Language Achievement, Present Simple Tense, Past Simple Tense

Introduction

One important subject studied in all Thai schools is English grammar due to the fact that it has an important function in all English skills. Grammar makes those four English skills meaningful and comprehensible. It was said that to master English is to master its grammar. However, learning grammar is not easy as we think. It requires not only effective methods to make learners motivated and active in learning but also application of grammar in real life. Mart (2013, 125-129) pointed out that one important key in foreign language acquisition is to understand grammar. To be in line with this, Tomakin (2014, 120) stated that nobody can master a language without learning its grammar inasmuch as grammar helps them to build meaningful words or sentences. According to the 2019 report by the National Institute of Educational Testing Service (NIETS), Ministry of Education, it was revealed that the average English test scores of sixth grade Thai students in ordinary national educational test (O-NET) at the primary school level from 2017 to 2019 were below the standard at approximately 36.34, 39.24, 34.42 out of 100, respectively (NIETS, O-NET report, 2017-2019). For Prathom Suksa 6 at Ban Sriboonrueng School, the average mean scores in the same period were 27.50, 36.73, 26.55 respectively, which were considered well below the national standard. The report revealed that Thai students, especially Prathom Suksa 6 students, were below the standard in English as well as other subjects. This is primarily because most Thai students use little English in daily life, and they worry about grammar; therefore, they do not attain enough exposure to a variety of learning experiences through practice. Furthermore, they have very little time to practice English outside of class. Another obstacle is the limitation of motivation to learn English, which is one of the obstacles in their English learning development. Though, they have learned English for longer than six years, their English skills have still not been well developed.

From personal experience as an English teacher, grammar is one of the most difficult problems that teachers have encountered so far. Last semester, a grammar test containing 30 multiple-choice items was administered at my school in order to test the students' grammar ability. It was found that only 11 of 41 students could pass the grammar test. When the results were examined in detail, it was revealed that Present Simple tense gained the lowest scores of all, followed by Past Simple tense consecutively. The test included present simple tense, past simple tense, punctuation, preposition, adjective, adverb, subject and verb agreement, and capitalization respectively. Present Simple and Past Simple Tenses are ones of the essential skills that should be mastered by the students due to the fact that they are the basis of other tenses. The skills deal with how to form sentences and how to use them in an appropriate and correct way. In teaching and learning the Present and Past Simple tenses, the students are often confused about the rules: consequently, they sometimes get bored in the teaching and learning process employed by the teacher, resulting in low scores on English caused by the teaching failure.

Presently, it is seen that computer technology plays an important role in the English language classroom. This is useful not only for teachers but also for students. Since the 1980's, it is obvious that the computer has had a great potential in language learning (Nazir, 1999, 202). Therefore, computers have been used in language learning and have become a valuable tool for language teaching and learning activities. They enable teachers to implement new methods with the integration of culture, grammar, and real language use. To be successful learners, there are requirements not only for the four English language skill practice, but also those for grammar. The study and practice of the rules of grammar help learners know how words change and how they are put together to construct sentences. There are several kinds of grammatical rules of English, but the most common mistakes of Prathom Suksa 6 students at Ban Sriboonrueng School are the confusion of tense use, especially the Present Simple tense and the Past Simple tense.

This research focused on developing a multimedia program for Prathom Suksa 6 students in order to solve grammar problems on the use of the Present Simple Tense and the Present Simple Tense and to use technology to enhance language learning to achieve this proficiency. Therefore, this study included an exploration of the development of the multimedia program to teach English grammar especially in these two areas for Prathom Suksa 6 students at Ban Sriboonrueng School.

Research Objectives

1. To investigate the effects of the multimedia program on the use of the Present Simple tense and the Past Simple tense based on the 75/75 standard criteria,
2. To compare the students' learning achievements after the implementation of the multimedia program on the use of the Present Simple tense and the Past Simple tense, and
3. To explore students' satisfaction through the use of the multimedia program to improve their use of the Present Simple tense and the Past Simple tense

Literature Review

Media play a number of roles in education that have to do with communication and instrumentation. These roles can be classified into three categories: (1) the delivery of instruction, in which media are used to transform specific contents, (2) the construction of mediated environments, in which media help students explore and construct understanding of a body of knowledge, and (3) the development of cognitive skills, where media are used to model, engender, or extend mental skills. Three types of theories support these roles of media. Semiotic theories are concerned with how media represent what they refer to. Cognitive theories account for how students decode and learn from the message media convey (Pangaribuan, Sinaga & Sipayung, 2017, 213). The educational strength of multimedia is that it uses the natural information processing ability that we definitely possess as humans. Our eyes and ears, together with our brain, come together to form a formidable system for completely changing meaningless sense data into information (Fenrich, 1997). In conclusion multimedia technology can be applied to create a wide variety of different interactive learning environments. These environments are highly designed in such a way that the learning process is in a manner that learners are in control, participative, and continuously motivated.

Implementation of multimedia in the classroom is globally practiced in teaching and learning process. This part presents the previous relevant studies using multimedia in classroom. Using information and communication technology (ICT) in the teaching and learning process is unavoidable in this age. Using technology in class will motivate a positive impact on students' attitude. It also has effective impacts on learning and can make the learning process enjoyable (Clark, 1994, 24-25). In learning languages, computer technologies can be used in different ways. Many computer facilities contribute to improving grammar

development. Multimedia is one of the computer facilities referred to as computer-based systems that make use of varying types of contents, for instance, text, audio, video, graphics, animation, and interactivity (Akhlaghi & Zareian, 2015, 164). To be in line with this, Dewan and Sripetpub (2014, 30) indicated that after learning new words by CAVL package, the students' knowledge of learned vocabulary grew significantly. Moreover, Abu Bakar and Nosratirad (2013, 235) stated that computer games were beneficial in sustaining language learning, especially, in providing space to learn independently, were a tool for self-study and created an independent learning environment, and provided the learners with a stress-free learning environment.

To summarize, using technology in the classroom can change the ways of teachers and students to think about the teaching and learning processes. Due to the fact that technology can allow teachers to make the transition from teacher-directed learning to learner-centered learning, a change will often draw in even hard-to-reach kids. Furthermore, society expects educators and teachers to incorporate educational computer and technology into their classrooms. Therefore, this research implemented technology into the classroom in order to solve student's problematic grammar use of the Present Simple tense and the Past Simple tense.

This part includes the relevant studies on the implementation of the multimedia technology in English as a Foreign Language classroom in Thailand. Gasigijtamong (2013, 48) who investigated the effects of using multimedia annotations on EFL readers' word recall and text recall, revealed that Thai EFL learners recalled about 42% of words after utilizing multimedia vocabulary annotations. This recall was significantly higher than their pretest scores. In accordance with the affordances of 21st century learning skills, Larson and Miller (2011, 121-122) in consistence with Brown (2003, 4) and West & Vosloo (2013, 38), who believed that mobile devices could make learners more creative, increase their communication and collaboration with teachers and other students, enhance their technology skills, and improve their general learning. Students with the lowest level of agreement (though still positive) indicated that the use of mobile devices in EFL classes could increase their excitement to attend classes and to learn. This may be indicative of how mobile devices have been accepted as effective learning aids. Howlett & Waemusa (2019, 75) examined the extent to which English as a Foreign Language (EFL) high-school students believed that mobile devices increase learning and learners' satisfaction in the Thai school/classroom context. The findings

revealed that students were in agreement with every aspect regarding the advantageous ways mobile devices could help them study English in the EFL classroom or school setting.

For the implementation of the multimedia computer assisted instruction program on the use of the Present Simple tense and the Past Simple tense, it was revealed that the students learning the two tenses via multimedia programs had achieved higher scores in their posttest. Additionally, the efficiency values of the teaching and learning instruments and learning progress were higher than the pre-determined standard criteria. Furthermore, satisfaction of the students was found to be at the high to highest levels in these previous studies. Moreover, the students found that learning English through the multimedia programs were exciting, enjoyable and motivational, and it was also convenient to get access to and review the contents as often as they could (Sutthirad, 2009, 74-75; Kaiyarach, 2010, 81; Inchai, 2011, 72)

Efficiency criteria are the criteria used to ensure that the content contained in the media or in teaching is appropriate and understandable. The criteria of efficiency is divided into two types: efficiency of process (E_1) and efficiency of product (E_2), when evaluation the student's behavior. Efficiency of process assessment is a transitional behavior consisting of partial student behaviors called "process". Projects, reports, group work, and individual reports are examples of tasks assigned to students as transitional behaviors. On the other hand, product efficiency is a final behavior, such as the unit test or the final exam.

In this study, the efficiency of the process and product was used to evaluate the multimedia-incorporated lessons and the posttest. The criteria of efficiency are composed of the efficiency of the process (E_1) and the efficiency of the product (E_2). The efficiency of the process is derived from the exercises in the lessons, while the efficiency of the product is derived from the posttest after the implementation of the multimedia-incorporated lessons. The average score of the exercises and the posttest was set at $E_1/E_2 = 75/75$. To find out the efficiency of the lessons and the posttest, the following formulas were applied.

$$1. E_1 = \frac{\bar{x}}{A} \times 100$$

E_1 = Efficiency of the process

\bar{x} = Average scores students obtain from the exercises

A = Total scores of the exercises in the lessons

$$2. E_2 = \frac{\bar{x}}{B} \times 100$$

E_2 = Efficiency of the outcomes

\bar{x} = Average scores students obtain from the posttest

B = Total scores of the posttest

Methodology

1. Research Design

This study employed quasi-experimental research with a one-group-pretest-posttest design as illustrated in the following diagram.

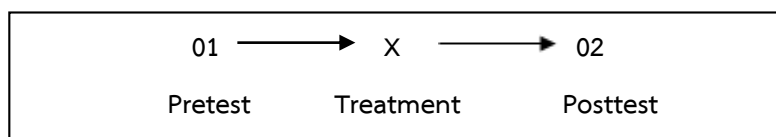


Figure 1: The research design used in this study

2. Population and Sample Group

The participants consisted of 27 Prathom Suksa 6 students studying in the second semester in the academic year 2020 at Ban Sriboonrueng School. There was only one class in Prathom Suksa 6, therefore, every student was purposively selected as the participants in this study.

3. Variables

Variables comprised the independent variable and the dependent variables. The independent variable was the teaching method based on the multimedia program on the Present and Past Simple tenses while the dependent variables were composed of the students' English achievement and students' satisfaction towards the multimedia program lessons.

4. Research Hypotheses

Hypotheses were composed of (1) the efficiency of the multimedia program on Present Simple tense and Past Simple tense was able to meet the 75/75 standard criteria, (2) after implementing the multimedia program, students' posttest achievement was significantly

higher than that of their pretest achievement at the .01 level, and (3) the students' satisfaction towards the use of multimedia program were significantly positive.

5. Construction and Efficiency of the Instruments

5.1 The Multimedia Program entitled the Present and Past Simple tenses was designed and constructed as follows; (1) English Grammar for Prathom Suksa 6 students was studied, (2) The Adobe Captivate version 2019 was used to design and construct the multimedia program, (3) The multimedia program was verified and assessed by three specialists. The mean score of the quality of the multimedia program were 4.835, (4) The multimedia program lessons were tried out with 30 Prathom Suksa 6 from another school. They were categorized into three groups: ten good students, ten fair students and ten poor students. The results of the tryout were used to improve the program, so that the efficiency of the program was 75.33/77.33 which met the 75/75 standard criteria, and (5) The results of the tryout were analyzed and used to improve the lessons.

5.2 The Lesson Plans covered contents of how to construct the forms and how to use the Present and Past Simple tenses. They comprised 6 units, including TV Program, TV Program Highlights, TV Program Surveys, Where were you yesterday, Visiting Hongkong, and My Best Holidays. The PPP teaching methods were adopted to construct the lesson plans. Each unit lasted 2 hours within one and a half months. After that, three specialists were asked to examine the lesson plans. The mean score of the item-objective congruence (IOC) index rating of the lesson plans was 0.93, which is at an acceptable level.

5.3 The Pretest and Posttest was constructed and it consisted of the same 20 multiple choice questions. Firstly, the contents emphasizing the Present and Past Simple tenses were studied. After that, 40 test questions from each tense were initially constructed with four alternatives for each question. Secondly, three specialists were asked to assess the correctness and appropriateness of the test items. The mean of the pretest and posttest for the Present and Past Simple Tense using the index of item objective congruence (IOC) was 0.95. Thirdly, 30 Prathom Suksa 6 students from another school were asked to take the test as a pilot study. The results from the pilot study were analyzed to examine the level of difficulty and discrimination power. The item analysis results for difficulty (p) were 0.63, which was an acceptable value, and the discrimination index (r) was 0.33, which was an acceptable value and The KR-20 value was at 0.79 which was higher than ≥ 0.7 . Finally, twenty test items were selected to incorporate in the pretest and posttest.

5.4 The Questionnaire was designed and developed step-by-step as follows. Firstly, Likert's method was examined on how to develop the satisfaction questionnaire. After that, the problems related to the learning through the multimedia program were collected. Secondly, twenty statements were constructed. They comprised 10 positive and 10 negative statements. Thirdly, three specialists were asked to assess the appropriateness of questionnaire items by means of IOC. The mean of the evaluation scores of the questions for the students' questionnaire was 0.95. The t-test for each item was .865. The item with the value between 0.05-1 was accepted. Alpha Coefficient was used to calculate the reliability coefficient value. The value of Cronbach's Alpha Coefficient was .941 which was greater than .07.

5.5 The Semi-Structured Interview was designed to investigate the students' satisfaction through the lessons with the integration of the multimedia program. It contained five questions related to the use of the program. After that, three specialists were asked to assess the interview questions for their appropriateness by means of IOC.

6. Data Collection

The data collection involves the following steps; (1) the pretest was administered to the participants, (2) the participants were taught with the incorporation of the multimedia program on the Present Simple tense and the Past Simple tense, (3) the participants were asked to take the posttest after the implementation, and complete the questionnaire in the last session, and (4) five students were randomly selected for the interview about their satisfaction through learning with the incorporation of the multimedia program.

7. Data Analysis

The data from the study results were divided and analyzed as follows. The quantitative data from the pretest and posttest was statistically analyzed for mean, percentage, and standard deviation. For the qualitative data derived from the interview, the content analysis was adopted and the results were presented descriptively. For the questionnaire to elicit the students' satisfaction through the use of the multimedia program, the data was statistically analyzed for mean by using the following criteria.

Means (\bar{x})	Interpretation
4.50 – 5.00	Highest
3.50 – 4.49	High
2.50 – 3.49	Moderate
1.50 – 2.49	Low
1.00 – 1.49	Lowest

Meanwhile, the data analysis for the mean in items 7-10 was in the negative statement, so the reversed score was used to be interpreted as follows.

1.00 – 1.49	Highest
1.50 – 2.49	High
2.50 – 3.49	Moderate
3.50 – 4.49	Low
4.50 – 5.00	Lowest

Results

The findings are presented in three main parts. The first part illustrates the effects of the multimedia program on the use of the Present Simple tense and the Past Simple tense. The second part is concerned with the statistical comparison of the students' learning achievements between their pretest and posttest scores. The last part is about the students' satisfaction through the multimedia program.

Table 1

Results of the Efficiency of the Learning Process

Learning Unit	No. of Learners	Total Scores	Scores during Learning	\bar{x}	Efficiency Value
1	27	10	167	6.15	61.5
2	27	10	180	6.67	66.7
3	27	10	202	7.48	74.8
4	27	10	209	7.74	77.4
5	27	10	226	8.37	83.7
6	27	10	233	8.63	86.3
Total	27	60	1217	45.04	75.06

As seen from Table 1, the results of the efficiency of the learning process revealed that the efficiency index of the multimedia program on the use of the Present Simple tense and the Past Simple tense was 75.06, which met the pre-determined criteria.

Table 2

Efficiency of the Development of the Multimedia Program according to the criteria of the 75/75 standard efficiency

Scores	No. of Learners	\bar{X}	Efficiency Value (E_1/E_2)
Efficiency of process (Total score = 60)	27	45.04	$E_1 = 75.06$
Efficiency of results (Total score = 20)	27	16.11	$E_2 = 80.55$

Table 2 shows the results of the process effects using the multimedia program on the use of the Present Simple tense and the Past Simple tense. Efficiency of the practices during the learning process (E_1) was equal to 75.06 and that of the results (E_2) was equal to 80.55. The efficiency analysis results indicated that both the process scores and the posttest scores met the 75/75 efficiency criteria.

Table 3

Comparison of the pretest and posttest scores

Score	N	Total score	Min	Max	Mean	S.D.	t	sig (2-tailed)
Pretest	27	20	4	18	7.15	2.612	-19.077	0.00
Posttest	27	20	11	20	16.11	1.739		

* $p < 0.01$

According to Table 3, the students' scores in the pretest and posttest were compared. It was found that there was a significant difference in the scores before and after the implementation of the multimedia program on the use of the Present and Past Simple tenses. For the pretest, most students could not perform correctly in terms of using correct grammatical forms. However, after the implementation, their grammatical ability was improved significantly. As presented in the table, with the total scores of twenty, the mean score of the pretest was 7.15 with the standard deviation of 2.612, while that of the posttest increased to

16.11 with the standard deviation of 1.739. The t-value was -19.077, which indicated a statistically significant difference between the pretest and posttest mean scores at the 0.01 level.

Table 4

Students' levels of satisfaction on the use of the multimedia program

Description	Satisfaction levels		
	\bar{x}	S.D.	Interpretation
1. The multimedia program can improve your understanding of English lessons.	4.70	0.465	Highest
2. The multimedia program is very beneficial in your English learning.	4.63	0.492	Highest
3. The multimedia program makes English language learning interesting and enjoyable.	4.89	0.320	Highest
4. The multimedia program is easy and convenient to use.	4.26	0.764	High
5. The multimedia program promotes your useful experience.	4.78	0.424	Highest
6. The multimedia program's interactive nature can motivate you and lead you to find the contents more interesting.	4.56	0.517	Highest
7. The multimedia program is not useful in English language learning.	4.33	0.679	High
8. The multimedia program does not help increase your English language learning ability.	4.63	0.492	Highest
9. It takes a lot of time to operate the multimedia.	4.33	0.679	High
10. The multimedia program's contents do not make the lessons interesting.	4.30	0.724	High
Total	4.54	0.175	Highest

Table 4 shows that the overall satisfaction of the students with the multimedia program was at the highest level (4.54). When the items were taken into consideration, it was revealed that the students perceived the highest level of satisfaction on the multimedia program making English learning interesting and enjoyable ($\bar{x} = 4.89$, S.D. = 0.320), followed by the multimedia program promoting useful experience ($\bar{x} = 4.78$, S.D. = 0.424) and the

multimedia being able to improve their understanding of the English lessons ($\bar{x} = 4.70$, S.D. = 0.465). The lowest level of satisfaction was on the multimedia program being easy and convenient to use ($\bar{x} = 4.26$, S.D. = 0.764).

After the experimentation, an in-depth interview was conducted with five students who were randomly selected. This semi-structured interview contained five question items, and the results of the interview are summarized and presented descriptively as follows. All the interviewees perceived that learning the Present and Past Simple tenses via the multimedia program was interesting and enjoyable, as the contents and exercises were colorful with well-designed pictures and icons, making navigation easy, convenient, and friendly. From the findings from the questionnaire and interview, it can be summarized that the students were satisfied with the Present Simple tense and the Past Simple tense lessons through the multimedia program. Most students thought their learning was better after they learned through the multimedia program. They were motivated, encouraged, and interested in the lessons enriched by the multimedia program. Furthermore, they felt more confident of their ability to form the correct grammar sentences.

Discussion

The discussion of the research findings was conducted according to the research hypotheses as follows. The efficiency of the multimedia program on the Present Simple tense and the Past Simple tense was 75.06/80.55, which was higher than the 75/75 pre-determined standard criteria. This indicated that the multimedia program was an efficient tool to assist English grammar teaching and learning on the topics. This was because the program was verified and assessed by the specialists in terms of appropriateness and accuracy of the contents, language, designs, and presentations. Then a two-hour preparation on using the computer program was carried out in order to familiarize students with the use of the program. During the experiment, the students' scores had increased gradually, because they might have more opportunity to practice the exercises repeatedly. Furthermore, while they were learning, they could revise, do the exercises and check the answers by themselves, which resulted in them getting the higher scores in the posttest.

This could motivate and encourage them to learn language through the multimedia program. Nakkee (2014, 66-67) and Chamnannarong (2013, 67) claimed that multimedia programs could stimulate and attract learners. It also helped them to enhance the

autonomous skills and provide them more opportunities to gain direct experiences. This was congruent with Howlett and Waemusa (2019, 80) who suggested that utilizing multimedia programs in the classroom could change the ways of teachers and students for considering the teaching and learning processes. It is factual that technology enables teachers to make the transition from teacher-directed learning to learner-centered learning; a change that would often draw in even hard-to-reach children.

To compare the students' learning achievement after the implementation of the multimedia program on the use of the Present Simple tense and the Past Simple tense, the results indicated that there was a statistically significant difference between the pretest and the posttest scores at the 0.01 level. It can be concluded that the multimedia program was efficient and effective, because it could make the students' achievement scores higher. It also offered the incorporated multimedia contents with clarifications on the grammar structures, which were accessible for them to learn and practice. Additionally, it was quite new for the students to learn language through courseware. This encouraged them to learn and make them interested in the lessons more than they were used to. The findings corresponded with the studies of Khunlert (1999, 49) and Sa-ard (2004, 81), indicating that a computer assisted instruction program could help students improve their learning achievement through the use of multimedia programs. It proved that after being taught by the multimedia program the students' performance in listening, speaking, reading and writing was higher. Kaiyarach (2010, 87-88) and Inchai (2011, 72-73), also confirmed that the multimedia program allowed students to practice various grammar items and language features in interactive learning activities. Consequently, it enhanced students' ability to grasp certain grammatical items in these contexts.

Conclusion

The findings revealed that the efficiency of the multimedia program (E_1/E_2) was at 75.06/80.55, which was higher than the standard criteria of 75/75. Furthermore, the students' English learning achievement was improved significantly as there was a significant difference in the mean scores before and after the implementation the multimedia program at the 0.01 level.

Therefore, it can be concluded that the multimedia program was able to help the students improve their use of the Present and Past Simple tenses. Moreover, the students'

overall satisfaction with the multimedia program was at the highest level. From the in-depth interview with the five students, it was revealed that the students responded favorably to this multimedia program. They enjoyed learning with it because they liked colorful pictures and interesting exercises. It had various functions that enabled them to engage the lessons better, such as sound, videos, graphics, and other functions. Moreover, all of them said that they felt excited to get involved with this tool because this was the first time using this type of technology. However, there were some limitations, which included internet connection and technical problems. To summarize, the students agreed that the multimedia program was efficient in assisting their English grammar learning. They also recommended that the program be used as a part of the learning process.

Based on the results of this study, the recommendations for further studies were discussed as follows; More research on language learning through multimedia should be adopted with other groups of participants with longer experiment periods. The current research adopted a one-group pretest, posttest design. It might be questionable whether the students' learning achievement was actually due to the treatment or the novelty effect. Thereby, further empirical studies should be conducted in both control and experimental groups.

References

- Abu Bakar, N. & Nosratirad, E. (2013). Sustaining vocabulary acquisition through computer game: A case study. **Asian Social Science**. 9(5), 1911-2017.
- Akhlaghi, M. & Zareian, G. (2015). The effect of power point presentation on grammar and vocabulary learning of Iranian pre-university EFL learners. **Academic Research International**. 6(1), 160-165.
- Brown, T. (2003). The role of M-learning in the future of E-Learning in Africa. In **21st ICDE World Conference, Hong Kong, China, June 2003**. (pp. 1-12). China. Retrieved July 13, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/237221533_The_role_of_m-learning_in_the_future_of_e-learning_in_Africa.
- Clark, E. (1994). Media will never influence learning. Educational technology. **Research and Development**. 42(2), 21-29.

- Dewan, G. & Sripetpub, W. (2014). **Effectiveness of a computer-assisted vocabulary learning package for nursing students and their learning attitude.** (Master's thesis, Master of Arts in Teaching English as an International Language, Prince of Songkla University).
- Chamnannarong, C. (2013). **The development of an English instructional package on the simple present tense for Matthayom Sueksa Two students at Ramkhamhaeng University Demonstration School.** (Master's thesis, Master of Education Program in Teaching English, Ramkhamhaeng University).
- Fenrich, P. (1997). **Practical guide for creating multimedia applications.** New York: The Dryden Press Harcourt Brace College Publisher.
- Gasijitamong, J. (2013). Effects of multimedia annotations on Thai EFL readers' words and text recall. **English Language Teaching.** 6(12), 48–57.
- Howlett, G. & Waemusa, Z. (2019). 21st century learning skills and autonomy students' perception of mobile devices in the Thai EFL context. **Teaching English with Technology.** 19(1), 72-85.
- Inchai, P. (2011). **The development of the electronic book on the topic of “present simple tense” for Mathayomsuksa 2 students.** (Master's thesis, Master of Education Program in Computer Education, Rajabhat Maha Sarakham University).
- Kaiyarach, K. (2010). **The creative of a web-based learning environment based on constructivist theory entitled “present simple tense” for the fifth-grade students.** (Master's thesis, Master of Arts in Applied Linguistics for English Language Teaching, King Mongkut's University of Technology Thonburi).
- Khunlert, N. (1999). **Use of a computer program in teaching English on the topic of past simple tense of Prathom 6.** (Master's thesis, Master of Education in Elementary Education, Chiangmai University). [In Thai]
- Larson, L. & Miller, T. (2011). 21st Century Skills: Prepare students for the future. **Kappa Delta Pi Record.** 47(3), 121-123.
- Mart, C. T. (2013). Teaching grammar in context: Why and how? **Theory and Practice In Language Studies.** 3(1), 124-129.
- Nakkee, J. (2014). **Learning management by using multimedia to develop Thai vocabulary pronunciation and writing skills for Prathomsuksa 4 students.** (Master's thesis, Master of Education in Curriculum and Instruction, Chiangmai Rajabhat University). [In Thai]

- National Institute of Educational Testing Service (Public Organization). (2017). **The Report of national test for basic education level (ONET) 2017 academic year**. Retrieved July 13, 2020, from http://www.newonetestresult.niets.or.th/AnnouncementWeb/PDF/SummaryONETM3_2560.pdf. [In Thai]
- National Institute of Educational Testing Service (Public Organization). (2018). **The Report of national test for basic education level (ONET) 2018 academic year**. Retrieved July 13, 2020, from http://www.newonetestresult.niets.or.th/AnnouncementWeb/PDF/SummaryONETM3_2561.pdf. [In Thai]
- National Institute of Educational Testing Service (Public Organization). (2019). **The Report of national test for basic education level (ONET) 2019 academic year**. Retrieved July 13, 2020 from <https://bet.obec.go.th/New2020/wp-content/uploads/2020/06/onet-p3m3m62562.pdf>. [In Thai]
- Nazir, E. (1999). **The benefit of internet in second language learning**. London: Longman.
- Pangaribuan, T. Sinaga, A. & Sipayung, T. (2017). The effectiveness of multimedia application on students listening comprehension. **English Language Teaching. Canadian Center of Science and Education**. 10(12), 212-218.
- Sa-ard, K. (2004). **The development of computer assisted instruction on present simple tense and present continuous tense for Prathom VI students at Assumption College Rayong**. (Master's thesis, Master of Arts in English Studies, Suranaree University of Technology, Nakhon Ratchasima).
- Sutthirad, P. (2009). **The development of computer-assisted instruction on present simple tense and past simple tense for Matthayom Suksa 1 students**. (Master's thesis, Master of Education Program in Educational Technology and Communications, Chiangmai Rajabhat University).
- Tomakin, E. (2014). Teaching English tenses (grammar) in the Turkish texts: A case of simple present tense. **International Journal of Learning & Development**. 4(1), 115-131.
- West, M. & Vosloo, S. (2013). **Policy guidelines for mobile learning**. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

องค์ประกอบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและทัศนคติที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
Components of Marketing Mix Factors and Attitudes Affecting Purchasing Behaviors of Mosquito and Insect Repellent Products among Consumers in Bangkok

สุทามาส วงศ์จรัสกุล^{1*}, จิรวุฒิ หลอมประโคน^{2**}
Suthamas Wongjaraskul^{1*}, Chirawut Lomprakhon^{2**}

^{1,2}สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
85/1 หมู่ 2 ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 ประเทศไทย

^{1,2}Modern Trade Management Program, Faculty of Business Administration,
Panyapiwat Institute of Management
85/1 Moo 2, Chaengwattana Road, Bang Talad Sub-district, Pakkred District
Nonthaburi Province, 11120, Thailand

รับบทความ: 9 พฤษภาคม 2564

ปรับปรุงบทความ: 9 กรกฎาคม 2564

ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 27 กรกฎาคม 2564

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อและองค์ประกอบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและทัศนคติที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแบบสอบถามที่ 0.93 ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 36-45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท สมาชิกที่อาศัยอยู่ร่วมกัน 3-4 คน ซื้อเดือนละ 1 ครั้ง ตราที่ซื้อคือไปก่อน โดยซื้อใช้เอง ซื้อครั้งละ 1 กระป๋อง ปริมาณที่ซื้อ 600 มิลลิตร ซื้อด้วยตนเอง ซื้อที่ร้านสะดวกซื้อใกล้บ้าน สรุปผลการวิจัย เรื่อง องค์ประกอบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและทัศนคติที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการ

* ผู้เขียนหลัก

อีเมล: sutamas_kae@hotmail.com

**อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก (อาจารย์ ดร. ประจักษ์สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์)

การซื้อ รวมทั้งหมด 5 องค์ประกอบ ประกอบด้วย 1) รายละเอียดครบถ้วนปลอดภัย อธิบายตัวแปรเดิมได้ทั้งหมดร้อยละ 45.278 2) สินค้าราคาถูก 3) กลุ่ม O2O (Online to Offline) การผสมผสานธุรกิจจากออนไลน์ไปยังออฟไลน์ 4) ข้อมูลละเอียดครบถ้วน 5) เน้นประสบการณ์ โดยองค์ประกอบที่ 1 – 3 สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรเดิมได้ทั้งหมดร้อยละ 45.278, 8.924, 6.845 และองค์ประกอบที่ 4 - 5 สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรเดิมได้ทั้งหมดร้อยละ 54.796, 11.649 ตามลำดับ

คำสำคัญ

องค์ประกอบของปัจจัย พฤติกรรมการซื้อ สเปรย์กำจัดยุงและแมลง

Abstract

The objective of this research was to investigate purchasing behaviors and components of marketing mix factors and attitudes affecting consumers' purchasing behavior. The sample was 400 consumers in Bangkok. A research instrument for data collection was a questionnaire with a reliability coefficient of 0.93. The results of this research indicated that most of the respondents were females, aged 36-45 years, graduated with a bachelor's degree, worked as company employee, earned a monthly income between 15,000 – 25,000 baht, and had 3-4 family members living together. In terms of purchasing behaviors, the respondents purchased mosquito and insect repellent products once a month. The popular brand purchased was Baygon. A reason for purchase was for their own use. The purchasing frequency was one unit per time. A purchase amount was 600 ml. They purchased by themselves. They purchased products at a convenience store near home. The research results could be summarized that there were five components of marketing mix factors and attitudes affecting purchasing behaviors, namely: 1) Complete details with safety emphasis could explain 45.278% of the variance in the original variables, 2) Cheap products, 3) O2O group (Online to Offline) business, 4) Detailed information, and 5) Emphasis on experience. Components 1 – 3 could explain all the variances of the original variables at 45.278%, 8.924%, and 6.845%, respectively and Components 4 – 5 could explain all the variances of the original variables at 54.796 % and 11.649 %, respectively.

Keywords

Components of factors, Purchasing behaviors, Mosquito and insect repellent spray

บทนำ

ยุงเป็นปัญหาสำคัญ ด้านสาธารณสุขของทั่วโลกและประเทศไทย เนื่องจากยุงเป็นพาหะนำโรคไข้มาลาเรีย ไข้สมองอักเสบ ไข้เลือดออกที่เกิดจากเชื้อไวรัสเดงกี และโรคชิคุนกุนยา ปัจจุบันยังไม่มีวัคซีนที่สามารถป้องกันโรคดังกล่าว (Bumrungrad International Hospital, 2020) ในแต่ละปีมนุษย์เสียชีวิตเพราะยุงมากที่สุดถึงปีละ 725,000 คน (The Standard, 2018) สถานการณ์โรคไข้เลือดออกปี 2020 สัปดาห์ที่ 30 วันที่ 1 มกราคม - 5 สิงหาคม 2020 มีผู้ป่วยรวม 38,004 ราย เสียชีวิต 27 ราย อัตราการป่วยต่อแสนคนอยู่ที่ 57.32 ราย (Department of disease control, 2020) จากข้อมูลดังกล่าว มนุษย์จึงหาวิธีการป้องกันไม่ให้ยุงกัด ซึ่งส่วนใหญ่นิยมใช้ผลิตภัณฑ์กำจัดยุงและแมลงเนื่องจาก สะดวกและเห็นผลเร็ว สะท้อนให้เห็นได้จากภาพตลาดรวมผลิตภัณฑ์กำจัดยุงในประเทศที่มีมูลค่าประมาณ 4,500 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 5 แบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์กำจัดยุงออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ กลุ่มสเปรย์ฆ่ายุง มีมูลค่าประมาณ 2,475 ล้านบาท กลุ่มยาจุดกันยุง มูลค่าประมาณ 1,350 ล้านบาท และกลุ่มสเปรย์ทากันยุงมูลค่าประมาณ 675 ล้านบาท (BrandAge, 2017) ตลาดรวมเฉพาะกลุ่มสเปรย์กำจัดแมลงในปี 2019 มีมูลค่าประมาณ 2,550 ล้านบาท แบ่งเป็น กลุ่มกำจัดแมลงรวม ประมาณ 1,505 ล้านบาท กลุ่มกำจัดปลวกและแมลงคาน ประมาณ 612 ล้านบาท กลุ่มกำจัดยุงประมาณ 434 ล้านบาท ข้อมูลจากรายงานดัชนีค้าปลีกของ Nielsen เดือนมีนาคม 2019 (Bangkok Business Online, 2019)

จากสถานการณ์โรคไข้เลือดออกของกรุงเทพมหานคร พบว่าอัตราการป่วยด้วยโรคไข้เลือดออกในปี พ.ศ. 2559 สูงกว่าระดับประเทศ และสูงกว่าค่ามัธยฐานย้อนหลัง 5 ปี และในแผนแม่บทด้านการป้องกันควบคุมโรค เขตเมือง พ.ศ. 2561-2564 กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดให้โรคไข้เลือดออกเป็น 1 ใน 5 โรค ของสถานการณ์โรคที่เป็นปัญหาในเขตเมือง จากการตื่นตัวในการป้องกันและควบคุมไข้เลือดออกของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลิตภัณฑ์ทางเลือกที่สะดวกและรวดเร็วสำหรับป้องกันยุง คือ สเปรย์กำจัดยุงและแมลง เนื่องจากหาซื้อได้ง่ายและสะดวกในการใช้งาน ตอบสนองพฤติกรรมที่เร่งรีบในการดำเนินชีวิตของชุมชนเมือง จึงเป็นโอกาสที่ ตลาดผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลงจะเติบโตได้อีกในอนาคต และน่าจะเป็นโอกาส สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่และผู้ประกอบการรายเดิม จะได้ทราบพฤติกรรมการซื้อและองค์ประกอบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและทัศนคติที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น อีกทั้งเพื่อเป็นแนวทางในการเลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจของผู้ประกอบการ กลุ่มผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและทัศนคติที่มีความสำคัญกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลง ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจซื้อ

1.1 พฤติกรรมผู้บริโภค

Samithikrai (2019, 6) พฤติกรรมของผู้บริโภค คือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก การซื้อ การใช้ สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล Sereerat (2017, 140) พฤติกรรมผู้บริโภค คือกระบวนการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวกับกระบวนการให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ Jitsoonthornchaikul (2018, 13) พฤติกรรมของผู้บริโภค คือ พฤติกรรมของมนุษย์ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความนึกคิด (Thought) ความรู้สึก (Feeling) หรือพฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) และ การแสดงออกของพฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) เป็นการแสดงออกผ่านกระทำของมนุษย์ (Action) ในการดำรงชีวิตประจำวัน

1.2 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

Samithikrai (2020, 11-12) ปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภคคือ พฤติกรรมภายนอกที่สามารถสังเกตเห็นได้ เช่น การเดิน การพูด การหัวเราะ การซื้อสินค้า และพฤติกรรมภายใน คือ การกระทำที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ เช่น ความรู้สึก ทัศนคติ ความเชื่อ การรับรู้ การคิด เป็นต้น ปัจจัยภายใน 1. การรับรู้ (Perception) 2. การเรียน (Learning) 3. ความต้องการและแรงจูงใจ (Needs and Motives) 4. บุคลิกภาพ (Personality) 5. ทัศนคติ (Attitude) 6. ค่านิยมและวิถีชีวิต (Values and Lifestyles) ปัจจัยภายนอก 1. ครอบครัว (Family) 2. กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) 3. วัฒนธรรม (Culture) 4. ชั้นทางสังคม (Social Class)

1.3 กระบวนการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยที่ส่งผลทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือการเลือกใช้บริการมี 5 ขั้นตอนดังนี้ Kotler & Keller (2016, 194-195) 1. การตระหนักถึงปัญหา (Problem Recognition) เป็นกระบวนการเริ่มต้นเมื่อผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาและความต้องการที่เกิดจากสิ่งที่เข้ามากระตุ้นจากภายนอกและภายใน 2. การเสาะหาข้อมูล (Information Search) หลังจากตระหนักถึงปัญหาและความต้องการแล้ว ผู้บริโภคก็เริ่มค้นหาข้อมูล 3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) โดยการนำ ข้อมูลที่ได้มาประเมินเปรียบเทียบกันในแต่ละส่วน โดยอาศัยความเชื่อและทัศนคติที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ 4. การตัดสินใจเลือกซื้อ (Purchase Decision) ผู้บริโภคจะพิจารณา รายละเอียดของสินค้า เช่น ตราสินค้า ขนาดบรรจุ วิธีการซื้อ และช่องทางการชำระเงิน เป็นต้น 5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) ผู้บริโภคจะเกิด

พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ เมื่อผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดความรู้สึกว่าได้รับมากกว่าสิ่งที่คาดหวังและในทางตรงกันข้าม หากสิ่งที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ทำให้อุณหภูมิความรู้สึกว่าได้รับน้อยกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้เกิดความไม่พอใจ เป็นต้น

2. แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (4Ps)

Sereerat (2017, 41) ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) เป็นกลุ่มของเครื่องมือการตลาดที่ต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย Kotler & Keller (2016, 48-49) ส่วนประสมทางการตลาด นั้นโดยพื้นฐานจะมีอยู่ 4 ตัว และเป็นเครื่องมือที่บริษัทต้องใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสิ่งที่บริษัทเสนอขายให้กับผู้บริโภค เพื่อสนองความจำเป็นหรือตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคผ่านสินค้าหรือบริการ อันประกอบด้วย บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ประโยชน์ คุณภาพ ลักษณะ และการบริการ

ราคา (Price) หมายถึง สินค้ามูลค่าที่ผู้บริโภคยอมจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการที่มีคุณค่า

การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ช่องทางที่ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการ ไปยังผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการใช้หรือการบริโภค

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร ระหว่างผู้ขายไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร จูงใจ ให้กับผู้บริโภค Rungruangphon (2020, 180-190) กระบวนการส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย เครื่องมือหลัก ในการสื่อสาร 5 กลุ่ม

1) การโฆษณา (Advertising) การสื่อสารผ่านสื่อสาธารณะ (Mass Medias) เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร จูงใจ หรือตอกย้ำตราสินค้าของผลิตภัณฑ์

2) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) กิจกรรมทางการตลาดที่กระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการด้วยระยะเวลาที่เร็วขึ้น ด้วยปริมาณที่เพิ่มขึ้นโดยมีการกำหนดช่วงระยะเวลาสิ้นสุด เช่น รายการลดราคา แลกซื้อ ของแถม หรือรายการชิงโชค เป็นต้น

3) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่มุ่งสร้างภาพพจน์ และทัศนคติที่ดีขององค์กร ผลิตภัณฑ์ และตราสินค้าต่อผู้บริโภค โดยเชื่อว่าหากผู้บริโภคมีภาพพจน์ที่ดีต่อตราสินค้า ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าและบริการภายใต้ตราสินค้านั้น

4) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) คือ เป็นการสื่อสารที่สื่อตรงไปยังกลุ่มเป้าหมาย เฉพาะเป็นรายบุคคล โดยมีช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายสามารถติดต่อสื่อสารกลับมาได้ ในปัจจุบันเริ่มมีการใช้สื่อสาธารณะในช่องทางนี้เพิ่มมากขึ้น

5) การตลาดเหตุการณ์พิเศษ (Event Marketing) คือ การจัดกิจกรรมทางการตลาดตามฤดูกาล พิเศษต่างๆ เช่น สงกรานต์ ตรุษจีน ปีใหม่ เป็นต้น

The Standard (2020) เสนอแนวโน้มการตลาด ยุคดิจิทัลซึ่งส่งผลการทบทวนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป Digital Marketing จึงมีผลกับการตลาดในอนาคตและการตลาดแบบ Experience First เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ของผู้บริโภคโดยตรง มีการให้ความสำคัญกับสื่อ Offline และ Online

เท่า ๆ กัน นักการตลาดต้องนำประสบการณ์ของผู้บริโภคมาพัฒนาวางแผนการตลาดเพื่อให้ตรงกับความต้องการผู้บริโภค

3. แนวคิดและทฤษฎีด้านทัศนคติ

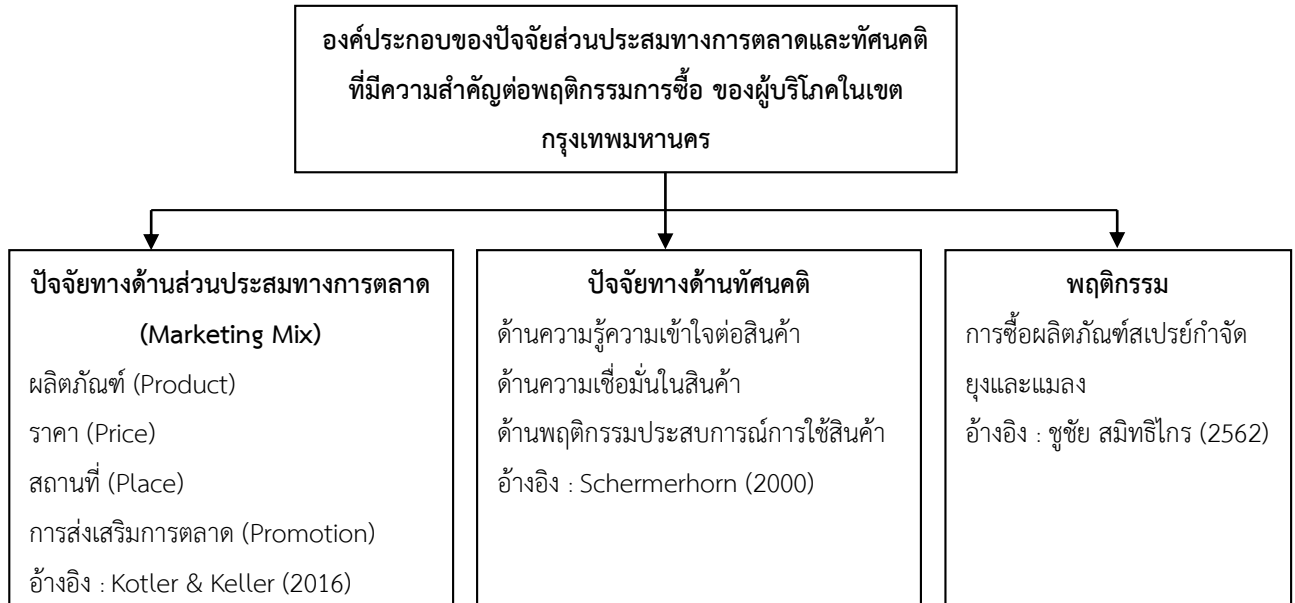
Samithikrai (2020, 180) ทัศนคติ หมายถึง เครื่องมือในการตัดสินใจ เรื่องต่าง ๆ ตั้งแต่เรื่องเล็ก ๆ จนถึงเรื่องใหญ่ เป็นเครื่องมือที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้เร็วขึ้น Schermerhorn (2000, 76) ทัศนคติมีอยู่ด้วยกัน ทั้งหมด 3 องค์ประกอบ คือ 1) องค์ประกอบด้าน ความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive Component) ที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อ ความคิดเห็น ความรู้ และข้อมูลที่บุคคลคนหนึ่งมี 2) องค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) ที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบส่วนบุคคล ซึ่งได้จากสิ่งเร้า 3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) คือ ความตั้งใจที่จะประพฤติในทางใดทางหนึ่ง โดยมีรากฐานมาจากความรู้สึกเฉพาะหรือทัศนคติของบุคคล

4. ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กำจัดยุง

สเปรย์ฉีดยุงชนิดกระป๋อง เป็นผลิตภัณฑ์กำจัดแมลงในครัวเรือนที่หาซื้อได้ตามห้างสรรพสินค้า ร้านค้าทั่วไป และร้านสะดวกซื้อ เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปพร้อมใช้งาน มีประสิทธิภาพในการป้องกันยุงและกำจัดแมลง สเปรย์กำจัดยุงมี 2 สูตร คือ 1. สเปรย์ในกลุ่มที่มีสารออกฤทธิ์ที่ปลอดภัยที่สุด ได้แก่ สารออกฤทธิ์กลุ่มไพรีทรอยด์ และมีสารเสริมฤทธิ์ Piperonyl butoxide หรือ เอส-ไบโอทริน (S-biothrin) 2. สูตรน้ำ (Water base) ใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย ละอองของสารที่ใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย จะหมดฤทธิ์เร็วกว่าสูตรน้ำมัน ข้อดีของสูตรน้ำก็มี คือ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่ไวไฟ และมีความปลอดภัยสำหรับเด็กเล็ก หรือผู้ที่มีภูมิแพ้ง่าย (The office of disease prevention and control 9, 2015, 11)

การเลือกซื้อสเปรย์ฉีดยุงแบบกระป๋อง 1. เลือกซื้อสเปรย์ที่ระบุว่าใช้ฉีดแมลงบินเท่านั้น 2. เลือกที่ใช้สารออกฤทธิ์ที่มีความเป็นพิษต่ำ ได้แก่ สารในกลุ่มไพรีทรอยด์ 3. กระป๋องสเปรย์ต้องอยู่ในสภาพดี ไม่รั่วซึม เมื่อเอียง จะไม่มีสารเคมีในกระป๋องไหลออกมา 4. มีฉลากแสดงข้อความสำคัญชัดเจน โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) เลขทะเบียนสารเคมีที่ขึ้นไว้กับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา 2) มีชื่อสารออกฤทธิ์ สารเสริมฤทธิ์อื่นๆ และสัดส่วนที่บรรจุ 3) ชื่อผู้ผลิตและแหล่งผลิต 4) วันที่ผลิต และวันหมดอายุ 5) ประโยชน์ วิธีใช้ การเก็บรักษา และคำเตือน 6) อาการเกิดพิษ การแก้พิษเบื้องต้น และคำแนะนำให้รีบส่งแพทย์ (Nakhonratchasima Health Provincial Office, 2015, 2-4)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือกลุ่มคนอายุ 18 – 65 ปี ที่ใช้สเปร์ยก๋วยจั๊วและแมลงยุงและแมลง เป็นประชากรกลุ่มวัยทำงานและอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีประชากรวัยทำงานโดยรวมจำนวน 5,265,800 คน (National Statistical Office, 2020) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้จำนวน 385 เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและป้องกันแบบสอบถามสูญหายจึงเก็บเพิ่มอีกร้อยละ 4 เท่ากับ 15 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ผลการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามแบบสอบถาม 400 คนดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยจับฉลากเลือกเขตกลุ่มตัวอย่าง ตามเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครมีจำนวนทั้งสิ้น 50 เขต ดังนี้

ตารางที่ 1

แสดงเขตการปกครองจำนวน 50 เขต 6 กลุ่ม

กรุงเทพกลาง	กรุงเทพใต้	กรุงเทพเหนือ	กรุงเทพตะวันออก	กรุงเทพเหนือ	กรุงเทพใต้
ป้อมปราบ	ปทุมวัน	บางเขน	บางกะปิ	ธนบุรี	ภาษีเจริญ
สัมพันธวงศ์	บางรัก	บางซื่อ	ประเวศ	ทวีวัฒนา	บางขุนเทียน

ตารางที่ 1

แสดงเขตการปกครองจำนวน 50 เขต 6 กลุ่ม (ต่อ)

กรุงเทพมหานคร	กรุงเทพใต้	กรุงเทพเหนือ	กรุงเทพตะวันออก	กรุงธนเหนือ	กรุงธนใต้
พระนคร	สาทร	ลาดพร้าว	บึงกุ่ม	จอมทอง	ทุ่งครุ
ดุสิต	บางนา	หลักสี่	คันนายาว	บางกอกใหญ่	บางแค
ห้วยขวาง	ยานนาวา	ดอนเมือง	ลาดกระบัง	บางกอกน้อย	บางบอน
ดินแดง	คลองเตย	สายไหม	มีนบุรี	บางพลัด	ราษฎร์บูรณะ
วังทองหลาง	เขตวัฒนา	จตุจักร	หนองจอก	ตลิ่งชัน	หนองแขม
ราชเทวี	พระโขนง		คลองสามวา	คลองสาน	
พญาไท	สวนหลวง		สะพานสูง		
	บางคอแหลม				
9 เขต	10 เขต	7 เขต	9 เขต	8 เขต	7 เขต

จากข้อมูลกลุ่มเขตและเขตในกรุงเทพมหานครทั้งหมด 50 เขต 6 กลุ่ม นำมาเลือกจับฉลากเขตใดเขตหนึ่งเพื่อเป็นตัวแทนของกลุ่มการปกครองทั้ง 6 กลุ่มซึ่งได้รับการเลือกเป็นตัวแทนกลุ่มดังนี้

ตารางที่ 2

แสดงรายชื่อกลุ่มการปกครองและเขตเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มการปกครอง	เขต
กลุ่มกรุงเทพมหานคร	เขตพระนคร
กลุ่มกรุงเทพเหนือ	เขตบางเขน
กลุ่มกรุงเทพตะวันออก	เขตมีนบุรี
กลุ่มกรุงธนเหนือ	เขตตลิ่งชัน
กลุ่มสาทร	เขตสาทร
กลุ่มกรุงธนใต้	เขตบางขุนเทียน

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง โดยให้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตตามสัดส่วนจำนวนประชากร รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3

จำนวนประชากรตามเขตกลุ่มตัวอย่างพร้อมจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

เขต	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนตัวอย่าง (คน)	คิดเป็นร้อยละ
พระนคร	204,532	74	18.50
บางเขน	198,019	72	18.00

ตารางที่ 3

จำนวนประชากรตามเขตกลุ่มตัวอย่างพร้อมจำนวนกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

เขต	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนตัวอย่าง (คน)	คิดเป็นร้อยละ
มีนบุรี	193,315	70	17.50
ตลิ่งชัน	178,290	64	16.00
สาทร	175,662	64	16.00
บางขุนเทียน	155,923	56	14.00
รวม	1,105,741	400	100.00

Statistics 2018 – 2019 Bangkok, 42-43, by The Strategy and Planning Division

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้สำหรับการวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัย แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเพื่อคัดกรองกลุ่มตัวอย่างเป็นคำถามให้เลือกตอบ จำนวน 2 ข้อ คือ เคยหรือไม่เคย ใช้ผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่แท้จริงว่าผู้ที่จะสามารถตอบแบบสอบถามในส่วนต่อไป

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ร่วมกัน

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ 1.ด้านผลิตภัณฑ์ 2. ด้านราคา 3. ด้านการจัดจำหน่าย 4. ด้านส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านทัศนคติในการซื้อ สเปรย์กำจัดยุงและแมลง เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-end Questions)

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลงแบบสอบถามปลายปิด (Close-end Questions)

สำหรับเกณฑ์การประเมินในส่วนที่ 3-4 ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการแปรผลจากข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างโดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ

2.2 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

แบบสอบถามที่จะนำมาใช้ในการวิจัยจะต้องตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ก่อนนำไปใช้ผู้วิจัยได้ทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ 2 ขั้นตอนดังนี้ 1) การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) ซึ่งต้องมีผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ประเมินแบบสอบถามทุกข้อ สำหรับงานวิจัยเรื่อง องค์ประกอบของปัจจัยส่วนประสมทาง

การตลาดและทัศนคติที่มีความสำคัญกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลง ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาและตรวจสอบคุณภาพแล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาพบว่าแบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ที่ 0.95 2) การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) หมายถึง ความคงเส้นคงวาของผลการวัด โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงมาแล้วไปใช้กับกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำมาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha Coefficient) โดยมีระดับค่าความคงที่ระหว่าง 0 ถึง +1 ตัวเลขยิ่งใกล้ 1 ยิ่งมีความเชื่อมั่นสูง แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง (Vanichbuncha, 2018, 34-35) งานวิจัยครั้งนี้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.93

3. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

3.1 สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ยร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.2 สถิติเชิงอนุมาน ใช้การวิเคราะห์ปัจจัย โดยการสร้างตัวแปรใหม่ของกลุ่มตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลง วิเคราะห์ปัจจัยเพื่อลดจำนวนตัวแปร ใช้วิธีองค์ประกอบหลัก (Principle Component) ในการสกัดปัจจัยและหมุนแกนปัจจัยมุมฉากแบบ Varimax เพื่อการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและจัดกลุ่มกิจกรรม มีการใช้ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) เป็นค่าที่ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลตัวอย่างที่จะนำมาวิเคราะห์โดยเทคนิค Factor Analysis โดยทั่วไปถ้าค่า KMO ต้องมีค่ามากกว่า 0.5 จึงจะถือว่ากลุ่มตัวอย่างมีขนาดที่เหมาะสม และ Bartlett's Test เป็นการตรวจสอบเมตริกสหสัมพันธ์ของกลุ่มประชากรว่าเป็นเมตริกเอกลักษณ์หรือไม่ (Identity Matrix) ซึ่งค่า Bartlett's Test มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00 (น้อยกว่า 0.5) (Vanichbuncha, 2018, 209)

ผลการวิจัย

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.80 มีอายุระหว่าง 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.00 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.80 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 45.70 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.00 มีจำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ร่วมกัน 3-4 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.00 ตามลำดับ

2. ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.78$: S.D. 0.91) โดยให้ความสำคัญกับสินค้ามีฉลากแจ้งรายละเอียดสมบูรณ์ มากที่สุด ($\bar{x}=4.01$: S.D. 0.89) ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.55$: S.D. 0.85) ให้ความสำคัญกับป้ายราคาแสดงที่ผลิตภัณฑ์ชัดเจนมากที่สุด ($\bar{x}=3.77$: S.D. 0.85) ด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.49$: S.D. 0.96) ให้

ความสำคัญกับการสามารถหาซื้อได้ง่ายหลายช่องทางมากที่สุด ($\bar{x}=3.86$: S.D. 0.90) ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.52$: S.D. 0.96) ให้ความสำคัญกับสินค้ามีปริมาณเพิ่มขึ้นแต่ราคาเท่าเดิมมากที่สุด ($\bar{x}=3.62$: S.D. 0.93) ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นด้านทัศนคติ

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ด้านความรู้ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.60$: S.D. 0.87) ทราบถึงประโยชน์ของสเปรย์กำจัดยุงและแมลงมากที่สุด ($\bar{x}=3.77$: S.D. 0.80) ด้านความเชื่อมั่น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.36$: S.D. 0.90) โดยเชื่อว่าคุ้มค่ากับราคามากที่สุด ($\bar{x}=3.48$: S.D. 0.83) ด้านพฤติกรรมการใช้โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.36$: S.D. 0.90) มีประสบการณ์การใช้สเปรย์กำจัดยุงและแมลง มากที่สุด ($\bar{x}=3.48$: S.D. 0.88) ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้สเปรย์กำจัดยุงและแมลง

กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการซื้อสเปรย์กำจัดยุงและแมลง เดือนละ 1 ครั้ง トラสินค้าผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลงที่ผู้บริโภคซื้อส่วนใหญ่คือไปก่อน วัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อใช้เอง ปริมาณในการซื้อแต่ละครั้งคือ 1 กระป๋อง ปริมาณความจุที่เลือกซื้อมากที่สุดคือ 600 มิลลิลิตร ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือตนเอง ช่องทางที่ซื้อบ่อยที่สุดคือร้านสะดวกซื้อใกล้บ้าน

5. องค์ประกอบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและทัศนคติที่มีความสำคัญกับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลง ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบแบ่งออกเป็น 2 องค์ประกอบคือ

5.1 องค์ประกอบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

5.1.1 จากการทดสอบเบื้องต้น ค่าดัชนี KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) คือ 0.915 และค่า Bartlett's Test of Sphericity Significant คือ 0.00 น้อยกว่า 0.5 (Vanichbuncha, 2018, 209) สรุปได้ว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน สามารถใช้เทคนิค Factor Analysis วิเคราะห์ต่อไปได้

5.1.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Principle Component) โดยวิธีหมุนแกนแบบ Varimax ที่ทำให้มีจำนวนตัวแปรที่น้อยที่สุดมีค่า Factor loading มากในแต่ละปัจจัย

ตารางที่ 4

ค่าไอเกน ร้อยละของความแปรปรวน และร้อยละสะสมของความแปรปรวนในแต่ละองค์ประกอบ

องค์ประกอบ	หลังการหมุนแกน		
	ค่าไอเกน	ร้อยละของความแปรปรวน	ร้อยละสะสมของความแปรปรวน
1	7.697	45.278	45.278
2	1.517	8.924	54.202
3	1.164	6.845	61.047

จากตารางที่ 4 พบว่าค่าไอเกน (Eigen Values) ขององค์ประกอบที่ได้มีค่ามากกว่า 1 ทั้งหมด ค่าร้อยละความแปรปรวนสะสมทั้ง 3 องค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 61.047 สามารถอธิบายได้ว่าองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลง ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีองค์ประกอบทั้งหมด 3 องค์ประกอบ โดยองค์ประกอบทั้งหมดสามารถเป็นองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลง ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 61.047 จากนั้นได้จัดให้ตัวแปรแต่ละตัวที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) สูงสุดเพียงหนึ่งองค์ประกอบ สามารถจัดตัวแปรเข้าองค์ประกอบได้ 17 ตัวแปร จัดองค์ประกอบใหม่ได้ 3 องค์ประกอบ และตั้งชื่อใหม่ให้สามารถสื่อสารได้ครอบคลุมตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบดังนี้

5.1.3 การตั้งชื่อองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลง ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร องค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วยตัวแปร จำนวน 6 ตัวแปร ได้แก่ มีฉลากแจ้งรายละเอียดสมบูรณ์ ได้รับรองมาตรฐานความปลอดภัย มีความแตกต่างจากตราอื่น มีความหลากหลาย ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก และทำจากสมุนไพรจากธรรมชาติ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรมีค่าตั้งแต่ 0.628 ถึง 0.808 ตัวแปรทั้งหมดสามารถร่วมกันบรรยายองค์ประกอบที่ 1 ได้ดีที่สุด จึงตั้งชื่อใหม่ให้ครอบคลุมตัวแปรคือ “รายละเอียดครบเน้นความปลอดภัย” สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 45.278 องค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วยตัวแปร จำนวน 8 ตัวแปร ได้แก่ ชื่อเพราะราคาถูกที่สุด มีปริมาณเพิ่มขึ้นแต่ราคาเท่าเดิม จัดรายการส่งเสริมการขายสม่ำเสมอ มีตัวอย่างให้ทดลอง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของสินค้า มีหลากหลายราคาให้เลือก มีป้ายราคาแสดงที่ผลิตภัณฑ์ชัดเจน และมีโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรมีค่าตั้งแต่ 0.530 ถึง 0.729 ตัวแปรทั้งหมดสามารถร่วมกันบรรยายองค์ประกอบที่ 2 ได้ดีที่สุด จึงตั้งชื่อใหม่ให้ครอบคลุมตัวแปรคือ “สินค้าราคาถูก” สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 8.924 และ องค์ประกอบที่ 3 ประกอบด้วยตัวแปร จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ชื่อจากร้านค้าประจำ มีบริการขายผ่านช่องทาง Online และสามารถหาซื้อได้ง่ายหลายช่องทาง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรมีค่าตั้งแต่ 0.107 ถึง 0.245 ตัวแปรทั้งหมดสามารถร่วมกันบรรยายองค์ประกอบที่ 3 ได้ดีที่สุด จึงตั้งชื่อใหม่ให้ครอบคลุมตัวแปรคือ “O2O (Online to Offline)” สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 6.845

5.2 องค์ประกอบของปัจจัยด้านทัศนคติ

5.2.1 จากการทดสอบเบื้องต้น ค่าดัชนี KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) คือ 0.884 และค่า Bartlett's Test of Sphericity Significant คือ 0.00 น้อยกว่า 0.5 (Vanichbuncha, 2018, 209) สรุปได้ว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน สามารถใช้เทคนิค Factor Analysis วิเคราะห์ต่อไปได้

5.2.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Principle Component) โดยวิธีหมุนแกนแบบ Varimax ที่ทำให้มีจำนวนตัวแปรที่น้อยที่สุดมีค่า Factor Loading มากในแต่ละปัจจัย

ตารางที่ 5

ค่าไอเกน ร้อยละของความแปรปรวน และร้อยละสะสมของความแปรปรวนในแต่ละองค์ประกอบ

องค์ประกอบ	หลังการหมุนแกน		
	ค่าไอเกน	ร้อยละของความแปรปรวน	ร้อยละสะสมของความแปรปรวน
1	5.840	54.796	54.796
2	1.165	11.649	66.446

จากตารางที่ 5 พบว่าค่าไอเกน (Eigen Values) ขององค์ประกอบที่ได้มีค่ามากกว่า 1 ทั้งหมด ค่าร้อยละความแปรปรวนสะสมทั้ง 2 องค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 66.446 สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบของปัจจัยด้านทัศนคติที่มีความสำคัญกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีองค์ประกอบทั้งหมด 2 องค์ประกอบ โดยองค์ประกอบทั้งหมดสามารถเป็นองค์ประกอบของปัจจัยด้านทัศนคติที่มีความสำคัญกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 66.446 จากนั้นได้จัดให้ตัวแปรแต่ละตัวที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) สูงสุดเพียงหนึ่งองค์ประกอบ สามารถจัดตัวแปรเข้าองค์ประกอบได้ 10 ตัวแปร จัดองค์ประกอบใหม่ได้ 2 องค์ประกอบ และตั้งชื่อใหม่ให้สามารถสื่อสารได้ครอบคลุมตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบดังนี้

5.2.3 การตั้งชื่อองค์ประกอบของปัจจัยด้านทัศนคติ ที่มีความสำคัญกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร องค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วยตัวแปร จำนวน 7 ตัวแปร ได้แก่ ทราบถึงวิธีการใช้สเปรย์กำจัดยุงและแมลงอย่างถูกต้อง ทราบข้อควรระวังในการใช้สเปรย์กำจัดยุงและแมลง ทราบถึงประโยชน์ของสเปรย์กำจัดยุงและแมลง เชื่อว่าสเปรย์กำจัดยุงและแมลงที่ใช้อยู่มีความปลอดภัย มีความรู้เกี่ยวกับสารเคมีในสเปรย์กำจัดยุงและแมลง เชื่อว่าสเปรย์กำจัดยุงและแมลงที่ใช้คุ้มค่ากับราคา และเชื่อว่ายุงและแมลงจะหมดไปหากใช้สเปรย์กำจัดยุงและแมลง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรมีค่าตั้งแต่ 0.512 ถึง 0.866 ตัวแปรทั้งหมดสามารถร่วมกันบรรยายองค์ประกอบที่ 1 ได้ดีที่สุด จึงตั้งชื่อใหม่ให้ครอบคลุมตัวแปรคือ “ข้อมูลรายละเอียดครบถ้วน” สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 54.796 องค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วยตัวแปร จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ คนในครอบครัวมีประสบการณ์การใช้สเปรย์กำจัดยุงและแมลง ใช้สเปรย์กำจัดยุงและแมลงเป็นประจำ และมีประสบการณ์การใช้สเปรย์กำจัดยุงและแมลง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรมีค่าตั้งแต่ 0.846 ถึง 0.811 ตัวแปรทั้งหมดสามารถร่วมกันบรรยายองค์ประกอบที่ 2 ได้ดีที่สุด จึงตั้งชื่อใหม่ให้ครอบคลุมตัวแปรคือ “เน้นประสบการณ์” สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 11.649

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและทัศนคติที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งหมดได้ 5 องค์ประกอบดังภาพที่ 2 ประกอบด้วย



ภาพที่ 2 : องค์ประกอบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและทัศนคติที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

องค์ประกอบที่ 1 รายละเอียดครบเน้นความปลอดภัย คือกลุ่มผู้บริโภคเน้นความปลอดภัยของสเปร์ยกำจัดยุงและแมลง ประกอบด้วยตัวแปร มีฉลากแจ้งรายละเอียดสมบูรณ์ ได้รับรองมาตรฐานความปลอดภัย มีความแตกต่างจากตราสินค้าอื่น มีความหลากหลาย ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ทำจากสมุนไพรจากธรรมชาติ สอดคล้องกับวิจัยของ Srifah (2019) เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์กันยุงของผู้บริโภค Generation X และ Y ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีประสบการณ์ตรงในการซื้อ หรือใช้ผลิตภัณฑ์กันยุงทุกตราสินค้า ทุกประเภท พบว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ เห็นตรงกันว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์กันยุงใหม่ ควรเป็นประเภทสเปร์ย เพราะสามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคในตัวผลิตภัณฑ์ได้มากกว่าประเภทอื่น ลักษณะพิเศษ ที่ควรเพิ่ม คือ กลิ่นหอม ระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการป้องกันยุงอยู่ที่ 3-5 ชั่วโมง กลิ่นของผลิตภัณฑ์กันยุง สีของผลิตภัณฑ์ ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ที่ควรมี เช่น ยุง ส่วนผสมสำคัญ เพื่อดึงดูดผู้บริโภค ข้อมูลที่ ผู้บริโภคควรรู้จะต้องระบุไว้บนบรรจุภัณฑ์ให้ครบถ้วน สอดคล้องกับทฤษฎี ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของ Kotler & Keller (2016, 48-49) ด้านผลิตภัณฑ์ ได้อธิบายว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) คือสิ่งที่นำเสนอให้กับผู้บริโภค เช่น ผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่จับต้องได้ และเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น การบริการ เป็นต้น โดยการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ จำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือปัญหา

ของผู้บริโภค และตอบสนองคุณค่าที่ผู้บริโภคจะได้รับ เช่น ผลลัพธ์อันประกอบด้วย ตราผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การรับประกัน รายละเอียดสินค้า

องค์ประกอบที่ 2 สินค้าราคาถูก เป็นกลุ่มที่ซื้อเพราะราคาถูกที่สุด สินค้ามีปริมาณเพิ่มขึ้นแต่ราคาเท่าเดิม สินค้าที่จัดรายการส่งเสริมการขายสม่ำเสมอ สินค้ามีตัวอย่างให้ทดลอง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณของสินค้า มีหลากหลายราคาให้เลือก มีป้ายราคาแสดงที่ผลิตภัณฑ์ชัดเจน และมีโฆษณาผ่านทางสื่อต่าง ๆ สอดคล้องกับ Rungruangphon (2020, 180-190) ได้ให้ความหมายส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่กระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมาย เปลี่ยนพฤติกรรม ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการด้วยรอบเวลาที่เร็วขึ้นด้วยปริมาณที่เพิ่มขึ้นโดยมีการกำหนดช่วงระยะเวลาสิ้นสุดของรายการไว้อย่างแน่นอน ซึ่งต่างจากโฆษณาที่อาจไม่ได้มุ่งเน้นให้เกิดการซื้อสินค้าทันที ปกติการส่งเสริมการขายจะใช้การโฆษณาเข้ามาสนับสนุนในการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับรายการส่งเสริมการขาย เช่น รายการลดราคา แจกสินค้าตัวอย่าง แลกซื้อ ของแถม หรือรายการชิงโชค สอดคล้องกับงานวิจัยของ Permsinworachot (2019) เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ยาจุดกันยุงในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกิดจากตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง และมักซื้อสินค้าในช่วงโปรโมชั่น หรือมีการทำการตลาด ลด แลก แจก แถม ผลิตภัณฑ์ นิยมซื้อสินค้าที่ร้านสะดวกซื้อ

องค์ประกอบที่ 3 O2O (Online to Offline) การผสมผสานธุรกิจจากออนไลน์ไปยังออฟไลน์ มีบริการขายผ่านช่องทาง Online ทั้งในด้านการทำการตลาดและการขายเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถหาซื้อได้ง่ายหลายช่อง เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบายเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับ สำนักข่าว The Standard (2019) ที่ได้รวบรวมเสนอแนวโน้มการตลาด ในยุคดิจิทัลและผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในยุค Data Marketing แทนที่ Digital Marketing โดยนำเสนอ Trends ของ Digital Marketing ที่มีผลต่อการตลาดในอนาคต คือ Experience First เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ของผู้บริโภคโดยตรง และนักการตลาดได้นำประสบการณ์ของผู้บริโภคมาพัฒนาวางแผนการตลาดเพื่อให้ตรงกับความต้องการผู้บริโภค และเพื่อการเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันตราสินค้าเป็นจำนวนมาก เริ่มให้ความสำคัญกับสื่อ Offline และ Online เท่า ๆ กัน จนทำให้เกิดแนวคิดสำคัญที่นำมาใช้ในการวางแผนการตลาด คือ 'Experience First' หรือการวางแผนประสบการณ์ลูกค้าในทุก ๆ Touch Point ของสินค้าและบริการ

องค์ประกอบที่ 4 ข้อมูลละเอียดครบถ้วน เป็นกลุ่มที่ทราบถึงวิธีการใช้สเปรย์กำจัดยุงและแมลงอย่างถูกต้อง ทราบข้อควรระวังในการใช้สเปรย์กำจัดยุงและแมลง ทราบถึงประโยชน์ของสเปรย์กำจัดยุงและแมลง เชื่อว่าสเปรย์กำจัดยุงและแมลงที่ใช้อยู่มีความปลอดภัย มีความรู้เกี่ยวกับสารเคมีในสเปรย์กำจัดยุงและแมลง เชื่อว่าสเปรย์กำจัดยุงและแมลง ที่ใช้คุ้มค่างกับราคา เชื่อว่ายุงและแมลงจะหมดไปหากใช้สเปรย์กำจัดยุงและแมลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Paeporn, Sathantriphop, Tassanai & Onkong (2020) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การเปรียบเทียบประสิทธิผลผลิตภัณฑ์ยาจุดกันยุงเพื่อการเลือกใช้อย่างเหมาะสมในการป้องกันยุงกัด การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาชนิดและเปรียบเทียบประสิทธิผลของสารออกฤทธิ์ ที่เป็นองค์ประกอบในยาจุดกันยุงเพื่อการเลือกใช้อย่างเหมาะสมในการป้องกันยุงกัดได้ให้ข้อเสนอแนะว่า

ประสิทธิผลของยาจุดกันยุงในการไล่หรือกำจัดยุงขึ้นอยู่กับชนิดและความเข้มข้นของสารออกฤทธิ์และองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีอยู่ในยาจุดกันยุง ดังนั้นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาจุดกันยุง ต้องพิจารณาเครื่องหมายอย. บนกล่องผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการยืนยันว่าผลิตภัณฑ์นั้นผ่านเกณฑ์การทดสอบและได้มาตรฐาน รวมถึงการพิจารณาชนิดและความเข้มข้นของสารออกฤทธิ์ที่ใช้ ควรอยู่ภายใต้คำแนะนำขององค์การอนามัยโลก

องค์ประกอบที่ 5 เน้นประสบการณ์ โดยคนในครอบครัวมีประสบการณ์การใช้สเปรย์กำจัดยุงและแมลง ใช้สเปรย์กำจัดยุงและแมลงเป็นประจำ และเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์การใช้สเปรย์กำจัดยุงและแมลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tuetun (2015) ได้ศึกษาหัวข้อวิจัยเรื่องการศึกษาระสิทธิภาพการออกฤทธิ์ไล่ยุงของผลิตภัณฑ์ไล่ยุงมาตรฐานต่อยุงลาย *Ae. aegypti* สายพันธุ์ที่ดื้อและสายพันธุ์ที่ไวต่อสารเคมีกลุ่มไพรีทรอยด์ ได้การศึกษาฤทธิ์ไล่ยุงของผลิตภัณฑ์มาตรฐานที่วางขายทั่วไปในท้องตลาดจำนวนประมาณ 30 ผลิตภัณฑ์ และสารเคมีสังเคราะห์มาตรฐาน DEET ซึ่งสารขับไล่แมลงที่วางขายตามท้องตลาดส่วนใหญ่มีการใช้มาตั้งแต่ปี 1957 จนถึงปัจจุบัน

สรุป

จากผลการวิเคราะห์ องค์ประกอบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและทัศนคติที่มีความสำคัญกับพฤติกรรมซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลง ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยองค์ประกอบทั้งหมด 5 องค์ประกอบคือ 1) รายละเอียดครบเน้นความปลอดภัย ประกอบด้วยตัวแปร ที่สำคัญคือ มีฉลากแจ้งรายละเอียดสมบูรณ์ ได้รับรองมาตรฐานความปลอดภัย มีความแตกต่างจากตราอื่น มีความหลากหลาย ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก และทำจากสมุนไพรจากธรรมชาติ 2) สินค้าราคาถูก ประกอบด้วยตัวแปรที่สำคัญคือ ซื้อเพราะราคาถูกที่สุด มีปริมาณเพิ่มขึ้นแต่ราคาเท่าเดิม จัดรายการส่งเสริมการขายสม่ำเสมอ มีตัวอย่างให้ทดลอง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของสินค้า มีหลากหลายราคาให้เลือก มีป้ายราคาแสดงที่ผลิตภัณฑ์ชัดเจน และมีโฆษณาผ่านทางสื่อต่าง ๆ 3) O2O (Online to Offline) การผสมผสานธุรกิจจากออนไลน์ไปยังออฟไลน์ ประกอบด้วยตัวแปร ที่สำคัญคือ ซื้อจากร้านค้าประจำ มีบริการขายผ่านช่องทาง Online และสามารถหาซื้อได้ง่ายหลายช่องทาง 4) ข้อมูลรายละเอียดครบถ้วน ประกอบด้วยตัวแปร ที่สำคัญคือ ทราบถึงวิธีการใช้สเปรย์กำจัดยุงและแมลงอย่างถูกต้อง ทราบข้อควรระวังในการใช้สเปรย์กำจัดยุงและแมลง ทราบถึงประโยชน์ของสเปรย์กำจัดยุงและแมลง เชื่อว่าสเปรย์กำจัดยุงและแมลงที่ใช้อยู่มีความปลอดภัย มีความรู้เกี่ยวกับสารเคมีในสเปรย์กำจัดยุงและแมลง เชื่อว่าสเปรย์กำจัดยุงและแมลงที่ใช้คุ้มค่างับราคา และเชื่อว่ายุงและแมลงจะหมดไปหากใช้สเปรย์กำจัดยุงและแมลง 5) เน้นประสบการณ์ประกอบด้วยตัวแปรที่สำคัญคือ คนในครอบครัวมีประสบการณ์การใช้สเปรย์กำจัดยุงและแมลง ใช้สเปรย์กำจัดยุงและแมลงเป็นประจำ และมีประสบการณ์การใช้สเปรย์กำจัดยุงและแมลง

จากผลการวิจัย ขอเสนอแนะที่ได้จากองค์ประกอบทั้ง 5 ไปประยุกต์ใช้ ดังนี้ สำหรับประกอบการรายใหม่และผู้ประกอบการรายเดิม ควรเน้นถึงคุณสมบัติพิเศษ จุดขาย ที่เหนือกว่าคู่แข่งบนผลิตภัณฑ์ ให้ผู้บริโภคทราบว่า สินค้าที่จะตัดสินใจซื้อ มีข้อมูลครบถ้วนและปลอดภัยเช่นสินค้าได้รับรองมาตรฐานความปลอดภัย

จากสถาบันที่มีชื่อเสียงระดับโลกว่าปลอดภัย นอกจากนี้กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญกับรายการส่งเสริมการขาย ทั้ง ลด แลก แจก แถม ดังนั้นโปรโมชั่นต่าง ๆ ยังเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หากผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าใหม่ ควรลดราคาเพื่อจูงใจในการซื้อ หรือมีสินค้าตัวอย่างให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้ก่อนหากลูกค้ายังไม่เปิดใจซื้อ ด้านช่องทางการจำหน่าย พฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไปทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับวิธีการขายสินค้าใหม่โดยต้องมีการผสมผสานกันระหว่าง Online to Offline สร้างประสบการณ์ใหม่ให้ลูกค้ามีทางเลือกเช่นมีการแจกสินค้าตัวอย่างทั้งช่องทาง Online และ Offline สามารถซื้อได้ง่ายสะดวกทุกช่องทาง ควรมีการสร้างระบบสมาชิกเพื่อเก็บฐานข้อมูลลูกค้า สินค้าที่ซื้อ ปริมาณการซื้อในแต่ละครั้ง และข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ เพื่อใช้สำหรับการนำเสนอสินค้าและโปรโมชั่นให้กับลูกค้าได้ทั้ง Online และ Offline ส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์กำจัดยุงและแมลง เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจและเชื่อมั่นในสินค้าที่ใช้อยู่ ดังนั้นหากผู้ประกอบการสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าและสามารถที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) ก็จะช่วยให้มียอดขายที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น และกลุ่มผู้ที่ซื้อสเปรย์กำจัดยุงและแมลง ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ใช้อยู่แล้ว ดังนั้นผู้ประกอบการควรที่จะทำกิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility) ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ เช่นการรณรงค์ใช้เลือดออกทำกิจกรรมร่วมกับ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ที่เป็นพลังจิตอาสากลุ่มใหญ่ที่มีส่วนช่วยพัฒนาด้านสุขภาพ การร่วมมือและการร่วมกิจกรรมกับกลุ่มดังกล่าวจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ เป็นที่รู้จักในวงกว้าง มีกลุ่มและเครือข่ายเพิ่ม ซึ่งการร่วมกิจกรรมดังกล่าวจะทำให้ได้กลุ่มลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดยุงและแมลงเพิ่มขึ้น

References

- Allied Market Research. (2019). **Mosquito Repellent Market**. Retrieved December 25, 2020, from <https://www.alliedmarketresearch.com/mosquito-repellent-market>. [In Thai]
- Bangkok Business Online. (2019). **“Chaindrite” delivers new innovations “Chaindrite Foam”!**. Retrieved December 25, 2020, from <https://1th.me/ESBH7>. [In Thai]
- BrandAge online. (2017). **Mosquito killing market of coil, lotion and spray products with worth of 4,500 million baht**. Retrieved December 25, 2020, from <https://www.brandage.com/article/744/>. [In Thai]
- Bumrungrad International Hospital. (2020). **Chikungunya, another disease that is spread through**. Retrieved January 30, 2020, from <https://1th.me/LJScI>. [In Thai]
- Department of Disease Control. (2020). **Report of the situation of dengue fever in 2020, week 30**. Retrieved December 25, 2020, from <https://1th.me/796ev>. [In Thai]
- Jitsoonthornchaikul, M. (2018). **Consumer behavior and retail business**. Bangkok: Se-Education. [In Thai]

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). **Marketing Management**. United Kingdom: Pearson Education.
- Nakhonratchasima Provincial Health Office. (2015). **Instructions for using mosquito spray cans**. Retrieved December 20, 2020, from <https://1th.me/QNJfW>. [In Thai]
- National Statistical Office. (2020). **Summary of the Population Occupational Survey Results for March 2020**. Retrieved October 25, 2020, from <https://1th.me/N3fqy>. [In Thai]
- Paemsinworachot, K. (2019). **The Relationship Between Consumer Characteristics and Behavior Towards Mosquito Repellent Products in Thailand**. Bangkok: Thammasat University. [In Thai]
- Paeporn, P., Sathantriphop, S., Tassanai, P. & Onkong, S. (2020). Efficiency Comparison of Mosquito Repellents for Selecting Appropriate Products to Prevent Mosquitoes' Bite. **Journal of Health Science**. 28 (Supplement 1), 188-194.
- Rungruangphon, W. (2020). **Principles of Marketing**. Pathum Thani: Thammasat University. [In Thai]
- Samithikrai, C. (2019). **Consumer behavior**. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. [In Thai]
- Schermerhorn, J. R. (2000). **Management**. (7th ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Sereerat, S. (2017). **Consumer behavior**. Bangkok: Theera Film and Citex. [In Thai]
- Srifah, P. (2019). **Development of Mosquito Repellent Products for Generation X and Generation Y Consumers in Bangkok Metropolitan Region**. Bangkok: Panyapiwat Institute of Management. [In Thai]
- The Office of Disease Prevention and Control 9. (2015). **Guidelines for the control of dengue fever according to measures 3-3-1**. Retrieved December 20, 2020, from <https://1th.me/HVKK8>. [In Thai]
- The Standard. (2018). **Deadliest creatures worldwide by annual number of human deaths as of 2018**. Retrieved December 20, 2020, from <https://1th.me/1xVQL>. [In Thai]
- The Standard. (2020). **9 digital marketing trends for 2020 that marketers must adapt**. Retrieved January 2, 2021, from <https://1th.me/7NI2P>. [In Thai]
- Tuetun, B. (2015). **Research study of effective mosquito repellent products, with mosquito Ae. aegypti resistant strain and susceptible strain of pyrethroid chemical groups**. Bangkok: Suan Dusit University. [In Thai]
- Vanichbuncha, K. (2018). **Statistics for Research**. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. [In Thai]

การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ
สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม
Developing Professional Learning Community Management to Improving
Student Quality World-Class Standard School Chiangdaowittayakom School

ธราทิพย์ วงษ์บรรณะ^{1*}
Tarathip Wongbanna^{1*}

*¹โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเชียงใหม่
เลขที่ 270 หมู่ 2 ตำบลเชียงดาว อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ 50170 ประเทศไทย*

*¹Chiang Dao Wittayakom School, The Secondary Educational Service Area Office Chiang Mai
270 Moo 2 Chiang Dao Sub District, Chiang Dao District, Chiang Mai Province, Thailand*

รับบทความ: 28 พฤษภาคม 2564 ปรับปรุงบทความ: 23 กรกฎาคม 2564 ตอปรับตีพิมพ์บทความ: 10 สิงหาคม 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สร้างและพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล 2) ศึกษาผลการดำเนินการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล และ 3) ศึกษาประสิทธิผลของการดำเนินการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารและครู จากการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 50 คน นักเรียน จากการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 278 คน และผู้ปกครองนักเรียน จากการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 278 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามความคิดเห็น และแบบประเมิน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการสร้างและพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม มีความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการและแผนกลยุทธ์ของโรงเรียน และผลประเมินรูปแบบการบริหาร มีความเหมาะสม 2) ผลการดำเนินการบริหารจัดการชุมชนแห่ง

* ผู้เขียนหลัก (อาจารย์ ดร. ผู้อำนวยการโรงเรียนเชียงดาววิทยาคม)

อีเมล: thanthipmgc2016@gmail.com

การเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม อยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 4.06, S.D. = 0.62) และ 3) ผลการศึกษาประสิทธิผลของการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม อยู่ในระดับมากที่สุด และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนสูงขึ้นและการอ่าน คิดวิเคราะห์ เขียน พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับดีเยี่ยม และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.78, S.D. = 0.42)

คำสำคัญ

การพัฒนาคุณภาพโรงเรียนเชียงดาววิทยาคม การบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ โรงเรียนมาตรฐานสากล

Abstract

The purposes of this research were to 1) develop Professional Learning Community Management to improve Student Quality World-Class Standard School 2) study the results of developing Professional Learning Community Management to improving Student Quality World-Class Standard School and 3) study the effects of developing Professional Learning Community Management to improving Student Quality World-Class Standard School. The population used in the research were experts and the committees of basic education institutions. The samples used in the research were administrators, teachers, students, and parents. A total of 50 administrators and teachers were randomly selected. The students were randomly selected by simple random sampling of 278 students and their parents from a simple random sampling of 278 people. The research results revealed that developing Professional Learning Community management to improving Student Quality World-Class Standard School conforms to purpose and policy on the Minister of Education and Chiangdaowittayakom school strategic plan and the evaluation of the management is appropriate to the school context. Besides, the overall result levels of developing Professional Learning Community management to improve Student Quality World-Class Standard School were at good levels. The analysis results of developing Professional Learning Community management to improving Student Quality World-Class Standard School were at excellent levels. Meanwhile, the student's academic achievement was higher and their reading, analytical thinking and writing developed were at an excellent level. The satisfaction level of the learners toward the developing Professional Learning Community management to improving Student Quality World-Class Standard School was at the most level.

Keywords

Developing Professional Learning, Community Management to Improving Student Quality, World-Class Standard School

บทนำ

ปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าของวิทยาการและระบบการสื่อสาร ทำให้ต้องมีการปรับตัวตามให้ทันการเปลี่ยนแปลงกับกระแสโลกาภิวัตน์ การศึกษาจึงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศ การกำหนดให้สังคมมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา ต้องมีการปฏิรูปการเรียนรู้ มีการกระจายอำนาจการจัดการศึกษาไปสู่เขตพื้นที่การศึกษา สถานศึกษาและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การระดมทรัพยากรจากแหล่งต่าง ๆ มาใช้ในการจัดการศึกษาตลอดจนการให้บุคคลและองค์กรต่าง ๆ ได้มีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 สอดคล้องกับสำนักงานปฏิรูปการศึกษา (Office of Education Reform (OSMEP) special public organization, 2002, 3) ได้กล่าวว่า การส่งเสริมภูมิปัญญาไทยพร้อมไปกับความรู้อันเป็นสากล ส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ด้วยตนเอง และจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิต สถานศึกษาจะต้องดำเนินการตามกรอบพระราชบัญญัติให้เหมาะสมกับผู้เรียนสอดคล้องกับสภาพสังคมท้องถิ่น มีการจัดการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงสู่แหล่งเรียนรู้และ พระราชบัญญัติการศึกษาดังกล่าว ทำให้มองเห็นว่าการศึกษาไม่สามารถแยกตัวเป็นอิสระออกจากองค์กรท้องถิ่น เพราะการศึกษาต้องนำเอาประเด็นสำคัญของท้องถิ่น เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเรียนรู้ และคุณลักษณะอีกประการหนึ่งของสถานศึกษา ที่จะสนองเจตนารมณ์พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ซึ่งได้ระบุไว้อย่างชัดเจนว่าจะต้องมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงาน องค์กรและบุคคลทั้งภาครัฐและเอกชน ถือเป็นแนวทางหลักในการเพิ่มประสิทธิภาพและส่งเสริมพลังให้สถานศึกษา

การจัดการเรียนการสอนสำหรับผู้เรียนในโรงเรียนมาตรฐานสากล จึงต้องมีรูปแบบและวิธีการที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งในปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งความรู้และวิทยาการ รวมทั้งรูปแบบความสัมพันธ์ของคนในสังคมก็แตกต่างกันไปจากเดิมทำให้ทักษะความต้องการในการดำรงชีวิตก็เปลี่ยนแปลงไป การจัดการเรียนการสอนที่เหมาะสมกับยุคปัจจุบัน จึงเป็นในรูปแบบผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยการลงมือทำ โดยเป็นการเรียนที่เน้นความร่วมมือและเรียนกันเป็นทีมมากกว่าจะเรียนเพื่อผลสัมฤทธิ์เฉพาะตนเอง ซึ่งนักเรียนจะเรียนรู้จากการกระทำและการคิดของตนเอง ครูมีหน้าที่อำนวยความสะดวกให้เกิดการเรียนรู้โดยการออกแบบบทเรียน สร้างแรงบันดาลใจมากกว่าการสอน รูปแบบการทำงานของครูจึงต้องเปลี่ยนจากทำงานคนเดียว เป็นการทำงานเป็นทีม กำหนดเป้าหมายร่วมกันในลักษณะของชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ (Professional Learning Community: PLC) เพื่อช่วยเหลือกันและกันแลกเปลี่ยน เรียนรู้ส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมในการทำงาน พัฒนางานอย่างต่อเนื่องเน้นให้เกิดผลลัพธ์รายบุคคลอย่างเท่าเทียมกัน ที่บ่งบอกถึงผลดีที่เกิดกับครูผู้สอนและผู้เรียนจากการสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพขึ้นภายในโรงเรียน

การสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพให้เกิดขึ้นในโรงเรียนและภายในกลุ่มโรงเรียน จะช่วยสร้างความสามัคคีแก่หมู่คณะ กระตุ้นให้เกิดการวางแผนลงมือปฏิบัติ และประเมินผลการปฏิบัติร่วมกัน มุ่งพัฒนาผลสัมฤทธิ์ และเพิ่มพูนคุณลักษณะที่จำเป็นของผู้เรียนให้เกิดขึ้นโดยอาศัยความรับผิดชอบร่วมกันของครูทั้งโรงเรียนและสถานศึกษาก็จะมีเครือข่ายร่วมปฏิบัติภายในท้องถิ่น ดังผล Panich (2012, 42) ได้กล่าวว่า การมีคุณค่าร่วมและวิสัยทัศน์ร่วมกันไปถึงการเรียนรู้ร่วมกัน และการนำสิ่งที่เรียนรู้ไปประยุกต์ใช้อย่างสร้างสรรค์ร่วมกัน โดยการปฏิรูปการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ สอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่น จัดบรรยากาศการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนบนพื้นฐานความเป็นไทยและความเป็นประชาธิปไตย สามารถใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศและภาษาอังกฤษเป็นเครื่องมือในการสืบค้นข้อมูล เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงพัฒนาคุณภาพเด็กไทยและเยาวชนไทยให้เติบโตขึ้น เป็นคนที่มีคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษาของชาติ

จากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนโรงเรียนเชียงดาววิทยาคม ในปีการศึกษา 2560 พบว่านักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอยู่ในระดับพอใช้ และยังมีพบนักเรียนที่ยังมีผลการเรียนเป็น 0 จำนวนร้อยละ 25 ของนักเรียนโรงเรียนเชียงดาววิทยาคม (Chiangdaowittayakom School, 2017) ผู้วิจัยร่วมมือกับคณะครูใช้กระบวนการ PLC ร่วมกับการดำเนินการโรงเรียนมาตรฐานสากลที่โรงเรียนได้เข้าร่วมโครงการโรงเรียนมาตรฐานสากล ในปี 2561 ที่จะยกระดับคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนเชียงดาววิทยาคม โดยมีการออกแบบระบบปฏิบัติการที่มีประสิทธิภาพ โดยกำหนดโครงสร้างพันธกิจ และจัดกิจกรรมสอดคล้องประสานเชื่อมโยงทั้งระบบ ส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากร การบริหารจัดการศึกษา ผู้บริหารยึดหลักการบริหารที่มีกระบวนการปฏิบัติงานสอดคล้องกับกระบวนการชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ คือการมีส่วนร่วมการปฏิบัติตามกฎหมาย มีความโปร่งใส มีความรับผิดชอบ มีความเสมอภาค มีการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลบนพื้นฐานของความมีเหตุผลมุ่งเน้นปฏิบัติ การเรียนการสอนที่ยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ พัฒนาคุณภาพผู้เรียนนั้นให้เป็นพลเมืองที่มีคุณภาพ หมายถึง เป็นคนดี เป็นคนเก่ง เป็นคนที่สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุข บนพื้นฐานของความเป็นไทย ภายใต้บริบทสังคมโลกใหม่ รวมทั้งเพิ่มศักยภาพและความสามารถในระดับสูงด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและการสื่อสาร เพื่อการพึ่งตนเองและเพื่อสมรรถนะในการแข่งขัน ประกอบด้วย เป็นเลิศทางวิชาการ สื่อสารสองภาษา พัฒนาทางความคิด ผลงานอย่างสร้างสรรค์ และร่วมกันรับผิดชอบต่อสังคม ตามวิสัยทัศน์โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม ภายในปีการศึกษา 2561 ผู้เรียนเป็นบุคคลมีคุณภาพตามมาตรฐานสากล บนพื้นฐานของความเป็นไทยตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และได้จัดทำโครงการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล ด้วยกิจกรรมจำนวน 8 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมส่งเสริมความเป็นเลิศทางวิชาการ กิจกรรมพัฒนากระบวนการคิด กิจกรรมพัฒนาแหล่งเรียนรู้ กิจกรรมส่งเสริมสมรรถนะผลงานอย่างสร้างสรรค์ กิจกรรมส่งเสริมโรงเรียนธรรมาภิบาล กิจกรรมพัฒนาระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน กิจกรรมพัฒนาการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา กิจกรรมการสร้างภาคีเครือข่ายความร่วมมือเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา ดำเนินการในระหว่างปีการศึกษา 2561-2562

ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเพื่อที่จะนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาโรงเรียนเชียงดาววิทยาคมให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการวิจัยพัฒนารูปแบบและบริหารจัดการที่เหมาะสมตามบริบทของโรงเรียน โดยการดำเนินโครงการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล เพื่อเป็นการพัฒนาปรับปรุง พัฒนาการศึกษา ผู้วิจัยจึงได้วิจัยและพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างและพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม
2. เพื่อศึกษาผลการดำเนินการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม
3. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการดำเนินการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยและพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาหลักการหรือแนวคิด ดังนี้

1. การบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ

การให้ชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารขับเคลื่อนโรงเรียนนั้น เป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพและส่งผลดีต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษา เป็นการยกระดับการศึกษา ทั้งระบบและพัฒนาคุณลักษณะของผู้เรียนให้ทัดเทียมกับสากล เสริมสร้างทักษะการเรียนรู้แห่งอนาคต อีกทั้งเป็นการปฏิรูปครูและบุคลากรทางการศึกษาให้เห็นความสำคัญของการออกแบบ การจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลผู้เรียน โดยกระบวนการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพมีพัฒนาการมาจากกลยุทธ์ระดับองค์กรที่มุ่งเน้นให้องค์กรมีการปรับตัว ต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเริ่มพัฒนาจากแนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้และปรับประยุกต์ให้มีความสอดคล้องกับบริบทของโรงเรียนและการเรียนรู้ร่วมกัน ในทางวิชาชีพที่มีหน้างานสำคัญคือความรับผิดชอบการเรียนรู้ของผู้เรียนร่วมกันเป็นสำคัญ Hord (1997, 116) การดำเนินการในรูปแบบกระบวนการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ จากการศึกษาหลายโรงเรียนในประเทศสหรัฐอเมริกาดำเนินการในรูปแบบกระบวนการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ พบว่าเกิดผลดีทั้งวิชาชีพครูและผู้เรียนที่มุ่งพัฒนาการของผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ เป็นการรวมตัวร่วมใจ ร่วมพลัง ร่วมทำ และร่วมเรียนรู้ร่วมกันของครู ผู้บริหาร และนักการศึกษาบนพื้นฐานวัฒนธรรมความสัมพันธ์แบบกัลยาณมิตร สรุปได้ว่า เอกลักษณ์สำคัญของความเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ

แสดงให้เห็นว่าเป็นการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนอย่างแท้จริง ซึ่งสร้างความร่วมมือที่ยึดเหนี่ยวกันด้วยวิสัยทัศน์ร่วม มุ่งการเรียนรู้ของผู้เรียน การเรียนรู้และพัฒนาวิชาชีพ และชุมชนกัลยาณมิตร แสดงถึงการรวมพลังของครูและนักการศึกษาที่เป็นผู้นำร่วมกัน ทำงานร่วมกันแบบทีมร่วมแรงร่วมใจ มุ่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง พัฒนาวิชาชีพ ที่มาจากการร่วมคิดร่วมทำ ร่วมนำ ร่วมพัฒนาภายในชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพที่ส่งถึงผู้เกี่ยวข้องต่อไป

2. โรงเรียนมาตรฐานสากล

โรงเรียนมาตรฐานสากล เป็นโรงเรียนในโครงการที่จัดหลักสูตรการเรียนการสอนเทียบเคียงมาตรฐานสากล เพื่อให้แก่นักเรียนมีศักยภาพ โดยสำนักบริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย (Office of the Higher Secondary Education Administration, 2010) ได้กล่าวว่าโรงเรียนมาตรฐานสากล เป็นโรงเรียนในโครงการที่จัดหลักสูตรการเรียนการสอนเทียบเคียงมาตรฐานสากล โดยมีความมุ่งหวังไว้ว่า นักเรียนมีศักยภาพเป็นพลโลก วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้มีดังนี้ 1) เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีศักยภาพเป็นพลโลก (World Citizen) เป็นเลิศวิชาการสื่อสาร 2 ภาษา ล้ำหน้าทางความคิด ผลงานอย่างสร้างสรรค์ ร่วมกันรับผิดชอบต่อสังคมโลก 2) ยกระดับการจัดการเรียนการสอนเทียบเคียงมาตรฐานสากล โดยกำหนดรายวิชาเพิ่มเติมที่มีความเป็นสากล ได้แก่ ทฤษฎีความรู้ การเขียน ความเรียงขั้นสูง (Extended Essay) กิจกรรมโครงการเพื่อสาธารณประโยชน์และโลกศึกษา และ 3) ยกระดับการบริหารจัดการด้วยระบบคุณภาพ โดยมาตรฐานและตัวชี้วัดด้านการจัดการศึกษา โรงเรียนมาตรฐานสากล ประกอบด้วย ด้านคุณลักษณะผู้เรียน ด้านการจัดการเรียนการสอน เทียบเคียงมาตรฐานสากล ด้านการบริหารจัดการด้วยระบบคุณภาพ

3. การบริหารการศึกษา

การบริหารการศึกษา เป็นการดำเนินการจัดการบริหารเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ จากบุคลากร หลายฝ่ายร่วมมือกัน เพื่อให้การจัดการศึกษาของโรงเรียนเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่รัฐกำหนดไว้ โดย จะต้องพัฒนา นักเรียนในทุกด้าน ตั้งแต่ร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา ตลอดจนคุณธรรมจริยธรรม เพื่อให้ นักเรียนเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม และสามารถอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข โดยการดำเนินกิจกรรมการจัดการศึกษาของโรงเรียน โดยความร่วมมือของบุคลากรภายใต้การรับผิดชอบของงานวิชาการ งานบุคลากร งานกิจการ นักเรียน งานธุรการ และการเงินงานอาคารสถานที่ และงานความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้ เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม กระทรวงศึกษาธิการ (Ministry of Education, 2008, 21 - 22) ได้เสนอแนวทางการบริหารจัดการโรงเรียน โดยใช้การบริหารด้วยระบบคุณภาพ (PDCA) หมายถึง ขั้นตอนการบริหารงานแบบหนึ่งซึ่งมุ่งหวังผลผลิตที่มีคุณภาพ เป็นขั้นตอนการบริหารงาน ซึ่งประกอบไปด้วย กระบวนการคิด (Plan) กระบวนการทำงาน (Do) กระบวนการประเมินผล (Check) และกระบวนการปรับปรุงพัฒนางาน (Action) ดังนั้น การบริหารจึงเกี่ยวข้องกับการบริหารงานและการบริหารคนอยู่ตลอดเวลา ผู้บริหารจึงต้องทำหน้าที่จัดการเรื่องระบบงานด้านต่าง ๆ และวิธีการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดระบบการผลิต การให้บริการ หรือการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ทุกด้าน เป็นไปด้วยดี ผู้บริหารทำหน้าที่จัดให้การทำงานของสองระบบนี้ คือ ระบบงาน และระบบคน ให้สามารถประสานทำงานร่วมกันไปอย่างมีประสิทธิภาพ สรุปได้ว่า การบริหารการศึกษา มีความสำคัญต่อสถานศึกษาในการบริหารงานที่

บรรลุเป้าหมายของสถานศึกษา เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของสถานศึกษา ต้องอาศัยความร่วมมือกันของคน ทุกคนจึงจะทำให้สำเร็จลงได้ เป้าหมายเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริหารจะต้องอาศัยวงจรคุณภาพของเดมมิ่ง PDCA เพื่อนำผลไปปฏิบัติส่วนการบริหารหรือการจัดการ ขึ้นอยู่กับความสามารถประสบการณ์และทักษะของผู้บริหารแต่ละบุคคลที่จะทำงานให้บรรลุตามเป้าหมายทฤษฎีการบริหารการศึกษา

4. รูปแบบและการพัฒนารูปแบบ

รูปแบบเป็นแบบย่อส่วนของของจริงหรือแบบจำลองของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นการสร้างความคิดรวบยอดของชุดปรากฏการณ์ ด้วยวิธีการของเหตุผลที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อให้เกิดความกระจ่างชัดในนิยามความสัมพันธ์และข้อเสนอของระบบรูปร่างที่เกี่ยวข้อ ที่เราพัฒนาขึ้นเพื่อบรรยาย คุณลักษณะที่สำคัญ ๆ ของปรากฏการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจรูปแบบ จึงไม่ใช่การบรรยายหรืออธิบายปรากฏการณ์อย่างละเอียดทุกแง่มุม ส่วนการที่จะระบุรูปแบบหนึ่ง ๆ จะต้องมีรายละเอียดมากน้อยเพียงใดจึงจะเหมาะสมและรูปแบบนั้น ๆ ควรมีองค์ประกอบอะไรบ้าง ไม่ได้มีข้อกำหนดตายตัว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปรากฏการณ์แต่ละอย่าง และวัตถุประสงค์ของผู้สร้างรูปแบบที่ต้องการจะอธิบายปรากฏการณ์นั้น ๆ โดยองค์ประกอบของรูปแบบนั้นไม่มีหลักในการแบ่งที่ตายตัว จะขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของแต่ละสถานการณ์ และขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของปรากฏการณ์ที่ศึกษา และ วัตถุประสงค์ในการสร้างรูปแบบนั้น ๆ เป็นสำคัญด้วย โดย สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (Office of the Basic Education Commission, 2007) ได้กล่าวว่า รูปแบบที่จะนำไปใช้ให้ได้ประโยชน์สูงสุดนั้น ต้องประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญคือ มีความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง สามารถทำนายผลได้ สามารถขยายความผลทำนายได้ กว้างขวางขึ้น และสามารถนำไปสู่แนวคิดใหม่ ๆ สำหรับการพัฒนารูปแบบนั้น ผู้วิจัยจะต้องศึกษา แนวคิดทฤษฎีในการสร้างรูปแบบ นำเอาข้อมูลที่จัดเก็บมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อกำหนดความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของรูปแบบ กำหนดโครงสร้างและข้อเสนอของรูปแบบอย่างชัดเจน เพื่อ นำไปสู่ผลสรุป เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่มุ่งหวังของการวิจัยมีการทดสอบและปรับปรุงรูปแบบก่อนนำรูปแบบไปใช้งานจริง และมีการประเมินผลหลังจากการนำรูปแบบไปใช้งานจริง โดยสรุปได้ว่า การพัฒนารูปแบบมีการดำเนินการเป็นสองขั้นตอนใหญ่ คือ การสร้างรูปแบบ และการหาคุณภาพของรูปแบบ

5. การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม

การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม เป็นได้ดำเนินการพัฒนาคุณภาพ เพื่อให้เป็นโรงเรียนเชียงดาววิทยาคมดี มีคุณภาพตามมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของชุมชน ท้องถิ่น ผู้ปกครอง อีกทั้งเป็นแบบอย่างแก่โรงเรียนอื่น ๆ ได้มีวัตถุประสงค์ของโครงการ เพื่อพัฒนาโรงเรียนเชียงดาววิทยาคมให้มีคุณภาพตามมาตรฐานเป็นโรงเรียนเชียงดาววิทยาคมดีมีคุณภาพของชุมชนท้องถิ่น เพื่อพัฒนาครูและบุคลากร ให้มีความสามารถในการจัดการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ นำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน และพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา เพื่อพัฒนาคุณภาพนักเรียนให้เป็นผู้รู้จักคิด รู้จักการนำเสนอ รู้จักการศึกษาค้นคว้าและ

หาความรู้ด้วยตนเอง เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับท้องถิ่น ชุมชน และโรงเรียนเชียงดาววิทยาคมใกล้เคียงในรูปแบบเครือข่าย โดยมีกรอบการดำเนินใช้รูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากลโรงเรียนเชียงดาววิทยาคม จากดำเนินงาน จำนวน 8 กิจกรรม ได้แก่ 1) กิจกรรมส่งเสริมความเป็นเลิศทางวิชาการ 2) กิจกรรมพัฒนาทักษะกระบวนการคิด 3) กิจกรรมพัฒนาแหล่งเรียนรู้ 4) กิจกรรมส่งเสริมสมรรถนะผลิตงานอย่างสร้างสรรค์ 5) กิจกรรมส่งเสริมโรงเรียนธรรมาภิบาล 6) กิจกรรมพัฒนาระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน 7) กิจกรรมพัฒนาการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา และ 8) กิจกรรมสร้างภาคีเครือข่ายความร่วมมือเพื่อพัฒนาการศึกษา มีการพัฒนาทั้งด้านกายภาพ ด้านวิชาการ ด้านคุณลักษณะของนักเรียน ด้านศักยภาพของครู และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม ได้รับการพัฒนาในการสร้างระบบการบริหารจัดการแบบการมีส่วนร่วม พัฒนารูปแบบการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม ได้เป็นโรงเรียนเชียงดาววิทยาคมต้นแบบและเป็นแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียนเชียงดาววิทยาคมในเครือข่ายของโครงการและโรงเรียนเชียงดาววิทยาคมทั่วไป และโรงเรียนเชียงดาววิทยาคม เป็นศูนย์กลางวิชาการและแหล่งเรียนรู้ของชุมชน

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Chaiphakdee & Wahachat (2018, 5) ได้วิจัยเรื่อง การเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษาตามความคิดเห็นของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาสงขลา เขต 1 ผลการวิจัยพบว่า สถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสงขลา เขต 1 มีระดับการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษา โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ชุมชนกัลยาณมิตรอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ วิทยทัศน์ร่วม โครงสร้างสนับสนุนชุมชน ภาวะผู้นำร่วม การเรียนรู้ และการพัฒนาวิชาชีพ ตามลำดับ ส่วนที่มาร่วมแรงร่วมใจ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

Somchandra (2016) ได้ศึกษาการพัฒนารูปแบบครูบนพื้นที่สูงสู่ศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานนทบุรี เขต 1 พบว่า การพัฒนาครูมีองค์ประกอบหลัก 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) คุณธรรมนำความรู้ ประกอบด้วย การอบรมสร้างความตระหนัก ค่านิยมครู ผู้มีจิตใจสูง 2) วิทยพหุเพียง ประกอบด้วย การฝึกปฏิบัติจริงครูต้นแบบการดำรงชีพ 1 ไร่ พหุเพียง 3) สร้างและใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย การอบรมเชิงปฏิบัติการ การสร้างหรือเทคโนโลยีการช่วยจัดการเรียนรู้

Leepairat, Gesthong & Noichun (2017) ได้วิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารคุณภาพโรงเรียนมาตรฐานสากล ระดับประถมศึกษา ผลการวิจัยพบว่า การประเมินรูปแบบการบริหารคุณภาพโรงเรียนมาตรฐานสากล ระดับประถมศึกษา มีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้และความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมาก

สำนักงานพัฒนานวัตกรรมการจัดการศึกษา (Educational Management Innovation Development Office, Office of the Basic Education Commission, 2007, 79) ได้ศึกษาในงานวิจัยโครงการโรงเรียนมาตรฐานสากล พบว่า นักเรียนเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ นักเรียนมีทักษะในการแสวงหาความรู้ด้วย

ตนเอง ใช้สารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้ มีนิสัยใฝ่รู้ใฝ่เรียน เป็นผู้เรียนที่มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์และสร้างสรรค์ มีทักษะมากขึ้นในการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ทักษะในการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง ทักษะการนำเสนอผลงานที่สร้างสรรค์ด้วยโปรแกรมต่าง ๆ มีการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจากสื่อที่หลากหลาย และพบต่อไปว่านักเรียนมีการปรับตัวมีความกระตือรือร้นในการเรียน มีความฉลาดทางอารมณ์ ผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษา มีผลการเรียนเฉลี่ยเพิ่ม

วิธีการวิจัย

ประชากร กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ

1. ประชากร ได้แก่

1.1 ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 14 คน

1.2 คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ของโรงเรียนที่ปฏิบัติหน้าที่ในปีการศึกษา 2561 จำนวน

15 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

2.1 ผู้บริหารและครู ประกอบด้วย ผู้อำนวยการโรงเรียนและรองผู้อำนวยการโรงเรียน จำนวน 3 คน และครู จำนวน 47 คน รวมจำนวน 50 คน ที่ได้จากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ที่ปฏิบัติหน้าที่ในปีการศึกษา 2561 รวม 80 คน

2.2 นักเรียน เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 ในปีการศึกษา 2561 จำนวน 1,041 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากสูตรของ ยามาเน่ (Yamane) จำนวน 278 คน

2.3 ผู้ปกครองนักเรียน เป็นผู้ปกครองชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 ในปีการศึกษา 2561 จำนวน 1,041 คน จากการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากสูตรของยามาเน่ (Yamane) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 278 คน

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาคั้งนี้ จำนวน 7 ฉบับ ได้แก่

1. เครื่องมือที่ใช้ในการสร้างและพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม ได้แก่

1.1 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริหารครู และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน

1.2 แบบประเมินคู่มือรูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม

1.3 แบบประเมินรูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาผลการดำเนินการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม ได้แก่

2.1 แบบสอบถามความคิดเห็นผลการพัฒนากระบวนการดำเนินการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากลโรงเรียนเชียงดาววิทยาคม ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูและคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน

2.2 แบบสอบถามความคิดเห็นผลการพัฒนาผลผลิตการดำเนินการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากลโรงเรียนเชียงดาววิทยาคม ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครู และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 8 กิจกรรม

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประสิทธิผลของการดำเนินการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม ได้แก่

3.1 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริหารและครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานนักเรียนและผู้ปกครองนักเรียน ที่มีต่อรูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม

3.2 แบบสอบถามประสิทธิผลตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน นักเรียนและผู้ปกครองนักเรียน ที่มีต่อรูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างและพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม

1. ศึกษาข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. นำแบบสอบถามไปสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ เกี่ยวกับความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ของโครงการ กับนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการและแผนกลยุทธ์ของการพัฒนาโรงเรียนเชียงดาววิทยาคมของผู้เชี่ยวชาญ

3. ดำเนินการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล ไปสอบถามผู้บริหาร ครู และ คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน

4. ดำเนินการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม

5. ดำเนินการตรวจสอบรูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม โดยแบบสัมภาษณ์ จากผู้เชี่ยวชาญ

6. ดำเนินการประเมินคู่มือรูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคมจากความคิดเห็นของผู้บริหาร ครู และ คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน

7. ดำเนินการประเมินรูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม จากความคิดเห็นของผู้บริหาร ครู และ คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน

8. สรุปและวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม

ขั้นตอนที่ 2 ผลการดำเนินการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม

1. ศึกษาและวิเคราะห์ผลการพัฒนากระบวนการดำเนินการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม โดยใช้ความคิดเห็นของผู้บริหาร ครู และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน

2. ศึกษาผลการวิเคราะห์ผลผลิตการดำเนินการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล จากความคิดเห็นของผู้บริหาร ครู และ คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยแยกตามรายละเอียดของ 8 กิจกรรม

3. การศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพโรงเรียนเชียงดาววิทยาคมของผู้บริหาร ครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน นักเรียน และผู้ปกครองนักเรียน

4. การศึกษาผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนด้านการศึกษาคุณลักษณะอันพึงประสงค์และการศึกษาผลการอ่าน คิด วิเคราะห์ เขียน ของนักเรียนก่อนและหลังดำเนินโครงการดำเนินการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม

ขั้นตอนที่ 3 ดำเนินการศึกษาประสิทธิผลของการดำเนินการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม ดำเนินการศึกษาประสิทธิภาพที่เกิดจากโครงการพัฒนาคุณภาพโรงเรียนเชียงดาววิทยาคม ตามความคิดเห็นของผู้บริหาร ครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน นักเรียนและผู้ปกครองนักเรียน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้วนำมาวิเคราะห์ โดยการข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามความคิดเห็น ของผู้ตอบแบบสอบถามใช้การวิเคราะห์โดยการแจกแจง ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าความเชื่อมั่น ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science)

ผลการวิจัย

1. ผลการสร้างและพัฒนาารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม พบว่า การศึกษาที่เกี่ยวกับความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์ของโครงการกับนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการและแผนกลยุทธ์ของการพัฒนาโรงเรียน พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามี ความสอดคล้อง ส่วนผู้บริหารและครู มีความเห็นว่ามี ความสอดคล้องอยู่ในระดับมากที่สุด และจากการศึกษาสภาพปัญหา มีความจำเป็นในการพัฒนาโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ 1) การแบ่งปันวิธีปฏิบัติงาน 2) การร่วมกันสะท้อนผล 2) การเรียนรู้ร่วมกันและการร่วมมือ 4) การมีวิสัยทัศน์และค่านิยมร่วมกัน จากการวิเคราะห์องค์ประกอบของรูปแบบการบริหาร มีความเห็นว่ามี ความสอดคล้องกันในระดับมากที่สุดและจากการประเมินคู่มือรูปแบบการบริหาร พบว่า มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด สำหรับผลประเมินรูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม จากผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็น ว่า ส่วนที่ 1 ส่วนนำ มีความเหมาะสม ส่วนที่ 2 เนื้อหา มีความเหมาะสม ทั้ง 6 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 การวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ องค์ประกอบที่ 2 ความยึดมั่นในคุณธรรม องค์ประกอบที่ 3 การมุ่งผลสัมฤทธิ์ องค์ประกอบที่ 4 ความรับผิดชอบในงาน องค์ประกอบที่ 5 การทำงานเป็นทีม และองค์ประกอบที่ 6 คุณภาพและประสิทธิภาพ และส่วนที่ 3 เงื่อนไขความสำเร็จ มีความถูกต้อง อยู่ในระดับมากที่สุด สรุปได้ว่า รูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล มีความเหมาะสม

2. ผลการดำเนินการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริหารครู และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน มีความคิดเห็นสอดคล้องกันในระดับมาก (\bar{x} = 4.06, S.D. = 0.62) จากการประเมินระดับการปฏิบัติ ในการนำรูปแบบไปใช้ พบว่า ครูผู้สอนควรมีความกระตือรือร้นเพื่อร่วมกันทำงานร่วมกันเป็นทีมมุ่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองพัฒนาวิชาชีพ มีภาคีเครือข่ายมีบทบาทช่วยสนับสนุนการดำเนินงานและผลการพัฒนากระบวนการดำเนินการความคิดเห็นของผู้บริหาร ครู และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน โดย ด้านที่มากที่สุดคือ กิจกรรมส่งเสริมโรงเรียนธรรมาภิบาล และกิจกรรมพัฒนาแหล่งเรียนรู้ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.58, S.D. = 0.46) รองลงมาคือ กิจกรรมพัฒนาระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน (\bar{x} = 4.42, S.D. = 0.46) กิจกรรมพัฒนาคุณภาพการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา (\bar{x} = 4.37, S.D. = 0.42) กิจกรรมการสร้าง

ความร่วมมือเพื่อพัฒนาการศึกษา (\bar{x} = 4.33, S.D. = 0.76) กิจกรรมส่งเสริมความเป็นเลิศ (\bar{x} = 4.30, S.D. = 0.50) และกิจกรรมพัฒนาทักษะกระบวนการคิด (\bar{x} = 4.25, S.D. = 0.49) อยู่ในระดับมากและน้อยที่สุด คือ กิจกรรมส่งเสริมสมรรถนะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ อยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 4.23, S.D. = 0.51)

3. ผลการศึกษาด้านผลประสิทธิผลของการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน นักเรียน และผู้ปกครอง พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริหารและครู ที่มีผลต่อกระทบโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.78, S.D. = 0.42) การศึกษาผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนโดยการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนในปีการศึกษา 2561 และ 2562 พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น เป็นร้อยละ 22 และการอ่าน คิดวิเคราะห์ เขียน ของนักเรียนมีการพัฒนาขึ้นเป็นร้อยละ 16 อยู่ในระดับดีเยี่ยม และความพึงพอใจของผู้บริหารและครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน นักเรียนและผู้ปกครอง มีต่อการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม โดยภาพรวมผู้บริหารและครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน และนักเรียนมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.53, S.D. = 0.44) ส่วนผู้ปกครอง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 4.53, S.D. = 0.39)

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการสร้างและพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม พบว่า รูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล มีความเหมาะสม ทั้งนี้การตรวจสอบรูปแบบนั้นจะเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยที่การตรวจสอบรูปแบบจากหลักฐานโดยผู้เชี่ยวชาญ และผ่านการประเมินคุณภาพของรูปแบบในด้านความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของรูปแบบ เพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในการดำเนินงานจริง ซึ่งรูปแบบที่ได้นั้นสามารถพัฒนาเพื่อถ่ายทอดความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ การดำเนินการที่เข้าใจง่ายและกระชับถูกต้อง สามารถตรวจสอบเปรียบเทียบกับปรากฏการณ์จริงได้ ซึ่งสอดคล้องกับ Leepairat, Gesthong & Noichun (2017) ผลการวิจัยพบว่า การประเมินรูปแบบการบริหารคุณภาพโรงเรียนมาตรฐานสากล ระดับประถมศึกษา มีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้และความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมาก

2. ผลการดำเนินการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริหารครู และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน มีความคิดเห็นสอดคล้องกันในระดับมาก (\bar{x} = 4.06, S.D. = 0.62) จากการประเมินระดับการปฏิบัติ ในการนำรูปแบบไปใช้ พบว่า ครูผู้สอนควรมีความกระตือรือร้นเพื่อร่วมกันทำงานร่วมกัน เป็นทีมมุ่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองพัฒนาวิชาชีพ มีภาคีเครือข่ายมีบทบาทช่วยสนับสนุนการดำเนินงานและผลการพัฒนากระบวนการดำเนินการความคิดเห็นของผู้บริหาร ครู และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน

โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 4.06, S.D. = 0.62) ทั้งนี้เพราะมีการดำเนินการเป็นไปตามโครงการที่กำหนด มีการประสานงานการจัดกิจกรรมกับผู้เกี่ยวข้อง มีการปรับปรุงวิธีการดำเนินงานอยู่ตลอดเวลาและกำหนดหลักเกณฑ์บริหารสถานศึกษาต้องเป็นผู้นำ การพัฒนาชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพให้ได้อย่างแท้จริง รวมทั้งเปิดโอกาสให้ครูทุกคนได้มีโอกาสเป็นผู้นำ การเปลี่ยนแปลง มีความเป็นอิสระในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ตลอดจนมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันอย่างกว้างขวางและเข้มข้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการยกระดับผลสัมฤทธิ์ของนักเรียน เกิดวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ที่ดีในแนวราบระหว่างสมาชิกชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพด้วยกัน ส่งผลให้โรงเรียนเปลี่ยนเป็นสถานที่ที่ทุกคนอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขและเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้อง Chaiphakdee & Wahachat (2018) ได้วิจัยเรื่อง การเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษาตามความคิดเห็นของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา สงขลา เขต 1 ผลการวิจัยพบว่า สถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสงขลา เขต 1 มีระดับการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษา โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านชุมชนกัลยาณมิตรอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ วิทยาลัยศรัทธา โครงสร้างสนับสนุนชุมชน ภาวะผู้นำร่วม การเรียนรู้ และการพัฒนาวิชาชีพ ตามลำดับ ส่วนที่มาร่วมแรงร่วมใจ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

3. ผลการศึกษาด้านผลประสิทธิผลของการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ผู้การพัฒนาคูณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน นักเรียน และผู้ปกครอง พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริหารและครูที่มีผลต่อกระทบโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.78, S.D. = 0.42) การศึกษาผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนโดยการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนในปีการศึกษา 2561 และ 2562 พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น และการอ่าน คิดวิเคราะห์ เขียน ของนักเรียนมีการพัฒนาขึ้นอยู่ในระดับดีเยี่ยม และความพึงพอใจของผู้บริหารและครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน นักเรียนและผู้ปกครอง มีต่อการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพผู้การพัฒนาคูณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม โดยภาพรวมผู้บริหารและครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน และนักเรียนมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.53, S.D. = 0.44) ส่วนผู้ปกครอง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 4.53, S.D. = 0.39) อาจเป็นเพราะการดำเนินงานในนั้น ผู้ที่จะต้องเข้ามามีส่วนอย่างมากคือผู้บริหาร ครู กรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน และนักเรียนจึงได้มีโอกาสรับรู้ มีความเข้าใจและได้ร่วมกิจกรรมตลอดมา ได้เห็นความก้าวหน้า ความเปลี่ยนแปลงความยากลำบาก ปัญหา อุปสรรคของการดำเนินงาน เมื่อเสร็จสิ้นโครงการจึงมีความสุขความพึงพอใจจึงอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนผู้ปกครองโดยทั่วไปอาจมีโอกาสมาร่วมกิจกรรมน้อยจึงอาจได้รู้เห็นความเปลี่ยนแปลงจากการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่สื่อสารให้สาธารณะได้รับรู้ จึงมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก โดยการดำเนินงานความสำเร็จของโรงเรียน 8 กิจกรรม ที่ส่งผลโดยตรงกับนักเรียน ครูร่วมคิด ร่วมทำ มีชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม และขยายผลการจัดกิจกรรมภายในโรงเรียน นำไปสร้างองค์ความรู้คืนสู่ชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับรายงานการวิเคราะห์งานวิจัยโครงการโรงเรียนมาตรฐานสากล ของ Educational Management Innovation Development Office,

Office of the Basic Education Commission (2007, 79) พบว่า นักเรียนเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ นักเรียนมีทักษะในการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง ใช้สารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้ มีนิสัยใฝ่รู้ใฝ่เรียน เป็นผู้เรียนที่มีความสามารถในการคิด วิเคราะห์และสร้างสรรค์ มีทักษะมากขึ้นในการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ทักษะในการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง ทักษะการนำเสนอผลงานที่สร้างสรรค์ด้วยโปรแกรมต่าง ๆ มีการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจากสื่อที่หลากหลาย และพบต่อไปว่านักเรียนมีการปรับตัวมีความกระตือรือร้นในการเรียน มีความฉลาดทางอารมณ์ผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาผลการเรียนเฉลี่ยเพิ่ม

สรุป

พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคมนี้ เป็นความก้าวหน้าของโครงการ ระหว่างดำเนินโครงการและเมื่อสิ้นสุดโครงการ การวิจัยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างและพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล เพื่อศึกษาผลการดำเนินการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล และเพื่อศึกษาประสิทธิผลของการดำเนินการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม ผลการวิจัยพบว่า การสร้างและพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม มีความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการและแผนกลยุทธ์ของโรงเรียน และผลประเมินรูปแบบการบริหาร มีความเหมาะสม ผลการดำเนินการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.06$, S.D. = 0.62) และ ผลการวิเคราะห์ประสิทธิผลของการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สู่การพัฒนาคุณภาพนักเรียนตามมาตรฐานสากล โรงเรียนเชียงดาววิทยาคม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.78$, S.D. = 0.42) การศึกษาผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนโดยการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนในปีการศึกษา 2561 และ 2562 พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น และการอ่าน คิด วิเคราะห์ เขียน ของนักเรียนมีการพัฒนาขึ้น อยู่ในระดับดีเยี่ยม และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.53$, S.D. = 0.44) โดยมีข้อเสนอแนะที่จะนำผลการวิจัยนั้นไปใช้ประโยชน์ ได้แก่

1. การดำเนินงานตามโครงการนี้ สามารถนำไปกำหนดยุทธศาสตร์การปฏิรูปการเรียนรู้โดยใช้โรงเรียนเป็นฐานมุ่งพัฒนาระบบ พัฒนาคู่มือมาตรฐานพิจารณาบริบท และความพร้อมของโรงเรียนและชุมชน เป็นองค์ประกอบสำคัญด้วยสภาพจริง เช่น นโยบายการปฏิรูปการศึกษาของประเทศ ระดับท้องถิ่น และระดับสถานศึกษา ด้วยการร่วมกันศึกษาสร้างเครือข่ายแนวทางการขับเคลื่อนและเอื้อให้โรงเรียนสามารถพัฒนาชุมชนเรียนรู้ทางวิชาชีพในโรงเรียนได้ ตามสภาพบริบทของแต่ละพื้นที่

2. การบริหารจัดการด้วยระบบคุณภาพ ผู้บริหารควรกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และการปฏิบัติที่มุ่งส่งเสริม และสร้างระบบการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นผลงานเป็นเลิศ โดยการใช้รูปแบบวงจรคุณภาพเป็น

เครื่องมือในการขับเคลื่อนสนับสนุนการเรียนรู้อย่างจริงจัง คำนึงถึงความต้องการจำเป็นของนักเรียนทั้งในปัจจุบันและอนาคต

3. ควรมีการร่วมมือรวมพลังของครูผู้สอน ผู้บริหาร ศึกษานิเทศก์ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำ PLC ปรับโครงสร้างการบริหารงานที่สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างสะดวกและคล่องตัวในการปฏิบัติงานและส่งเสริมด้านการเรียนรู้เพื่อการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมองค์กร

References

- Chaiphakdee, P. & Wahachat, R. (2018). **Being a professional learning community of schools based on the opinions of teachers Under the Songkhla Primary Educational Service Area Office 1**. National Conference "Walailak Research". No. 10, 27-28 March 2018. Retrieved June 1, 2018, from <https://wjst.wu.ac.th/index.php/wuresearch/article/view/5309>. [In Thai]
- Chaichaowarat, R. (2015). **Professional Learning Community: PLC**. 9 Ways to Build Teachers into Disciples: Conceptual document and guidelines for professional development of teachers for the working group of the Mechanism Development Project and guidelines for supporting professional learning communities for learner development. 1-10. [In Thai]
- Chiang Dao Wittayakhom School. (2017). **Information, Chiang Dao Wittayakom School**. Chiang Mai: Chiang Dao Wittayakhom School Secondary Education Service Area Office, District 34. [In Thai]
- Educational Management Innovation Development Office, Office of the Basic Education Commission. (2007). **Condition of using information technology One district, one dream school project**. Bangkok: Agricultural Cooperative Association of Thailand. [In Thai]
- Hord, S. M. (1997). **Professional Learning Communities: Communities of Continuous Inquiry and Improvement**. Retrieved June 5, 2018, Form: <http://www.sedl.org/siss/plccredit.html>. [In Thai]
- Leepairat, S., Gesthong, T. & Noichun, N. (2017). The World-Class Standard Elementary School Quality Management Model. **Suthiparithat**. 31(100), 261-273. [In Thai]
- Ministry of Education. (2008). **Manual for administration of basic educational institutions that are juristic persons**. Bangkok: Kurusapa Printing. [In Thai]
- Office of Education Reform (OSMEP) special public organization. (2002). **Education reform under the National Education Act (1999)**. Bangkok: Office of Education Reform. [In Thai]

- Office of the Basic Education Commission. (2007). **Quality System Management Manual**. Bangkok: Agricultural Cooperative Association of Thailand. [In Thai]
- Office of the Higher Secondary Education Administration. (2010). **Guidelines for learning management in schools with international standards**. Bangkok: Agricultural Cooperative Association of Thailand Printing House.
- Office of the National Education Commission. (n.d.) **National Education Act, B.E. 2542 amendments (No. 3), B.E. 2010**. Bangkok: Prikwan Graphic. [In Thai]
- Panich, V. (2012). **Ways to create learning for students in the 21st century**. Bangkok: Sodsri-Saridwong Foundation. [In Thai]
- Somchandra, R. (2016). **Development the Skill of Teachers in the 21th Century**. (Ph.D. Dissertation, Doctor of Philosophy (Educational Administration), Western University).

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน
ในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ อ.เกาะสีชัง จ.ชลบุรี ประเทศไทย

Approaches for Creative Tourism Development on Sustainable Community
Resources in Baan Koh Kham Yai Island, Koh Sichang District,
Chonburi Province, Thailand

รุ่งรติศ เมืองลือ^{1*}

Rungradith Muanglue^{1*}

¹สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
เลขที่ 120 ถนนมหิดล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100 ประเทศไทย

¹Tourism Management Program, Faculty of Arts, The Far Eastern University
120 Mahidol Road, Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province, 50100 Thailand

รับบทความ: 24 มิถุนายน 2564 ปรับปรุงบทความ: 30 กรกฎาคม 2564 ตอรับตีพิมพ์บทความ: 6 สิงหาคม 2564

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบททรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค 3) สร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน โดยใช้เทคนิควิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) จากกลุ่มตัวอย่างภาคีรัฐ ภาคเอกชน นักท่องเที่ยว และประชาชน จำนวน 30 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเกาะขามใหญ่ที่สำคัญ ได้แก่ หาดทรายเกาะขามใหญ่ พันธุ์สัตว์น้ำ วิธีการทำประมงพื้นบ้าน ประเพณีวันไหลหรือสงกรานต์ อุ่มสาวลงน้ำและกิจกรรมการสาธิตทำแปรรูปผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรท้องถิ่น 2) ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis พบว่า จุดแข็ง คือ เกาะขามใหญ่มีที่ตั้งเหมาะสม เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้เคียง จุดอ่อน คือ ขาดแคลนสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน โอกาส คือ พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับชาติ ส่งเสริมความโดดเด่นทางธรรมชาติ และอุปสรรค คนในชุมชนมีการย้ายถิ่นฐานเพื่อประกอบอาชีพในพื้นที่อื่น และ 3) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน คือ ชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่สร้าง

* ผู้เขียนหลัก (อาจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น)
อีเมล: rungradith@feu.edu

แบรนด์จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติทางทะเลอย่างยั่งยืน สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงอาหาร
แบรนด์ท่องเที่ยวสังคมวิถีประมง แบรนด์ท่องเที่ยววัฒนธรรมท้องถิ่นและพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน เพื่อพัฒนา
เศรษฐกิจชุมชน พัฒนาสังคม อนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ

พัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บ้านเกาะขามใหญ่

Abstract

This research aimed to 1) study the context of creative tourism resources 2) analyze strengths, weaknesses opportunities and threats 3) create approaches for creative tourism development on sustainable community resources. The combination of qualitative and participatory action research was used as a method of the study among 30 key informants consisting of the public sector, the private sector, tourists and citizens. The study founded that 1) the significant creative tourism resources of Koh Kham Yai Island are Koh Kham Yai Beach, aquatic animal resources traditional ways of fishing, Songkran Festival in Pattaya, the tradition of carrying girls into the water and the demonstration of processing products from local resources, 2) the SWOT analysis was found that strengths are being in the proper location of Koh Kham Yai Island and nearby tourist attractions. Weaknesses are the lack of basic utilities. Opportunities are developing to a national tourist destination emphasizing the outstanding nature. Threats are those who live in the community migrate to work. 3) Approaches for creative tourism development on sustainable community resources in Koh Kham Yai Island are Koh Kham Yai community create a sustainable marine ecotourism destination brands, create gastronomy tourism brands, fishing social tourism brands, local culture tourism brands and sustainable society development in order to develop the local economy, develop the society, preserve culture, mind development and sustainably conserve the environment.

Keywords

Tourism Development, Creative Tourism, Sustainable Tourism, Baan Koh Kham Yai Island

บทนำ

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 65 กำหนดให้รัฐจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน การพัฒนาประเทศไทยในช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน พร้อมกำหนดเป้าหมายการพัฒนาประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน (The Prime Minister's Office, 2018, 1-2) ในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) เป็นยุทธศาสตร์ชาติฉบับแรกของประเทศไทยตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ซึ่งจะต้องนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งในยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศหลากหลายมิติบนพื้นฐานแนวคิด ได้แก่ “การต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่รากเหง้าทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบของประเทศในด้านอื่น ๆ มาประยุกต์กับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ ถัดมาคือ “ปรับปัจจุบัน” เพื่อปูทางสู่อนาคต ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต และสุดท้ายคือ “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลก ควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนา (The Prime Minister's Office, 2018, 1-8)

จังหวัดชลบุรี ตั้งอยู่ทางภาคตะวันออกของประเทศไทยเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวทั่วโลกเดินทางมาท่องเที่ยวจำนวนมาก มีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย ทั้งหมู่เกาะ ชายฝั่งทะเล ป่าเขา ป่าชายเลน ซึ่งเอื้อต่อการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ประมง และผลิตสินค้าแปรรูป โดยเฉพาะแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่มีศักยภาพเพื่อการท่องเที่ยว อาทิ ชายหาดที่มีชื่อเสียง และเกาะต่าง ๆ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศสร้างรายได้แก่ประชาชนในพื้นที่และประเทศ (Chonburi Provincial Office Development Strategy Group, 2017, 1) โดยเกาะขามใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งในจังหวัดชลบุรีและเป็นที่ตั้งของชุมชนประมงพื้นบ้านขนาดเล็กตั้งอยู่ มีเนื้อที่ประมาณ 13 ไร่ จำนวนประชากร 184 คน จำนวนครัวเรือนทั้งสิ้น 60 ครัวเรือน อยู่บริเวณใกล้เคียงกับเกาะสีชังสามารถมองเห็นได้ชัดเจนจากพระจุฬาธราชาฐาน ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประมง มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่น่าสนใจ อาทิ ประเพณีวันไหลสงกรานต์อ้อมสาวลงน้ำ หรืออาหารพื้นถิ่นที่มาจาก การแปรรูปสัตว์น้ำ ตลอดจนมีทรัพยากรธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ ได้แก่ หอยกระปุก หอยมือเสือ หอยนมสาว ปลาสละ และหมึก นอกจากนี้ชุมชนมีความเข้มแข็ง เนื่องจากการมีผู้นำ

ชุมชนที่มีความสามารถด้านการบริหารจัดการชุมชนได้ดี ตลอดจนมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน เพื่ออนุรักษ์วิถีชีวิตประมงพื้นบ้าน รวมทั้งการนำทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมมาต่อยอดสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าให้ดำรงอยู่คู่ชุมชนอย่างยั่งยืนและเกิดประโยชน์สูงสุด

ดังนั้นผู้วิจัยจึงตระหนักถึงความจำเป็นในการค้นหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ อ.เกาะสีชัง จ.ชลบุรี ประเทศไทย เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวระดับชาติของประเทศไทย บนพื้นฐานทรัพยากรของชุมชนเพื่อพัฒนาไปสู่แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและมีอัตลักษณ์ในชายฝั่งทะเลตะวันออกต่อไป

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาบริบททรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ อ.เกาะสีชัง จ.ชลบุรี
2. วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ อ.เกาะสีชัง จ.ชลบุรี
3. สร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ อ.เกาะสีชัง จ.ชลบุรี

ทบทวนวรรณกรรม

1. ทฤษฎีและแนวคิดทางสังคมวิทยา (Sociological theories)

ทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่ (Structural Functionalism Theory) เป็นการศึกษาแนวคิดทางการศึกษาวัฒนธรรมแบบใหม่ ๆ ที่ได้เกิดขึ้น คือ การศึกษาพฤติกรรมของคนในสังคมในรูปแบบบูรณาการ (Intergration) รวมทั้งศึกษาหน้าที่ของโครงสร้างของสังคมทุกระดับบนชั้นที่มีความสัมพันธ์กันจึงสามารถเข้าใจสังคมหนึ่ง ๆ ได้อย่างลึกซึ้ง รวมทั้งสังคมมีการขับปรับเปลี่ยนโครงสร้างที่บกพร่องเสมอจะเป็นการปรับสมดุล ซึ่งมีลักษณะการเคลื่อนไหวและไม่หยุดนิ่ง หรือที่เรียกว่า “การเคลื่อนไหวที่สมดุล (Moving Equilibrium)” (Wannasiri, 2007, 97-99) สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนมีโครงสร้างต่าง ๆ ได้แก่ บุคคล กลุ่ม และองค์กรต่าง ๆ ที่ปฏิบัติหน้าที่ประสานสัมพันธ์กันเป็นพลังของชุมชน ที่พร้อมจะขับเคลื่อนพัฒนาชุมชน

ทฤษฎีกลไกการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Mechanism of Social Change Theory) หรือกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลง (Strategic Change) หมายถึง กลวิธีที่ผู้นำการเปลี่ยนแปลงคิดค้นขึ้น เพื่อนำมาดำเนินการปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาทิ นโยบายระเบียบและข้อกำหนด ทำให้ผู้เกี่ยวข้องยอมรับการเปลี่ยนแปลงและให้ความร่วมมือปฏิบัติตามแนวทางใหม่ จึงต้องมีการวางกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่

- 1) กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงโดยใช้อำนาจ (Strategic Change Through Power) หมายถึง การที่ผู้บริหารใช้

ใช้สถิติก็ได้ และการเขียนรายงานเป็นการบรรยายเชิงพรรณนาและตีความอภิปรายเหตุผล เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจเนื้อหาสาระที่ต้องการนำเสนอได้ (Kispredarborisuthi, 2011, 223-224)

2. แนวคิดการพัฒนาที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1 แนวคิดการท่องเที่ยว (Tourism Theories) และทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว แหล่งกิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะเด่นของอารยธรรมท้องถิ่น ที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท (Esichaikul, 2014, 1-11) ดังนี้ 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คือ แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเอง และมีความสวยงามตามสิ่งแวดล้อมที่โดดเด่นทางภูมิศาสตร์ ธรณีวิทยา และระบบป่าไม้ที่หลากหลายได้แก่ ภูเขา ถ้ำ น้ำตก ชายหาด เกาะแก่ง ปะการัง พรรณพืช สัตว์ป่า เป็นต้น 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมประเพณี เป็นที่มีคุณค่าทางศิลปกรรมและขนบธรรมเนียมที่มีเอกลักษณ์ เช่น วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ภาษา การละเล่น ดนตรี กิจกรรมประเพณีงานเทศกาล พิธีกรรม และอื่น ๆ รวมถึงอัญมณีไมตรี การต้อนรับของคนในท้องถิ่น และการให้บริการต่าง ๆ 3) ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณสถานและศาสนสถาน ที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นและมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ หลักฐานทางโบราณคดีและศาสนาที่แสดงถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น เมืองโบราณ พระราชวัง พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์ วัด มัสยิด สถานที่จาริกแสวงบุญ เป็นต้น 4) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการสร้างสถานที่ที่สามารถประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวได้หลากหลาย โดยแบ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาสิ่งแวดล้อม เช่น สวนสัตว์ปิด ศูนย์วิจัยทางการเกษตร สวนป่า สวนผลไม้สวนสนุก สถานบันเทิง สนามกีฬา เป็นต้น

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism-CBT)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่จัดการโดยชุมชน กลายเป็น “การท่องเที่ยวชุมชน (Tourism in Community)” หมายถึง วิธีการหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ไปชุมชน โดยส่วนใหญ่เป็นการจัดการโดยคนภายนอก คนในชุมชนไม่ได้มีส่วนร่วมในการจัดการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มุ่งสู่เรื่องรายได้มากกว่าการจัดการสิ่งแวดล้อม หรือแม้กระทั่งการมองประโยชน์โดยรวมที่ชุมชนจะได้รับและเข้ามามีส่วนร่วมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยการจัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยมองว่าการท่องเที่ยวต้องทำงานครอบคลุม 5 ด้านพร้อมกัน ได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ (Potjana, 2013, 1-2)

2.3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การเดินทางที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์จริงแท้ที่เกิดจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ศิลปะมรดกทางวัฒนธรรม หรือคุณลักษณะพิเศษของพื้นที่นั้น

จากนั้นนำมาซึ่งความเชื่อมโยงกับผู้คนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ อีกทั้งยังเป็นผู้รังสรรค์วัฒนธรรมที่มีชีวิตนั้น โดยมีคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาแนวทางในการพัฒนา คือ เจ้าของบ้านและผู้มาเยือนมีความผูกพันกัน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางด้านวัฒนธรรมของพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว มีประสบการณ์ร่วม มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน นักท่องเที่ยวเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นแค่ผู้ชม ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวยังมีโอกาสพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมการสร้างสรรค์ประสบการณ์กับเจ้าของบ้านหรือชุมชนท้องถิ่น สิ่งที่ปรากฏจึงเป็นมูลของจริงหรือเป็นของจริงแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ กิจกรรมเป็นที่น่าจดจำ มีความประทับใจและเข้าใจตลอดจนยังเป็นการท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจงของนักท่องเที่ยว (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization, 2018, 10-16)

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development)

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ไม่ได้เป็นการทำลายสภาพแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น การจะพัฒนาให้การท่องเที่ยวยั่งยืนได้ ต้องอาศัยความเข้าใจว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม การท่องเที่ยวที่ไม่ได้เป็นการทำลายสภาพแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในทุก ๆ ด้าน กล่าวคือ การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการหรือสร้าง ความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและผู้คนในท้องถิ่น โดยที่มีการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในขณะที่เดียวกันยังคงรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นและระบบนิเวศในพื้นที่นั้นไว้ด้วย (Thongma, 2011, 16-17)

3. SWOT Analysis และ TOWS Matrix

SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์ จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threats) โดยมี TOWS Matrix เป็นการจับคู่ปัจจัยภายในระหว่างจุดแข็งกับจุดอ่อน และปัจจัยภายนอก คือ โอกาสและอุปสรรค โดยมีกลยุทธ์คือ กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ใช้การใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาส กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) โดยใช้โอกาสมาช่วยลดจุดอ่อนที่มีกลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) โดยการใช้จุดแข็งมาขจัดอุปสรรคที่เกิดขึ้น และกลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) โดยแก้ไขจุดอ่อนและอุปสรรคที่มี (Wehrich, 2021, 11)

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดวงใจ จิระคุณานันท์ (Chiwakunanan, 2017, 1-2) ได้ทำวิจัยเรื่อง อิทธิพลของ Reviewer ในสื่อออนไลน์กับการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทางในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารความคิดเห็นจากนักรีวิวและการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของนักท่องเที่ยวและการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านสื่อออนไลน์จากช่องทาง google มากที่สุดรองลงมาคือ Facebook และ website Pantip ตามลำดับ ซึ่งจะใช้สื่อออนไลน์

เพื่อค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ค้นหาข้อมูลที่ปัก หรือสำรองที่ปัก และค้นหาข้อมูลการเดินทาง หรือสำรองพาหนะในการเดินทาง กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักชื่นชอบข้อมูลในรูปแบบบล็อกหรือกระทู้รีวิวความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้บริการโดยละเอียดคิดเป็นร้อยละ 47 และบล็อกหรือกระทู้รีวิวสถานที่ท่องเที่ยวโดยเน้นไปทางการโพสต์รูปภาพเป็นหลักร้อยละ 41.5 ในด้านของข้อมูลนักท่องเที่ยว นักรีวิวประเภท Macroinfluencers มีผลต่อการตัดสินใจของเพศหญิงอยู่ในระดับมากกว่าเพศชาย

พยอม ธรรมบุตร (Dhamabutra, 2017, 65-66) ได้ทำวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทยแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาศักยภาพของเขตบางกอกน้อยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทยแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน 2. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทยแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในชุมชน เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร พบว่าแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทย แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนได้แก่ การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชื่อ สุขสันต์วันท่องเที่ยวบางกอกน้อยเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นแบรนด์รวมของแบรนด์เชิงสร้างสรรค์ย่อย 5 แบรนด์ พร้อมทั้งกลยุทธ์และโครงการเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้การพัฒนาแบรนด์ทั้ง 5 แบรนด์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเขตบางกอกน้อย จะพัฒนาในรูปแบบของโครงการของแต่ละแบรนด์ ซึ่งให้ความสำคัญกับการใช้รูปแบบของการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ ที่เน้นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ และได้เพิ่มพูนประสบการณ์ที่แตกต่างแก่ชีวิตของนักท่องเที่ยว

วชิรวิทย์ วิชาสวัสดิ์ (Wichasawat, 2020, 22-23) ได้ทำวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนโบราณบ้านเชียงเหียน จังหวัดมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนโบราณบ้านเชียงเหียน 2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนโบราณบ้านเชียงเหียน พบว่าศักยภาพที่โดดเด่นของชุมชนโบราณบ้านเชียงเหียน จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจ มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางธรรมชาติและทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรม สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ส่วนศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวพบว่าชุมชนมีกิจกรรมเฉพาะของแต่ละชุมชนซึ่งถือเป็นข้อดีของชุมชน ชุมชนควรส่งเสริมศักยภาพด้านกิจกรรม โดยชุมชนควรพัฒนาชุมชนให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ตลอดปี ด้านองค์กรชุมชน ชุมชนควรกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกช่วงวัย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น

วรรณวีร์ บุญคุ้ม และพจนา บุญคุ้ม (Boonkoun & Boonkoun, 2016, 93-94) ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์เส้นทางกาญจนบุรี-ทวาย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาเส้นทางท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์ 2. ศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์ 3. พัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์และ 4. หาข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์ เส้นทางกาญจนบุรี-ทวาย พบว่า 1. เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญ 2 เส้นทางคือ

เส้นทางเมืองกาญจนบุรี-ช่องเขาขาด และเส้นทางอุทยานประวัติศาสตร์-บ้านน้ำพุร้อน 2. กิจกรรมท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์บนเส้นทางกาญจนบุรี-ทวาย พบว่า เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องราวทางด้านประวัติศาสตร์ในสมัยสงครามโลก และสถานที่ที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ของไทยรวมถึงการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงเรื่องราวและวิถีชีวิตของผู้คนในอดีต 3. รูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์เส้นทางกาญจนบุรี-ทวายที่สร้างและพัฒนาขึ้นคือ Thai-Tavoy Mode และ 4. ข้อเสนอเชิงนโยบายในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์ที่สำคัญคือ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยววิถีไทย ส่งเสริมการเรียนรู้และการสืบทอดเรื่องราวของศิลปวัฒนธรรมไทยที่มีอยู่ในท้องถิ่น

ภัทรภรณ์ พิศปุ่น และชริกา คันทธา (Pisapunt & Kunta, 2020, 113-114) ได้ทำวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการและดำเนินโครงการประกวดอุทยานแห่งชาติสีเขียวด้านขยะมูลฝอยของอุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลย มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาระบบการจัดการขยะมูลฝอยในปัจจุบัน 2. เพื่อประเมินการปฏิบัติตามเกณฑ์ด้านการจัดการขยะมูลฝอยของโครงการประกวดอุทยานแห่งชาติสีเขียว 3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการขยะมูลฝอยที่เหมาะสม พบว่า อุทยานแห่งชาติภูเรือสามารถจัดการขยะได้ดีในช่วงเวลาปกติซึ่งไม่ใช่ช่วงเทศกาลท่องเที่ยว แต่การจัดการขยะมูลฝอยบางส่วนยังขาดประสิทธิภาพ เนื่องจากการดำเนินการคัดแยกยังไม่เหมาะสม และการกำจัดขยะมูลฝอยที่ไม่ถูกหลักสุขาภิบาล โดยอุทยานแห่งชาติภูเรือสามารถดำเนินการตามเกณฑ์การประเมินด้านการจัดการขยะของโครงการอุทยานแห่งชาติสีเขียวในภาพรวมได้ดี ไม่มีขยะตกค้าง มีนักท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่บางส่วนมีการคัดแยกขยะมูลฝอยไม่ถูกต้อง รวมถึงการกำจัดขยะทั่วไปยังใช้วิธีการกำจัดที่ไม่เหมาะสม ซึ่งแนวทางการจัดการขยะมูลฝอยที่เหมาะสมของอุทยานแห่งชาติภูเรือ เช่น จัดซื้อเครื่องมือ อุปกรณ์สำหรับจัดการขยะให้เพียงพอ เพิ่มมาตรการการการจัดการขยะในช่วงเทศกาล อบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากร การปรับปรุงระบบกำจัดขยะให้ถูกหลักสุขาภิบาล รวมถึงการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ปลูกจิตสำนึกให้บุคคลที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความร่วมมือและความตระหนักในการจัดการขยะมูลฝอยภายในอุทยานแห่งชาติ เป็นต้น

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ อ.เกาะสีชัง จ.ชลบุรี ประเทศไทย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เพื่อศึกษาศึกษาบริบททรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ ด้วยแบบชุมชนศึกษา (Community Study) การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism Resource Audit) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เพื่อประเมินจุดแข็งจุดอ่อน และสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อประเมินโอกาสและอุปสรรค ตลอดจนสร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ ซึ่งมีวิธีการวิจัย ด้วย

การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกของแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ อ.เกาะสีชัง จ.ชลบุรี จาก ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ทั้งหมด 30 คน โดยแบบชุมชนศึกษา (Community Study) การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource Audit) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากนั้นจึงเข้าสู่การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) เพื่อประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน และสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) ประเมินโอกาสและอุปสรรค ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ โดยเทคนิค SWOT Analysis และสังเคราะห์ TOWS Matrix และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ อ.เกาะสีชัง จ.ชลบุรี



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดการวิจัย

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ อ.เกาะสีชัง จ.ชลบุรี ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 30 คน โดยเลือกจากตำแหน่งของหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อได้มาซึ่งข้อมูลที่แท้จริงจากตัวแทนความเห็นของแต่ละภาคส่วน ทั้งระดับผู้บริหาร และระดับปฏิบัติการในพื้นที่วิจัย ได้แก่

1. ภาครัฐ คือ เจ้าหน้าที่สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานพัทยา เจ้าหน้าที่สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดชลบุรี องค์กร

บริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชลบุรี ผู้ใหญ่บ้าน และเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่สามารถให้ข้อมูลได้ จำนวน 7 คน ซึ่งมีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 5 ปี

2. ภาคเอกชน คือ หอการค้าจังหวัด ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โรงแรม ที่พัก ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการด้านการขนส่งนำเที่ยว และร้านจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 8 คน ทั้งหมดมีส่วนร่วมเกี่ยวกับนโยบายการบริการในองค์กร

3. ภาคประชาชน คือ ผู้ที่อยู่อาศัยในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 7 คน มีทะเบียนบ้านและภูมิลำเนาในพื้นที่

4. นักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะขามใหญ่ จำนวน 8 คน มีความสมัครใจให้ข้อมูลและพำนักอาศัยค้างคืนไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง

ผลการวิจัย

1. การศึกษาบริบททรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ พบว่าชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่มีทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่

ตารางที่ 1

แสดงทรัพยากรของชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่

ทรัพยากร	รายละเอียด
1.1 ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources)	ประกอบด้วย ชายหาดท่าหน้าบ้านร่วมกับพันธุ์ไม้ในชุมชน เช่น มะขาม มะขามเทศ มะขามป้อม สะเดา ตะขบ มะกอกป่า โพธิ์ทะเล มันเสา กลอย ตะบองเพชร สลัดโต ไข่เต่า และอื่น ๆ นอกจากนี้ยังมีพันธุ์สัตว์น้ำเค็ม เช่น ปลาการ์ตูน ดอกไม้ทะเล หอยกระปุก หอยมือเสือ ปลาหมึก ปลาสละ หอยชักตีน หอยนางรม หอยนมสาว และหอยตาว่า เป็นต้น
1.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม (Cultural Resources)	ได้แก่ ศาลเจ้าพ่อกวนอู เจ้าแม่ทับทิม หลักไมล์ทะเลสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 หัตถกรรมการทำลอบดักปลาและปูม้า วิถีชีวิตประมงพื้นบ้าน รวมทั้งยังมีรายการอาหารพื้นถิ่น เช่น น้ำพริกมะขาม ปลากระตักสามรส ยำมะม่วงหอยนมสาว ผัดหอยกระปุก และน้ำพริกมะม่วง เป็นต้น
1.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหกรรม เทศกาล และประเพณี (Events, Festival and Way of Life Resources)	ได้แก่ ประเพณีวันไหลหรือสงกรานต์อุ้มสาวลงน้ำในช่วงวันที่ 18 เดือนเมษายน งานเทศกาลศาลเจ้าพ่อกวนอูในช่วงเดือนกรกฎาคม และการแข่งขันตกปลาขามใหญ่พิชชิงเกมในช่วงพฤศจิกายน

ตารางที่ 1

แสดงทรัพยากรของชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ (ต่อ)

ทรัพยากร	รายละเอียด
1.4 ทรัพยากรท่องเที่ยวกิจกรรมและ สันทนาการ (Activity Resources)	เช่น การเล่นน้ำและดำน้ำชมปะการัง การสาธิตทำแปรรูปผลิตภัณฑ์จาก ทรัพยากรท้องถิ่นจากปลาหมึกแดดเดียว สลัดองเค็ม การปั่นอีเอ็มบอล การ ปลูกปะการังเทียม การปั่นจักรยานชมทิวทัศน์รอบเกาะ การตกปลาและการ ตั้งแคมป์พักแรม การสาธิตการทำน้ำพริกมะขาม และการหาหอยกระปุกจาก บริเวณน้ำล้นหน้าหาดเพื่อนำมาทำเป็นอาหารพื้นถิ่น และอื่น ๆ
1.5 ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านบริการ (Service Resources)	ประกอบด้วย เรือรับส่งผู้โดยสาร ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวการต้อนรับ ศูนย์ จำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ร้านค้าชุมชน ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ที่พัก แบบโฮมสเตย์ และสุขา

จะเห็นได้สิ่งเหล่านี้ เป็นส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชนและเกิดมูลค่าต่อภูมิภาค โดยทรัพยากร
จะแสดงในภาพที่ 2 ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2: แผนที่แหล่งท่องเที่ยวเกาะขามใหญ่

ที่มา : Esri, i-cubed, USDA, USGS, AEX, GeoEye, Getmapping, Aerogrid, IGN, IGP, UPR-EGP, and
the GIS User Community (2021)

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) เพื่อประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน และสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) ประเมินโอกาสและอุปสรรค ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ โดยเทคนิค SWOT Analysis สังเคราะห์ TOWS Matrix ตามตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2

แสดง SWOT Analysis ของชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ ตำบลท่าเทววงษ์ อำเภอเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

SWOT Analysis	
ปัจจัยภายใน	
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ol style="list-style-type: none"> 1. มีที่ตั้งเหมาะสม มีเรือจากเกาะลอยศรีราชา เชื่อมโยงกับเกาะสีชัง และแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง 2. มีทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมโดดเด่น คือ ปลาการ์ตูนและดอกไม้ทะเล พันธุ์สัตว์น้ำอุดมสมบูรณ์ และประเพณีอุ้มสาวลงน้ำ 3. เป็นหมู่บ้าน OTOP ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดชลบุรี 4. ผู้นำชุมชนและคณะกรรมการเข้มแข็ง มีความตั้งใจในการพัฒนา 5. มีสินค้า OTOP ที่มีชื่อเสียง เช่น หมึกตากแห้ง ปลาสดต้องเค็มผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดแคลนสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา เป็นต้น 2. ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี เช่น ช่วงฤดูฝน 3. ชาวบ้านไม่มีอาชีพและรายได้ที่แน่นอน 4. ขาดการส่งเสริมด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น 5. ปัญหาสิ่งแวดล้อม อาทิ ขยะและน้ำเสีย 6. ขาดองค์ความรู้ด้านการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน
ปัจจัยภายนอก	
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับชาติ นำเสนอความโดดเด่นทางธรรมชาติ เช่น แหล่งตกปลาธรรมชาติ มีความสวยงามสมบูรณ์ 2. ปรับปรุงสินค้าและบริการกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย 3. เปิดเว็บไซต์สร้างภาพลักษณ์ระดับนานาชาติ 4. เชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับสถานที่ใกล้เคียง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. คนในชุมชนมีการย้ายถิ่นฐานเพื่อประกอบอาชีพ 2. มีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่โดดเด่น 3. การขาดงบประมาณในการพัฒนา

จากตารางที่ 2 พบว่า จุดอ่อนและอุปสรรค ที่ผู้วิจัยมองว่ามีสาเหตุเกิดจากการขาดการบริหารจัดการที่เหมาะสมจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเช่น ไฟฟ้าและน้ำประปาหรือน้ำอุปโภคและบริโภคที่ต้องซื้อจากฝั่ง ทำให้เกิดผลกระทบต่อความเป็นอยู่ภายในชุมชน ตลอดจนการไม่มี

อาชีพและรายได้ที่แน่นอน จึงทำให้มีการย้ายถิ่นฐานเพื่อประกอบอาชีพและรายได้ภายนอกพื้นที่เกาะเพื่อยังชีพ

ตารางที่ 3

แสดง TOWS Matrix ของชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ ตำบลท่าเทววงษ์ อำเภอเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

TOWS Matrix	
กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)
1. สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติทางทะเลอย่างยั่งยืน 2. สร้างแบรนด์จุดหมายปลายทาง (Destination) การท่องเที่ยว 3. สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงอาหาร 4. สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวสังคมวิถีประมงวัฒนธรรมท้องถิ่น และพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน	1. สร้างแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ 2. ตั้งคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ 3. สร้างแผนการตลาดดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง (Digital Marketing) ของชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ 4. สร้างระบบสื่อความหมายด้านการท่องเที่ยว 5. สร้างแผนอนุรักษ์วัฒนธรรมและธรรมชาติของชุมชน
กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT)
1. สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวกับชุมชนโดยรอบเกาะขามใหญ่ 2. ทำการพัฒนาท่องเที่ยวไร้พรมแดน 3. เชื่อมโยงกับอาเซียนและโลกด้วยดิจิทัล (Networking) 4. เกาะกลุ่มกับจังหวัดที่โดดเด่น เช่น ระยอง ตราด	1. ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงพัฒนาหมู่บ้าน 2. อบรมการเตรียมความพร้อมด้านร่างกายและจิตใจต่อปัญหาทุกรูปแบบที่อาจเกิดขึ้น 3. อบรมแผนรองรับภัยพิบัติที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

3. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ อ.เกาะสีชัง จ.ชลบุรี คือ การผสมผสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน นักท่องเที่ยว ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ ชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่จะเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวทางทะเลที่มีคุณภาพโดดเด่นระดับนานาชาติ สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงอาหาร แบรนด์ท่องเที่ยวสังคมวิถีประมง แบรนด์ท่องเที่ยววัฒนธรรมท้องถิ่นและพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน สังคม อนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ดังนี้

3.1 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โดยมีการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ โครงการที่ 1 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) ในเฟสบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube) และเว็บไซต์ Tripadvisor โครงการที่ 2 การจัดทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บ้านเกาะขามใหญ่

กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ โครงการที่ 1 การสร้างแบรนด์ “Happy day in Baan kohkhamyai Island” โครงการที่ 2 ชิมอาหารพื้นถิ่นเชิงสร้างสรรค์เกาะขามใหญ่ “Enjoy Kohkhamyai Local Seafood”

กลยุทธ์ที่ 3 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ โครงการที่ 1 จัดตั้งชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวบ้านเกาะขามใหญ่ โครงการที่ 2 โครงการจัดตั้งคณะกรรมการชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวบ้านเกาะขามใหญ่

3.2 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาสังคม โดยกำหนดกลยุทธ์ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้มแข็ง ได้แก่ โครงการที่ 1 โครงการจัดอบรมบุคลากรภาคบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน โครงการที่ 2 โครงการส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 2 การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชน ได้แก่ โครงการที่ 1 โครงการอบรมการจัดการโฮมสเตย์ โครงการที่ 2 โครงการอบรมการทำอาหารพื้นถิ่นเชิงสร้างสรรค์

3.3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและปลูกจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาจิตใจปลูกจิตสำนึก ได้แก่ โครงการที่ 1 ปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมกับชุมชน โครงการที่ 2 อบรมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล

กลยุทธ์ที่ 2 การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน ได้แก่ โครงการที่ 1 การอบรมเทคนิคการสื่อความหมายภูมิปัญญาพื้นบ้านวิถีประมงพื้นบ้าน โครงการที่ 2 โครงการอนุรักษ์ประเพณีวันไหลสงกรานต์อุ้มสาวลงน้ำ เกาะขามใหญ่

3.4 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 1 การใช้ประโยชน์จากพื้นที่เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ โครงการที่ 1 เพิ่มพื้นที่สีเขียวภายในชุมชนเพื่อปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในชุมชน โครงการที่ 2 อนุรักษ์ความหลากหลายของสิ่งมีชีวิตทางทะเล การฟื้นฟูปะการัง และการปั่น EM-ball

กลยุทธ์ที่ 2 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ โครงการที่ 1 การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในแหล่งที่พักโฮมสเตย์ โครงการที่ 2 ธนาคารขยะ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ศึกษาบริบททรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ อ.เกาะสีชัง จ.ชลบุรี พบว่าบ้านเกาะขามใหญ่เป็นชุมชนที่มีศักยภาพและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ประกอบด้วย ชายหาดท่าหน้าบ้านรวมทั้งพันธุ์ไม้ในชุมชน เช่น มะขามเปรี้ยว มะขามเทศ และอื่น ๆ ตลอดจน พันธุ์สัตว์น้ำต่าง ๆ นอกจากนี้ทรัพยากรท่องเที่ยววิถีธรรมชาติและสันทนาการที่โดดเด่นได้แก่ การเล่นน้ำและดำน้ำชมปะการัง การสาธิตการทำและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรท้องถิ่น การปลูกปะการังเทียม การปั่นจักรยานชมทิวทัศน์รอบเกาะ การตกปลา และการตั้งแคมป์พักผ่อน การรับประทานอาหารพื้นถิ่น ซึ่งสามารถรองรับได้ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ ควรมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สร้างแพ็คเกจการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้มีการดูแลรักษาทรัพยากรและการอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชน สัมพันธ์กับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (The Prime Minister's Office, 2016, 110) ในยุทธศาสตร์ที่ 4 การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน การปกป้องทรัพยากรทางทะเล

2. วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ อ.เกาะสีชัง จ.ชลบุรี จากบริบทพื้นที่ซึ่งมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย หากมีการวางแผนการพัฒนาที่เหมาะสม โดยมีการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนระยะยาว โดยลดความขัดแย้งเชิงนโยบายระหว่างการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว การประมง และวิถีชีวิตของชุมชน ผ่านกระบวนการรับฟังความคิดเห็น ตัดสินใจ และจัดการร่วมของภาคีที่เกี่ยวข้อง พัฒนาระบบบริหารจัดการ และการจัดเก็บรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ทางทะเล หมู่เกาะ และชายหาด เพื่อนำมาใช้ในการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติให้คงความสมบูรณ์และสวยงาม

3. สร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ อ.เกาะสีชัง จ.ชลบุรี โดยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากทุนทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ อ.เกาะสีชัง จ.ชลบุรี คือ ชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่จะเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวทางทะเลที่มีคุณภาพโดดเด่นระดับนานาชาติ สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงอาหาร แบรนด์ท่องเที่ยวสังคมนิยม ประมง แบรนด์ท่องเที่ยววัฒนธรรมท้องถิ่นและพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (The Prime Minister's Office, 2016, 82-176) ในยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ โดยมีแนวทางการพัฒนาส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน ซึ่งเกาะขามใหญ่เป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลอุดมสมบูรณ์มีความโดดเด่นดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ สัมพันธ์กับยุทธศาสตร์ที่ 9 ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคเมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ การ

ปรับปรุงมาตรฐานสินค้าและธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและภาพลักษณ์ที่ได้มาตรฐานสากล เพื่อเพิ่มศักยภาพให้เป็นศูนย์รวมการท่องเที่ยวของเอเชียที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลนานาชาติในจังหวัดชลบุรีให้เป็นฐานการกระจายรายได้และการสร้างงาน โดยยกระดับคุณภาพของธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานระดับนานาชาติและเป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยว และพัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านประมง ให้คงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรชายฝั่งทะเลอย่างยั่งยืนต่อไป โดยเร่งรัดการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และการจัดการใช้ประโยชน์ทรัพยากรประมงและสิ่งแวดล้อมให้เป็นระบบเหมาะสม ควบคู่ไปกับการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพ การส่งเสริมและพัฒนาการประมงพื้นบ้านรวมทั้ง การส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจการประมง และสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวฯ (Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports. (2015, 26-45) คือ พัฒนาให้กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเป็นเมืองท่องเที่ยวหาดทรายชายทะเลที่เต็มไปด้วยสีสันของทะเลตะวันออกและเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตการท่องเที่ยวชุมชนในระดับสากล ในยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวหาดทรายชายทะเล ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่แหล่งท่องเที่ยวมาตรฐานสากล รักษาสมบัติเอกลักษณ์ทางวิถีชีวิตที่หลากหลายของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก และกลยุทธ์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีมาตรฐานและมีศักยภาพในการให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวได้

3.1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โดยกำหนดกลยุทธ์ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ โครงการที่ 1 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) ในเฟสบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube) และเว็บไซต์ Tripadvisor และโครงการที่ 2 การจัดทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์บ้านเกาะขามใหญ่ เป็นการประชาสัมพันธ์ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศรู้จักและส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติเพิ่มขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวที่สนใจสามารถจองที่พักและสอบถามกิจกรรมการให้บริการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ได้โดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับ รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว (Ministry of Tourism and Sports, 2017, 65) กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์ (Online Social Media) เป็นสื่อที่เข้าไปมีบทบาทในการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว เพราะเห็นข้อมูลได้อย่างค่อนข้างทันสมัย สามารถแสดงความเห็นของนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ และชุมชนในฐานะเป็นผู้จัดการท่องเที่ยวสามารถนำความคิดเห็นนั้นไปพัฒนาและปรับปรุงงานของกลุ่มได้ นอกจากนี้ ชุมชนยังใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่กิจกรรมท่องเที่ยวของกลุ่มได้ สัมพันธ์กับแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว (Ministry of Tourism and Sports, 2015, 26-45) ในยุทธศาสตร์ที่ 3 คือ สร้างนวัตกรรมส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวสมัยใหม่ (Modern Marketing) เพื่อรักษากลุ่มนักท่องเที่ยวเดิม และเพิ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพทั้งนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ โดยมีกลยุทธ์ คือ การส่งเสริมการดำเนินการจัดการตลาดนวัตกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Digital Marketing) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงใจ จิระคุณานันท์ (Chiwakunanan, 2017, 1-2) เรื่อง อิทธิพลของ Reviewer ในสื่อออนไลน์กับการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทางในประเทศไทย คือ กลุ่ม

ตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านสื่อออนไลน์จากช่องทาง Google มากที่สุดรองลงมาเป็น Facebook ตามลำดับ ส่วนใหญ่มักชื่นชอบข้อมูลในรูปแบบ บล็อก/กระตุ้รวิความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้บริการโดยละเอียด คิดเป็นร้อยละ 47 และบล็อก/ กระตุ้รวิสถานที่ท่องเที่ยวโดยเน้นไปทางการโพสต์รูปภาพเป็นหลักร้อยละ 41.5

กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ โครงการที่ 1 การสร้างแบรนด์ “Happy day in Baan KohKhamyai Island” โดยมีการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกทั้งได้แบบไปกลับในหนึ่งวันตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่กำหนดไว้ในรูปแบบนอนพักค้างคืนบนที่พักริมชายหาดบนเกาะ ในส่วนโครงการที่ 2 ชิมอาหารพื้นถิ่นเชิงสร้างสรรค์เกาะขามใหญ่ “Enjoy Kohkhamyai Local Seafood” สัมพันธ์กับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (Ministry of Tourism and Sports, 2016, 29) ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน คือ พื้นฐานการเติบโตของการท่องเที่ยว มีปัจจัยหลักที่คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการ ที่ต้องได้มาตรฐานระดับสากลและมีเอกลักษณ์โดดเด่น ดังนั้น แนวทางการพัฒนาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน คือ การส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในเชิงอัตลักษณ์ท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณี และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ มีการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมต่าง ๆ ของชุมชนมาสร้างเป็นโปรแกรมท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าของทรัพยากรท้องถิ่นและการกระจายรายได้แก่ชุมชน สัมพันธ์งานวิจัยของ พยอม ธรรมบุตร (Dhamabuttra, 2017, 73) เรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทยแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร คือ สินค้าและบริการสร้างสรรค์จะขึ้นอยู่กับทรัพยากรที่โดดเด่นของจุดหมายปลายทาง เช่น ภูมิทัศน์ ภูมิอากาศ ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรวัฒนธรรม วิถีชีวิต ซึ่งทรัพยากรดังกล่าวเคยใช้ในเส้นทางทัวร์แบบดั้งเดิม แต่จะต้องมีมุมมองในการจัดให้เป็นเชิงสร้างสรรค์ โดยมีการมีส่วนร่วมและส่งเสริมประสบการณ์ใหม่แก่นักท่องเที่ยว แทนการพาไปดูไปกินไปนอนรูปแบบเดิมของการท่องเที่ยวขนบนิยมที่ทำกันอยู่ในปัจจุบัน (Destination-Based) สินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์ จะกระจายอยู่ตามพื้นที่ภูมิศาสตร์ที่หลากหลายและกว้างขวาง มีการจัดโปรแกรมทัวร์เชิงสร้างสรรค์ ซึ่งมีกิจกรรมที่เป็นรูปธรรมชัดเจน ซึ่งไม่จำเป็นต้องผูกติดอยู่เฉพาะพื้นที่แบบการท่องเที่ยวขนบนิยม (Activity-Based)

กลยุทธ์ที่ 3 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ โครงการที่ 1 จัดตั้งชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวบ้านเกาะขามใหญ่ และโครงการที่ 2 โครงการจัดตั้งคณะกรรมการชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวบ้านเกาะขามใหญ่ โดยมีการดำเนินการด้วยการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามโครงสร้างของชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวบ้านเกาะขามใหญ่ สัมพันธ์กับ นิยพรรณ วรรณศิริ (Wannasiri, 2007, 261-262) กล่าวถึง ทฤษฎีศักยภาพการพัฒนาและการแพร่กระจาย (Development Potential Diffusion Theory) เมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มหรือองค์การขึ้นมาก่อนให้เกิดพลังหรือศักยภาพที่ใช้ในการทำงานได้มากขึ้น ซึ่งได้มีการจัดตั้งกลุ่มการท่องเที่ยวของชุมชนพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะขามใหญ่ มีการฝึกอบรมด้านต่าง ๆ ที่เป็น

ประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตของประชาชนมีการศึกษาดูงานรวมถึงการฝึกอบรม ซึ่งจะช่วยเหลือเสริมทักษะการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาดูงานมาพัฒนาสินค้าและบริการต่าง ๆ ของชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่ให้ได้มาตรฐาน นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวและการใช้บริการ

3.2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาสังคม โดยกำหนดกลยุทธ์ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้มแข็ง ได้แก่ โครงการที่ 1 โครงการจัดอบรมบุคลากรภาคบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน เช่น ทักษะการนำเที่ยว การต้อนรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งมีความคิดเห็นว่าจะสามารถให้บริการได้เป็นประทับใจนักท่องเที่ยวโดยมีการอบรมให้ความรู้และทักษะด้านต่าง ๆ ที่มีมาตรฐานผสมผสานกับอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น การต้อนรับโดยเครื่องดื่มเชิงสร้างสรรค์จากพืชสมุนไพรพื้นถิ่น และโครงการที่ 2 การส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (Ministry of Tourism and Sports, 2016, 32) ในยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวผ่านการยกระดับคุณภาพสู่ระดับสากล รวมถึงการปลูกฝังจิตสำนึกและการเป็นเจ้าของบ้านที่ดีให้กับประชาชนและการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชน นับเป็นเครื่องมือสำคัญในการพิจารณาเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย สัมพันธ์กับงานวิจัยของ วชิรวิทย์ วิชาสวัสดิ์ (Wichasawat, 2020, 31) เรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนโบราณบ้านเชียงเหียน จังหวัดมหาสารคาม คือ ในด้านทักษะ ควรมีการพัฒนาทักษะที่เป็นความรู้ในสิ่งใหม่และจำเป็นสำหรับการทำงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน นอกเหนือจากทักษะที่มีอยู่เดิมหรือความรู้ดั้งเดิมที่ฝึกฝนมาเป็นเวลานาน ตลอดจนควรมีการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นระบบ โดยมีการวางแผนการพัฒนา สามารถเชื่อมโยงและสัมพันธ์กันในการดำเนินงานในทุกองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวและกระบวนการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนอย่างแท้จริง

กลยุทธ์ที่ 2 การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชน ได้แก่ โครงการที่ 1 โครงการอบรมการจัดการโฮมสเตย์ และโครงการที่ 2 โครงการอบรมการทำอาหารพื้นถิ่นเชิงสร้างสรรค์ ทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น และสามารถบริหารจัดการที่พักได้มีคุณภาพ เกิดความประทับใจและนักท่องเที่ยวต้องการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง สัมพันธ์กับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (Ministry of Tourism and Sports, 2016, 32) ใน ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่น

3.3 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและปลูกจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยว โดยกำหนดกลยุทธ์ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาจิตใจปลูกจิตสำนึก ได้แก่ โครงการที่ 1 ปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมกับชุมชน และโครงการที่ 2 อบรมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล ได้ทำการอบรมปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมกับชุมชน ให้ช่วยกันดูแลรักษาบริเวณบ้านของตนเอง จัดสภาพแวดล้อมให้ดูสวยงาม เช่น การปลูกต้นไม้เพิ่มเติมและรักษาความสะอาดบริเวณภายในชุมชน มีการอบรมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล เพื่อให้สมาชิกในชุมชนเกิดจิตสำนึกสาธารณะในการอยู่ร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดชลบุรี (Chonburi Provincial Office Development Strategy Group, 2017, 105) ในยุทธศาสตร์ที่ 5 บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เกิดความสมดุลโดยประชาชนมีส่วนร่วม ที่เป็นกลยุทธ์ปกป้องและฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้ แหล่งอาหาร/น้ำของสัตว์ป่า ป่าชายเลน และทรัพยากรชายฝั่งทะเลโดยชุมชนมีส่วนร่วมตามพระราชดำริ สร้างความเข้มแข็งให้แก่ภาคประชาชน เพื่อระดมความร่วมมือในการคุ้มครองและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ที่ 2 การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน ได้แก่ โครงการที่ 1 การอบรมเทคนิคการสื่อความหมายภูมิปัญญาพื้นบ้านวิถีประมงพื้นบ้าน โครงการที่ 2 โครงการอนุรักษ์ประเพณีสงกรานต์อ้อมสาวลงน้ำ เกาะขามใหญ่ซึ่งสอดคล้องกับ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฯ (Ministry of Tourism and Sports, 2016, 33) ในยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและของแต่ละท้องถิ่นและการส่งเสริมเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาค สัมพันธ์กับงานวิจัยของวรรณวีร์ บุญคุ้ม และพวงนา บุญคุ้ม (Boonkoum & Boonkoum, 2016, 107-108) เรื่อง การพัฒนารูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์เส้นทางกาญจนบุรี-ทวาย คือ การท่องเที่ยววิถีไทยมุ่งเน้นการสร้างความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวจากการเที่ยวชม ได้สัมผัส ได้รับประสบการณ์ตรงผ่านการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตประเพณีวัฒนธรรมที่มีอยู่ในท้องถิ่น มีการสืบทอด บอกต่อ สร้างความภาคภูมิใจให้กับผู้คนและชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนได้สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวให้เกิดการบอกเล่าเรื่องราว (Telling a Story) บอกต่อ (Word of Mouth) และกลับมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

3.4 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยกำหนดกลยุทธ์ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 การใช้ประโยชน์จากพื้นที่เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ โครงการที่ 1 เพิ่มพื้นที่สีเขียวภายในชุมชนเพื่อปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในชุมชน มีความคิดเห็นว่าช่วยเพิ่มปริมาณพรรณไม้ให้แก่ชุมชนเกิดความร่มรื่นสวยงาม ทำให้มีที่พักผ่อนมากขึ้น และโครงการที่ 2 อนุรักษ์ความหลากหลายของสิ่งมีชีวิตทางทะเล การฟื้นฟูปะการัง และการปั้น EM-ball สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (Ministry of Tourism and Sports, 2016, 29) ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและ

บริการอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้ภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมด้านการบริหารจัดการ ตั้งอยู่บนพื้นฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในเชิงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อมในระดับพื้นที่ ได้แก่ การดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งสัมพันธ์กับแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว (Ministry of Tourism and Sports, 2015, 26-45) และสัมพันธ์กับยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวหาดทรายชายทะเล ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่แหล่งท่องเที่ยวมาตรฐานสากล กลยุทธ์การพัฒนาและสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ในชุมชนบ้านเกาะขามใหญ่เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่เกาะ และช่วยรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมโดยการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเล

กลยุทธ์ที่ 2 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ โครงการที่ 1 การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในแหล่งที่พักโฮมสเตย์ สัมพันธ์กับยุทธศาสตร์กระทรวงพลังงาน (Energy Policy and Planning Office, 2016, 3) ในยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาพลังงานที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ชุมชนมีการพึ่งพาตนเองในการพัฒนาพลังงานเพื่อสนองความต้องการตามศักยภาพพื้นที่ มีกลยุทธ์ส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และผลิตพลังงานทดแทนในชุมชนเพิ่มมากขึ้น และในโครงการที่ 2 ธนาคารขยะเพื่อลดปริมาณขยะที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ สร้างรายได้เสริมแก่คนในชุมชนซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดชลบุรี (Chonburi Provincial Office Development Strategy Group, 2017, 111) ในยุทธศาสตร์ที่ 5 บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เกิดความสมดุล โดยประชาชนมีส่วนร่วมส่งเสริมการดำเนินการตามแนวคิดการจัดการขยะมูลฝอยโดยชุมชน เพื่อลดปริมาณขยะในชุมชน สัมพันธ์กับงานวิจัยของ ภัทธภรณ์ พิศปิ่น และชรีภา คันธา (Pispunt & Kunta, 2020, 113-114) เรื่อง การบริหารจัดการและดำเนินโครงการประกวดอุทยานแห่งชาติสีเขียวด้านขยะมูลฝอยของอุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลย คือ แนวทางการจัดการขยะมูลฝอยที่เหมาะสม คือ จัดซื้อเครื่องมืออุปกรณ์สำหรับจัดการขยะให้เพียงพอ เพิ่มมาตรการการจัดการจัดการขยะในช่วงเทศกาล อบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากร การปรับปรุงระบบกำจัดขยะให้ถูกหลักสุขาภิบาล รวมถึงการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ปลูกจิตสำนึกให้บุคคลที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความร่วมมือและความตระหนักในการจัดการขยะมูลฝอย

สรุป

ชุมชนเกาะขามใหญ่สามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้จากความร่วมมือของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับชาติของภาครัฐก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน เนื่องจากมีจุดแข็ง คือ ที่ตั้งเหมาะสม โดยมีเรือโดยสารจากเกาะลอยศรีราชาเชื่อมโยงกับเกาะสีชัง และแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียง ตลอดจนการมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลายและทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และโอกาสที่สามารถนำไปสู่ความสำเร็จได้จากพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับชาติ โดยชูความโดดเด่นทาง

ธรรมชาติด้วยการพัฒนาเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวทางทะเลที่มีคุณภาพโดดเด่นระดับนานาชาติ สร้างภาพลักษณ์แบรนด์ท่องเที่ยวเชิงอาหาร แบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสันทนาการ แบรนด์ท่องเที่ยววัฒนธรรมท้องถิ่น และการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน สำหรับข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต คือ 1) ควรมีการทำวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบธุรกิจการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดของประเทศไทย เพื่อสามารถกระจายได้รายสู่ชุมชนท้องถิ่นได้อย่างทั่วถึง อนึ่งแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนต้องอาศัยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความร่วมมือในการพัฒนาจึงจะเกิดประสิทธิภาพ และควรมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้การดำเนินการต่าง ๆ เกิดขึ้นได้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี 2) ควรมีการทำวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนบนพื้นที่เกาะต่าง ๆ เพื่อสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ทางทะเลของประเทศไทย และ 3) การวิจัยเพื่อสร้างโมเดลของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จในภาคต่าง ๆ เพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทพื้นที่ใกล้เคียงกัน

References

- Boonkoom, W. & Boonkoom, P. (2016), Development of Thai-Cultural Creative Tourism Activity Model on Kanchanaburi-Dawei Route. **Integrated Social Science Journal**. 3(2), 107-108. [In Thai]
- Chiwakunanan, D. (2017). **Influence of reviewer in online media and the decision to travel in thailand**. (Independent Study, Master of Business Administration Faculty of Commerce and accountancy, Thammasat University). [In Thai]
- Chonburi Provincial Office Development Strategy Group. (2017). **Chonburi Provincial Development Plan 2018 – 2021**. Chonburi: Chonburi Provincial Office. [In Thai]
- Dhamabutra, P. (2017). Approaches for Sustainable Integrated Creative Tourism Development on the basis of Thai Identity and Way of Life in Bangkoknoi District, Bangkok Thailand. **Sisaket Rajabhat University Journal**. 13(3), 73-74. [In Thai]
- Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports. (2015). **Thailand Tourism Strategic Plan 2015- 2017**. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports. [In Thai]
- Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization). (2018). **Creating Creative Tourism Toolkit**. Bangkok: Bookplus Publishing Co., Ltd. [In Thai]
- Esichaikul, R. (2014). **Tourism concept & Tourism resource features**. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University. [In Thai]

- Esri, i-cubed, USDA, USGS, AEX, GeoEye, Getmapping, Aerogrid, IGN, IGP, UPR-EGP, and the GIS User Community. (2021). **Leaflet-providers preview**. Retrieved April 20, 2021, from <https://leaflet-extras.github.io/leaflet-providers/preview/>.
- Energy Policy and Planning Office. (2016). **Strategic Plan 2016-2020**. Bangkok; Ministry of Energy. [In Thai]
- Jittangwattana, B., (1999), **Sustainable tourism planning**. Chiang Mai; Chiang Mai University. [In Thai]
- Kispedarborisuthi, B. (2011). **Social sciences research methodology**. Bangkok: Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Ministry of Tourism and Sports. (2015). **Tourism Action Plan in the East Coast Tourism Development Area 2016 - 2020**. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports. [In Thai]
- Ministry of Tourism and Sports. (2016). **The Second National Tourism Development Plan (2017-2021)**. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports. [In Thai]
- Ministry of Tourism and Sports. (2017). **Tourism Economic Review**. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports. [In Thai]
- Pispunt, P. & Kunta, K., (2020). Waste Management and Implementation of the Green National Park project for Waste in Phu Ruea National Park, Loei Province. **Journal of Research and Development Buriram Rajabhat University**. 15(2). 113-114. [In Thai]
- Potjana, S. (2013). **CBT Standard Handbook Community**. Chiangmai: Wanida karnpim. [In Thai]
- Srisatidnaraku, B. (2007). **Leadership and strategic management in nursing organization for the 21st century**. Bangkok: Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Thongma, W. (2011). **Sustainable Cultural Tourism Development of Chinese Community, Mae-ngon Watershed Area, Fang District Chinagmai**. Chiangmai: Maejo University. [In Thai]
- The Prime Minister's Office. (2016). **The Twelfth National Economic and Social Development Plan, 2017-2021**. Bangkok: Office of the National Economic and Social Development Board. [In Thai]
- The Prime Minister's Office. (2018). **Thailand's National Strategy B.E. 2561 - 2580 (A.D. 2018 - 2037)**. Bangkok: Office of the National Economic and Social Development Board. [In Thai]
- Wannasiri, N. (2007). **Social and Cultural Anthropology**. Bangkok: Xpernet Press. [In Thai]

Wehrich, H. (2021). **The TOWS Matrix-A Tool for Situational Analysis**. University of San Francisco. Retrieved July 21, 2021 from <https://nonprofitbuilder.org/storage/303/TOWS-Long-Range-Planning-Heinz-Wehrich.pdf>.

Wichasawat, W. (2020). Guidelines for Potential Development of Administration and Management of the Ancient Community at Ban Chiangian, Maha Sarakham Province. **Journal of International and Thai Tourism**. 15(2), 31-32. [In Thai]

การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของ
 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองบ้านสันป่าเหียง จังหวัดลำพูน
 Development of Information System to Support Geographical Indication of
 Community Enterprise Golden Dried Longan Processing Group,
 Ban San Pa Hiang, Lamphun Province

วัลัยพร สุพรรณ^{1*}
 Walaiphon Suphan^{1*}

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

เลขที่ 202 ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300 ประเทศไทย

¹Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

202 Changphueak Sub-district, Mueang District, Chiang Mai Province, 50300, Thailand

รับบทความ: 28 เมษายน 2564

ปรับปรุงบทความ: 13 สิงหาคม 2564

ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 27 สิงหาคม 2564

บทคัดย่อ

การศึกษาบริบทของการดำเนินงานด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองบ้านสันป่าเหียง พบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองบ้านสันป่าเหียง มีการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ดี มีความเชี่ยวชาญและมีความพร้อมในการดำเนินงานตามคู่มือปฏิบัติและข้อกำหนดของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จึงทำให้ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลำไยอบแห้งลำพูน ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค การพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับสนับสนุนการดำเนินงานด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองบ้านสันป่าเหียง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงานและพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับสนับสนุนการดำเนินงานด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน ด้วยวงจรการพัฒนาระบบ (SDLC) ซึ่งพัฒนาในรูปแบบของโปรแกรมประยุกต์บนเว็บด้วยโปรแกรมภาษาพีเอชพี เวอร์ชัน 5.6.30 ภาษาจาวาสคริปต์ ภาษาซีเอสเอส สร้างระบบฐานข้อมูลด้วยโปรแกรมมายเอสคิวเอล เวอร์ชัน 5.0.11 และพัฒนาบนโปรแกรมอิดีทีพลัส เวอร์ชัน 3.80 จากการศึกษาพบว่า การพัฒนาระบบสารสนเทศช่วยให้การจัดการข้อมูลแบบบันทึก

* ผู้เขียนหลัก (อาจารย์ประจำภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่)

อีเมล: walaiphon_sup@cmru.ac.th

ข้อมูลการผลิตสำหรับสมาชิกผู้ขอใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) “ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน” ทำได้สะดวกมากขึ้น สามารถสร้างคิวอาร์โค้ดสำหรับติดบนผลิตภัณฑ์สำหรับการเชื่อมโยงข้อมูลแบบบันทึกการผลิตเพื่อการตรวจสอบย้อนกลับ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ สามารถสืบค้นแบบบันทึกการผลิตและพิมพ์สำเนาเอกสารได้อย่างถูกต้อง อีกทั้งยังช่วยประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูนไปยังผู้ที่สนใจให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ

ระบบสารสนเทศ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน

Abstract

A study of the context of geographical indication operation of the Golden Dried Longan Processing Group of Ban San Pa Hiang Community Enterprise indicates that such group has good community enterprise management. So, it had the expertise and readiness to operate according to the operating manual and requirements of geographical indication. Therefore, it was registered as a geographical indication of Lamphun dried longan. This makes the product quality acceptable to consumers; The objective of the geographical indication system was to study the operation system of Golden Dried Longan Processing Group and to develop a supporting system under the system development life cycle process (SDLC). The information system developed as a web application using PHP v.5.6.30, JavaScript, CSS, MySQL v.5.0.11, and EditPlus v.3.80. The results revealed that the information system is effective to facilitate the management of production record and members request with Geographic Indication information. A QR code can be attached to the product for traceability of the production record. This will raise more confidence in consumers. The system can search for production records and print copies of documents correctly. Moreover, it also helps to promote the geographical indications of the dried longan of Lamphun Province to be widely known.

Keywords

Information System, Geographical Indication, Lamphun Golden Dried Longan

บทนำ

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองบ้านสันป่าเหียง ตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน เริ่มจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2548 ดำเนินการผลิตลำไยอบแห้งและจำหน่ายผลไม้อบแห้ง ภายใต้ตราสินค้า “ถุงทอง” โดยมีจำนวนสมาชิกเมื่อเริ่มก่อตั้งจำนวน 9 คน และได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย (Geographical Indication : GI) สำหรับผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน เมื่อวันที่ 5 มกราคม 2561 (Community Enterprise Golden Dried Longan Ban San Pa Heang, n.d.) ซึ่งการดำเนินงานตามข้อกำหนดของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย จะต้องสามารถแสดงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต รวมถึงการตรวจสอบย้อนกลับของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบข้อมูลการผลิตของลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน รวมถึงการสร้างเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานตามการรับรองด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ซึ่งการบันทึกข้อมูลการผลิตในรูปแบบบันทึกข้อมูลการผลิตสำหรับสมาชิกผู้ขอใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ “ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน” จะอยู่ในรูปแบบเอกสารแผ่นกระดาษ (Hard Copy) เพื่อใช้สำหรับการอ้างอิงและตรวจสอบผลิตภัณฑ์ ซึ่งการจัดเก็บเอกสารแผ่นกระดาษจะมีข้อจำกัดหลายประการ อาทิเช่น เอกสารมีโอกาสสูญหายได้ง่าย ต้องใช้พื้นที่สำหรับจัดเก็บแฟ้มเอกสาร กรณีที่มีเอกสารเพิ่มมากขึ้นก็จะต้องมีค่าใช้จ่ายวัสดุและอุปกรณ์สำนักงานที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย (Nakhonchai, 2010, 2) เมื่อเทียบกับการเก็บข้อมูลแบบเอกสารดิจิทัลที่มีค่าใช้จ่ายจากการเช่าพื้นที่เครื่องแม่ข่าย (Hosting) ซึ่งสามารถเลือกใช้บริการในรูปแบบของการคำนวณแบบคลาวด์ (Cloud Computing) โดยจะมีค่าใช้จ่ายตามการใช้งาน (Pay Per Use) ด้านการสืบค้นข้อมูลรอบการผลิตอาจจะทำได้ล่าช้า (Kaji, n.d., 1-3) กรณีที่ผู้บริโภคต้องการทราบข้อมูลการผลิตของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองที่ซื้อไปจะต้องติดต่อไปยังวิสาหกิจชุมชนโดยตรง รวมถึงการจัดทำสำเนาเอกสารและการจัดส่งเอกสารอาจจะไม่สะดวก เมื่อเทียบกับการเก็บข้อมูลในรูปแบบเอกสารดิจิทัล (Soft Copy) ที่สามารถสืบค้นด้วยคำสำคัญ (Key Word) รวมถึงช่วยทำให้ข้อมูลการผลิตกระจายไปสู่กลุ่มลูกค้าและผู้เยี่ยมชมได้มากขึ้น ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูนให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองบ้านสันป่าเหียง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบริบทของการดำเนินงานด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองบ้านสันป่าเหียง
2. เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับสนับสนุนการดำเนินงานด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองบ้านสันป่าเหียง

ทบทวนวรรณกรรม

1. สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

“สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication : GI) หมายถึง ชื่อ สัญลักษณ์หรือสิ่งอื่นใด ที่ใช้เรียกหรือใช้แทนแหล่งภูมิศาสตร์ และที่สามารถบ่งบอกว่าสินค้าที่เกิดจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าว” (Department of Intellectual Property, 2016)

สิ่งที่จะนำมาขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ได้นั้นจะต้องเป็นชื่อทางภูมิศาสตร์หรือเครื่องหมายใด ๆ ที่สามารถใช้แสดงถึงแหล่งพื้นที่ โดยประเภทของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สามารถแบ่งตามลักษณะของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ 2 ประเภทคือ

ประเภทที่ 1 สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยตรง (Direct Geographical Indication) คือ ชื่อทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้น ๆ โดยตรง เช่น ไชยา เพชรบูรณ์ หิมาลัย เป็นต้น

ประเภทที่ 2 สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยอ้อม (Indirect Geographical Indication) คือ สัญลักษณ์หรือสิ่งอื่นใดที่ไม่ใช่ชื่อทางภูมิศาสตร์ ซึ่งใช้เพื่อบ่งบอกแหล่งภูมิศาสตร์อันเป็นแหล่งกำเนิดหรือแหล่งผลิตของสินค้า เช่น สัญลักษณ์ประจำอำเภอหรือจังหวัด รูปยาโม รูปอนุสาวรีย์สามกษัตริย์ เป็นต้น

โดยประโยชน์ของการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับผลิตภัณฑ์ มีดังนี้

1.1 ช่วยคุ้มครองผู้บริโภค มาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีข้อกำหนดในการดำเนินงานที่จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคว่าจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัย

1.2 ช่วยคุ้มครองผู้ผลิตและป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม การใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ช่วยป้องกันไม่ให้ผู้ประกอบการอื่นที่ไม่ได้มีแหล่งผลิตในพื้นที่ นำเอาชื่อเสียงของพื้นที่นั้นไปแอบอ้างเพื่อใช้ประโยชน์ทางการค้า

1.3 ช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้ผู้ผลิตและเครื่องมือทางการตลาด การระบุถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ช่วยส่งเสริมให้ผู้บริโภคจดจำภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตามแหล่งผลิตที่ได้รับการรับรอง

1.4 ช่วยรักษามาตรฐานของสินค้า สมาชิกผู้ขอใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดและมาตรฐานการควบคุมภายใน เพื่อส่งต่อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าให้แก่ผู้บริโภค

1.5 ช่วยกระจายรายได้สู่ชนบทและส่งเสริมอุตสาหกรรมท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนเพิ่มขึ้น

1.6 ช่วยสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่ เมื่อผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่สามารถบอกแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน จะทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับเพิ่มมากขึ้น

2. ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน

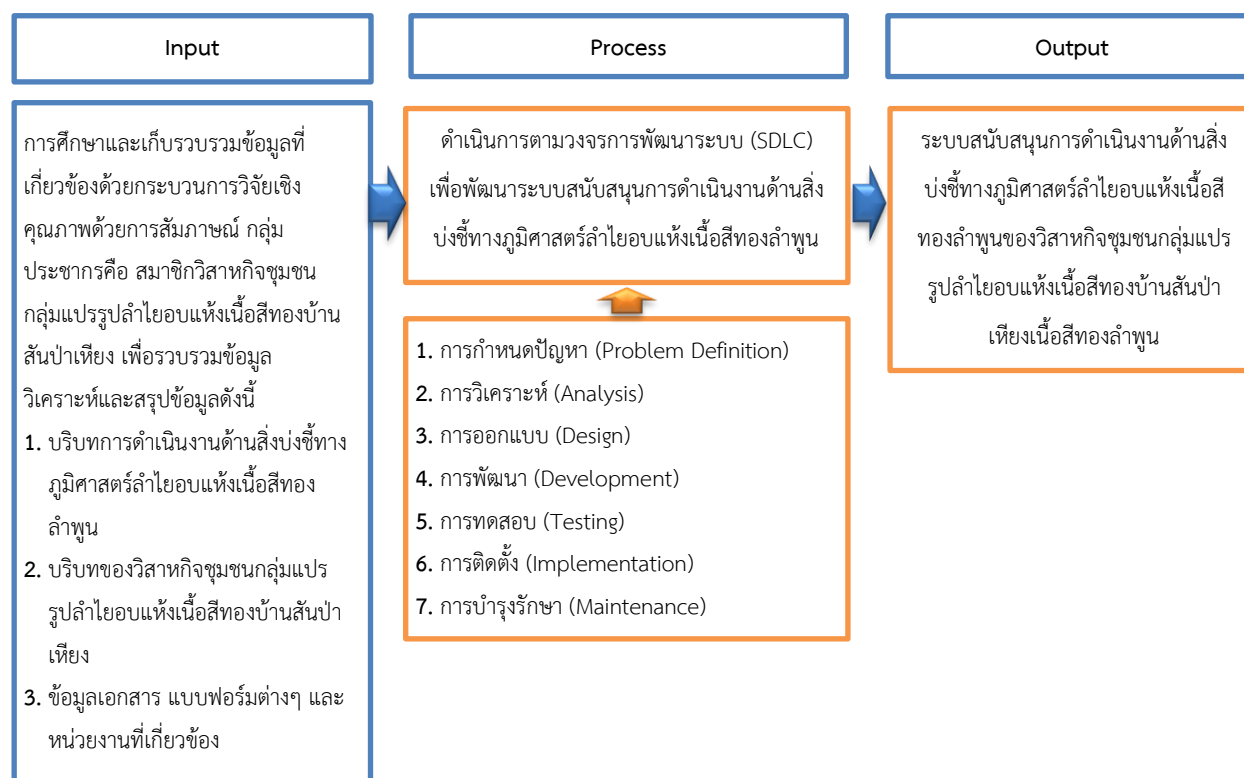
ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยตรงที่เป็นของดีของจังหวัดลำพูน โดยลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน คือ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากลำไยอบแห้งที่มีแหล่งผลิตและใช้วัตถุดิบลำไยสดในจังหวัดลำพูนเป็นหลัก ซึ่งผ่านกระบวนการนำผลลำไยสดมาแกะเปลือกและคว้านเมล็ดออกจากนั้นนำมาผ่านกรรมวิธีการอบด้วยอุณหภูมิที่เหมาะสม จนกลายเป็นลำไยอบแห้งเนื้อสีเหลืองทอง โดยลักษณะทางกายภาพของลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูนตามคู่มือปฏิบัติ จะต้องมียีสสีเหลืองทอง เนื้อหนา รสหวาน มีกลิ่นรสและเนื้อสัมผัสตามลักษณะแห้งไม่เหนียวติดมือ ไม่มีรสเปรี้ยว ไม่มีกลิ่นแปลกปลอมหรือมีรสชาติผิดปกติ สามารถเก็บไว้ได้นานเป็นปีโดยที่กลิ่นและรสชาติไม่เปลี่ยนแปลง มีขนาดผลสม่ำเสมอ ไม่มีผลฉีกขาด และไม่มีสิ่งแปลกปลอม ซึ่งสมาชิกผู้ผลิตจะต้องใส่ใจดูแลกระบวนการผลิตให้สะอาด ถูกสุขลักษณะ และผลิตภัณฑ์ต้องได้รับรองมาตรฐานสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ซึ่งลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูนเป็น

การดำเนินงานสำหรับสมาชิกผู้ขอใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ “ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน” จะต้องปฏิบัติตามคู่มือปฏิบัติงานเพื่อใช้กำหนดรายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้มีการรักษาคุณภาพและมาตรฐานตามที่ขึ้นทะเบียนไว้ รวมถึงการปฏิบัติตามแผนการควบคุมตรวจสอบ ซึ่งระบบการควบคุม จะประกอบด้วย 1) คู่มือการปฏิบัติงาน (Manual of Producer) 2) ทะเบียนผู้ผลิต (Registration Producer) 3) การอนุญาตให้ใช้ (GI License) 4) ระบบการควบคุมภายใน (Internal Control Plan) 5) ระบบการควบคุมภายนอก (External Control Plan) โดยสมาชิกผู้ผลิตลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูนต้องมีการปฏิบัติตามข้อกำหนดตามเกณฑ์มาตรฐานอย่างเคร่งครัด และต้องจัดเก็บเอกสารแบบบันทึกข้อมูลการผลิตสำหรับสมาชิกผู้ขอใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ “ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน” เพื่อเป็นเอกสารหลักฐานสำหรับการตรวจสอบการควบคุมภายในและหากมีการร้องเรียนจากผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้า ต้องมีการแจ้งข้อมูลให้คณะกรรมการควบคุมภายในสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูนตามขั้นตอน (Lamphun Provincial Administrative Organization, 2018)

3. การตรวจสอบย้อนกลับ

การตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) คือ กลไกการติดตามที่มาของสินค้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่วัตถุดิบ การผลิต กระบวนการแปรรูป การขนส่ง จนถึงการกระจายผลิตภัณฑ์ อาหารสู่ผู้บริโภค ซึ่งแต่ละขั้นตอนได้รวบรวมข้อมูลการผลิตของสินค้า เพื่ออำนวยความสะดวกในการเรียกตรวจสอบข้อมูลย้อนกลับ เพื่อติดตามที่มาของสินค้าได้อย่างรวดเร็ว (Eakachon et al., 2009, 32-34) กระบวนการของระบบการตรวจสอบย้อนกลับ ประกอบด้วย 2 กระบวนการที่สำคัญ คือ 1) การติดตาม (Following) และ 2) การตรวจสอบย้อนกลับ (Tracking)

โดยการตรวจสอบย้อนกลับของกระบวนการผลิตลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน จะมีกระบวนการตรวจสอบผ่านคิวอาร์โค้ดบนบรรจุภัณฑ์ที่จะอ้างอิงไปยังข้อมูลข้อมูลการผลิต ซึ่งจะแสดงรายละเอียดของทั้งหมดตามแบบบันทึกข้อมูลการผลิตของลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การศึกษาบริบทการดำเนินงานด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองบ้านสันป่าเหียง การวิจัย นี้ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองบ้านสันป่าเหียงจังหวัดลำพูน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และสรุปข้อมูล มีกิจกรรมการดำเนินงานตามกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 1 ดังนี้

1. จัดทำการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้วิจัยและวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองบ้านสันป่าเหียงเกี่ยวกับประเด็นการวิจัย
2. จัดทำการสนทนากลุ่ม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลการดำเนินงานและหลักเกณฑ์ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จากเอกสาร การสังเกต และแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งมีโครงสร้าง กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองบ้านสันป่าเหียง
3. จัดทำการสนทนากลุ่ม เพื่อตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลการดำเนินงานด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน เพื่อนำข้อมูลบริบทการดำเนินงานด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูนมาใช้เป็นแนวทางด้านการพัฒนาระบบสารสนเทศ
4. สรุปรายงานข้อมูลการดำเนินงานด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน

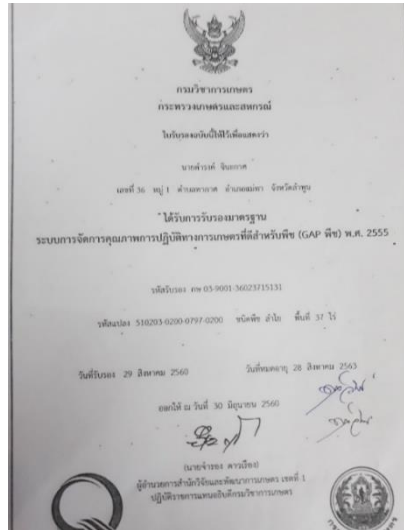
จากนั้น จึงได้ทำการกำหนดประเด็นปัญหาการดำเนินงานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง ลำพูนร่วมกับวิสาหกิจชุมชน เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศที่ใช้สนับสนุนการดำเนินงานด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองบ้านสันป่าเหียง ด้วยวงจรการพัฒนากระบวน (System Development Life Cycle: SDLC) เพื่อช่วยแก้ปัญหาทางธุรกิจและสนับสนุนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร (Odomtanateera, 2019) โดยวงจรการพัฒนากระบวนประกอบด้วย 7 ขั้นตอน (Iamsiriwong, 2005, 210-217 สอดคล้องกับ Pakdeewattanakul & Panichakul, 2003, 46 และ Odomtanateera, 2019) ดังนี้

1. การกำหนดปัญหา (Problem Definition) ประเด็นปัญหาที่พบร่วมกันจากการศึกษาบริบทการดำเนินงาน คือ การจัดการเอกสารแบบบันทึกข้อมูลการผลิตและการตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค
2. การวิเคราะห์ระบบ (Analysis) เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงทำการวิเคราะห์ระบบงานเดิม กำหนดความต้องการของระบบใหม่ เพื่อจัดเตรียมและจัดกลุ่มชุดข้อมูลที่สัมพันธ์กัน
3. การออกแบบระบบ (Design) ดำเนินการออกแบบแผนภาพกระแสการไหลของข้อมูล (Data Flow Diagram : DFD) แผนภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเอนทิตี (ER Diagram) และออกแบบส่วนติดต่อกับผู้ใช้งานระบบ (User Interface)
4. การพัฒนาระบบสารสนเทศ (Development) เริ่มพัฒนาระบบตามแนวทางที่ได้ดำเนินการวิเคราะห์และออกแบบระบบไว้ด้วยโปรแกรมภาษาทางคอมพิวเตอร์
5. การทดสอบระบบ (Testing) ทำการทดสอบระบบสารสนเทศและปรับปรุงแก้ไขระบบให้พร้อมใช้งาน โดยจะตรวจสอบรูปแบบภาษาเขียน (Syntax) และตรวจสอบการทำงานของระบบให้สอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้ใช้ก่อนที่จะนำระบบไปติดตั้งเพื่อใช้งานจริง
6. การติดตั้งระบบ (Implementation) บนเครื่องแม่ข่าย (Hosting) เพื่อเผยแพร่สำหรับเริ่มการใช้งานจริง โดยดำเนินการจดโดเมนเนม (Domain Name)
7. การบำรุงรักษาระบบ (Maintenance) ทำการปรับปรุงระบบตามความต้องการที่เปลี่ยนแปลงใหม่ของผู้ใช้งาน และจัดทำคู่มือการใช้งานระบบสารสนเทศสำหรับผู้ใช้งานระบบ

ผลการวิจัย

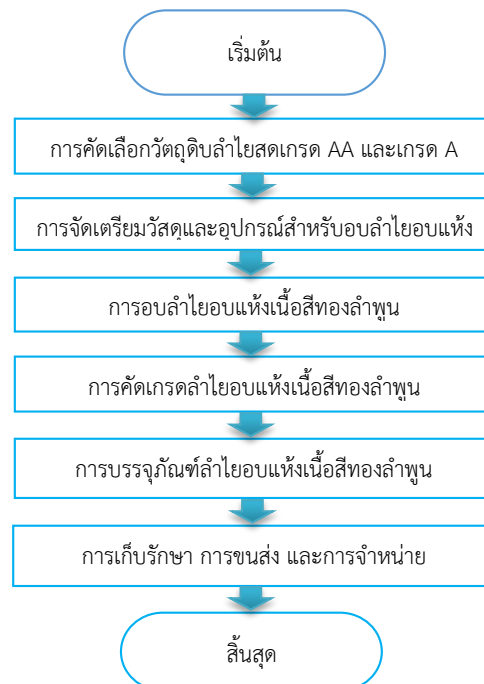
การศึกษาระบบการดำเนินงานด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองบ้านสันป่าเหียง พบว่า การดำเนินงานด้านสิ่งบ่งชี้สำหรับสมาชิกผู้ขอใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ “ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน” ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองบ้านสันป่าเหียงจะต้องปฏิบัติตามคู่มือปฏิบัติงานเพื่อใช้กำหนดรายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้มีการรักษาคุณภาพและมาตรฐานตามที่ขึ้นทะเบียนไว้ รวมถึงการปฏิบัติตามแผนการควบคุมตรวจสอบ

การรับซื้อผลลำไยสดที่จะนำมาผลิตต้องมีขนาดผลเป็นไปตามมาตรฐานดังนี้คือ เกรด AA ขนาดผลของลำไยสดจะมีเส้นผ่าศูนย์กลาง 2.51 เซนติเมตรขึ้นไป และเกรด A ขนาดผลของลำไยสดจะมีเส้นผ่าศูนย์กลาง 2.21 – 2.50 เซนติเมตร และผลลำไยสดจะต้องลักษณะสมบูรณ์ไม่แตกเน่าหรือมีแมลงเจาะจะต้องรับซื้อจากเกษตรกรผู้ปลูกลำไยที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน GAP (Department of Intellectual Property, 2017) โดยเกษตรกรผู้ปลูกลำไยจะต้องมีเอกสารการรับรองมาตรฐาน ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2: ตัวอย่างเอกสารข้อมูลทะเบียนของเกษตรกร/ผู้จำหน่ายที่ได้รับมาตรฐาน GAP

ด้านกระบวนการผลิตลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน จะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดและมาตรฐานการควบคุมภายใน มีขั้นตอนดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3: กระบวนการผลิตลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน

ลักษณะทางกายภาพของลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูนตามคู่มือปฏิบัติ จะต้องมียีสเหลืองทอง เนื้อหนารสหวาน มีกลิ่นรสและเนื้อสัมผัสตามลักษณะแห้งไม่เหนียวติดมือ ไม่มีรสเปรี้ยว ไม่มีกลิ่นแปลกปลอมหรือมีรสชาติผิดปกติ สามารถเก็บไว้ได้นานเป็นปีโดยที่กลิ่นและรสชาติไม่เปลี่ยนแปลง มีขนาดผลสม่ำเสมอ ไม่มีผลฉีกขาด และไม่มีสิ่งแปลกปลอม เช่น แมลง ชิ้นส่วนของแมลง ขนสัตว์ ดิน ทราาย เศษโลหะ เป็นต้น ซึ่งสมาชิกผู้ผลิตจะต้องใส่ใจและดูแลกระบวนการผลิตให้มีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ และต้องได้รับรองมาตรฐานสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) โดยการผลิตลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน จะต้องทำการบันทึกข้อมูลทุกรอบการผลิตตามแบบบันทึกข้อมูลการผลิตสำหรับสมาชิก ผู้ขอใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ “ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน” เพื่อการตรวจสอบย้อนกลับตามแบบฟอร์มเอกสารที่กำหนด ประกอบด้วย 1) ข้อมูลของสมาชิกผู้ผลิตลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน 2) ข้อมูลการผลิตลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง แบ่งเป็น 4 หัวข้อย่อย ได้แก่ การคัดเลือกวัตถุดิบลำไยสด การผลิต การคัดเกรด การบรรจุภัณฑ์และการเก็บรักษา (Department of Intellectual Property, 2017) ดังภาพที่ 4

การผลิตลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน จะมีผลิตได้เฉพาะในช่วงระหว่างเดือนกรกฎาคมถึงเดือนสิงหาคม เนื่องจากเป็นช่วงที่ปริมาณของผลผลิตลำไยสดมีจำนวนมาก ผลลำไยมีขนาดใหญ่และมีคุณภาพดี ซึ่งจะสามารถคัดเลือกผลผลิตลำไยสดที่มีขนาดตามเกณฑ์มาตรฐานสำหรับนำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตของลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน โดยปริมาณที่ผลิตได้จะขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตของลำไยสดในแต่ละปี จากข้อกำหนดของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน พบว่า กระบวนการผลิตมีมาตรฐานและลำดับขั้นตอนการผลิตที่ชัดเจนมากกว่าการผลิตลำไยอบแห้งแบบทั่วไป

The image shows three pages of a production record form for Golden Lychee Dried Fruit. The form is divided into several sections:

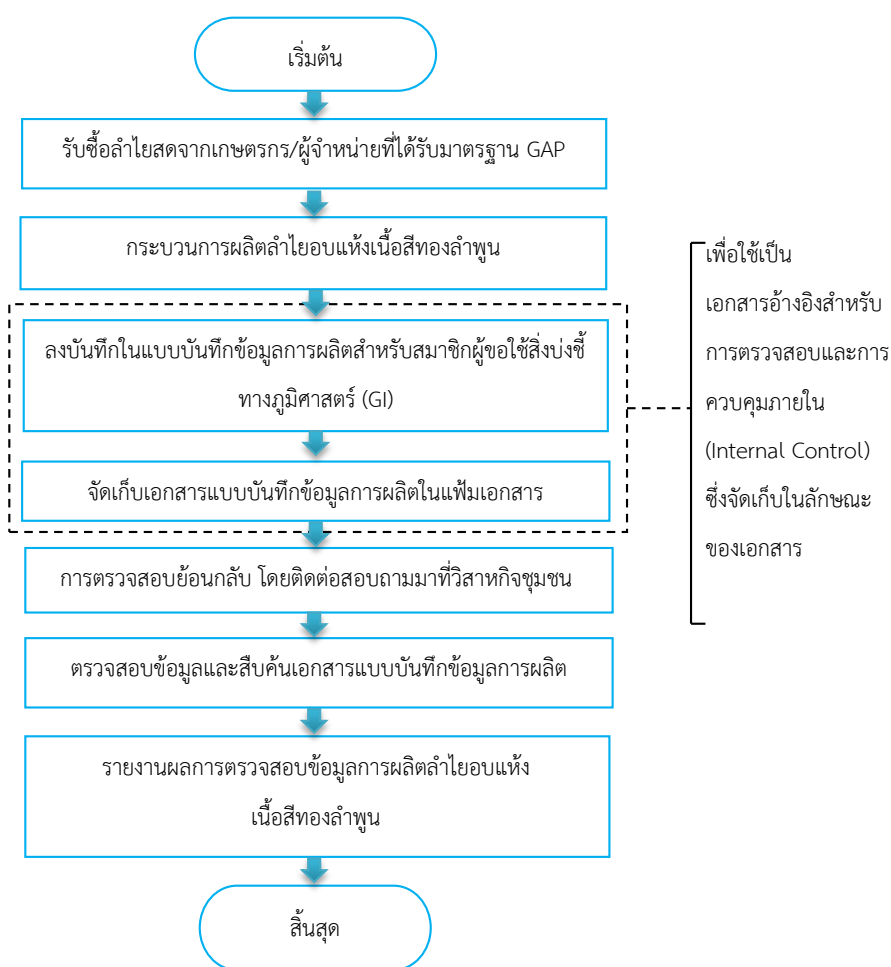
- Page 1 (Left):** Member information section including name, address, and contact details. It also includes a table for production data with columns for date, quantity, and quality.
- Page 2 (Middle):** Production process section with numbered steps (1-5) detailing the steps from selection to packaging. It includes checkboxes for various quality control points.
- Page 3 (Right):** Quality control section with numbered steps (1-3) detailing the inspection and packaging process. It includes checkboxes for various quality control points.

ภาพที่ 4: แบบฟอร์มบันทึกข้อมูลการผลิตลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน

การศึกษารพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับสนับสนุนการดำเนินงานด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูนได้ประยุกต์ใช้วงจรการพัฒนาระบบ ซึ่งสามารถอธิบายผลการศึกษาดังนี้

การดำเนินงานด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน เมื่อดำเนินการผลิตลำไยอบแห้งเนื้อสีทองแล้วจะต้องจัดเก็บข้อมูลตามแบบบันทึกข้อมูลที่กำหนด เพื่อใช้ในการอ้างอิงและการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ สามารถสืบค้นข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว เอกสารไม่สูญหาย สามารถจัดทำสำเนาข้อมูลได้ง่าย และสามารถตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคได้ตลอดเวลาตามต้องการ โดยผลการวิเคราะห์ระบบแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

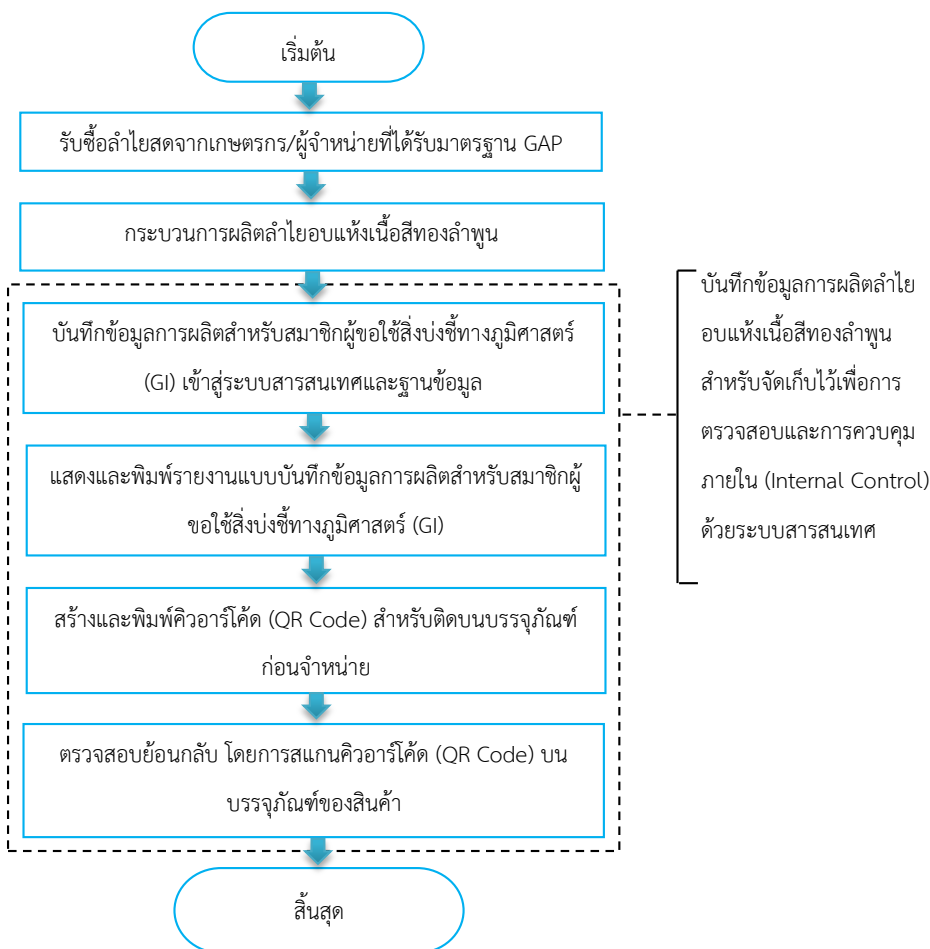
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ระบบงานเดิม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองบ้านสันป่าเหียง ผู้ขอใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จะต้องดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน ซึ่งจะต้องมีระบบการควบคุมภายใน และต้องทำการบันทึกข้อมูลตามแบบฟอร์มเอกสารที่กำหนด เพื่อใช้เป็นเอกสารอ้างอิงและการตรวจสอบย้อนกลับของผลิตภัณฑ์ ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5: ผังการดำเนินงานของระบบงานเดิม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ระบบงานใหม่ ด้านการบริหารจัดการเอกสารกระดาษที่ถูกจัดเก็บไว้ในแฟ้มเอกสาร ทำให้การเข้าถึงข้อมูลการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูนจะต้องใช้เวลา

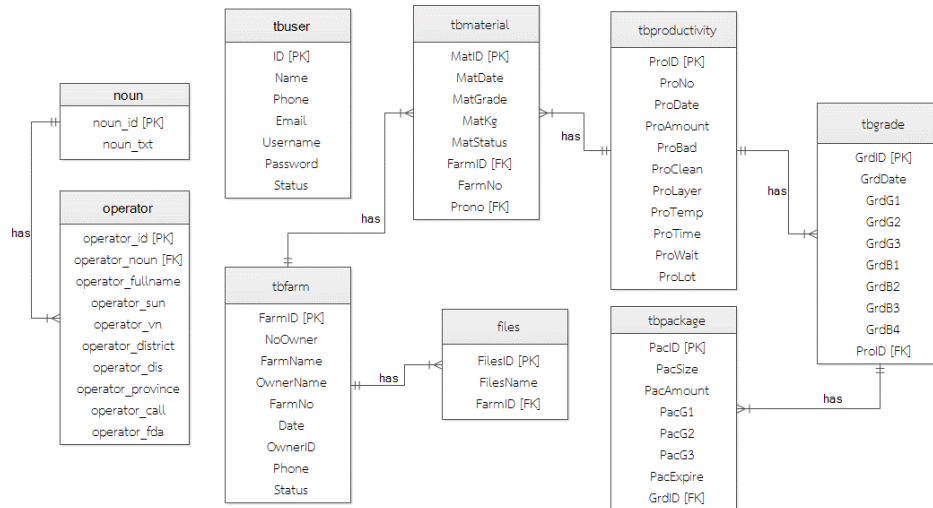
ในการสืบค้นและมีโอกาสที่เอกสารจะสูญหาย การวิเคราะห์ระบบงานใหม่จะบันทึกข้อมูลการผลิตลำไยอบแห้งเนื้อสีทองไว้ในระบบฐานข้อมูล (Database) และเข้าถึงข้อมูลหรือเรียกใช้ข้อมูลด้วยระบบสารสนเทศ จะช่วยให้การเข้าถึงข้อมูลและการสืบค้นข้อมูลสามารถทำได้สะดวกรวดเร็วมากขึ้น ช่วยลดพื้นที่ในการจัดเก็บแฟ้มเอกสาร ระบบสารสนเทศจะมีผู้ที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย ผู้ดูแลระบบ เจ้าหน้าที่ ลูกค้า และผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6: ผังการดำเนินงานของระบบงานใหม่

โดยการออกแบบระบบสารสนเทศสนับสนุนการดำเนินงานด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองบ้านสันป่าเหียง ด้วยเครื่องมือแผนภาพกระแสการไหลของข้อมูลและได้นำเสนอแนวคิดการออกแบบ ดังภาพที่ 7 และภาพที่ 8

สำหรับการออกแบบระบบฐานข้อมูลสำหรับระบบสารสนเทศ ได้นำเสนอด้วยแผนภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเอนทิตีจำนวน 9 เอนทิตี ประกอบด้วย ตารางข้อมูลผู้ประกอบการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (operator) ตารางคำนำหน้าชื่อ (noun) ตารางข้อมูลฟาร์มลำไย (tbfarm) ตารางข้อมูลไฟล์ภาพประกอบฟาร์มลำไย (files) ตารางข้อมูลวัตถุดิบ (tbmaterial) ตารางข้อมูลกระบวนการผลิต (tbproductivity) ตารางข้อมูลการคัดเกรดลำไยอบแห้ง (tbgrade) ตารางข้อมูลบรรจุภัณฑ์ (tbpackage) และตารางข้อมูลผู้ใช้งานระบบ (tbuser) สามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังภาพที่ 9

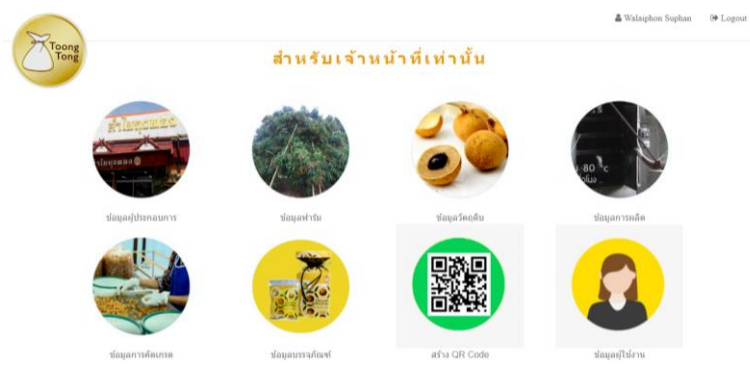


ภาพที่ 9: Fully-attributed Data Model Diagram ระบบสารสนเทศสนับสนุนการดำเนินงาน
ด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน

การออกแบบส่วนติดต่อกับผู้ใช้ (User Interface Design) ของระบบสารสนเทศจะแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนด้านหน้า (Frontend) ของโปรแกรมประยุกต์บนเว็บ (Web Application) สำหรับผู้ที่สนใจสามารถเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ได้ที่ <https://www.toongtonggi.com> ดังภาพที่ 10 และส่วนด้านหลัง (Backend) สำหรับบริหารจัดการข้อมูลของระบบสารสนเทศ ดังภาพที่ 11



ภาพที่ 10: ส่วนหน้าแรกของเว็บไซต์ toongtonggi.com



ภาพที่ 11: ส่วนด้านหลังสำหรับบริหารจัดการข้อมูลของระบบ

เครื่องมือที่ใช้พัฒนาระบบสารสนเทศในรูปแบบของโปรแกรมประยุกต์บนเว็บ ได้แก่ โปรแกรมภาษาพีเอชพี เวอร์ชัน 5.6.30 (PHP 5.6.30) ภาษาจาวาสคริปต์ (JavaScript) และภาษาซีเอสเอส (CSS) และการสร้างระบบฐานข้อมูลใช้โปรแกรมมายเอสคิวเอล เวอร์ชัน 5.0.11 (MySQL 5.0.11) โดยพัฒนาระบบบนโปรแกรมแก้ไขข้อความ (Text Editor) คือ โปรแกรมอีดิทพลัส เวอร์ชัน 3.80 (EditPlus 3.80) โดยทำการทดสอบระหว่างการพัฒนาระบบและทดสอบหลังจากการพัฒนาระบบด้วยการกำหนดกรณีที่ใช้ทดสอบ (Test Case) จากนั้นจึงนำระบบสารสนเทศที่พัฒนาแล้วไปให้วิสาหกิจชุมชนทดลองใช้งาน พบว่า สามารถบันทึกข้อมูลตามแบบฟอร์มที่กำหนด สามารถสืบค้นด้วยคำสำคัญได้อย่างถูกต้อง สามารถสร้างคิวอาร์โค้ดสำหรับเชื่อมโยงไปยังแบบฟอร์มบันทึกข้อมูลได้ จากนั้นทำการรวบรวมข้อจำกัดและข้อเสนอแนะจากผู้ใช้ระบบ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สอดคล้องกับการใช้งาน และทำการติดตั้งระบบระบบสารสนเทศประเภทโปรแกรมประยุกต์บนเว็บบนเครื่องแม่ข่าย (Web Hosting) เพื่อเผยแพร่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยจดทะเบียนโดเมนเนม (Domain Name) ชื่อว่า toongtonggi.com ซึ่งมาจากการนำชื่อตราสินค้า ถุงทอง มารวมกับคำว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และจัดทำคู่มือการใช้งานระบบสำหรับวิสาหกิจชุมชน กรณีที่มีความต้องการปรับปรุงแก้ไขหรือพัฒนาระบบสารสนเทศให้สอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น สามารถที่จะติดต่อประสานงานตามข้อมูลการติดต่อที่ให้ไว้ในคู่มือการใช้งานระบบ

อภิปรายผลการวิจัย

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองบ้านสันป่าเหียง มีการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ดี มีความเชี่ยวชาญและมีความพร้อมในการดำเนินงานตามคู่มือปฏิบัติและข้อกำหนดของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จึงทำให้ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลำไยอบแห้งลำพูน จากการดำเนินงานสามารถผลิตและจำหน่ายลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูนที่มีคุณภาพตามข้อกำหนดของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ภายใต้ตราสินค้า ถุงทอง ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น โดยจะแสดงสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์บนบรรจุภัณฑ์ดังภาพที่ 12



ภาพที่ 12: ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูนที่ได้รับรองมาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย

ด้านการพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับสนับสนุนการดำเนินงานด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน ด้วยหลักการของวงจรการพัฒนาในระบบในรูปแบบโปรแกรมประยุกต์บนเว็บ (Web Application) จะแบ่งเป็น 2 ส่วนหลัก คือ

1. ส่วนด้านหน้าของโปรแกรมประยุกต์บนเว็บ (Frontend) สำหรับผู้ที่สนใจเกี่ยวกับข้อมูลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองบ้านสันป่าเหียงและผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน รายละเอียดฟาร์มลำไยที่ได้รับรองมาตรฐานที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรับซื้อผลผลิตลำไยสดเพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน และข้อมูลการตรวจสอบย้อนกลับ (Tracability) ของผลิตภัณฑ์ด้วยการสแกนคิวอาร์โค้ด (QR Code) ที่ติดอยู่บนผลิตภัณฑ์ เพื่อเชื่อมโยงไปยังรายละเอียดของแบบบันทึกข้อมูลการผลิตสำหรับสมาชิกผู้ขอใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ “ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน”

2. ส่วนด้านหลังของโปรแกรมประยุกต์บนเว็บ (Backend) สำหรับผู้ดูแลระบบและเจ้าหน้าที่ในการจัดการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ช่วยให้การจัดการแบบบันทึกข้อมูลการผลิตสำหรับสมาชิกผู้ขอใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ “ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน” ทำได้สะดวกมากขึ้น สามารถสืบค้นข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว ลดพื้นที่ในการจัดเก็บเอกสาร สอดคล้องกับการวิจัยของ Nakhonchai (2010, 76) สามารถสร้างคิวอาร์โค้ดสำหรับติดบนผลิตภัณฑ์สำหรับการเชื่อมโยงข้อมูลแบบบันทึกการผลิตเพื่อการตรวจสอบย้อนกลับ สามารถสืบค้นแบบบันทึกการผลิตและพิมพ์สำเนาเอกสารได้อย่างถูกต้อง ช่วยให้ผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูนสามารถตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Noitubtim & Sukkajornwong (2013, 214) รวมถึงช่วยประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูนไปยังผู้ที่สนใจให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันมีผู้เข้าเยี่ยมชมรวมทั้งสิ้น 9,418 ครั้ง ข้อมูล ณ วันที่ 30 พฤษภาคม 2564

สรุป

ระบบสารสนเทศ มีบทบาทสำคัญต่อการนำสารสนเทศที่ได้จากระบบไปใช้ในการบริหารจัดการวางแผนงาน การแก้ไขปัญหา รวมถึงนำข้อมูลไปใช้เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานขององค์กร วิสาหกิจชุมชนควรต้องปรับรูปแบบการดำเนินงานโดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในงานด้านต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินงาน เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ และเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการใช้ข้อมูล (Data Driven) โดยการสร้างความเข้าใจกับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศ เป็นขั้นตอนที่สำคัญของกระบวนการที่จะทำให้เกิดขั้นตอนแรกของวงจรการพัฒนาระบบ คือ การกำหนดประเด็นปัญหาาร่วมกัน เพื่อนำไปสู่ขั้นตอนต่อไปของการพัฒนาระบบ

การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของวิสาหกิจชุมชนในครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายที่จะส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนได้เห็นถึงความสำคัญของการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศที่จะช่วยในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภคอันเป็นผลที่มาจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งสิ่งที่จะทำให้วิสาหกิจชุมชนมีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจในยุคที่พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วนี้จะต้องส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือเยาวชนคนรุ่นใหม่ที่จะเข้ามาต่อยอดการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ให้มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลในระดับที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม และพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดดิจิทัลให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยในครั้งนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

References

- Community Enterprise Golden Dried Longan Ban San Pa Heang. (n.d.). **Summary Report on the Performance of the Community Enterprise Golden Dried Longan Ban San Pa Hiang (Toongtong)**. Lamphun: Community Enterprise Golden Dried Longan Ban San Pa Hiang. [In Thai]
- Department of Intellectual Property. (2017). **85. SC 59100085 Golden Dried Longan Lamphun**. Retrieved September 25, 2019, from <https://www.ipthailand.go.th/th/gi-011/item/85-สข-59100085-ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน.html>. [In Thai]

- Department of Intellectual Property. (2016). **Geographical Indication**. Retrieved September 25, 2019, from <http://www.ipthailand.go.th/th/gi-001.html>. [In Thai]
- Eakachon, C., Tiewsunarawong, S., Pongsupa, W., Thongpaiboonkit, J., Arnmanee, S., Chamnamkit, P., ... Areebumbut, S. (2009). Traceability system resolves secrets of food safety. **Industrial Journal, Department of Industrial Promotion**. 52(3), 32-34. [In Thai]
- Iamsiriwong, O. (2005). **Computer Science and Information Technology**. Bangkok: Se-Education. [In Thai]
- Kaji, S. (n.d.). **Analysis of document storage problems**. Retrieved September 30, 2020, from <http://ccenter.yru.ac.th/secretary/data/aticle/documentkeep.pdf>. [In Thai]
- Lamphun Provincial Administrative Organization. (2018). **Work Manual for Members of Geographical Indication “Golden Dried Longan”**. Lamphun: Lamphun Provincial Administrative Organization. [In Thai]
- Nakhonchai, J. (2010). **Electronic Document Management System**. (Master’s thesis, Master of Information Technology, Mahanakorn University). [In Thai]
- Noitubtim, M. & Sukkajornwong, K. (2013). Application of Traceability System in Food Industry. **Princess of Naradhiwas University Journal**. 5(4), 206-215. [In Thai]
- Odomtanateera, K. (2019). **System Development Life Cycle: SDLC**. Retrieved September 30, 2019, from <https://dol.dip.go.th/th/category/2019-02-08-08-57-30/2019-03-15-11-06-29>. [In Thai]
- Pakdeewattanukul, K. & Panichakul, P. (2003). **System Analysis and Design**. Bangkok: KTP Comp & Consult. [In Thai]

คำแนะนำในการจัดเตรียมต้นฉบับสำหรับผู้เขียน วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

1. ข้อมูลเบื้องต้นของวารสาร

1.1 วัตถุประสงค์

1.1.1 เพื่อเป็นสื่อกลางในการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิชาการ ผลงานวิจัย และงานสร้างสรรค์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในสาขาวิชาการบริหารธุรกิจและการจัดการ รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ นิเทศศาสตร์ ศิลปศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ที่มีคุณภาพซึ่งสามารถแสดงถึงประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎีเพื่อให้นักวิจัยสามารถนำไปพัฒนาหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่และประโยชน์ในเชิงปฏิบัติที่นักปฏิบัติสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคม และชุมชน

1.1.2 เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าวิจัยและนำเสนอผลงานทางวิชาการของคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ และนักศึกษา

1.2 ขอบเขตของวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นจะครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้

- 1.2.1 บริหารธุรกิจและการจัดการ
- 1.2.2 เทคโนโลยีสารสนเทศ
- 1.2.3 ศึกษาศาสตร์
- 1.2.4 ศิลปศาสตร์
- 1.2.5 นิเทศศาสตร์
- 1.2.6 รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์
- 1.2.7 สหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

2. นโยบายการจัดพิมพ์นโยบายการจัดพิมพ์:

2.1 กำหนดออกเป็นราย 4 เดือน (3 ฉบับ/ปี) ดังนี้

- ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน (กำหนดออกในสัปดาห์สุดท้ายของเดือนเมษายน)
ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม (กำหนดออกในสัปดาห์สุดท้ายของเดือนสิงหาคม)
ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน – ธันวาคม (กำหนดออกในสัปดาห์สุดท้ายของเดือนธันวาคม)

2.2 จำนวนบทความในแต่ละฉบับ

จำนวนบทความที่เผยแพร่ในวารสารแต่ละฉบับไม่เกิน 10 บทความ

3. จริยธรรมการตีพิมพ์:

3.1 บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียน

3.1.1 ผู้เขียนต้องรับรองบทความที่เสนอมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่นั้น เป็นผลงานที่ไม่เคยตีพิมพ์และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด

3.1.2 ผู้เขียนต้องเปิดเผยข้อมูลในกรณีที่บทความบางส่วนเคยเผยแพร่ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ โดยต้องแสดงให้เห็นว่าบทความที่ส่งมามีส่วนเพิ่มเติมหรือส่วนขยายจากบทความเดิม และได้เผยแพร่แล้วที่ใดและเมื่อไหร่มาแล้ว

3.1.3 ผู้เขียนต้องอ้างอิงแนวคิดและข้อความต่าง ๆ ซึ่งไม่ใช่ของผู้เขียน รวมทั้งต้องรับผิดชอบในการขออนุญาตใช้ภาพ และแผนภูมิ หรือลิขสิทธิ์จากงานอันมีลิขสิทธิ์นั้น

3.1.4 ผู้เขียนที่ปรากฏชื่อในบทความทุกท่านต้องมีองค์ประกอบครบ 3 ข้อ ดังนี้

(1) มีส่วนร่วมในการสร้างโจทย์วิจัยและวางแผนการวิจัย เก็บข้อมูล หรือวิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูล

(2) มีส่วนร่วมในการเขียนหรือตรวจสอบบทความวิจัยอย่างมีส่วนร่วมในเชิงปัญญาของเนื้อหางาน (ไม่ใช่ตรวจเฉพาะภาษาหรือรูปแบบ) และ

(3) ได้อ่านและรับรองต้นฉบับบทความสุดท้ายก่อนส่งไปตีพิมพ์ ผู้ที่มีส่วนช่วยเหลือในลักษณะอื่น ๆ ควรได้รับการกล่าวถึงในกิตติกรรมประกาศ

3.1.5 ผู้เขียนทุกท่านต้องได้อ่านและยินยอมให้มีการส่งบทความมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ รวมทั้งยินยอมที่จะรับผิดชอบและรับชอบในบทความที่ส่งมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่

3.1.6 ผู้เขียนทุกท่านต้องเปิดเผยผลประโยชน์ทับซ้อนซึ่งอาจมีผลสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อเนื้อหาที่ปรากฏในบทความ แหล่งเงินทุนสนับสนุนการวิจัยหรือการจัดทำบทความจะต้องถูกกล่าวถึงในกิตติกรรมประกาศ

3.1.7 ผู้เขียนต้องเขียนบทความให้ถูกต้องตามรูปแบบของวารสารที่กำหนดไว้ในคำแนะนำในการจัดเตรียมต้นฉบับสำหรับผู้เขียน

3.1.8 ผู้เขียนจะต้องเขียนบทความที่แสดงถึงคุณภาพทางวิชาการและองค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้

ประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎีและในเชิงปฏิบัติ การนำเสนอเนื้อหาที่มีความชัดเจนและถูกต้อง

3.1.9 ผู้เขียนมีหน้าที่แจ้งต่อวารสารและบรรณาธิการ หากพบข้อผิดพลาดที่มีความสำคัญในการวิจัยภายหลังหรือพบความไม่ถูกต้องในงานที่ตีพิมพ์ เพื่อปรับแก้บทความให้มีความถูกต้องหรือถอนบทความหากจำเป็น

3.2 บทบาทและหน้าที่ของผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ:

3.2.1 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่เปิดเผยข้อมูลบทความอยู่ระหว่างพิจารณาแก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง และต้องไม่ใช่เพื่อผลประโยชน์ส่วนตัว

3.2.2 ผู้ทรงคุณวุฒิมีหน้าที่เปิดเผยข้อมูลและผลประโยชน์ทับซ้อนของบทความ เช่น เป็น บทความที่ตนมีส่วนร่วม หรือรู้จักผู้เขียนเป็นการส่วนตัว หรือเหตุผลอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถพิจารณาประเมิน บทความโดยอิสระได้ และผู้ทรงคุณวุฒิต้องแจ้งบรรณาธิการทราบ และถอนตัวจากการพิจารณาบทความ

3.2.3 ผู้ทรงคุณวุฒิควรรับพิจารณาบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญ พิจารณาให้ ข้อเสนอแนะด้วยความเป็นธรรมและปราศจากอคติ ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิควรละเอียดและ สร้างสรรค์เพื่อช่วยให้ผู้เขียนบทความสามารถพัฒนาบทความของตนต่อไปได้ แม้ว่าบทความนั้นจะมีคุณภาพ ไม่ดีและถูกปฏิเสธการตีพิมพ์ก็ตาม

3.2.4 ผู้ทรงคุณวุฒิควรส่งผลการประเมินตามกำหนดเวลา หากมีเหตุขัดข้องในช่วงระยะเวลา พิจารณา ควรแจ้งบรรณาธิการโดยทันที

3.2.5 ผู้ทรงคุณวุฒิควรระบุงานวิจัยหรือผลงานทางวิชาการที่ผู้เขียนไม่ได้อ้างอิงไว้ในบทความ และผู้ทรงคุณวุฒิควรแจ้งต่อบรรณาธิการ หากทราบว่าบทความที่พิจารณามีส่วนใดส่วนหนึ่งที่คล้ายคลึงหรือ เหมือนกับบทความที่อยู่ในการพิจารณาของวารสารอื่นหรือสิ่งพิมพ์อื่นใด

3.3 บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ

3.3.1 บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาคุณภาพบทความก่อนการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร

3.3.2 บรรณาธิการต้องพิจารณาบทความจากเนื้อหาทางวิชาการโดยปราศจากอคติในเรื่อง คุณลักษณะใด ๆ ของผู้เขียนหรือสังกัดของผู้เขียน รวมทั้งต้องป้องกันไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนระหว่างผู้เขียน ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ และบุคคลในกองบรรณาธิการ

3.3.3 บรรณาธิการต้องตีพิมพ์บทความที่ผ่านกระบวนการพิจารณาล้นกรองบทความแล้ว ซึ่ง พิจารณาจากคุณภาพทางวิชาการและมีประโยชน์ทั้งเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ ความทันสมัย และเนื้อหา สอดคล้องกับขอบเขตของวารสาร รวมทั้งเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งพิมพ์อื่นใดมาก่อน

3.3.4 บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยเกี่ยวกับบทความที่ส่งมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ รวมทั้งต้อง ควบคุมให้กระบวนการพิจารณาล้นกรองบทความเป็นไปโดยปกปิดทั้งด้านผู้เขียนและผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา บทความ (Double-Blind Process) ด้วยความยุติธรรม

3.3.5 บรรณาธิการต้องตรวจสอบบทความที่ส่งมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ด้านการคัดลอกผลงาน ผู้อื่น (Plagiarism) โดยใช้โปรแกรมที่เชื่อถือได้ และหยุดกระบวนการพิจารณาล้นกรองบทความทันที หาก พบการคัดลอกผลงานผู้อื่นในระหว่างกระบวนการฯ และติดต่อผู้เขียนเพื่อขอคำชี้แจงประกอบการ “ตอบรับ” หรือ “ปฏิเสธ” การตีพิมพ์เผยแพร่บทความนั้น

3.3.6 บรรณาธิการตรวจสอบบทความที่สงสัยว่า กระทำผิดจริยธรรมทางวิชาการเพื่อแก้ไข ปัญหาทางจริยธรรมนั้น ด้วยความรอบคอบแม้ว่าบทความนั้นจะได้รับการตีพิมพ์หรือไม่ก็ตาม ทั้งนี้การปฏิเสธ บทความด้วยเหตุผลทางด้านจริยธรรมจะต้องมีหลักฐานที่ชัดเจน

4. นโยบายการพิจารณารับตีพิมพ์ผลงาน

4.1 คำแนะนำทั่วไป

4.1.1 ผลงานที่เสนอตีพิมพ์ต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร หรือสิ่งพิมพ์ใดมาก่อน (ยกเว้น รายงานวิจัย และวิทยานิพนธ์)

4.1.2 ผลงานที่เสนอตีพิมพ์ต้องไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณารับตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์ ใด

4.1.3 กรณีบทความบางส่วนเคยเผยแพร่ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ ผู้เขียนต้อง แสดงให้เห็นว่าบทความที่ส่งมาได้มีส่วนเพิ่มเติมหรือขยายจากบทความเดิม นอกจากนี้ผู้เขียนยังต้อง ระบุ ในบทความว่าได้เผยแพร่บางส่วนของบทความดังกล่าวไปแล้วที่ใดและเมื่อไหร่มาแล้ว

4.1.4 ทศนะและข้อคิดเห็นใดๆ ในบทความถือเป็นทศนะของผู้เขียน กองบรรณาธิการไม่ จำเป็นต้องเห็นพ้องด้วยกับทศนะเหล่านั้นและไม่ถือว่าเป็นความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ กรณีมีการ พ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงฝ่ายเดียว

4.1.5 ลิขสิทธิ์บทความเป็นของมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นได้รับการสงวนสิทธิ์ตามกฎหมาย การ ตีพิมพ์ซ้ำต้องได้รับอนุญาตโดยตรงจากมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นเป็นลายลักษณ์อักษร

4.2 ประเภทผลงานที่รับตีพิมพ์

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นรับพิจารณาตีพิมพ์บทความทั้งภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ ประเภทบทความและความยาว เป็นดังนี้

4.2.1 บทความวิชาการ (Academic Article) ประมาณ 10-20 หน้าต่อบทความ (รวม บรรณานุกรม)

4.2.2 บทความวิจัย (Research Article) ประมาณ 10-25 หน้าต่อบทความ (รวมบรรณานุกรม)

4.2.3 บทความปริทัศน์ (Review Article) ประมาณ 10-25 หน้าต่อบทความ (รวมบรรณานุกรม)

4.2.4 บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) ประมาณ 10-20 หน้าต่อบทความ (รวมบรรณานุกรม)

4.3 การพิจารณากลับกรองบทความ

4.3.1 บทความที่จะได้รับพิจารณาตีพิมพ์ ต้องเป็นบทความที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพทางวิชาการ และมีประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎีเพื่อให้นักวิจัยสามารถนำไปพัฒนาหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ และประโยชน์ใน

เชิงปฏิบัติที่นักปฏิบัติสามารถนำไปประยุกต์ใช้ทั้งในภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคม และชุมชน

4.3.2 บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์ต้องผ่านกระบวนการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 ท่านและได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการ

4.4 กระบวนการพิจารณากลั่นกรองบทความ (Peer Review)

4.4.1 กองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้เขียนทราบเมื่อกองบรรณาธิการได้รับบทความเรียบร้อยแล้วสมบูรณ์

4.4.2 กองบรรณาธิการจะตรวจสอบรูปแบบการพิมพ์บทความ และเนื้อหาของบทความว่าตรงกับขอบเขตเนื้อหาของวารสารหรือไม่ รวมถึงคุณภาพทางวิชาการ ประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ ตลอดจนความครบถ้วนสมบูรณ์ของเอกสารประกอบการนำเสนอบทความเพื่อพิจารณาเผยแพร่

4.4.3 ในกรณีที่กองบรรณาธิการพิจารณาเห็นควรรับบทความไว้พิจารณาตีพิมพ์ กองบรรณาธิการจะดำเนินการส่งบทความเพื่อกลั่นกรองต่อไป โดยจะส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 ท่านประเมินคุณภาพของบทความว่าอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมจะลงตีพิมพ์หรือไม่ โดยกระบวนการกลั่นกรองนี้ ทั้งผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เขียนจะไม่ทราบข้อมูลของกันและกัน (Double-Blind Process)

4.4.4 เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพบทความแล้ว กองบรรณาธิการจะตัดสินใจโดยอิงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิว่าบทความนั้น ๆ ควรนำลงตีพิมพ์หรือควรส่งให้ผู้เขียนแก้ไขแล้วส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินอีกครั้งหนึ่ง หรือปฏิเสธการตีพิมพ์

5. ข้อกำหนดต้นฉบับ

5.1 การจัดพิมพ์ต้นฉบับ

5.1.1 บทความที่เสนอพิจารณาตีพิมพ์ต้องมีความยาวระหว่าง 10-25 หน้ากระดาษ A4 ขึ้นอยู่กับประเภทของบทความ พิมพ์บทความ โดยใช้ Font TH SarabunNew ขนาดตัวอักษร 16 Point

5.1.2 ระยะขอบกระดาษ 1 นิ้ว (เท่ากันทุกด้าน)

5.1.3 หมายเลขหน้า ให้ใส่ไว้ตำแหน่งด้านบนขวา ตั้งแต่ต้นจนจบบทความ

5.1.4 ชื่อเรื่องบทความ ขนาดตัวอักษร 18 Point (ตัวหนา) จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ

5.1.5 ระบุชื่อผู้เขียนไม่เกิน 3 คน หากมีผู้เขียนมากกว่า 3 คน ให้ระบุคำว่า “และคณะ” ต่อท้ายชื่อผู้เขียนคนที่ 3

5.1.6 บทคัดย่อภาษาไทย ความยาว 1 ย่อหน้า (250 คำ) ขนาดตัวอักษร 16 Point พิมพ์ 1 คอลัมน์ และต้องพิมพ์คำสำคัญต่อท้าย

5.1.7 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ความยาว 1 ย่อหน้า (250 คำ) ขนาดตัวอักษร 16 Point ฟิมพ์ 1 คอลัมน์ และต้องฟิมพ์คำสำคัญต่อท้าย

5.1.8 เนื้อหาฟิมพ์ 1 คอลัมน์ ขนาดตัวอักษร 16 Point

5.1.9 หมายเลขกำกับตาราง ขนาดตัวอักษร 16 Point หรือ 14 Point (ตัวหนา) ส่วนชื่อตาราง ขนาดตัวอักษร 16 Point หรือ 14 Point ให้ฟิมพ์ไว้บนตารางจัดชิดซ้าย ใต้ตารางบอกแหล่งที่มา จัดชิดซ้าย

5.1.10 หมายเลขกำกับภาพหรือแผนภูมิ ขนาดตัวอักษร 16 Point หรือ 14 Point (ตัวหนา) ส่วนชื่อตาราง หรือชื่อแผนภูมิ ขนาดตัวอักษร 16 Point หรือ 14 Point ให้ฟิมพ์ไว้ใต้ภาพหรือแผนภูมิ บรรทัดถัดมาให้บอกแหล่งที่มา จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ (ควรเป็นภาพหรือแผนภูมิที่ชัดเจนและแนบ File ภาพ มาด้วย)

5.1.11 เอกสารอ้างอิง ขนาดตัวอักษร 16 Point (ตัวหนา) จัดชิดซ้าย ส่วนเนื้อหาเอกสารอ้างอิง ขนาดตัวอักษร 16 Point

5.1.12 ผู้เขียนต้องตรวจสอบความถูกต้องของการฟิมพ์ต้นฉบับ เช่น รูปแบบการฟิมพ์ การอ้างอิง ตัวสะกด วรรคตอน และการใช้ภาษา

5.1.13 กรอกแบบฟอร์มเสนอบทความเพื่อพิจารณาเผยแพร่พร้อมกรอกชื่อและนามสกุลของผู้เขียน พร้อมประวัติย่อของผู้เขียน ระบุคุณวุฒิการศึกษาสูงสุด ตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี) ตำแหน่งงาน และหน่วยงานที่สังกัด หรือสถานศึกษา และแนบ File .jpg ภาพถ่ายผู้เขียนมาด้วย

5.2 ส่วนประกอบของบทความ

5.2.1 บทความวิชาการ หัวข้อและเนื้อหาควรชี้ประเด็นที่ต้องการนำเสนอให้ชัดเจนและมีลำดับ เนื้อหาที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ชัดเจน รวมถึงมีการใช้ทฤษฎีวิเคราะห์และเสนอแนะประเด็น อย่างสมบูรณ์ โดยต้องมีส่วนประกอบดังต่อไปนี้

(1) ชื่อเรื่อง (Title)

(2) บทคัดย่อ (Abstract)

สรุปเนื้อหาของบทความให้ได้ใจความชัดเจน กำหนดให้มีทั้งบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเขียนเป็นภาษาไทยก่อน ความยาว 1 ย่อหน้า ไม่เกิน 250 คำ

(3) คำสำคัญ (Keyword)

ระบุคำที่เป็นคำสำคัญของเนื้อหา เหมาะสำหรับนำไปใช้เป็นตัวค้นในระบบฐานข้อมูล

(4) บทนำ (Introduction)

เป็นส่วนแนะนำและปูพื้นเรื่องเพื่อให้ผู้อ่านทราบข้อมูลเบื้องต้นของเนื้อหา เป็นการจูงใจให้ผู้อ่านเกิดความสนใจในเรื่องนั้น ๆ

(5) เนื้อหา (Body of Text)

เป็นส่วนหลักของเนื้อหาบทความ การจัดลำดับเนื้อหา ควรมีการวางแผนจัดโครงสร้างของเนื้อหาที่นำเสนอให้เหมาะสมกับธรรมชาติของเนื้อหานั้น การนำเสนอเนื้อหาควรมีความต่อเนื่องเพื่อช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจสาระนั้นได้โดยง่าย

(6) สรุป (Conclusion)

เป็นการสรุปเนื้อหาในบทความทั้งหมดออกมาอย่างชัดเจน และกระชับโดยมีการสรุปปิดท้ายเนื้อหาที่เราได้นำเสนอไปแล้วว่ามีผลดีหรือผลเสียอย่างไร

(7) เอกสารอ้างอิง (Reference)

เขียนเอกสารอ้างอิงในรูปแบบ APA (American Psychological Association)

5.2.2 บทความวิจัย ควรมีการนำเสนอผลการวิจัยที่ได้รับอย่างเป็นระบบ โดยต้องมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ (สามารถมีหัวข้อหรือองค์ประกอบเพิ่มเติมได้)

(1) ชื่อเรื่อง (Title)

ชื่อเรื่องควรมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยพิมพ์ชื่อเรื่องเป็นภาษาไทยและตามด้วยชื่อเรื่องภาษาอังกฤษในบรรทัดต่อมา

(2) บทคัดย่อ (Abstract)

กำหนดให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเขียนเป็นภาษาไทยก่อน ความยาว 1 ย่อหน้า ไม่เกิน 250 คำ (การเขียนบทคัดย่อ คือ การสรุปสาระสำคัญของเรื่องโดยเฉพาะวัตถุประสงค์ วิธีการ และผลการวิจัย)

(3) คำสำคัญ (Keyword)

ระบุคำที่เป็นคำสำคัญของเนื้อหา เหมาะสำหรับนำไปใช้เป็นตัวค้นในระบบฐานข้อมูล

(4) บทนำ (Introduction)

เป็นการอธิบายถึงที่มาและความสำคัญของปัญหาและเหตุผลที่นำไปสู่การวิจัย มีข้อมูลทางวิชาการสนับสนุนหรือโต้แย้ง

(5) วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

ระบุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการวิจัย

(6) ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

นำเสนอแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่นำไปสู่กรอบแนวคิดในการวิจัย

(7) วิธีการวิจัย (Research Methodology)

อธิบายถึงกระบวนการดำเนินการวิจัยอย่างละเอียดและชัดเจน

(8) ผลการวิจัย (Results)

เสนอผลการวิจัยที่ตรงประเด็นตามลำดับขั้นของการวิจัย การใช้ตารางหรือแผนภูมิไม่ควรเกิน 5 ตารางหรือแผนภูมิโดยมีการแปลความหมายและวิเคราะห์ผลที่ค้นพบอย่างชัดเจน

(9) อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

ผสมผสานเปรียบเทียบและตีความผลการวิจัยให้เข้ากับหลักทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเชื่อมโยงผลการวิจัยให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหาการวิจัย

(10) สรุป (Conclusion)

สรุปสาระสำคัญของผลการวิจัยและให้ข้อเสนอแนะที่จะนำผลการวิจัยนั้นไปใช้ประโยชน์

(11) เอกสารอ้างอิง (Reference)

เขียนเอกสารอ้างอิงในรูปแบบของ APA (American Psychological Association)

5.3 การอ้างอิง

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นใช้รูปแบบการอ้างอิงของ APA (American Psychological Association)

5.3.1 การอ้างอิงในเนื้อหาให้ใช้รูปแบบ ดังนี้

(ชื่อ-นามสกุลผู้แต่ง, ปีที่พิมพ์, เลขหน้า)

ตัวอย่าง

(เกียรติกศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2546, 64)

5.3.2 เอกสารอ้างอิงท้ายบทให้ใช้รูปแบบ ดังนี้

(1) หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). **ชื่อหนังสือ**. สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

Bolinger, D. (1977). **The form of language**. London: Longmans.

(2) บทความจากวารสาร

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. **ชื่อวารสาร**. ปีที่(ฉบับที่), เลขหน้า

ตัวอย่าง

Klimoski, R. & Palmer, S. (1993). The ADA and the hiring process in organizations. **Consulting Psychology Journal: Practice and Research**. 45(2), 10-36.

(3) วิทยานิพนธ์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). **ชื่อวิทยานิพนธ์**. (วิทยานิพนธ์ชื่อปริญญา, สาขาวิชา

ชื่อมหาวิทยาลัย).

ตัวอย่าง

พิฑูรย์ ทองฉิม. (2546). **การจัดการความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะลันตา.** (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).

(4) เว็บไซต์

ชื่อผู้แต่งหรือหน่วยงานเจ้าของเว็บไซต์. (ปีที่จัดทำ). **ชื่อเรื่อง.** สืบค้นเมื่อ วันที่ เดือน ปี, จาก URL.

ตัวอย่าง

ชวนะ ภวานันท์. (2548). **ธุรกิจสปาไทยนำก้าวไกลไปกว่านี้.** สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2548, จาก <http://www.businessgai.co.th/content.php?data=407720-opinion>.

American Psychological Association. (1999). **Electronic preference formats recommended by the American Psychological Association.** Retrieved July 18, 1999, from <http://www.apa.org/journals/webref.html>.

6. การส่งต้นฉบับ

ผู้เขียนส่งต้นไฟล์ต้นฉบับบทความ (รูปแบบไฟล์ Word) หนังสือรับรองการตรวจทานแก้ไขต้นฉบับภาษาอังกฤษโดยผู้เชี่ยวชาญ (สำหรับบทความภาษาอังกฤษ) พร้อมแนบแบบฟอร์มนำเสนอบทความเพื่อพิจารณา เผยแพร่ทางระบบ Online Submission ที่ <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU>

ทั้งนี้ ผู้เขียนต้องส่งแบบฟอร์มนำเสนอบทความเพื่อพิจารณาเผยแพร่ ฉบับจริง มายัง กอง บก. ที่มีลายเซ็น ของผู้เขียนครบทุกคนมาตามที่อยู่ข้างท้าย

กองบรรณาธิการ วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

120 ถนนมหิตล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100

เพื่อสิทธิประโยชน์ของผู้เขียนโปรดศึกษารูปแบบการพิมพ์บทความและรูปการอ้างอิงรวม ทั้งนี้ดาวน์โหลด Template บทความได้จากเมนูดาวน์โหลดที่ URL: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU>

บทความต้องผ่านการพิจารณาในกระบวนการกลั่นกรองต้นฉบับเบื้องต้นโดยกอง บก. ก่อน จากนั้นกองบรรณาธิการ จึงจะแจ้งให้ผู้เขียนโอนเงินค่าธรรมเนียมการเผยแพร่บทความ (อัตราค่าธรรมเนียม 4,000 บาท) และส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องประเมินคุณภาพก่อนการเผยแพร่

ทั้งนี้ หากบทความผ่านการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องและผลการพิจารณาของกองบรรณาธิการ ผู้เขียนจะได้รับหนังสือตอบรับเผยแพร่บทความในระยะเวลา 3-4 เดือน (เริ่มระยะเวลาตั้งแต่

วันที่ส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องประเมินคุณภาพก่อนการเผยแพร่) ดังรายละเอียดในผังกระบวนการพิจารณากลับกรองบทความ (Peer Review) (ดาวน์โหลดผังกระบวนการพิจารณากลับกรองบทความที่ URL: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU>)

7. การติดตามอ่านผลงานที่รับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสาร

ผู้เขียนที่ผลงานได้รับพิจารณาตีพิมพ์ในวารสาร สามารถติดตามอ่านผลงานดังกล่าวได้จากวารสารฉบับอิเล็กทรอนิกส์ที่ URL: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU>



สำหรับเจ้าหน้าที่
รหัสบทความ:
วันชำระค่าธรรมเนียม:
วันส่งบทความให้ Reviewer:
วันที่ตอบรับเผยแพร่:

แบบฟอร์มนำเสนอบทความเพื่อพิจารณาเผยแพร่
ในวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

วันที่เดือน พ.ศ.

เรียน บรรณาธิการวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

เรื่อง ขอนำเสนอบทความเพื่อพิจารณาเผยแพร่ในวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ข้าพเจ้า (นาย/ นาง/ นางสาว).....

(Mr./ Mrs./ Ms.).....

คุณวุฒิสูงสุด และสถานศึกษา.....

ตำแหน่ง/ตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี).....

สถานที่ทำงาน/สถานศึกษา.....

ขอนำเสนอบทความเพื่อพิจารณาเผยแพร่ในวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นโดยมี
รายละเอียด ข้างท้าย

1. ชื่อบทความ (ภาษาไทย).....

.....

2. ชื่อบทความ (ภาษาอังกฤษ).....

.....

3. ประเภทบทความที่ส่ง

บทความวิชาการ (Academic article)

บทความวิจัย (Research article)

บทความปริทัศน์ (Review article)

บทวิจารณ์หนังสือ (Book review)

4. กรณีเป็นบทความที่เสนอเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ โปรดระบุ ดังนี้

บทความวิจัย บทความวิชาการ

ชื่อหลักสูตร.....

ชื่อมหาวิทยาลัย.....

ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาหลัก.....

หน่วยงานที่สังกัดของอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก.....

ทั้งนี้ได้สอบปากเปล่าวิทยานิพนธ์ผ่านแล้วเมื่อวันที่.....เดือน.....พ.ศ.

5. ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก

ที่อยู่สำหรับติดต่อทางไปรษณีย์.....

โทรศัพท์.....โทรศัพท์มือถือ.....

โทรสาร.....E-mail.....

6. ชื่อผู้เขียนบทความ

ผู้เขียน	ชื่อ-นามสกุล	หน่วยงานที่สังกัด
ผู้เขียนหลัก		
ผู้เขียนร่วมท่านที่ 1		
ผู้เขียนร่วมท่านที่ 2		

7. การจัดเตรียมต้นฉบับบทความตามรูปแบบที่วารสารกำหนด

กรณีบทความวิจัย	กรณีบทความวิชาการ
<input type="checkbox"/> ชื่อเรื่อง (Title) <input type="checkbox"/> บทคัดย่อ ไม่เกิน 250 คำ <input type="checkbox"/> Abstract ไม่เกิน 250 คำ <input type="checkbox"/> คำสำคัญ <input type="checkbox"/> Keywords <input type="checkbox"/> บทนำ (Introduction) <input type="checkbox"/> วัตถุประสงค์ (Research Objectives) <input type="checkbox"/> ทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) <input type="checkbox"/> วิธีการวิจัย (Research Methodology) <input type="checkbox"/> ผลการวิจัย (Results) <input type="checkbox"/> อภิปรายผลการวิจัย (Discussion) <input type="checkbox"/> สรุป (Conclusion) <input type="checkbox"/> เอกสารอ้างอิง (Reference) รูปแบบ APA	<input type="checkbox"/> ชื่อเรื่อง (Title) <input type="checkbox"/> บทคัดย่อ ไม่เกิน 250 คำ <input type="checkbox"/> Abstract ไม่เกิน 250 คำ <input type="checkbox"/> คำสำคัญ <input type="checkbox"/> Keywords <input type="checkbox"/> บทนำ (Introduction) <input type="checkbox"/> เนื้อหา (Body of Text) <input type="checkbox"/> สรุป (Conclusion) <input type="checkbox"/> เอกสารอ้างอิง (Reference) รูปแบบ APA

- ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ เป็นผลงานของข้าพเจ้าเพียงผู้เดียว
 เป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้ที่เราระบุชื่อในบทความ
 เป็นผลงานของคณะผู้เขียน/คณะวิจัยซึ่งไม่ปรากฏชื่อในบทความ
 ดังรายชื่อในเอกสารแนบ (ถ้ามี)

ผู้เขียนร่วมที่ปรากฏชื่อในบทความ และคณะผู้เขียน/คณะวิจัยซึ่งไม่ปรากฏชื่อในบทความ (ถ้ามี) รับผิดชอบต่อเนื้อหาบทความ และยินยอมให้ส่งบทความมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นครั้งนี้ รวมทั้งขอรับรองว่าบทความนี้ไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างกระบวนการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น รวมทั้งจะไม่นำส่งไปเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมยอมรับหลักเกณฑ์การพิจารณาต้นฉบับ ทั้งยินยอมให้กองบรรณาธิการตรวจแก้ต้นฉบับ ตามที่เห็นสมควร พร้อมนี้ขอมอบลิขสิทธิ์บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ให้แก่ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น กรณีมีการฟ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์เกี่ยวกับภาพ แผนภูมิ ข้อความส่วนใดส่วนหนึ่ง และ/หรือข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความให้เป็นความรับผิดชอบของข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมแต่เพียงฝ่ายเดียว

ลงชื่อผู้เขียนหลัก
(.....)
...../...../.....

ลงชื่อผู้เขียนร่วมท่านที่ 1
(.....)
...../...../.....

ลงชื่อผู้เขียนร่วมท่านที่ 2
(.....)
...../...../.....

เอกสารแนบ
ประวัติย่อผู้เขียนบทความ

ผู้เขียน	ประวัติย่อ	ชื่อ File ภาพผู้เขียน ที่แนบมา
ผู้เขียนหลัก	<p><u>ประวัติย่อภาษาไทย</u></p> <p>ชื่อ-นามสกุล:</p> <p>วุฒิการศึกษาสูงสุด:.....</p> <p>.....</p> <p>มหาวิทยาลัยที่จบการศึกษาสูงสุด:.....</p> <p>.....</p> <p>ตำแหน่งทางวิชาการ:.....</p> <p>.....</p> <p>หน่วยงานที่สังกัด:.....</p> <p>.....</p> <p>สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ:</p> <p>.....</p> <p><u>ประวัติย่อภาษาอังกฤษ</u></p> <p>Name and Surname:</p> <p>.....</p> <p>Highest Education:</p> <p>.....</p> <p>University or Agency:</p> <p>.....</p> <p>Academic Rank/Title:</p> <p>.....</p> <p>Affiliation:</p> <p>.....</p> <p>Field of Expertise:</p> <p>.....</p>	

ผู้เขียน	ประวัติย่อ	ชื่อ File ภาพผู้เขียน ที่แนบมา
ผู้เขียนร่วม ท่านที่ 1	<p>ประวัติย่อภาษาไทย</p> <p>ชื่อ-นามสกุล:</p> <p>วุฒิการศึกษาสูงสุด:.....</p> <p>.....</p> <p>มหาวิทยาลัยที่จบการศึกษาสูงสุด:.....</p> <p>.....</p> <p>ตำแหน่งทางวิชาการ:.....</p> <p>.....</p> <p>หน่วยงานที่สังกัด:.....</p> <p>.....</p> <p>สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ:</p> <p>.....</p> <p>ประวัติย่อภาษาอังกฤษ</p> <p>Name and Surname:</p> <p>.....</p> <p>Highest Education:</p> <p>.....</p> <p>University or Agency:</p> <p>.....</p> <p>Academic Rank/Title:</p> <p>.....</p> <p>Affiliation:</p> <p>.....</p> <p>Field of Expertise:</p> <p>.....</p> <p>E-mail:</p>	

ผู้เขียน	ประวัติย่อ	ชื่อ File ภาพผู้เขียน ที่แนบมา
ผู้เขียนร่วม ท่านที่ 2	<p>ประวัติย่อภาษาไทย</p> <p>ชื่อ-นามสกุล:</p> <p>วุฒิการศึกษาสูงสุด:.....</p> <p>.....</p> <p>มหาวิทยาลัยที่จบการศึกษาสูงสุด:.....</p> <p>.....</p> <p>ตำแหน่งทางวิชาการ:.....</p> <p>.....</p> <p>หน่วยงานที่สังกัด:.....</p> <p>.....</p> <p>สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ:</p> <p>.....</p> <p>ประวัติย่อภาษาอังกฤษ</p> <p>Name and Surname:</p> <p>.....</p> <p>Highest Education:</p> <p>.....</p> <p>University or Agency:</p> <p>.....</p> <p>Academic Rank/Title:</p> <p>.....</p> <p>Affiliation:</p> <p>.....</p> <p>Field of Expertise:</p> <p>.....</p> <p>E-mail:</p>	

FEU Academic Review

ISSN: 2651-107X (Online)

Volume 15 Number 2 (May 2021 - August 2021)

